ESG
L'identità

Una storia di valori
GruppoPoli

Volete approfondire?
Il documento completo ESG - Bilancio di Sostenibilità
è disponibile in formato digitale
su https://www.gruppopoli.it/it/il-gruppo/

Avete suggerimenti o osservazioni?
Scriveteci a esg@gruppopoli.it
Saremo felici di ascoltarvi.

La nostra identità

Una storia di valori

Un'azienda familiare che vuole continuare a essere tale, ma che al contempo vuole guardare al futuro alla ricerca continua di innovazione e sviluppo. Tutto iniziava oltre 70 anni fa, con Beniamino e Giuseppe, i due fratelli fondatori: due uomini con un legame fortissimo, molto protettivi l'uno nei confronti dell'altro e anche molto uniti nell'affrontare la vita e le avversità; con un bisogno continuo di mettersi alla prova e di superare sé stessi. Iniziarono con un solo negozio, poi due, poi tanti da non contarli più. Oggi sono una settantina, diffusi capillarmente sul territorio regionale, fino al Garda veronese. Con piccoli gesti quotidiani, goccia dopo goccia, Beniamino e Giuseppe sono riusciti a tramandare nel tempo insegnamenti per il lavoro, ma anche per la vita. Onestà prima di tutto, rispetto delle persone, impegno e responsabilità, coerenza negli atteggiamenti e nei comportamenti, tenacia nel perseguire gli obiettivi, personali o professionali che siano. Devozione al lavoro, entusiasmo, talvolta temerarietà e tanta voglia di affrontare a viso aperto ogni nuova sfida. E soprattutto fiducia: saperla dare e saperla meritare. Questi i valori di famiglia, che prima sono passati ai figli e poi ancora dai figli ai nipoti, anch'essi oggi impegnati nell'azienda familiare. Gli anni passano, ma vedono ancora, dopo tanto tempo, una squadra coesa, semplicemente più grande. Una famiglia dove ancora si decide insieme, che vuole guardare lontano, alla continua ricerca di nuovi approcci, nuove vie e nuove soluzioni.

La visione e l'impegno

Anche oggi, facendo tesoro di quella che è stata la nostra storia, operiamo con una visione di lunga durata con la volontà di rimanere sempre al passo con i tempi, offrendo prodotti e servizi in linea con le nuove esigenze e sensibilità, perché vogliamo che i nostri clienti ci scelgano al di là dei loro atti d'acquisto. Primo punto, imprescindibile, è il sostegno dell'economia locale. Lo facciamo instaurando rapporti di collaborazione duraturi, basati sulla fiducia e sull'affidamento reciproco. Se noi cresciamo, anche i nostri fornitori crescono insieme a noi. Secondo, ci impegniamo a valorizzare i nostri collaboratori ascoltandoli, lavorando per renderli partecipi nell'attività quotidiana e per creare in loro senso di appartenenza e attaccamento all'azienda. Terzo, manteniamo alto il nostro impegno nella difesa dell'ambiente con grandi e piccole azioni, perché ogni scelta quotidiana è una potenziale opportunità per essere vicini al nostro pianeta. E, infine, vogliamo essere parte attiva nel sociale supportando chi più ha bisogno.

Le tappe fondamentali della crescita

Anni '30
I fratelli Beniamino e Giuseppe vendono frutta e verdura nei mercati rionali.

1938
In via Malvasia a Trento, nella periferia della città viene aperto il primo negozio di frutta e verdura.

1957
Con una grande intuizione, viene presentato ai trentini il primo supermercato organizzato con la formula del self-service.

Anni '60
L'attività prosegue bene; prende forma una vera impresa familiare che in pochi anni porta all'apertura di altri due supermercati.

Anni ’70

La crescita economica asseconda lo sviluppo, si aprono negozi, si inizia a strutturare l’azienda e si studiano nuovi modi di comunicare con il cliente.

Anni ’80

Un periodo di innovazione e nuove prospettive portano ad espandersi in Alto Adige e creare nuovi formati di vendita: così nasce Regina.

Anni ’90

Prosegue la diffusione sul territorio regionale e si sperimentano coraggiose soluzioni di vendita; novità assoluta in Italia, viene proposto un negozio a pianta circolare.

2024

Completamento della “Cittadella Poli” con il trasferimento di tutti gli uffici presso la nuova palazzina e l’apertura del supermercato più grande di tutta la regione (inaugurato a fine ottobre 2023).

Dal 2020

Potenziamento delle linee di prodotto in risposta alla crescente domanda di alimenti biologici, naturali e orientati al benessere; valorizzazione delle filiere locali e della biodiversità territoriale attraverso la creazione della linea a marchio privato “Il Gusto Contadino”; focus su prodotti pronti al consumo e creazione di un laboratorio centralizzato per la preparazione interna di piatti pronti.

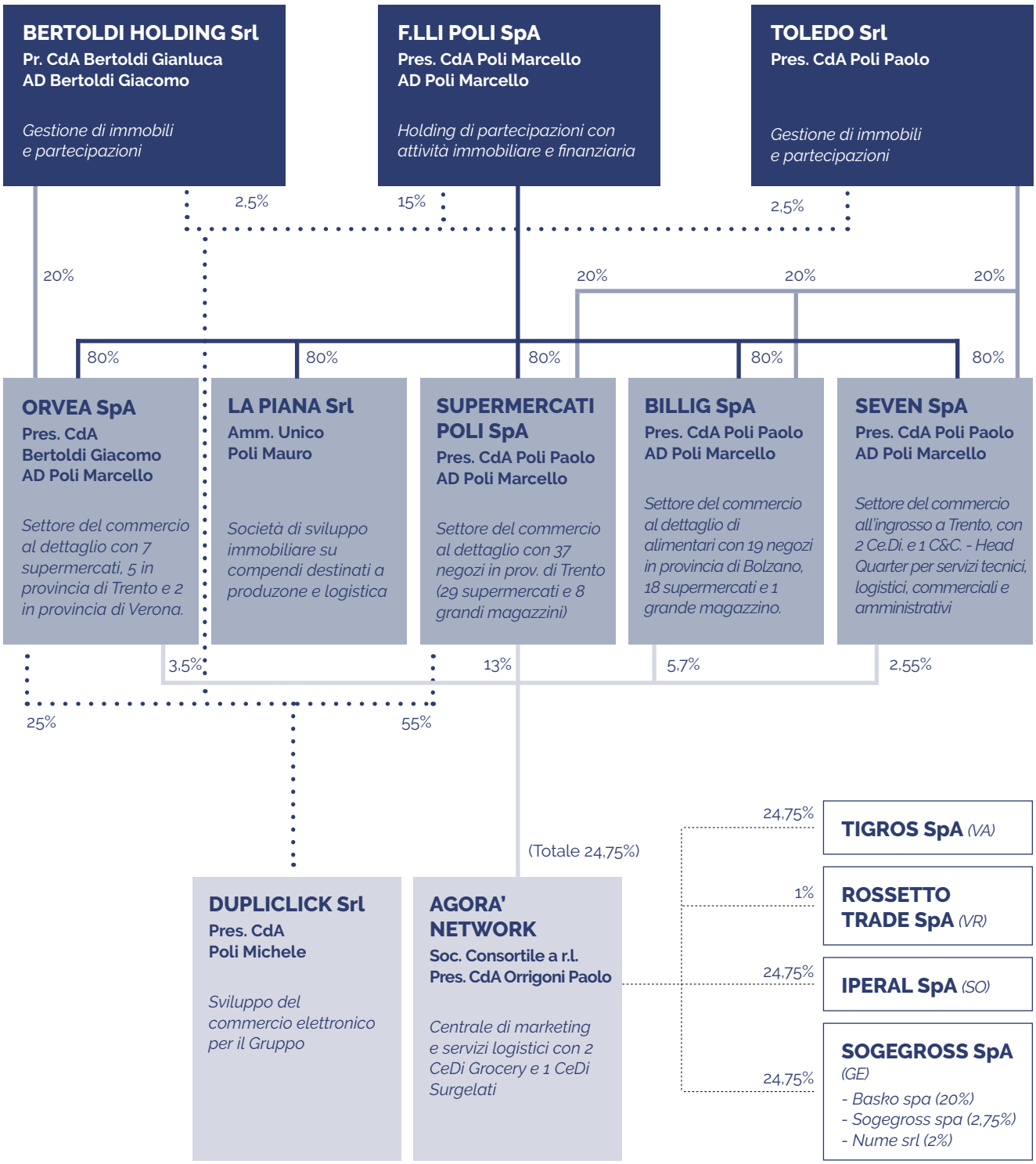
Dal 2010

In negozio o sul web, per risparmiare tempo o per vivere al passo in un’era digitale, sono molti i servizi lanciati in un decennio; dal 2016 la spesa si fa anche on-line.

Dal 2000

Si stringono forti alleanze con altre catene distributive e si lavora per legarsi ancora di più al cliente; nasce così la prima carta fedeltà del Trentino–Alto Adige.

La struttura societaria



Struttura al 31/12/2025

Il perimetro di attività delle varie società

SUPERMERCATI POLI SPA **BILLIG SPA** **ORVEA SPA**	Commercio al dettaglio di beni alimentari e non presso superette, supermercati, ipermercati e grandi magazzini.
SEVEN SPA	Commercio all'ingrosso di beni di largo e generale consumo, commercio elettronico, servizi logistici, amministrativi, commerciali e tecnici.
DUPLICLICK SRL	Sviluppo piattaforma e-commerce.
LA PIANA SRL	Sviluppo immobiliare.
AGORA' NETWORK SCARL	Società mandataria per la stipula di contratti commerciali, servizi di logistica e realizzazione di prodotti a marchio del produttore.

La rete di vendita

PROVINCIA DI TRENTO

- **17** Supermercati Poli
- **1** MiniPoli
- **5** IperPoli
- **4** Supermercati Orvea
- **1** IperOrvea
- **8** Regina
- **6** Amort Supermarkets
- **1** C+C Italmarket

PROVINCIA DI BOLZANO

- **10** Supermercati Poli
- **3** MiniPoli
- **1** IperPoli
- **1** Regina
- **4** Amort Supermarkets

Provincia di Verona

- **1** Supermercati Orvea
- **1** IperOrvea

Rete di vendita al 31/12/2025

Le insegne

Operiamo nel canale alimentare e non alimentare attraverso una pluralità di insegne e una diffusione capillare in Regione. Vogliamo consolidare il posizionamento sul territorio con location di qualità e strutture che consentano l'adozione di processi produttivi efficienti, andando a sostituire quelle non più in linea con gli standard voluti. Con l'insegna Orvea siamo presenti anche in provincia di Verona, nelle zone di Affi e Peschiera.

Supermercati medio-grandi, dal formato moderno, con assortimenti completi ed alto livello di servizio.

Formato dei negozi di ridotte dimensioni che sviluppano un servizio di vicinato; concentrati attorno al concetto della "spesa piccola".

Maxi-formato dei negozi, tendenzialmente oltre i 3mila mq, che accolgono assortimenti molto vasti, linee prezzo differenziate e importanti spazi promozionali; prezzi orientati alla politica EDLP.

Supermercati di convenienza; assortimenti orientati alle esigenze locali, presenza di grandi formati e posizionamento prezzi più basso rispetto alla media del mercato.

Magazzini medio-grandi focalizzati sui principali settori del non alimentare.

Cash&Carry per la vendita nel settore ingrosso.

E-commerce per la spesa alimentare con la formula del Click&Collect.

Governance

La struttura societaria

Pur mantenendo la visione di un'azienda familiare, vogliamo interpretare al meglio un ruolo da protagonisti nel mercato regionale della Grande Distribuzione Organizzata (meglio, Distribuzione Moderna) con ottica di medio-lungo periodo. Ci siamo dotati di una struttura, di un organigramma e di regole di governance che mirano: a salvaguardare la compattezza della proprietà, potenzialmente frazionata fra diversi membri della famiglia, favorendo il permanere della stessa nelle mani dei Soci che intendono proseguire nell'attività imprenditoriale del Gruppo; a favorire il passaggio generazionale, dai beneficiari economici della seconda generazione ai loro discendenti che hanno dimostrato interesse nell'azienda; a garantire la rappresentanza negli Organi Sociali anche ai Soci di minoranza; ad assicurare un flusso soddisfacente di dividendi anche ai Soci eventualmente non operativi, in modo che le esigenze delle famiglie non possano condizionare le scelte strategiche di business. Le politiche di governance sono regolate esclusivamente dagli statuti sociali, in particolare dai limiti posti al trasferimento delle partecipazioni e dalle regole per la nomina degli Organi Amministrativi.

Soci di maggioranza

I titolari effettivi della maggioranza del capitale sono i discendenti del capostipite Giuseppe Poli, cioè i figli Marco, Sandro e Marcello ed i nipoti Michele e Mauro.

Soci di minoranza

Il Socio di minoranza nelle società Supermercati Poli S.p.A., Billig S.p.A., Seven S.p.A. è Toledo S.r.l., a mani di Paolo Poli, cugino dei capostipiti di maggioranza, anch'egli esponente della seconda generazione familiare impegnata in azienda e del figlio Federico. Il Socio di minoranza in Orvea S.p.A. è Bertoldi Holding S.r.l., azienda di Gianluca e Giacomo Bertoldi, nipoti di Aldo, fondatore di Orvea. Toledo S.r.l. e Bertoldi Holding S.r.l. sono soci di minoranza anche in Dupliclick S.r.l. Il capitale di minoranza nella società La Piana S.r.l. è invece in capo alla società IIA S.r.l.

Capogruppo

Il controllo del Gruppo fa capo alla sub-holding F.lli Poli S.p.A. Nel 2017 la quota di controllo (55% delle azioni) è stata conferita nella società in accomandita per azioni Family Business Poli (FB Poli), da considerare quale "cassaforte di famiglia", ovvero il veicolo grazie al quale verrà garantita all'azienda continuità di gestione. I soci accomandatari di FB Poli attualmente appartengono alla seconda generazione. L'organo amministrativo della capogruppo è composto da cinque membri: due esponenti della seconda generazione, due della terza, e un membro esterno, docente universitario in discipline economiche. Il consiglio ha pieni poteri di amministrazione ordinaria e straordinaria ed è supportato da un Amministratore Delegato. Il Collegio Sindacale è composto da tre membri, mentre il controllo legale dei conti è affidato a un revisore legale. Non esistono patti parasociali tra i soci.

Società controllate

Supermercati Poli S.p.A., Billig S.p.A. e Seven S.p.A. sono partecipate all'80% da F.lli Poli S.p.A. e al 20% da Toledo S.r.l.. In tali società le principali regole di Governance sono identiche. Non sono emesse categorie di azioni che riservino diritti speciali ai titolari. Il Consiglio d'Amministrazione ha mandato triennale ed è composto da quattro membri, in rappresentanza diretta dei quattro capostipiti. È nominato un Amministratore Delegato, cui sono stati conferiti tutti i poteri per la gestione ordinaria e straordinaria, inclusa la responsabilità di allineare le decisioni aziendali ai valori della sostenibilità sociale. I collegi sindacali sono composti da tre membri e il controllo legale dei conti è affidato a revisori legali. Anche in queste società non sono presenti patti parasociali né azioni con diritti speciali.
Orvea S.p.A., azienda che svolge attività analoga, è controllata all'80% da F.lli Poli S.p.A. e al 20% da Bertoldi Holding S.r.l. e segue un modello di Governance coerente con quello delle altre controllate, con differenze solo nel numero dei componenti l'Organo Amministrativo, fissato in tre membri.
La Piana S.r.l. società di scopo, che svolge attualmente attività immobiliare, è controllata all'80% da F.lli Poli S.p.A. e al 20% dalla società IIA S.r.l. è invece amministrata da un amministratore unico.
Dupliclick S.r.l., società costituita per la gestione del ramo d'azienda dedicato al commercio elettronico,

è partecipata da F.lli Poli S.p.A. - sia direttamente che indirettamente attraverso le controllate – per una quota che complessivamente raggiunge il 95%. La restante quota è detenuta in parti uguali da Toledo S.r.l. e Bertoldi Holding S.r.l. (2,5% ciascuna). La Governance è affidata a un Consiglio d'Amministrazione di cinque membri. Non è previsto un Collegio Sindacale né la revisione legale, non ricorrendone i presupposti in quanto la società non raggiunge i limiti fissati dal Codice civile.

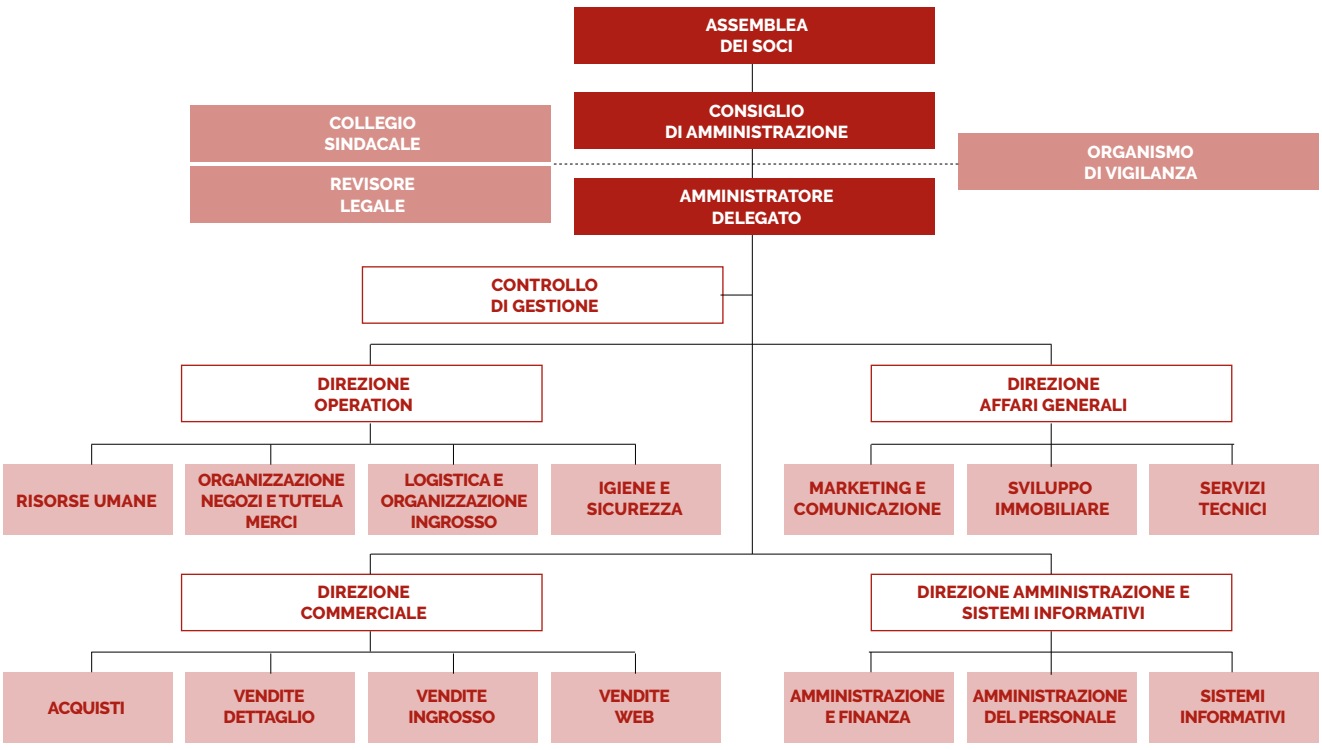
Partecipazioni in società collegate

Il Gruppo Poli partecipa ad Agorà Network S.c.a.r.l., una società consortile che aggrega, oltre a Poli, altri 4 operatori della Distribuzione Moderna: Iperal, Tigros, Sogegross e Rossetto Trade. La partecipazione di Poli è distribuita tra le diverse controllate e rappresenta una quota complessiva del 24,75%. Il Consiglio di Amministrazione di Agorà Network è composto da un rappresentante per ciascun socio, con mandato a scadenza o revoca. Il Collegio Sindacale è formato da tre membri ed è previsto il controllo legale dei conti a mezzo di un revisore legale.

Certificazione dei bilanci

Per la capogruppo, così come per le controllate, è stato conferito al Revisione Legale anche l'incarico per la certificazione volontaria dei bilanci d'esercizio come ulteriore strumento di trasparenza e affidabilità verso gli Stakeholder.

La struttura organizzativa interna



Struttura organizzativa al 31/12/2025

Organi di amministrazione, gestione e controllo

Le società del Gruppo operano in sinergia sia sul piano operativo che finanziario. Le esigenze finanziarie di lungo periodo sono sostenute dalla solida capitalizzazione, mentre quelle di breve termine sono gestite attraverso un sistema di cash pooling centralizzato. F.lli Poli S.p.A. esercita di fatto un'attività di direzione e coordinamento sulle controllate, pur lasciando agli organi amministrativi autonomia decisionale nelle scelte operative e strategiche. Il coordinamento avviene anche attraverso un Comitato di Direzione, composto da membri della seconda e terza generazione attivi in azienda e da manager con responsabilità funzionali. Questo organismo informale si riunisce mensilmente per discutere problematiche operative e supportare le decisioni strategiche.
Di seguito si descrivono sommariamente i principali organi di amministrazione, gestione e controllo.

Consiglio di Amministrazione

È l'organo collegiale responsabile della gestione strategica e operativa dell'impresa. Ha un ruolo centrale nella Governance aziendale, in quanto definisce le scelte strategiche, assicura la sostenibilità a lungo termine dell'impresa e tutela l'interesse degli Stakeholder. Tra le sue funzioni vi è quella di monitorare le attività gestionali svolte dal management verificando che gli obiettivi vengano perseguiti in modo efficace ed efficiente. Supervisiona il sistema di controllo interno e gestione dei rischi, inclusi quelli legati a sostenibilità, compliance e reputazione ed approva politiche aziendali in materia di etica, integrità e responsabilità sociale.

Collegio sindacale

Sebbene non sia ancora stato istituito formalmente un Comitato ESG, è in corso un processo di adeguamento alle normative europee in materia di sostenibilità (CSRD/ESRS). In questo contesto, il Collegio Sindacale svolge un ruolo di vigilanza rafforzata, con particolare attenzione all'adeguatezza degli assetti organizzativi, amministrativi e contabili. L'attività di controllo include la verifica delle misure adottate dall'azienda per garantire un progressivo allineamento agli standard ESRS, anche in assenza di un organismo specificamente dedicato.

Società di revisione

La società di revisione, oltre alla verifica del bilancio consolidato e dei bilanci d'esercizio che ne concorrono alla formazione, è incaricata di svolgere il controllo formale e sostanziale sulla rendicontazione di sostenibilità, in conformità agli standard europei (ESRS). In particolare, verifica che le informazioni non finanziarie siano redatte in modo conforme, completo e attendibile, contribuendo a garantire la trasparenza e la credibilità dei dati ESG comunicati dall'impresa

Organismo di vigilanza

L'Organismo di Vigilanza (OdV) assicura il presidio dell'etica e della legalità aziendale, contribuendo al monitoraggio e all'attuazione del Modello 231, in un'ottica di prevenzione dei rischi e promozione di una Governance responsabile.

Comitato di direzione

Il Comitato di Direzione è istituito in seno a Seven S.p.A., di fatto Head Quarter per la fornitura di servizi in ambito commerciale, amministrativo, organizzativo e tecnico per tutte le società del Gruppo. Rappresenta un organo centrale per l'indirizzo e il coordinamento delle attività strategiche, commerciali e gestionali. È composto da nove membri, che riflettono un equilibrio tra continuità familiare e managerialità: tre esponenti della seconda generazione familiare, tre membri della terza generazione e tre manager con ruoli chiave nelle principali funzioni aziendali. Il Comitato garantisce un presidio completo sulle diverse aree operative del Gruppo, si riunisce mensilmente per analizzare l'andamento economico, si confronta sulle principali questioni gestionali e fornisce supporto alle decisioni strategiche assunte dagli organi amministrativi delle singole società.

La condotta aziendale

Gli strumenti che disciplinano la condotta aziendale sono molteplici: rappresentano un tratto culturale tipico dell'azienda per migliorare il processo decisionale e sono fondamentali per la crescita e la stabilità del business.

Il Codice Etico

Il Codice Etico è il documento elaborato e adottato volontariamente per comunicare a tutti i soggetti interessati i principi di deontologia aziendale, gli impegni e le responsabilità etiche nella conduzione degli affari e dell'attività di impresa. Approvato con delibera del Consiglio di Amministrazione, il Codice Etico è vincolante per i componenti degli organi sociali, l'alta direzione, i dirigenti e la generalità dei dipendenti e deve essere accettato da tutti coloro che, pur esterni alle società del Gruppo, intendano intrattenere con una o più di esse rapporti commerciali o rapporti di collaborazione. Il Codice Etico è idoneo a prevenire i comportamenti illeciti di cui al D. Lgs. 8 giugno 2001, n. 231, acquisendo rilevanza preventiva anche ai fini del modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi della medesima norma e costituendo, pertanto, un elemento ad esso complementare.

Il Regolamento Interno

All'interno del sistema di governance, il Regolamento Interno aziendale rappresenta uno strumento complementare al Codice Etico, per disciplinare in modo chiaro e uniforme i comportamenti attesi. Il documento definisce le regole di condotta che i collaboratori devono osservare durante l'attività lavorativa, con l'obiettivo di promuovere un ambiente professionale basato sulla collaborazione, sul rispetto reciproco, sulla prevenzione dei conflitti e sulla sicurezza in ogni contesto operativo. Distribuito a tutti i neoassunti, reso accessibile tramite la rete intranet aziendale, il Regolamento viene periodicamente aggiornato dalla Direzione Operations – Funzione Risorse Umane, per assicurare coerenza con l'evoluzione normativa e organizzativa.

Il modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D. Lgs. 8 giugno 2001, nr. 231

Insieme al Codice Etico, per assicurare correttezza e trasparenza nella conduzione degli affari e delle attività aziendali, il Gruppo ha adottato, con delibera dei Consigli di amministrazione delle rispettive società, il proprio modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D. Lgs. 8 giugno 2001 nr. 231. Esso risponde all'esigenza di individuare le attività nel cui ambito esista la possibilità di commissione di reati specifici, al fine di prevenirli attraverso l'adozione di protocolli aziendali di comportamento.

Al di là delle prescrizioni di legge, il modello è un valido strumento di sensibilizzazione e informazione rivolto a tutti i dipendenti, dirigenti inclusi, ed ai componenti del Consiglio di Amministrazione. Il Gruppo si è ispirato ai principi del Codice Etico per la redazione di questo documento e provvede alla periodica revisione, al fine di mantenerlo costantemente aggiornato rispetto alle modifiche legislative ed allineato con eventuali cambiamenti organizzativi.

Il documento è stato redatto internamente dopo apposite e specifiche sessioni formative sulla normativa (D. Lgs. 8 giugno 2001 nr. 231.). Esso è costituito da una prima parte generale, che introduce il quadro normativo, illustra i principi generali, definendo anche un sistema sanzionatorio dettagliato e diversificato in base alla gravità della violazione commessa, del ruolo e della responsabilità dell'autore, nonché in ragione della natura del rapporto che esso detiene con le varie società del Gruppo.

Nella seconda parte – speciale - sono invece identificate tutte le specifiche attività nello svolgimento delle quali è astrattamente configurabile un rischio di commissione di reati. Per ciascuna di esse si descrivono i comportamenti a cui attenersi, i riferimenti al sistema di controllo interno e le modalità di gestione dei flussi informativi verso l'organo designato al controllo.

La funzione di vigilanza sull'adeguatezza e corretta applicazione del modello è stata affidata, come richiesto dalla norma, a un Organismo di Vigilanza (OdV) a composizione collegiale, con mandato annuale e in ogni caso rieleggibile, cui partecipa anche un componente esterno al Gruppo con funzioni di Presidente.

L'Organismo opera in maniera autonoma e indipendente, senza vincolo di subordinazione gerarchica, nemmeno rispetto al Consiglio di Amministrazione; è tenuto a vigilare costantemente attraverso poteri di indagine e controllo sul rispetto del modello da parte di tutti i destinatari, a curarne l'aggiornamento e rappresentare un riferimento costante per tutto il personale. Nello svolgimento delle proprie attività, l'Organismo collabora con le direzioni e funzioni aziendali per garantire il migliore monitoraggio delle attività indentificate a rischio di reato, effettua verifiche mirate, accerta l'effettivo svolgimento di iniziative di formazione e informazione e segnala con tempestività agli organi preposti ogni eventuale violazione. La revisione del modello è prevista in caso di modifiche organizzative o di previsioni normative che introducano nuovi reati presupposto.

Il Protocollo Whistleblowing

Il Gruppo Poli ha adottato una procedura di Whistleblowing conforme alle normative nazionali ed europee, che consente a dipendenti e stakeholder di segnalare in modo sicuro comportamenti illeciti, irregolarità o rischi potenzialmente dannosi per l'azienda o l'interesse pubblico. Le segnalazioni vengono gestite tramite la piattaforma esterna "ReBlowing", che assicura l'anonimizzazione del segnalante e la protocollazione automatica, e sono affidate all'Organismo di Vigilanza, incaricato di valutarne la fondatezza nel rispetto dei principi di imparzialità e riservatezza.
L'Organismo può svolgere approfondimenti, incluse audizioni del segnalante e di altri soggetti coinvolti, e avvalersi di supporti interni o enti esterni di controllo, se necessario.
La procedura è aperta a vertici aziendali, dipendenti, fornitori, consulenti, collaboratori e a chiunque abbia rapporti con il Gruppo Poli. Le segnalazioni possono riguardare fatti penalmente rilevanti, violazioni del Codice Etico o del Modello 231, o comportamenti che possono arrecare danni patrimoniali o reputazionali all'azienda o ai suoi stakeholder.
Il sistema tutela il segnalante da qualsiasi forma di ritorsione e consente anche segnalazioni anonime, a condizione che siano sufficientemente dettagliate e circostanziate.
Parallelamente, è attivo un canale di gestione per segnalazioni non necessariamente legate a illeciti penali, che vengono comunque raccolte e approfondite da responsabili interni per garantire una pronta risoluzione.

Ambiente

Limitare i consumi

Pur non operando in settori di business a forte impatto ambientale, ci sentiamo chiamati a dare il nostro contributo per la salvaguardia dell'ambiente: tutelare le risorse energetiche, riutilizzare, consumare meno e ridurre, di conseguenza, le emissioni inquinanti. Ma l'aspetto più importante resta quello di intraprendere con la Collettività un percorso comune e contribuire ad una vera e propria trasformazione culturale, coinvolgendo in primis i collaboratori, che quotidianamente utilizzano attrezzature e strumenti di lavoro, i fornitori che le realizzano e infine i consumatori, che frequentano i punti vendita, acquistano i prodotti ed usufruiscono dei servizi.

Pratiche virtuose all'interno dei negozi e riqualificazioni energetiche

Anche soluzioni apparentemente semplici sono importanti per la difesa del pianeta: se ripetute quotidianamente, si trasformano in pratiche virtuose di impatto. In termini di consumi elettrici, la produzione del freddo alimentare (cioè quello impiegato per la corretta conservazione dei prodotti) è l'attività che pesa di più. Per questo, oltre alla progressiva sostituzione delle attrezzature obsolete con banchi frigoriferi di nuova generazione, abbiamo provveduto alla copertura dei frigoriferi in vasca e alla chiusura di quelli murali.
Presso vari negozi, il calore generato dagli impianti di refrigerazione viene reimpiegato per la climatizzazione del negozio e per riscaldare l'acqua ad uso sanitario. Nell'ottica del percorso di riqualificazione energetica, sono stati da tempo sostituiti gli impianti di riscaldamento a gasolio con impianti a minore impatto ambientale, utilizzando principalmente come fonte energetica l'energia elettrica e, dove possibile l'energia generata da impianti fotovoltaici. Restano esclusi i pochi negozi ubicati in contesti condominiali, per i quali l'azienda non ha facoltà di intervento. In alcuni punti vendita è previsto che la ventilazione meccanica per i ricambi d'aria avvenga con una particolare tecnologia, che modula le attività degli impianti di riscaldamento e condizionamento in funzione della temperatura, esterna ed interna, e dei parametri di qualità dell'aria. Per quanto concerne l'illuminazione, già da diversi anni ricorriamo a corpi illuminanti a LED, in progressiva sostituzione delle luci a fluorescenza e alogene e con sistemi domotici che permettono di dimerare le luci in base alle specifiche necessità del negozio; abbiamo dotato i negozi di tende oscuranti ed anti-irraggiamento con sensore crepuscolare ed i magazzini di sensori per l'illuminazione connessi alla presenza di persone. Infine, poniamo grande accortezza nell'uso degli imballaggi: riutilizzabili per la gestione delle merci nei reparti freschi; rigorosamente ecosostenibili per il materiale ad uso interno ed infine carta, bioplastica, cotone o polipropilene per gli shopper da destinare ai clienti.

Il controllo dei consumi

Siamo impegnati, da anni, in un controllo costante e meticoloso di tutti i consumi e delle relative fonti. Tra quelli diretti rientrano l'uso di energia elettrica, acqua, i consumi di gas ed il carburante per la flotta aziendale. Gestire con efficacia la variabile consumo significa, da un lato, intervenire sul livello generale di efficientamento; dall'altro, avviare progetti speciali secondo le caratteristiche peculiari di ogni sito produttivo. Ad inizio 2016 abbiamo installato un sistema di controllo integrale in tutti i negozi, presso la sede e presso i magazzini centrali. Questo si compone di speciali misuratori on-site, che quantificano e rendono disponibili in remoto i consumi di acqua, di energia e la produzione da fotovoltaico. I dati vengono convogliati ad un software centrale di Business Intelligence, che è stato predisposto per la loro corretta presa in carico e per la generazione di report informativi. Le misurazioni vengono analizzate, rielaborate e rese fruibili a varie funzioni aziendali. Tra queste, la Funzione Tecnica è chiamata a intercettare eventuali malfunzionamenti, gestioni anomale di attrezzature, spegnimenti o perdite, per intervenire, ove necessario, nel più breve tempo possibile.

Il consumo di acqua

L'acqua sta diventando anche nel nostro territorio un bene sempre più prezioso.
Pur non essendo grandi consumatori di acqua il nostro impegno ci vede coinvolti con piccoli accorgimenti, che però ci permettono di risparmiare grandi quantitativi di acqua e ridurre gli sprechi:

ad esempio l'utilizzo di rubinetti a fotocellula al posto dei rubinetti tradizionali e l'installazione di addolcitori che riducono la durezza dell'acqua e la rendono meno calcarea.

I consumi indiretti

La nostra attenzione all'ambiente si traduce anche nel controllo dei consumi indiretti, derivanti dallo svolgimento di servizi commissionati ai nostri partner. Importante in tal senso è la continua ricerca di efficienza nei trasporti, per contenere le emissioni in atmosfera derivanti dalla circolazione di furgoni, camion e autotreni, che garantiscono il servizio di consegna in negozio.
A tal scopo la funzione logistica pianifica rigorosamente le missioni ed i percorsi, conciliando il perseguimento di ottimali livelli di servizio con la massima saturazione dei mezzi di trasporto. Una regola fondamentale è, infatti, quella di sfruttare al meglio la portata ed il volume disponibile degli autocarri, massimizzando il numero dei colli trasportati per ogni singola missione.

Utilizzare energie rinnovabili

Le centrali a CO_2

Il contributo all'effetto serra dei vari gas viene misurato in GWP (Global Warming Potential - potenziale di riscaldamento globale). L'anidride carbonica CO_2 è un gas naturale con un valore inquinante molto inferiore (1 GWP) rispetto ai gas fluorati tradizionali, che possono arrivare anche a 4.000 GWP. Consapevoli di questo, siamo stati tra i primi a intraprendere il percorso tecnico della refrigerazione con CO_2 al posto dei gas sintetici, con la volontà di dotarci di impianti che consentano la migliore resa per tutti gli scenari di servizio al negozio: produzione di freddo alimentare, climatizzazione, riscaldamento ed acqua calda sanitaria. All'epoca, ormai qualche anno fa, non ci siamo lasciati scoraggiare dagli studi specifici che evidenziavano per questi impianti prestazioni mediocri con temperature ambientali superiori a 33° C e, di fatto, avevano identificato l'arco alpino quale limite geografico e climatico a sud (equatore R744) per garantire la buona resa degli impianti a CO_2. Grazie alla collaborazione con aziende leader a livello europeo nella produzione di soluzioni di refrigerazione e climatizzazione a CO_2, abbiamo realizzato centrali e impianti d'avanguardia a livello mondiale, con prestazioni energetiche tali da riuscire a spostare l'equatore R744 al Nord Africa. L'utilizzo di tecnologie aggiuntive di efficientamento per i climi caldi ha consentito il raggiungimento di ambiziosi traguardi in termini di risparmio energetico, che addirittura migliorano al decrescere della temperatura esterna. Un esempio è l'impianto realizzato a Spiazzo (TN), uno tra i primi ad essere costruito nel 2014, che è entrato a far parte di un progetto internazionale di monitoraggio sui dati di effettiva resa energetica e sulla bontà del kit climi caldi, promosso dall'Istituto Universitario Norvegese della Scienza e Tecnologia, riferimento mondiale assoluto in tema di analisi energetica degli impianti e attivo sostenitore della ricerca di soluzioni ecosostenibili o l'impianto di Via Maccani a Trento, oggetto del monitoraggio Multipack condotto dal CNR Padova per cui è stato anche recentemente pubblicato un articolo sulla rivista scientifica specializzata "International Journal of Refrigeration". Da allora, replichiamo le installazioni di centrali a CO_2 in occasione di tutte le nuove aperture e le ristrutturazioni della rete di vendita.

Il fotovoltaico

Investiamo anche sull'autoproduzione di energia elettrica, attraverso impianti fotovoltaici montati presso la sede e alcuni negozi. Attualmente la produzione energetica riesce a coprire solo una parte del fabbisogno delle unità coinvolte, ma è in atto un piano per aumentare l'energia prodotta. I quantitativi eccedenti in determinate fasce orarie vengono ceduti in rete.

Ridurre e differenziare

Raccolta rifiuti

Ridurre i rifiuti è la base per una buona gestione dei residui. Quando non si riesce ad evitare del tutto la produzione dei rifiuti, la differenziazione diviene un ulteriore pilastro di efficienza.
Sia nelle sedi, che presso i negozi, differenziamo i rifiuti, seguendo i criteri definiti dalle varie Amministrazioni locali, collaborando con fornitori specializzati, enti, comuni ed aziende municipalizzate, affinché una frazione sempre crescente sia correttamente conferita ed avviata alla raccolta differenziata, diminuendo, di fatto, la quota di rifiuto indifferenziato.

Riutilizzare gli imballaggi

Recupero e riutilizzo degli imballaggi

Abbiamo posto in essere una capillare organizzazione di recupero degli imballaggi riciclabili, siano essi in cartone, polistirolo, legno, nylon oppure in plastiche dure.
Oltre a questo, per la fornitura delle carni e dei prodotti ortofrutticoli ci avvaliamo, in pooling, di cassette in plastica a sponde abbattibili, generando vantaggi concreti dal punto di vista ambientale: si riducono i volumi in fase di trasporto dell'imballaggio vuoto, diminuiscono i mezzi circolanti sulle strade e, di conseguenza, l'immissione di gas nocivi nell'aria. Inoltre, si preservano risorse ambientali e idriche e si riduce la produzione di rifiuti, perché anche i contenitori eventualmente rotti o non più utilizzabili vengono ridotti in granulato ed utilizzati per la produzione di nuove casse. All'interno del ciclo produttivo e di approvvigionamento del settore ortofrutta, abbiamo posto in essere un circuito a noleggio anche per le pedane che i fornitori utilizzano per la consegna presso la nostra piattaforma.

Imballaggi interni ecosostenibili

Il progetto Eco Pack, lanciato nel 2010, ci vede impegnati nel contenere l'impatto ambientale prodotto dal materiale di consumo e confezionamento interno.
L'obiettivo è quello di diminuire il numero di imballi utilizzati, di alleggerirli e ridurli nelle dimensioni, sostituendo i materiali plastici o non riciclabili con materiali di derivazione cartacea e vegetale. In una prima fase, ci siamo concentrati sul prodotto distribuito nei reparti a servizio assistito, per poi passare a quelli take-away.
Oggi più che mai il tema è tornato ad essere di grande attualità ed è cresciuta anche la sensibilità del consumatore. Abbiamo pertanto rilanciato il progetto, spingendo ulteriormente verso la sostituzione virtuosa dei materiali da imballo.
Questo cambiamento culturale generalizzato per individuare soluzioni innovative è stato recepito dall'industria degli imballaggi, oggi molto più attenta e sensibile al tema rispetto al passato. Possiamo pertanto proseguire la nostra ricerca per lo sviluppo di imballi per le nostre attività, che garantiscano il più favorevole trade-off fra le esigenze funzionali e quelle ambientali.

Persone e lavoro

La presenza capillare della rete di vendita sul territorio ci permette di generare occupazione, sia nelle aree centrali che in quelle periferiche. Ai posti di lavoro stabili e gestiti con contratto diretto, è possibile sommare quelli derivanti da contratti di somministrazione e quelli per i servizi "no core", che esternalizziamo in maniera continuativa.

Sicurezza e benessere

La sicurezza e il benessere dei collaboratori

La stabilità dell'impiego

La Direzione Risorse Umane coordina direttamente l'attività di recruiting del personale, sia per la sede che per i punti vendita, collaborando con diverse agenzie per il lavoro nelle fasi di raccolta, scrematura dei curricula e selezione dei candidati. La stabilità e la sicurezza del posto di lavoro contribuiscono in maniera sostanziale al benessere dei collaboratori: per questo impieghiamo per la massima parte personale a tempo indeterminato. La cura della fase di selezione, la formazione e l'affiancamento dei nuovi assunti consentono, infine, di mantenere elevato il tasso di conversione alla scadenza dei contratti da tempo determinato ad indeterminato. La principale modalità d'ingresso all'impiego è quella del lavoro somministrato, una tipologia contrattuale che risponde all'esigenza aziendale di una maggiore flessibilità, che permette di raggiungere un più ampio bacino di candidati, di snellire le formalità iniziali di assunzione, ma che al contempo fornisce anche al lavoratore benefici in termini di tutele e di possibilità di stabilizzazione futura. Usualmente, trascorso un periodo di circa 8 mesi in modalità interinale, i collaboratori proseguono il loro percorso professionale, assunti con contratto a tempo indeterminato o di apprendistato, stipulato direttamente con le società del Gruppo. A livello contrattuale non vi sono penalizzazioni per il lavoratore per il fatto di essere assunto da un'agenzia di lavoro interinale: ha gli stessi diritti e le stesse tutele socio-assistenziali, nonché, a parità di mansioni svolte, la stessa retribuzione di un addetto di pari livello assunto in via diretta. È tenuto a seguire i regolamenti, le direttive e le procedure varate dall'azienda. Viene posta particolare attenzione alla valorizzazione delle risorse giovani che entrano in azienda, anche grazie all'attivazione di stage, spesso in collaborazione con l'Università, che in alcuni casi si trasformano successivamente in contratti di lavoro.

Il benessere dei collaboratori

Per operare in maniera efficiente in qualsiasi ambiente lavorativo è necessario fare in modo che tutti i dipendenti, dal primo all'ultimo, sentano di prendere parte ad un progetto comune. Pertanto, chi ricopre ruoli di responsabilità e di leadership è sollecitato ad influenzare positivamente le motivazioni e l'impegno dei propri collaboratori, rendendoli protagonisti delle performance aziendali. In questa direzione assumono un ruolo importante anche la comunicazione interna e le iniziative di incontro e di condivisione allargata. Tra queste, la più sentita e apprezzata rimane la convention annuale, in cui si ricordano i valori chiave che ispirano la missione del Gruppo e si presentano i risultati conseguiti nel periodo. Molte risorse, in termini di tempo e persone, sono poi dedicate ai gruppi di lavoro, momenti che coinvolgono trasversalmente tutti i livelli gerarchici e collaboratori con ruoli e competenze diverse.

La sicurezza sul lavoro

Coniughiamo il raggiungimento degli obiettivi aziendali con elevati standard di sicurezza del lavoro, che prevedono anche istruzione mirata per il personale di negozio, della sede e dei magazzini. Ogni anno predisponiamo un piano di formazione continua in tema di prevenzione degli infortuni ed aggiorniamo costantemente i manuali per la sicurezza che, per le diverse mansioni, definiscono procedure operative e misure preventive. Apposite sessioni di formazione sono previste inoltre per i componenti delle Squadre di Primo Soccorso e di Evacuazione Emergenza. Grazie all'effetto positivo di queste azioni, riusciamo a mantenere il tasso di infortunio sul lavoro ad un livello fisiologico. La diffusione dell'epidemia da virus SARS-CoV-2 ci aveva indotti a rafforzare le strategie di prevenzione, al fine di garantire la salubrità dei luoghi di lavoro e di limitare al massimo il rischio di contagio, anche anticipando i protocolli e le indicazioni pervenute della Pubblica Amministrazione. A tal scopo abbiamo adattato le attrezzature e le procedure di sanificazione, e ci siamo dotati dei DPI necessari. L'affievolirsi dell'impatto pandemico non ha determinato l'abbassamento della guardia ai fini della massima prevenzione del rischio. Cura dei collaboratori significa non solo garanzia di operare in ambienti salubri, ma anche

una distribuzione equilibrata del carico di lavoro allo scopo di prevenire eventuali situazioni di stress, che impattino negativamente sia sul singolo, che sull'organizzazione. Controlliamo frequenza e durata delle assenze per malattia, con l'obiettivo di riuscire a individuare tempestivamente quelle ricorrenti, intuirne le cause ed eventualmente attivare azioni correttive, finalizzate al miglioramento del contesto lavorativo e, di conseguenza, del tasso di presenza al lavoro.

Relazioni sindacali

Le relazioni sindacali mettono a confronto soggetti con obiettivi talvolta contrapposti: datore di lavoro e rappresentanze sindacali, che agiscono in nome e per conto dei lavoratori iscritti. Con un dialogo costruttivo e trasparente, pur difendendo senza compromesso le strategie di gestione delle risorse umane definite dall'azienda, la Direzione Operation si confronta in maniera continuativa con le varie sigle sindacali, definendo anche gli accordi di contrattazione collettiva di secondo livello.

Conciliare le esigenze

L'organizzazione del lavoro

L'organico aziendale è costituito prevalentemente da personale femminile e risulta quindi ancor più importante l'impegno per favorire la conciliazione delle esigenze famiglia/lavoro. Le maggiori difficoltà nel perseguire tale obiettivo sono determinate dalla volontà aziendale di massimizzare il servizio al cliente, che si concretizza in aperture dei negozi con orari estesi e nelle giornate festive e domenicali.

La conciliazione di obiettivi potenzialmente confliggenti passa anzitutto attraverso la garanzia al personale della regolare fruizione delle giornate di riposo, delle ferie e dei permessi, nonché attraverso il contenimento del ricorso al lavoro straordinario. A tale scopo, operiamo un'accurata politica di gestione dei processi di lavoro, che prevede una pianificazione ottimale degli orari, un'adeguata distribuzione dei carichi lavorativi e l'intercambiabilità di ruoli e mansioni, pur nel rispetto di una loro chiara definizione.

I contratti a tempo parziale

Compatibilmente con le esigenze organizzative, garantiamo un ampio ricorso a regimi di orario parziale, cercando di tutelare in modo particolare le esigenze del personale femminile.

La stipula di contratti part-time avviene su base volontaria, segue quindi sempre una richiesta diretta dell'interessato, per la maggior parte mamme con bimbi piccoli. Spesso la richiesta di lavorare su orario ridotto avviene al termine del periodo di maternità obbligatoria e della fruizione di congedi parentali facoltativi; poche sono, invece, le mamme che preferiscono rientrare al lavoro al termine del periodo di astensione obbligatoria.

La efficace tutela delle esigenze di conciliazione famiglia/lavoro trova conferma nella scelta delle collaboratrici di tornare alla propria occupazione al termine del congedo parentale. Monitoriamo questo attraverso gli indicatori "tasso di ritorno", ossia la percentuale di neomamme rientrate al lavoro al termine della maternità obbligatoria o del congedo parentale facoltativo, e "tasso di retention", ossia la percentuale di mamme ancora in forza all'azienda, trascorsi 12 mesi dal rientro al lavoro.

Premiare l'efficienza

Inquadramento e retribuzione

L'inquadramento dei collaboratori è attribuito sulla base delle mansioni svolte nell'ambito del ruolo assegnato e nel rispetto di quanto statuito dal mansionario aziendale.

Tutte le società del Gruppo hanno in essere accordi integrativi, che garantiscono un trattamento economico e normativo di miglior favore rispetto a quanto previsto dal CCNL del settore terziario e sono orientati al conseguimento di obiettivi di generale miglioramento aziendale in termini di gradimento del cliente, di produttività e di redditività.

Il contratto integrativo aziendale (C.I.A)

Oltre alla parte normativa, è stato istituito un Premio di Risultato (P.d.R) frutto del confronto fra azienda, organizzazioni sindacali e rappresentanti dei lavoratori. Esso assume una particolare valenza nelle politiche retributive e contribuisce a rendere partecipe ciascun collaboratore dei risultati raggiunti. A tali incentivi hanno accesso tutti i dipendenti in forza e si concretizzano nell'erogazione di un premio economico calcolato in funzione del raggiungimento di obiettivi generali legati a fattori di produttività, redditività ed efficienza. Il valore liberato viene poi distribuito in relazione al livello di assiduità al lavoro registrato da ciascun dipendente.

Il sistema di incentivazione individuale

Il sistema di incentivazione individuale è indirizzato principalmente a figure apicali, manageriali e che ricoprono ruoli di responsabilità nell'organizzazione aziendale, vengono corrisposti a fronte del raggiungimento di risultati quantitativi e qualitativi, definiti ad inizio anno.

La crescita personale

Nella motivazione del singolo collaboratore, oltre alla variabile retributiva e premiante, convergono aspetti come l'organizzazione del lavoro, la crescita professionale e la formazione. In questo contesto, l'azienda promuove la rotazione delle mansioni (job rotation), la revisione, l'arricchimento o la riprogettazione delle mansioni, con l'obiettivo di combinare in modo ottimale le necessità di produttività con quelle di soddisfazione dei bisogni personali. Pertanto, ogni anno vengono inoltre valutati i percorsi di carriera, prevedendo avanzamenti di livello e aumenti salariali in relazione all'assegnazione di nuovi compiti e all'assunzione di maggiori responsabilità.

Le pari opportunità

La politica aziendale sostiene le pari opportunità tra uomini e donne. Tra pari livello non emergono, infatti, significative differenze di retribuzione fra generi; il divario salariale va ricondotto perlopiù alle diverse modalità di partecipazione alla vita lavorativa in termini di tempo dedicato e di responsabilità legate a ruolo e qualifica.

Coltivare la professionalità

La formazione

La nostra volontà di offrire elevati standard di qualità si fonda anche sul sostegno che diamo alla crescita professionale dei collaboratori. Un impegno che esprimiamo con attività di formazione, aggiornamento e affiancamento. La Funzione Risorse Umane elabora con periodicità annuale un piano formativo, che comprende corsi di vario tipo: addestramento specialistico di negozio con moduli mirati per la gestione del cliente, interventi legati alla sicurezza sul luogo di lavoro e ad aspetti igienico sanitari e, infine, momenti formativi universali e trasversali per l'acquisizione di nuove competenze e di abilità personali. Grande importanza è data alla formazione di ingresso, che coinvolge tutte le nuove leve. In varie occasioni i corsi sono curati da formatori interni, mentre per i contenuti tecnico-specialistici ci affidiamo alla consulenza e al servizio di docenze tenute da professionisti terzi.

L'informatizzazione

Il sistema informatico aziendale, nella sua completa articolazione di infrastrutture, database e applicativi rappresenta un cardine essenziale della nostra attività. È qui che le informazioni e i dati confluiscono, vengono processati e resi fruibili internamente in tempi rapidi, anche grazie agli investimenti – costanti e consistenti - per mantenere aggiornata sia l'infrastruttura hardware, che i software. Nella nostra concezione del business, la centralità dell'informazione è divenuta ormai elemento imprescindibile nei processi decisionali, così come per garantire efficienza ed efficacia nelle attività operative, a ogni livello. Per questo dotiamo le unità di vendita ed il personale di adeguati strumenti tecnologici, totem interattivi, smartphone e terminali: un valido aiuto per automatizzare attività ripetute, completare processi ed operare scelte in situazioni di difficile interpretazione.

Mercato

Perseguiamo la leadership regionale tramite una rete capillare di punti di vendita con location, dimensioni e strutture funzionali a consentire un'adeguata produttività del lavoro. Abbiamo sperimentato ed in seguito sviluppato una piattaforma di e-commerce secondo un concetto di omnicanalità del servizio. La vicinanza e la conoscenza del cliente ci consente la differenziazione della proposta, in un settore di attività dove l'omologazione è la norma. La valorizzazione dei prodotti del territorio è parte di questa nostra strategia. Non può essere peraltro trascurata la penalizzazione, rispetto ad altri operatori di livello nazionale, che la nostra dimensione aziendale può conseguire, soprattutto nella relazione con la grande industria nazionale e multinazionale. Per superare questo gap oggettivo, sviluppiamo e coltiviamo alleanze e modelli organizzativi originali, al fine di condividere visione e strategie di mercato con realtà simili alla nostra per valori e radicamento territoriale.

Creazione di valore da condividere

Da sempre lavoriamo in ottica di lungo periodo, ben consapevoli di come la sostenibilità sociale, ambientale e di governance costituiscano elementi cardine per la longevità del business.

La possibilità di contribuire ad uno sviluppo duraturo parte necessariamente dal raggiungimento di un successo commerciale, senza il quale non potremmo generare valore per il territorio in cui operiamo, supportare la crescita dei dipendenti e delle risorse a noi collegate, adottare soluzioni positive e innovative per l'ambiente e la comunità.

Quote di mercato e andamento economico

Monitoriamo costantemente il nostro posizionamento competitivo in Regione e nelle singole province, attraverso le rilevazioni effettuate dai principali istituti di indagini di mercato, commissionando talvolta analisi, approfondimenti e ricerche anche ad hoc. Siamo interessati a conoscere puntualmente cosa i clienti pensano di noi e se la nostra attività incontri le loro aspettative. Lavoriamo supportati da un accurato sistema di budgeting e pianificazione delle attività, plasmato sulla base dei generali obiettivi commerciali, finanziari e di comunicazione. I controlli periodici sul grado di raggiungimento delle previsioni, l'analisi dell'andamento generale di costi e marginalità, assieme ad un'attenta osservazione degli scenari di mercato, ci permettono di intervenire tempestivamente per migliorare la proposta commerciale e, qualora necessario, modificare il livello dei prezzi, attivare azioni correttive o attività di supporto alle vendite.

Alleanze

Dal 2000, insieme ad Iperal, Tigros e Gruppo Sogegross, tre aziende leader a livello regionale e multiregionale nel settore della Grande Distribuzione del Nord Italia, abbiamo dato vita ad Agorà Network, una centrale di acquisto e marketing che, per la prima volta, si presentava al mercato mettendo al primo posto i valori di condivisione, qualità e sviluppo di nuove sinergie.

Con effetto dal 1° gennaio 2021 Rossetto Trade si è aggiunto all'Alleanza. Natura familiare della proprietà, forte radicamento territoriale e leadership nel mercato di riferimento, capacità di innovare e di soddisfare il cliente perseguendo la massima qualità: sono questi gli elementi comuni alle aziende aderenti al gruppo, tutte realtà giovani e dinamiche.

Il disegno su cui fin dall'inizio abbiamo fondato l'unione è stato quello di abbinare alla forza locale delle singole imprese la forza del sistema a rete nella realizzazione di programmi ed investimenti condivisi, per garantire lo sviluppo di economie di scala e progettualità a lungo termine. L'alleanza è il presupposto per un'attività di valorizzazione ed integrazione delle competenze dei singoli Soci, affinché tutti possano beneficiare del know-how sviluppato come patrimonio comune.

Attraverso la sede di Milano e con la collaborazione dei team di lavoro attivati presso le singole aziende, Agorà Network gestisce gli acquisti e la logistica del mondo grocery e freddo, promuove il marketing di acquisto, cura

lo sviluppo del marchio privato Primia nelle sue diverse declinazioni e canalizza gli investimenti tecnologici per ottimizzare lo sviluppo della filiera distributiva. Agorà Network si caratterizza per una rete di vendita dei Soci in forte espansione ed opera con una pluralità di insegne e di formati distributivi. A partire dal 1° gennaio 2011, Agorà Network è rientrata a far parte della Centrale d'acquisto ESD Italia, cui sono associati altri gruppi leader, divenuta la principale sul panorama nazionale.

Conoscere il nostro cliente

La conoscenza del cliente

La chiave per crescere anche in mercati e tempi difficili è capire le aspettative del cliente: oggigiorno la convenienza non basta più, ma al contrario deve essere affiancata da valori come salute, trasparenza, tracciabilità, identità, tutela ambientale e promozione del territorio. Attenti a questi nuovi segnali, plasmiamo la nostra proposta per dare ad un consumo consapevole una risposta altrettanto consapevole.

Questo significa lavorare per la soddisfazione del nostro cliente, coltivando una relazione di lungo periodo. Nel 2002 abbiamo lanciato DupliCard, la prima carta fedeltà in Regione. Da allora, consapevoli dell'importanza di conoscere il cliente per poter rispondere adeguatamente alle sue richieste, abbiamo continuato ad investire, con lo scopo di renderci autonomi e tempestivi nell'analisi del comportamento di acquisto sulla nostra rete di vendita.

Ci siamo dotati di un database interno che, sfruttando le potenzialità di altri software già presenti in azienda, permette di integrare le analisi di tre importanti ambiti: l'anagrafica dei dati, il mondo delle promozioni e ciò che avviene in negozio in termini di vendite e flussi di clientela.

Nel tempo abbiamo progressivamente mutato la nostra politica di fidelizzazione: pur conservando alcuni elementi di forza della strategia tradizionale, abbiamo deciso di puntare principalmente sulle leve del micromarketing, per creare un rapporto più mirato con i clienti, erogando vantaggi immediati e personalizzati.

Le relazioni con il cliente

Uno dei nostri principali obiettivi è mantenere un contatto continuo con il cliente, dialogando su più livelli. Posto che il primo contatto è costituito dai nostri collaboratori di negozio, pur utilizzando i canali più tradizionali (Tv locali, radio, quotidiani, giornali, riviste di settore e manifesti pubblicitari) stiamo puntando con convinzione sempre maggiore anche sui canali on-line.

Il Servizio Clienti

Tra i principali strumenti di comunicazione con il pubblico segnaliamo il Servizio Clienti. Gestito con risorse interne, è attivo tutti i giorni dal lunedì al venerdì. Le richieste in arrivo vengono processate, catalogate ed archiviate: possono essere suddivise a seconda della tipologia – informazioni o reclami – e del mezzo di contatto. A partire dal 2017, per accelerare il tempo di risposta al cliente, saltando i passaggi di invio e ricezione mail, abbiamo creato un servizio di chat in tempo reale, divenuto fin da subito uno dei mezzi di contatto preferiti dagli utenti.

Il mondo web

Aggiornato costantemente con l'intento di renderlo sempre attuale e funzionale, il sito internet costituisce un canale privilegiato di comunicazione diretta con i nostri clienti. Dalla home-page alle singole pagine dedicate ai servizi, dall'area istituzionale e della responsabilità sociale a quella delle news, ogni sezione raccoglie le informazioni più importanti dell'azienda, parlando di prodotti, servizi, attività e progetti ed offre una proposta molto ricca di vantaggi personalizzati, fruibili on-line.

La crescita continua ed esponenziale degli accessi da dispositivi mobili ci ha spinto a proporre una app di Gruppo fortemente orientata al servizio, con i contenuti più utili e comodi per un utilizzo fuori casa: rinnovata nella struttura e nelle funzionalità, ancora una volta mira a potenziare il legame con il cliente

tramite vantaggi personalizzati e servizi esclusivi per gli utenti digitali. MyDupliCard è scaricabile da APP Store e Google Play. Sono attivi anche i Social Media, come la pagina Facebook, il canale YouTube ed il profilo Instagram, ricchi di iniziative, novità, curiosità che raccontano in modo fruibile e leggero il nostro impegno verso il territorio, i fornitori, i collaboratori ed i clienti. Di recente introduzione, invece, è la pagina Linkedin rivolta al pubblico professionale del nostro business, attraverso la quale veicoliamo informazioni corporate.

Il magazine aziendale

Dal 2013 pubblichiamo Buonaidea, una rivista mensile che distribuiamo gratuitamente ai nostri clienti per raccontare i luoghi, i sapori e le tradizioni del nostro territorio. Coerentemente con la storia dell'azienda, che in questa terra affonda le sue radici, il magazine racconta i nostri borghi e vallate, senza dimenticare il variegato patrimonio storico-culturale della nostra Regione. Scegliamo temi di attualità con articoli sul risparmio, la salute, il fai da te, le idee per la casa, per il tempo libero e per la buona cucina, riservando sempre uno spazio speciale alla voce delle associazioni benefiche delle imprese e della gente del territorio.

Una proposta attenta e vantaggiosa

I prodotti

Date per irrinunciabili le caratteristiche di salubrità e qualità dei prodotti, perseguiamo con convinzione sempre maggiore due linee guida portanti: in primo luogo la convenienza, un criterio di scelta primario che deve essere quindi garantito, e in secondo luogo la differenziazione degli assortimenti. Sempre più clienti, infatti, basano la propria scelta anche sulla sostenibilità dei prodotti, considerando fattori come la valorizzazione dei localismi e del territorio, il basso impatto ambientale e la chiarezza sui metodi di produzione e provenienza.

I prodotti attenti al benessere

Proseguiamo convinti con la strategia di promozione dei consumi del biologico, che attiviamo praticando prezzi contenuti, con margini più bassi rispetto alla concorrenza specialistica.

Presso alcuni punti vendita della rete abbiamo creato il corner "Naturare Bio", di fatto uno "shop in shop" con logiche espositive diverse e caratterizzanti rispetto al resto del negozio, per ampliare la proposta nel mondo del bio e consentire la vendita di prodotti ortofrutticoli anche non confezionati. L'offerta ampia comprende referenze sfuse, confezionate e bio-ve getali di brand proprietari, di marca industriale e specialistici.

Tra gli obiettivi importanti su cui stiamo lavorando c'è sicuramente anche l'allargamento degli assortimenti dei mercati del free from - senza glutine, senza lievito, senza lattosio, senza zucchero - nuova frontiera cui il mercato sta rivolgendo un interesse via via maggiore, ad assecondare il trend di crescita delle esigenze legate alle intolleranze alimentari.

I prodotti a marchio Primia

Il nostro marchio Primia vanta una storia ultraventennale: era il 2001 quando per la prima volta venne proposto al pubblico con l'intento di offrire "la migliore qualità al minor prezzo possibile".

Anno dopo anno, i prodotti Primia sono stati testimoni di come l'azienda si sia mossa e ancora si stia muovendo per garantire una qualità in linea con quella dei prodotti leader di mercato, assicurando al contempo un prezzo più vantaggioso, in media inferiore del 30%. Da alcuni anni la gamma si è arricchita con due linee speciali.

La prima, Primia Bio, è dedicata al mondo del biologico e a prodotti che fanno uso esclusivamente di tecniche di coltivazione e allevamento naturali, senza l'utilizzo di OGM, fitofarmaci o fertilizzanti di origine chimica. La filiera, interamente tracciabile, offre prodotti tutti accreditati con il logo verde dell'Unione Europea. Completano la linea le referenze per la cura della casa Primia Eco: ecologiche, a basso impatto ambientale, prodotte nel massimo rispetto dell'ambiente con tensioattivi biodegradabili di origine vegetale e con materie prime biodegradabili, compostabili o provenienti da fonti rinnovabili.

La linea Percorsi di Gusto comprende, invece, un'ampia selezione di alimenti di pregio che si distinguono per le materie prime impiegate e per la lavorazione tradizionale. Molti di essi si fregiano della certificazione dei marchi DOP e IGP, osservando i relativi disciplinari, che ne assicurano i controlli su origine e qualità.

La linea Il Gusto Contadino

Territorialità e tradizione, temi molto cari al cliente nella scelta di acquisto, sono le caratteristiche principali de "Il Gusto Contadino", un marchio esclusivo creato in collaborazione con piccoli produttori prevalentemente locali e che esprime un forte legame con i territori dove è presente la nostra rete di vendita. La linea si compone di prodotti dalla forte impronta artigianale ed in qualche modo legata al mondo rurale, realizzati con materie prime e ingredienti selezionati, con qualità diverse rispetto al convenzionale. Privilegiamo quelli che limitano l'uso di additivi e conservanti, avendo attenzione all'utilizzo di imballi a basso impatto ambientale. La gamma comprende specialità appartenenti a categorie merceologiche diverse, da confetture e nettari, a conserve di pomodoro, verdure sottolio e sottaceto e, ancora, yogurt, burro, farine, panificati dolci e salati, carne e insaccati, così come i piccoli frutti freschi. L'impegno per il futuro è quello, sempre in collaborazione con le imprese del territorio, di selezionare o creare nuovi prodotti, per un ampliamento progressivo dell'offerta.

La sicurezza alimentare

La sicurezza alimentare è un postulato essenziale della nostra offerta. A tal scopo coinvolgiamo tutti gli attori della filiera, a partire dai produttori, ai trasportatori, fino ad arrivare ai dipendenti che operano in negozio, salvaguardando la freschezza dei prodotti grazie al controllo della catena del freddo e ad approvvigionamenti rapidi e pianificati con frequenza ottimale.

Apposite guide definiscono la responsabilità in capo ai diversi ruoli e le attività da svolgersi per assicurare la corretta gestione di locali, di impianti ed il rispetto delle normative igienico sanitarie. Sostanziale è lo sviluppo di buone prassi lavorative ed igieniche da parte del personale, al quale ogni anno dedichiamo un'adeguata formazione e la predisposizione di manuali specifici. Diverse verifiche vengono attuate quotidianamente tramite il sistema di autocontrollo H.A.C.C.P., audit a sorpresa e tamponi ambientali nei reparti freschi, freschissimi e in quelli dove avviene l'elaborazione di prodotto. Da alcuni anni abbiamo dato avvio ad un progetto allargato sulla sicurezza alimentare che ha posto Agorà Network al centro della gestione del prodotto non conforme, al fine di definire procedure e modalità comuni fra le varie aziende socie. La casistica è ampia e spazia dai ritiri di prodotto disposti dai fornitori alle verifiche effettuate in autocontrollo, dai controlli in ingresso svolti dai CEDI agli esiti di analisi ufficiali e non. Il progetto, inizialmente limitato ai soli prodotti a marchio, è stato poi esteso a tutto l'assortimento gestito in Agorà, comprese le referenze a marca industriale, e prevede anche una serie di attività complementari di prevenzione, come ad esempio le analisi in tripartita o gli audit organizzati direttamente presso gli stabilimenti di produzione.

La convenienza

Consapevoli della necessità e del desiderio di risparmio del consumatore, ci attiviamo su molti fronti per garantire il contenimento del costo della spesa, a partire dalla diversificazione della proposta commerciale, con attenzione sempre maggiore verso i concept orientati a politiche di Every Day Low Price: esse si concretizzano in un minore utilizzo della leva promozionale, con investimenti delle risorse sui prezzi in continuativo. Destiniamo ogni anno importi rilevanti all'abbassamento dei prezzi di listino, utilizzando anche sconti a volantino, attività promozionali sui reparti, attività di micromarketing, sconti personalizzati ed offerte gestite in-store, stagionali o continuative. Nelle principali merceologie presidiamo e manteniamo costanti i punti prezzo, offrendo soluzioni di acquisto ove possibile a peso fisso e con prezzi chiari.

I servizi

La strategia aziendale prevede lo sviluppo di servizi sempre più orientati alla soddisfazione del cliente, che passa anche attraverso il risparmio di tempo, oltre che di denaro. In primo luogo, cerchiamo di valorizzare il concetto di spesa veloce, tarando la proposta dei reparti freschi e freschissimi su molti prodotti take-away o preconfezionati quotidianamente dal personale, inserendo, ove gli spazi lo permettano, il banco pane self-service e dotando il maggior numero possibile di negozi con sistemi di self scanning e/o self check-out.

In ambito digitale, l'e-commerce ed i servizi annessi sono oggetto di costante evoluzione, primo fra tutti il servizio di spesa on-line, nato come DupliCarDrive, ora evoluto in DupliClick, con la creazione di un dark-store che consente di aumentare il tetto di spese quotidiane gestibili per singolo negozio e creare ulteriori punti di ritiro.

L'efficienza della rete e della filiera

I negozi

La chiave per la crescita sono proprio gli investimenti volti ad innovare e adattare l'offerta distributiva in un contesto che cambia velocemente: per questo promuoviamo una gestione attenta e ragionata della rete di vendita, affinché sia efficiente, ben radicata sul territorio, con negozi ed insegne che si distinguano.
Lo facciamo puntando ad un progressivo aumento della superficie media delle strutture, anche mediante rimpiazzo o chiusura di quelle di dimensioni minime, e differenziando i formati distributivi (Super, Mini, Iper) con forte impulso verso quelli di convenienza.

Ogni anno prevediamo considerevoli investimenti per eventuali nuove aperture, manutenzioni, grandi ristrutturazioni e, soprattutto, importanti interventi volti a ridurre i consumi energetici.

La progettazione dei negozi tiene sempre in considerazione il contesto paesaggistico, territoriale ed eventuali esigenze specifiche della zona. Nell'allestimento degli interni ci facciamo guidare da una filosofia che punta alla semplicità: evitiamo di creare ambienti troppo scenografici o sfarzosi, puntando piuttosto sulla cura e sull'efficienza delle attrezzature, sulla pulizia e sull'adeguamento tecnologico degli impianti. Grazie a corsie ampie e ben organizzate, gli ambienti interni garantiscono uno spazio sufficiente alla mobilità dei carrelli.

La luminosità dei locali viene spesso garantita dalla luce naturale, proveniente da aree finestrate collocate lungo il perimento del negozio. Investiamo per agevolare il più possibile la viabilità, gli accessi ai negozi e la fruibilità dei parcheggi: il nostro obiettivo è renderli ampi, luminosi, con segnaletica chiara e ben visibile, riservando particolare attenzione ai disabili, alle mamme e alle donne in dolce attesa. In molti casi rampe mobili o ascensori accompagnano il cliente fino all'interno dei locali.

L'edilizia verde è il concetto ispiratore delle recenti nuove aperture e di alcuni importanti progetti

ancora in cantiere. L'idea, anche pro futuro, è quella di dar vita a realizzazioni di ampio respiro, che permettano di riqualificare aree urbane o di prima periferia rendendole punti di interesse per la comunità, affiancando alla nostra struttura di vendita altri servizi fruibili dalla collettività (iniziative legate al wellness, salute, altri servizi commerciali o di ristorazione, spazi verdi). Per quanto riguarda la fisionomia ed il linguaggio del costruito, progettato secondo le più innovative linee guida in materia di sostenibilità, la nostra volontà è quella di realizzare strutture moderne, dal disegno essenziale e pulito, grazie all'utilizzo di materiali leggeri ed ecocompatibili.

La logistica

La logistica riveste un ruolo fondamentale per la nostra attività e persegue obiettivi primari in ottica di crescita, efficientamento ed innovazione.
Primo fra tutti la massimizzazione del servizio reso ai negozi sia in termini di frequenza e periodicità delle consegne, che in termini di freschezza dei prodotti, da garantire attraverso modalità di consegna personalizzate in base alle singole esigenze.
Per quanto possibile, evitiamo le consegne dirette a negozio: avere un unico centro di smistamento ci permette, da un lato, di migliorare i controlli qualitativi della merce in entrata e, dall'altro, di alleggerire le attività periferiche di ricevimento.
L'allineamento periodico con il comparto commerciale consente di gestire acquisti in stock, massimizzare la rotazione dei prodotti e trattare un numero di referenze in continuo aumento.

È costante l'impegno per minimizzare i costi di gestione, grazie all'utilizzo di nuove tecnologie e al miglioramento continuo dei processi interni nelle operazioni di movimentazione e stoccaggio. In questa direzione ci siamo mossi anche per la digitalizzazione di tutte le attività di spedizione e ricezione delle merci, dotando i vettori di appositi palmari. Il sistema permette di lavorare esclusivamente con bolle virtuali, tracciare il viaggio e verificare lo stato delle consegne in tempo reale, segnalando direttamente eventuali dispersioni durante il processo o danneggiamenti dei prodotti.

I magazzini

Dopo la revisione organizzativa occorsa nel 2020, la rete di vendita è rifornita da due poli logistici. In quello di Bergamo (BG), Agorà Network stocca e movimenta per conto dei Soci le merceologie grocery e freddo.
L'operatività è delegata ad un primario partner logistico. In quello di Trento, Seven movimenta prevalentemente prodotti freschi e freschissimi, quali ortofrutta, latticini e salumi, carni, pesce, ma anche alcuni prodotti delle merceologie grocery e non food.
Considerata l'altissima rotazione dei freschissimi, gran parte sono movimentati con il metodo della ventilazione.
La piattaforma di Trento funge in qualche caso anche da transit point, per ottimizzare la saturazione dei mezzi destinati ai punti vendita e minimizzare il numero di consegne. Anche per queste piattaforme l'operatività è delegata ad un partner logistico.
L'intera organizzazione è orientata a due obiettivi: l'efficienza - in termini di riduzione degli out-of-stock, dei tempi di consegna, dei costi di movimentazione delle merci - ed il servizio ai punti di vendita.
A Trento è stato creato un laboratorio per la lavorazione ed il confezionamento dei prodotti di pescheria e della gastronomia.

I trasporti

Con l'obiettivo di perseguire la massima efficienza energetica e ridurre al minimo l'impatto ambientale nella gestione dei trasporti, collaboriamo con 5 diverse aziende con le quali organizziamo tutte le consegne del grocery, freddo, freschi e freschissimi.

Oltre il 60% dei volumi vengono consegnati a negozio prima dell'orario di apertura, in modo da garantire la massima freschezza del prodotto. Una funzione preposta cura la pianificazione delle missioni e monitora i livelli di servizio, puntando sempre alla saturazione ottimale dei mezzi.

I fornitori

Essere concentrati sul cliente significa inevitabilmente essere concentrati anche sul fornitore: oggi, per perseguire le nostre finalità, dobbiamo essere in grado di coinvolgere i nostri partner per quanto riguarda la qualità dei prodotti e dei servizi offerti.

Attivando con loro strategie comuni, andiamo ad agire direttamente sulla crescita, sulla produttività e sulla capacità di dare risposte adeguate al cliente. E la qualità della nostra offerta ne beneficia di riflesso. Proprio in questa ottica, siamo sempre alla ricerca di buoni fornitori con cui costruire rapporti duraturi, puntando il più possibile su quelli del territorio.

Le regole d'ingaggio

Pur nel rispetto dei reciproci ruoli e con la consapevolezza che ciascuna delle parti ha ad obiettivo l'ottimizzazione dei benefici economici della relazione, ci proponiamo di considerare i fornitori quali partner, anziché controparti. Secondo un concetto di filiera, l'approccio corretto deve essere "win-win", perseguito mediante la ricerca di modalità di relazione/fornitura che consentano ad entrambe le parti una piena sostenibilità, la soddisfazione del cliente (che deve essere considerato patrimonio comune), quindi la massimizzazione dei benefici nel medio/ lungo periodo. In tale ottica non devono esistere discriminazioni di trattamento legate alle dimensioni (ed al relativo potere contrattuale) delle parti.

Per tali ragioni, la normativa introdotta nella legislazione nazionale volta al contrasto delle Unfair Trade Practices non ha introdotto innovazioni nelle regole d'ingaggio con i fornitori.

I fornitori strategici

Nell'ambito dei servizi, abbiamo individuato alcuni fornitori strategici che ci affiancano nello svolgimento delle attività d'impresa, coprendo alcuni processi "core". Il criterio guida che determina la criticità di un fornitore rimanda al costo di sostituzione del servizio offerto, che può essere letto in termini di know-how e competenze altamente specialistiche, di risorse investite nella partnership, di un possibile blocco delle attività di Gruppo e dei tempi eventualmente necessari per il loro ripristino. I fornitori che in tale logica definiamo strategici offrono servizi di tipo logistico o di tipo tecnologico e di connettività.

Territorio

Fare rete con le imprese locali

Assortimento vocato al territorio

Nella definizione degli assortimenti dei nostri negozi vogliamo dare spazio alle produzioni del territorio, valorizzando ciò che esprime al meglio le tipicità, il gusto e le tradizioni locali, per offrire un'ulteriore motivazione di scelta al consumatore ed evitare il rischio di omologazione della proposta commerciale con quella delle catene concorrenti. In poche parole, tipici e regionali: ecco i prodotti che piacciono di più. A dirlo non siamo solo noi, ma fonti più autorevoli. Gli studi promossi da importanti agenzie di ricerca evidenziano come il richiamo in etichetta al territorio d'origine sia un elemento capace di incidere sulle scelte del consumatore.
La provenienza geografica rappresenta un forte argomento di rassicurazione, che fa leva sulla qualità e sulla fiducia. E la nostra regione è una tra le più citate sulle etichette dei prodotti alimentari di largo consumo, perché richiama un vissuto fatto di ambienti salubri e di gente operosa e seria, di cui ci si può fidare: un investimento in cui tanti dei nostri produttori dimostrano impegno crescente, perché consapevoli che è la via giusta per infondere nella comunità un attaccamento al territorio e mantenere viva l'economia di montagna.
La territorialità sta quindi diventando un valore da comunicare bene, in quanto in grado di fare la differenza, anche se a volte è difficile farlo solo attraverso il packaging di un prodotto. In questo possiamo dare un importante contributo, dato che il negozio si rivela un mezzo di comunicazione molto potente: sono molti i clienti che ci visitano ogni giorno, permettendoci di eguagliare, se non superare, le potenzialità divulgative dei più diffusi mezzi di stampa. Inoltre, la decisione di acquisto si forma quasi sempre proprio lì, davanti allo scaffale. Consapevoli di questo, cerchiamo di lavorare al meglio, affinché la comunicazione diventi anche informazione sulle caratteristiche e sui valori del prodotto. Un esempio in questa direzione è dato dal progetto etichette, con il quale comunichiamo direttamente a scaffale molti elementi informativi aggiuntivi, tra cui la vicinanza alla nostra terra di origine.

Progettualità condivisa con le imprese locali

In una terra di montagna come è il Trentino–Alto Adige, la collaborazione fra imprese per la crescita economica comune - il fare rete - è considerata una linea di azione prioritaria. Pur riconoscendo la diversità di ruoli e di interessi all'interno della filiera, siamo costantemente impegnati nella costruzione di relazioni solide e continuative.

Puntiamo sulle realtà imprenditoriali del territorio che, anche se di piccole o medie dimensioni, dimostrano di essere dinamiche e capaci di dare una risposta attenta alle esigenze del cliente. Con loro diamo vita a molti progetti speciali, che negli anni si stanno consolidando, sia in termini di vendite, che per l'apprezzamento dei nostri clienti. Tra questi ricordiamo il progetto Dermè, la cosmesi "made in Trentino"; i prodotti con affisso "del Trentino" (Gelato del Trentino in vaschetta, Birra del Trentino, carne di Scottona Trentina, Suino Trentino) e il lancio de "Il Gusto Contadino", la linea di prodotti artigianali creata in collaborazione con piccoli produttori prevalentemente locali per aiutarli a crescere e per valorizzare il legame con i territori in cui operiamo.

Fornitori di servizi

Che si tratti di servizi in outsourcing, di interventi tecnici, manutenzioni o consulenze, siamo sempre alla ricerca di buoni fornitori con cui costruire rapporti duraturi, ed ancora una volta iniziamo da quelli sul territorio. Sono numerosi i rapporti di collaborazione continuativi, in molti casi più che decennali, allacciati con agenzie grafiche, di comunicazione, stampatori, aziende edili o specializzate nella progettazione e realizzazione di impianti elettrici, domotici, d'illuminazione, imprese di pulizia, cooperative di lavoro ed altri operatori che si occupano di logistica, trasporti, vigilanza, prelievo denaro e società specializzate per la raccolta e il trattamento di rifiuti e materiale riciclabile.

Supportare la comunità

Il sostegno alle fasce deboli

Collaboriamo con cooperative sociali di tipo B per promuovere iniziative a sostegno dell'occupazione di persone in situazione di svantaggio. Con una di esse riusciamo ad impiegare stabilmente nei servizi di pulizia presso i nostri supermercati persone con disabilità di vario tipo. Nell'ambito dei servizi affidati in appalto, il personale è assunto con contratto a tempo pieno o parziale a seconda della commessa o delle esigenze del lavoratore. Abbiamo aderito ad un progetto promosso da una Comunità di recupero per tossicodipendenti, inserendo nel nostro assortimento una dozzina di specialità gastronomiche d'eccellenza, tra cui salumi, formaggi e panificati. I ragazzi, guidati e seguiti da professionisti esperti, sono coinvolti in ogni fase del processo produttivo: dall'allevamento alla lavorazione, fino alla preparazione delle specialità da forno.

Il sostegno all'istruzione

Per rafforzare la vicinanza alla comunità ed esprimere una partecipazione attiva sul territorio, aderiamo a iniziative di carattere socioculturale anche in compartecipazione con altre realtà locali, con associazioni di categoria o con le istituzioni. Poniamo impegno sempre maggiore per avvicinarci al mondo scolastico ed accademico. In diverse occasioni portiamo la nostra testimonianza a seminari, workshop, convegni organizzati da dipartimenti di varie Università, intervenendo in lezioni frontali e presenziando ad incontri di orientamento per approcciare il mondo lavorativo al termine del percorso di studio. Per promuovere ulteriormente il dialogo con le Università, accogliamo di buon grado le proposte di stage, con adesioni in forte crescita. Ci rivolgiamo a studenti universitari, laureandi o neolaureati, che sono determinati a mettersi in gioco, sviluppare nuove competenze, sperimentare dal vivo la realtà lavorativa e contestualizzare, mediante progetti e attività concrete, le conoscenze acquisite in ambito accademico. Presso i negozi della rete attiviamo, invece, tirocini e progetti di alternanza scuola-lavoro in collaborazione con gli istituti superiori o di formazione professionale. Supportiamo la comunità scolastica e scientifica anche attraverso iniziative concrete di cui siamo i diretti promotori. Nell'ambito della collaborazione in essere con le Università degli Studi di Trento e Bolzano abbiamo lanciato la convenzione Unispesa, che permette agli studenti di contenere il costo della spesa alimentare, mettendo a disposizione sconti sulle principali categorie di prodotto.

Il sostegno allo sport

Vogliamo promuovere e valorizzare lo sport, offrendo a diverse associazioni sportive un concreto supporto economico. Siamo partner attivi nel settore della pallavolo, del calcio e del triathlon. Lo sport rappresenta un momento importante di aggregazione ed una grande opportunità educativa e di crescita per i giovani: per questo, oltre alla partnership pluriennale che ci lega ad una delle principali realtà pallavolistiche del panorama italiano, che valorizza l'immagine del Trentino nel mondo, investiamo nelle squadre giovanili, a partire dai piccolissimi, supportando anche le attività di primo avvicinamento alle discipline sportive.

Crescere insieme al territorio

Versamenti sul territorio

L'autonomia politico-amministrativa della nostra Regione ha rappresentato e tuttora rappresenta un'importante leva per lo sviluppo e l'innovazione: lo Statuto Speciale consente alle province di Trento e Bolzano di gestire competenze legislative, amministrative e finanziarie in campi fondamentali, che vanno dalla scuola alla sanità, dalle politiche industriali e commerciali ai trasporti, dall'università al turismo, ed assemblare così un apparato di servizi di qualità.
Tutto questo è possibile, poiché alle Province autonome di Trento e Bolzano spettano in via ordinaria nove decimi (90%) del gettito dei principali tributi erariali riscossi nei rispettivi territori. In quest'ottica è significativo il contributo che il Gruppo rende alle amministrazioni locali, garantendo, tramite il versamento in loco di imposte e tasse,

risorse finanziarie sostanziali nella programmazione di lungo periodo.

Collaborazione con amministrazioni locali

Poniamo attenzione ai programmi di pubblica utilità promossi dalle amministrazioni locali, rendendoci talvolta anche promotori di campagne a beneficio della collettività. Tra queste ricordiamo le numerose iniziative finalizzate al contenimento dell'inflazione, i progetti territoriali a tutela di prodotti e produzioni o gli importanti interventi di riqualificazione di aree urbane o di aree produttive dismesse, in occasione delle ultime nuove aperture. Vogliamo contribuire, oggi e in futuro, al ripristino di luoghi di socialità, cofinanziando alcuni interventi migliorativi: dalla viabilità alla realizzazione di aree verdi, fino ad arrivare alla predisposizione di servizi utili per i cittadini.

Investimenti per la sicurezza della rete di vendita e dei sistemi di pagamento

Siamo stati fra i primi ad impegnarci a sviluppare e promuovere varie forme di pagamenti elettronici, tenendo conto della facilità e comodità di utilizzo per il cliente, oltre che della sicurezza ed economicità della transazione. Ciò ha contributo al progressivo aumento della loro incidenza sul totale delle operazioni effettuate. Annualmente rinnoviamo investimenti - consistenti e mirati - per ampliare l'offerta di servizi e processare in modo sicuro le transazioni.

Promuovere iniziative di solidarietà

I nostri media a disposizione del terzo settore

Prosegue l'impegno ad ospitare all'interno dei punti vendita diverse associazioni operanti sul territorio, affinché possano coinvolgere i clienti con attività di sensibilizzazione, raccolte di fondi o prodotti alimentari utili per il sostentamento di molte persone in difficoltà. I negozi rappresentano un importante canale di comunicazione: metterli a disposizione significa agevolare il contatto fra persone, offrire visibilità alle associazioni, promuovere la conoscenza dei loro progetti e l'importanza del volontariato, per arrivare a diffondere una vera propria cultura dell'altruismo. Il magazine aziendale Buonaidea, che redigiamo dal 2013, è uno dei principali strumenti per entrare nelle case delle persone e dialogare con loro: non solo di buona cucina, salute, benessere, territorio e tempo libero, ma anche di cultura, di imprese che innovano nel rispetto dell'ambiente, di volontariato e di enti benefici locali che operano per offrire supporto alle famiglie e prestare attività assistenziale. Oltre ai numeri mensili standard, curiamo periodicamente anche numeri speciali, accendendo i riflettori sulla nostra iniziativa di charity "Coltiviamo i vostri progetti", sulle associazioni del territorio, sui loro progetti e sui valori che le animano. Abbiamo potenziato la comunicazione delle tematiche di responsabilità sociale anche sui nostri mezzi digitali. Con un approccio più diretto ed informale ed una comunicazione che talvolta personalizziamo in base al target di utente, descriviamo le varie iniziative benefiche ed i progetti attivati a beneficio della scuola e della comunità.

La colletta alimentare

Fin dalla prima edizione del 1997, aderiamo alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare mettendo a disposizione i nostri supermercati per intercettare la solidarietà di molti clienti. Con quelli ubicati in provincia di Bolzano partecipiamo anche alla raccolta viveri che porta il nome di Don Vittorione, noto già dagli anni '80 come il "bulldozer della carità" e fondatore del movimento Africa Mission. Ad ogni edizione riusciamo a raccogliere importanti quantitativi di cibo a lunga conservazione, alimenti per la prima infanzia, pasta, riso, ma anche sapone da bucato, quaderni, matite e penne, da destinare alle associazioni caritatevoli che operano in Regione, sul territorio nazionale o in terre lontane.

Il recupero degli alimenti con TrentinoSolidale

Prosegue da molti anni il progetto di recupero degli alimenti attuato in collaborazione con TrentinoSolidale. Frutta e verdura meno bella da vedere, merce dalla confezione danneggiata, prodotti freschi vicini al termine di conservazione, ma ancora in buono stato ed eccedenze alimentari cucinate nei reparti rosticceria, pizzeria, pasticceria, che a fine giornata non potrebbero essere più messe in vendita: sono questi i prodotti che quotidianamente TrentinoSolidale ritira, per poi destinarli a mense, parrocchie, enti assistenziali e punti periferici di raccolta che a loro volta provvedono alla distribuzione del cibo a nuclei familiari in difficoltà.

Coltiviamo i vostri progetti

"Coltiviamo i vostri progetti" è l'iniziativa destinata al sostegno del volontariato locale con la quale, dal 2014, offriamo un aiuto concreto alle numerose realtà benefiche che operano sul territorio. Negli anni è diventata un riferimento importante per associazioni di volontariato, cooperative sociali ed altri enti impegnati in diversi ambiti socialmente utili, ma che sempre più spesso trovano difficoltà a far conoscere il loro lavoro e a reperire i fondi necessari per portare avanti le loro attività e progetti. Nella scelta delle realtà ammesse all'iniziativa, una commissione tecnica, coadiuvata da componenti esterni all'azienda tra cui referenti dei CSV delle province di Trento, Bolzano e Verona, prende in esame diversi criteri, privilegiando le idee più utili e concrete, specie se basate sull'attività di volontariato. Lo spettro delle esigenze alle quali cerchiamo di dare risposta è trasversale: assistenza ai disabili, lotta contro malattie croniche, invalidanti o degenerative, cura dei minori e supporto ad indigenti, vicini e lontani.

L'iniziativa prevede il diretto coinvolgimento dei clienti che, tramite la donazione dei "punti cuore" accumulati con la spesa, determinano la ripartizione finale dei fondi messi a disposizione. Il progetto ha una grande valenza non solo in termini economici, ma anche di visibilità per i soggetti coinvolti. La comunicazione è un punto chiave del percorso che abbiamo pensato: un cammino che in ogni edizione dura alcuni mesi, in cui affianchiamo le associazioni assistendole anche nella preparazione di grafiche o materiale ad hoc. Sono diversi i mezzi di promozione e sostegno dell'iniziativa: a partire dal lancio, grazie al supporto dei media partner locali, fino ad arrivare a momenti di coinvolgimento diretto dei clienti. Tutto questo si affianca alle modalità di comunicazione attraverso i nostri strumenti tradizionali: volantino, sito internet, social media e magazine aziendale.

Codice Etico

Enti interessati:

F.LLI POLI spa
Sede in Trento, Via A. Pranzelores n.26
Codice Fiscale: n. 00120820220

SUPERMERCATI POLI spa
Sede in Trento, Via A. Pranzelores n.26
Codice Fiscale: n. 00823460225

BILLIG spa
Sede in Egna (BZ), Via Stazione n. 23
Codice Fiscale: n. 00692730211

ORVEA spa
Sede in Trento, Via A. Pranzelores n.26
Codice Fiscale: n. 00108640228

SEVEN spa
Sede in Trento, Via A. Pranzelores n.26
Codice Fiscale: n. 00959460221

LA PIANA Srl
Sede in Trento, via A. Pranzelores n.26
Codice Fiscale: n. 02070570235

DUPLICLICK Srl
Sede in Trento, via A. Pranzelores n.26
Codice Fiscale: n. 02650220227

Approvato dal Consiglio di Amministrazione
Data aggiornamento: 30/04/2026

Enti interessati

01. Premessa

F.lli Poli spa, Supermercati Poli spa, Billig spa, Orvea spa, Seven spa, Dupliclick srl e La Piana srl (di seguito anche "Società" o "Azienda", e congiuntamente il "Gruppo") operano, ciascuna con funzioni specifiche, nel settore della Grande Distribuzione Organizzata. Spesso le loro attività sono coordinate e si integrano secondo obiettivi condivisi. La capogruppo F.lli Poli spa, ad esempio, si occupa dello sviluppo immobiliare funzionale alla rete di vendita, Seven spa gestisce la logistica e le attività di head quarter in favore di Supermercati Poli spa, Billig spa e Orvea spa, le cui attività sono focalizzate sulla gestione dei punti di vendita al dettaglio. Le società Dupliclick srl e La Piana srl svolgono attività di sviluppo del business, la prima nel canale e-commerce, la seconda nella Logistica. Esse hanno deciso di adottare il presente Codice Etico con la finalità di rendere trasparenti i principi etici che presiedono all'organizzazione. Destinatari del Codice Etico saranno quindi non solo i dipendenti diretti delle Società, ma tutti coloro che abbiano a che fare con esse (di seguito anche i "Destinatari"). Tale decisione si fonda sulla convinzione che ogni organizzazione può operare legittimamente solo se rende chiari e trasparenti i principi etici su cui si basa. Il Codice Etico rappresenta una sintesi dei regolamenti aziendali vigenti, di norme di comportamento specifiche e dei principi etici che costituiscono fondamento e missione del Gruppo.

02. Finalità

Il Codice Etico vuole rappresentare un punto di riferimento per i dubbi che, dal punto di vista della legittimità dei comportamenti, dovessero sorgere in coloro che operano nelle Società o per conto delle stesse.
Il Codice Etico vuole specificare in modo esplicito le responsabilità di tutti i protagonisti della vita e delle attività delle Società e consente a tutti coloro che operano in e per esse di riconoscere, individuare e segnalare agli organismi di controllo preposti, qualsiasi tipo di comportamento illecito o ritenuto irresponsabile. Al contempo, il Gruppo, consapevole che l'adozione di principi di comportamento sia di fondamentale rilevanza anche ai fini della prevenzione dei reati previsti dal D.lgs. 8 giugno 2001 n. 231 (di seguito, anche solo il "Decreto"), ritiene che l'adozione del Codice Etico sia di importanza primaria per il corretto svolgimento delle attività sociali e il raggiungimento dei propri obiettivi. Il Codice Etico rappresenta pertanto l'impegno del Gruppo a uniformarsi ai dettami del Decreto, fondamentale punto di riferimento dell'ordinamento italiano in materia di correttezza dei comportamenti d'impresa.

03. Missione, valori, subvalori / azioni

La nostra Missione consiste nel perseguire la completa soddisfazione del Cliente, offrendo prodotti e servizi di qualità ad un prezzo conveniente e rendendo i nostri punti di vendita sempre più curati e funzionali. Vogliamo inoltre creare un servizio per tutta la comunità, raggiungendo anche i consumatori più lontani, contribuendo allo sviluppo della rete distributiva in termini di efficienza e di copertura capillare del territorio. I nostri valori sono la guida cui ci ispiriamo nel lavoro di ogni giorno, nel quadro di obiettivi di efficienza ed efficacia volti a garantire la continuità aziendale: **Salute dei consumatori**, **Onestà**, **Rispetto delle persone**, **Ordine e pulizia**, **Impegno e responsabilità**, **Coerenza** e **Tenacia**. La matrice che segue declina i valori in subvalori e schematizza, con estrema sintesi, le linee guida delle azioni intraprese dalla nostra Azienda nei confronti dei diversi Destinatari, evidenziando lo stretto legame che viene ad instaurarsi fra i valori prefissati, gli obiettivi e l'operato aziendale. Vi si sottendono delle potenzialità che vanno ben oltre una semplice elencazione di condotte aziendali, promesse ed assunzioni di responsabilità: essa può e deve diventare un ausilio valido ed imprescindibile nella direzione della vita economica dell'Azienda.

La Carta Etica

	Personale	Fornitori	Clienti
SALUTE DEI CONSUMATORI	Informare i dipendenti sulle norme di comportamento per la corretta conservazione dei prodotti.	Controllare il rispetto di tutte le procedure relative alla freschezza e salubrità dei prodotti, non accettare compromessi sulla salubrità.	Garantire la scelta di prodotti salubri e la miglior gestione della filiera.
ONESTÀ	Rispettare i diritti dei lavoratori e gli impegni assunti con essi.	Gestire con correttezza il rapporto commerciale, dalla trattativa di acquisto fino al pagamento.	Fornire prodotti e servizi mantenendo un corretto equilibrio qualità prezzo.
RISPETTO DELLE PERSONE	Avere considerazione per ciascun collaboratore indipendentemente dal ruolo aziendale, valutare la difficoltà del singolo individuo.	Trattare con pari dignità i fornitori piccoli e grandi, rispettare la puntualità negli appuntamenti.	Ascoltare le esigenze di tutti e dare priorità alla soddisfazione di quelle del cliente rispetto a quelle organizzative.
ORDINE E PULIZIA	Fornire ambienti di lavoro salubri e gli strumenti per mantenere ordine e pulizia.	Creare ambienti di accoglienza ordinati e puliti, manipolare adeguatamente i loro prodotti.	Ammodernare costantemente i punti vendita.
IMPEGNO E RESPONSABILITÀ	Creare armonia fra collaboratori e senso di appartenenza all'azienda	Rispettare gli accordi presi, essere parte attiva nel contenimento dei fenomeni inflativi	Migliorare il servizio e soddisfare le esigenze del cliente
COERENZA	Destinare adeguate risorse anche a scopi di non immediato ritorno economico (formazione, ambiente di lavoro...).	Contrastare eventuali decisioni che non rispettano la mission aziendale o che ledano immotivatamente gli interessi di altri stakeholder	Non creare false aspettative, comunicare in maniera corretta
TENACIA	Insistere per il mantenimento del livello qualitativo dello staff, nonostante le difficoltà introdotte dal mercato del lavoro	Persistere nella ricerca di aziende, prodotti e servizi che migliorino l'offerta	Ricercare continuamente le innovazioni di mercato per garantire la massima convenienza e qualità del servizio

Proprietà	Finanziatori	Pubblica Amministrazione	Collettività
Assicurare che i profitti derivino dal commercio di prodotti salubri.	Non mettere a rischio la solidità dell'impresa con scelte disinvolte in tema di salubrità dei prodotti.	Collaborare con gli enti preposti alla vigilanza per il miglioramento della gestione della filiera.	Contribuire al benessere alimentare della popolazione anche assortendo i negozi con prodotti destinati a categorie svantaggiate di consumatori.
Non scendere a compromessi per lo sviluppo dell'attività.	Gestire il rapporto con la massima trasparenza.	Versare i tributi dovuti secondo le norme vigenti.	Rispettare puntualmente le norme che impattano sul tessuto sociale e sul territorio.
Creare e mantenere una struttura che si rapporti con i diversi interlocutori con rispetto ed educazione.	Trattare con pari dignità gli istituti piccoli e grandi, rispettare gli appuntamenti.	Rapportarsi con chi ha le massime responsabilità così come con gli impiegati d'ordine.	Ascoltare le istanze provenienti dal sociale e darvi risposta.
Il ritorno degli investimenti non deve essere migliorato a scapito della qualità e del decoro della rete di vendita e della struttura logistica.	Fornire i report economici e finanziari con puntualità e completezza di informazione.	Mantenere trasparenza nei procedimenti.	Limitare l'impatto dell'attività sull'ambiente.
Mettersi personalmente in gioco per aumentare il valore dell'azienda, accettare sfide che non portino l'impresa oltre i limiti di rischio sostenibile	Assumere impegni che siano indubitabilmente sostenibili	Confrontarsi periodicamente con gli amministratori locali per trasmettere spunti concreti ed esperienze per il miglioramento del quadro normativo	Partecipare senza pregiudizio alle azioni di miglioramento di pubblica utilità
Rispettare a qualsiasi costo le promesse e la soddisfazione delle aspettative create	Valutare l'apporto dei partner sull'attività complessiva evitando scelte consapevolmente di opportunità momentanea	Accettare le decisioni corrette pur penalizzanti per l'impresa	Essere disposti a sacrificare una quota ragionevole di profitto per il bene comune
Superare le difficoltà di gestione e sviluppo valutando percorsi alternativi quando ostacoli paiono impedire il raggiungimento degli obiettivi	Abbandonare il partner che vari le proprie strategie tradendo i valori su cui si era costruita la collaborazione	Affermare il ruolo dell'impresa nel libero mercato, contrastando eventuali comportamenti vessatori della Pubblica Amministrazione	Mantenere la propria azione quotidiana a contrasto di tendenze anche apparentemente inarrestabili che penalizzano la collettività

04. Onestà e trasparenza

L'onestà è da sempre presente tra i valori del Gruppo. È per questo motivo che l'Azienda ritiene che tutti i comportamenti messi in atto da coloro che, a diverso titolo, operano in e per le Società, ad ogni livello e verso qualunque interlocutore, devono essere ispirati ai valori fondamentali dell'onestà e della trasparenza.
I principi da osservare per comportarsi in modo onesto e trasparente sono:

- rispettare le leggi e i regolamenti applicabili;
- operare in coerenza con la missione aziendale e all'interno delle norme e procedure stabilite;
- non effettuare comunicazioni false o scorrette;
- assumersi le proprie responsabilità nei confronti di tutti gli interlocutori, interni ed esterni;
- instaurare e mantenere rapporti professionali, interni ed esterni, all'insegna della trasparenza.

La trasparenza nei confronti di interlocutori interni deve essere assoluta mentre, nei confronti dell'esterno, trova un limite che coincide con l'obbligo di riservatezza; il concetto può facilmente essere riassunto con lo slogan: trasparente all'interno e riservato all'esterno.
Il Codice Etico non potrà, per sua natura, prevedere e identificare tutte le situazioni che si possono verificare durante l'attività aziendale. In caso di dubbio rispetto all'etica di un comportamento, prima di attuarlo, sarà utile porsi alcune domande:

- È onesto?
- È coerente con la missione e l'etica aziendale?
- È coerente con lo spirito e la tradizione aziendale?
- In situazioni simili, fuori dall'Azienda, mi comporterei allo stesso modo?
- Mi sentirei a mio agio se qualcuno agisse in questo modo nei miei confronti o in quelli della mia Azienda?

Se i dubbi, nonostante le domande, dovessero rimanere, è necessario rivolgersi al proprio superiore gerarchico o alla figura preposta a vigilare sui comportamenti posti in essere da e per conto dell'Azienda, così come indicato al successivo punto 18.

05. Comportamento negli affari

Il Gruppo pretende da tutte le persone che operano in e per le Società di osservare un comportamento onesto e corretto nella conduzione degli affari. Tali comportamenti devono essere scrupolosamente rispettosi delle norme e del Codice Etico.
Le azioni messe in atto da chi opera in e per l'Azienda non devono in alcun modo danneggiare la reputazione della stessa e dei suoi dipendenti. Ogni collaboratore deve astenersi da qualsiasi tipo di comportamento scorretto, dal porre in essere accordi illeciti e pratiche corruttive, da comportamenti vessatori o da abuso di posizioni privilegiate. È sempre bene ricordare che il "bene aziendale" è fondato sull'osservanza delle regole e sulla reputazione che ne deriva. Un comportamento disonesto non può in ogni caso portare un utile all'Azienda.

06. Controlli interni

I collaboratori hanno la responsabilità e il dovere di osservare e conformarsi ai controlli interni istituiti dal Gruppo. Per controlli interni si intendono tutti quei comportamenti, strumenti e meccanismi operativi che servono a indirizzare, gestire e verificare le attività dell'Azienda. L'obiettivo dei controlli interni è assicurare il rispetto delle leggi e delle procedure aziendali, la protezione dei beni dell'Azienda oltre all'efficienza e l'accuratezza della gestione.

07. Conflitto di interessi

È possibile affermare che si genera un conflitto di interessi tutte le volte che una persona, per il solo fatto di operare in o per il Gruppo, ottiene un vantaggio che non sia stato espressamente previsto dall'Azienda. Tutti i collaboratori devono evitare qualsiasi situazione che possa mettere in conflitto i propri interessi con quelli dell'Azienda e, in particolare, quelli tra le attività economiche e finanziarie personali e familiari e le mansioni ricoperte all'interno delle Società. Ogni situazione che possa determinare, anche solo potenzialmente, un conflitto di interessi deve essere tempestivamente comunicata al proprio superiore gerarchico che dovrà obbligatoriamente confrontarsi con l'organo preposto così come indicato al punto 18.
Le situazioni che generano conflitto di interesse possono essere, a titolo puramente esemplificativo:

- svolgimento da parte di un dipendente di attività presso concorrenti, consulenti, o fornitori;
- affidamento di incarichi o commissioni di tipo personale a fornitori che già lavorano in modo stabile e continuativo con la Società.

Non sempre il conflitto di interessi si trasforma da potenziale a reale, ma è indispensabile informare il proprio superiore diretto o l'organo di controllo di cui al successivo punto 18 in tutti i casi dubbi.

08. Rapporti con l'esterno

L'informazione verso l'esterno deve essere corretta e trasparente. I rapporti con gli organi di comunicazione sono riservati esclusivamente al Direttore Affari Generali, che si avvarrà, in tale ambito, delle funzioni aziendali dedicate. Eventuali contatti da parte di organi d'informazione devono essere tempestivamente riferiti allo stesso che potrà, a discrezione, concedere deleghe su casi specifici. L'Azienda collabora con qualsiasi indagine svolta da Enti governativi e il comportamento di ciascun collaboratore sarà ispirato a disponibilità e trasparenza. I rapporti con le istituzioni e le iniziative di solidarietà sono riservati esclusivamente alle funzioni e alle persone a ciò delegate. I rapporti con pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio (di seguito, anche "funzionari pubblici") e, in ogni caso, qualsiasi rapporto di carattere pubblicistico si ispirano alla più rigorosa osservanza delle disposizioni di legge applicabili, ai principi di trasparenza, onestà e correttezza. Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, il Gruppo non influenza impropriamente i funzionari pubblici che trattano o decidono per suo conto.

09. Tutela del commercio

I Destinatari devono astenersi dal porre in essere comportamenti non conformi alla buona prassi commerciale, astenendosi pertanto dal commercializzare prodotti non originali, non genuini, contraffatti o diversi da quanto dichiarato o pattuito per origine, provenienza, qualità o quantità oppure, più in generale, da comportamenti idonei a indurre in inganno il cliente su origine, provenienza o qualità del prodotto.
Essi non devono, in alcun modo e in alcuna circostanza, essere implicati in vicende connesse al riciclaggio di denaro proveniente da attività criminali o alla ricettazione di beni o altre utilità di provenienza illecita.

10. Salute e sicurezza

Il Gruppo considera la salute e la sicurezza dei lavoratori un valore fondamentale, parte integrante e primaria della propria attività e impegno strategico rispetto alle finalità più generali, da realizzare, mantenere e migliorare mettendo a disposizione risorse umane, strumentali ed economiche.
Il Gruppo rende noto questo documento e lo diffonde a tutti i soggetti che operano nelle Società e si impegna affinché:

- fin dalla fase di definizione di nuove attività, o nella revisione di quelle esistenti, gli aspetti della sicurezza siano considerati contenuti essenziali;

- tutti i lavoratori siano formati, informati e sensibilizzati, con aggiornamento costante, per svolgere i loro compiti in sicurezza e per assumere le loro responsabilità in materia di salute e sicurezza sul lavoro;
- tutta la struttura aziendale (dirigenti, preposti, progettisti, impiantisti, servizi acquisiti e manutenzione, lavoratori, ecc.) partecipi, secondo le proprie attribuzioni e competenze, al raggiungimento degli obiettivi di sicurezza assegnati affinché:
  - la progettazione delle macchine, impianti ed attrezzature, i luoghi di lavoro, i metodi operativi e gli aspetti organizzativi siano realizzati in modo da salvaguardare la salute dei lavoratori, i beni aziendali, i terzi e la comunità in cui il Gruppo opera;
  - l'informazione sui rischi aziendali sia diffusa a tutti i lavoratori; la formazione degli stessi sia effettuata e costantemente aggiornata con specifico riferimento alla mansione svolta;
  - si faccia fronte con rapidità, efficacia e diligenza a necessità emergenti nel corso delle attività lavorative, con conseguente aggiornamento ed implementazione delle tecniche di tutela derivanti dalla analisi e dalla risoluzione delle necessità medesime;
  - siano promosse la cooperazione fra le varie risorse aziendali, la collaborazione con le organizzazioni imprenditoriali e sindacali e con gli enti esterni preposti;
  - siano rispettate rigorosamente tutte le leggi e tutti i regolamenti vigenti, siano formulate tutte le idonee procedure e ci si attenga con la massima precisione agli standard aziendali individuati;
  - siano gestite le proprie attività soprattutto con l'obiettivo di prevenire incidenti, infortuni e malattie professionali. Siano indirizzate a tale scopo la progettazione, la conduzione e la manutenzione, ivi comprese le operazioni di pulizia dei luoghi di lavoro, macchine e impianti.

Il Gruppo richiede un'analoga attenzione ai temi della sicurezza da parte di tutti i suoi fornitori di beni e servizi.

11. Tutela ambientale

In coerenza con quanto disposto dalla missione aziendale, che prevede il rispetto del territorio, il Gruppo è attento e sensibile a tutti i temi relativi alla salvaguardia dell'ambiente.
Nei punti vendita, nei centri distributivi e nelle sedi amministrative viene richiesto e fatto osservare il rispetto delle normative sullo smaltimento dei rifiuti di diverso tipo.
Al personale viene spiegato come utilizzare in modo corretto le diverse fonti di energia nel rispetto delle norme volte al risparmio energetico ed alla tutela complessiva del territorio. Le persone dedicate all'acquisto di prodotti pongono particolare attenzione al tipo di imballaggio, alle problematiche di smaltimento e all'utilizzo di sostanze potenzialmente nocive all'ambiente. Hanno il compito di sensibilizzare i fornitori privilegiando, a parità di condizioni, coloro che già mostrano un'attenzione in questo senso.

12. Tutela della privacy

L'Azienda tutela la riservatezza e la confidenzialità delle informazioni e dei dati relativi a dipendenti, collaboratori, clienti o terzi, raccolti in ragione o in occasione dello svolgimento dell'attività lavorativa.

13. Personale

Le persone rappresentano la risorsa fondamentale per le Società, che ne riconoscono impegno e professionalità e che si impegnano a svilupparne capacità e competenze. I responsabili dei punti vendita, degli uffici e delle varie unità organizzative devono assicurare concretamente il rispetto dei principi descritti in precedenza, presentandosi come modelli di comportamento per i propri collaboratori. È considerato abuso di autorità richiedere, come atto dovuto al superiore gerarchico, qualunque comportamento in violazione del Codice Etico. Compatibilmente alle necessità organizzative e nel rispetto delle normative vigenti, le Società si impegnano a venire incontro alle esigenze personali-familiari dei propri collaboratori.

Non sarà tollerata alcuna forma di violenza o molestia sul luogo di lavoro da parte di superiori o colleghi. Saranno severamente sanzionati i comportamenti che configurino molestie sessuali.
Eventuali situazioni di legame familiare insorte dopo l'inserimento in Azienda devono essere tempestivamente comunicate all'organo preposto di cui al punto 18, che valuterà la necessità di cambiamenti organizzativi atti a risolvere le eventuali incompatibilità.

14. Uso e protezione dei beni aziendali

L'uso corretto e la protezione dei beni dell'Azienda, inclusi dati ed informazioni riservate, costituiscono responsabilità fondamentali di ciascun dipendente. Il principio di trasparenza delle comunicazioni che ha assoluta valenza interna deve comunque conciliarsi con il principio della riservatezza nei confronti dell'esterno.
A tutti i collaboratori è vietato divulgare qualsiasi informazione inerente l'organizzazione, i costi e i ricavi, le procedure, gli atti amministrativi o qualsiasi altro aspetto con una rilevanza sociale od economica che già non sia di pubblico dominio. La semplice copia di documenti o dati, pur senza divulgazione, configura una condotta sleale.
Ai consulenti, agenti, stagisti è vietato divulgare informazioni a persone non autorizzate a conoscerle e trattarle. Informazioni necessarie allo svolgimento di tesi, attività scolastiche o pubbliche, saranno possibili solo dopo preventiva autorizzazione dell'organo di cui al punto 18. I beni aziendali devono essere utilizzati in relazione alla loro destinazione d'uso ed esclusivamente per fini aziendali. L'utilizzo o il consumo di prodotti destinati alla vendita deve essere autorizzato secondo le procedure aziendali.
Per quanto riguarda l'utilizzo di autovetture aziendali, di telefoni, di hardware e software, comportamenti da tenersi con i clienti e, in generale, per quanto non disposto dal presente Codice Etico, si rimanda agli specifici regolamenti aziendali.

15. Rapporti con i fornitori

Il tema dei rapporti con i fornitori di beni e servizi rappresenta un punto nevralgico del sistema di controllo e di sorveglianza etica tanto da essere disciplinato in apposito regolamento di autocontrollo al quale si rimanda per le singole disposizioni. In questa sede ci si limiterà a ricordare i principi generali dell'onestà e della correttezza ai quali devono uniformarsi tutti i rapporti con i fornitori.
Al personale è vietato ricevere ovvero promettere e/o corrispondere regali o qualsiasi altra forma di compenso anche indiretta. Il tema dei prodotti-campione viene anch'esso disciplinato con procedura a sé stante.

16. Registrazioni contabili

L'Azienda osserva le regole di corretta, completa e trasparente contabilizzazione secondo i criteri indicati dalle disposizioni di legge in materia, nonché dai corretti principi contabili OIC.
Nell'attività di contabilizzazione dei fatti relativi alla gestione dell'Azienda, i dipendenti ed i collaboratori sono tenuti a rispettare scrupolosamente la normativa vigente e le procedure interne, in modo che ogni operazione sia, oltre che correttamente registrata, anche autorizzata, verificabile e legittima. I dipendenti ed i collaboratori sono tenuti ad agire con trasparenza verso la Società incaricata della revisione contabile e verso il collegio sindacale, garantendo a costoro la massima collaborazione nello svolgimento delle competenti attività di verifica e controllo.

17. Osservanza del codice

L'osservanza delle norme del Codice Etico deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei dipendenti ai sensi e per gli effetti dell'art. 2104 del Codice Civile.
La violazione delle norme del Codice Etico potrà costituire inadempimento delle obbligazioni primarie

assunte nel contratto di lavoro o illecito disciplinare nel rispetto delle procedure previste dall'art. 7 della Legge 300/1970 (Statuto dei lavoratori), con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla conservazione del rapporto di lavoro, e potrà inoltre comportare il risarcimento dei danni eventualmente derivanti.

18. Organi e procedure di controllo

Gli organi aziendali preposti all'attuazione e al controllo del Codice Etico sono:

La Direzione Operation
- propone aggiornamenti al piano etico aziendale;
- esprime il proprio parere rispetto alle procedure aziendali in tema di coerenza con il Codice Etico;
- svolge attività di controllo (ascolto ed analisi etica);
- promuove le iniziative informative e formative sul Codice Etico

L'Organismo di Vigilanza, istituito ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001
Esso riceve le segnalazioni di presunte violazioni del presente Codice e valuta preliminarmente se le stesse abbiano attinenza con le tematiche connesse al Decreto. Nel caso in cui invece la segnalazione pervenuta, a seguito di valutazione dallo stesso effettuata, non riguardi tematiche connesse al Decreto, l'Organismo ne dà immediata comunicazione alla Direzione Operation per l'avvio delle iniziative di competenza. Da parte sua, la Direzione Operation comunica all'Organismo di Vigilanza, tempestivamente e nelle modalità ritenute più opportune, eventuali segnalazioni e/o fatti di cui venga a conoscenza, al fine di verificare con l'Organismo stesso, a seguito della relativa valutazione, l'eventuale attinenza delle circostanze oggetto di comunicazione con le tematiche connesse al Decreto.
In ogni caso, il controllo sul rispetto del codice etico è comunque demandato ad ogni singola direzione per quanto riguarda le attività di competenza.

19. Modalità di segnalazione

Il Gruppo ha introdotto un sistema di segnalazione degli illeciti (whistleblowing) in conformità al D.lgs. 24/2023, che recepisce la Direttiva UE 2019/1937, ma soprattutto perché crede nella trasparenza, nell'integrità e nella correttezza come valori fondanti del proprio modo di operare.
Attraverso il sito web istituzionale abbiamo messo a disposizione di dipendenti, fornitori, clienti e altri soggetti che entrano in contatto con noi un canale indipendente, sicuro e riservato, attraverso cui segnalare illeciti, irregolarità o comportamenti contrari ai nostri valori aziendali. La gestione delle segnalazioni è affidata a un soggetto terzo, autonomo e adeguatamente preparato, che garantisce la riservatezza dell'identità del segnalante e delle persone coinvolte, oltre alla tutela da qualsiasi forma di ritorsione. Qualora la segnalazione corrisponda ad una reale violazione, il soggetto terzo si interfaccia direttamente con l'Organismo di Vigilanza, che collabora per la gestione della violazione.
Con questo strumento intendiamo prevenire i rischi, intervenire tempestivamente quando necessario e rafforzare la fiducia reciproca con tutti i nostri interlocutori. Restano in ogni caso attivi tutti i canali di segnalazione diretti ed indiretti, in particolare il numero verde, canale e-mail: info@gruppopoli.it e la pagina del sito web "PARLA CON NOI".

Una storia di valori

GruppoPoli

www.gruppopoli.it