



SARDI COME VOI

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2025



SARDI COME VOI



Indice

INTRODUZIONE

1.1 Lettera agli Stakeholder di Francesco Murgia VP e Silvia Massa AD	06
1.2 Highlight 2025	08

SOSTENIBILITÀ IN SUPEREMME

2.1 Strategia di Sostenibilità	11
2.2 Agenda 2030	14
2.3 Nota Metodologica	17

FAMIGLIA, AZIENDA, PROPRIETÀ

3.1 Famiglia	24
3.2 Azienda	28
3.3 Proprietà	34



Escursionista al tramonto sulla costa della Sardegna

IMPATTI AMBIENTALI

4.1 ESRS E1 - Cambiamento Climatico ed Emissioni	41
4.2 ESRS E5 - Gestione delle Risorse ed Economia Circolare	51

IMPATTI SOCIALI

5.1 ESRS S1 - Forza Lavoro Propria	59
5.2 ESRS S3 - Comunità Interessate	81
5.3 ESRS S4 - Consumatori e Utilizzatori Finali	93

IMPATTI DI GOVERNANCE

6.1 ESRS G1 - Condotta delle Imprese	108
--	-----

RIFLESSIONI FINALI

7.1 Riflessioni Finali dell'AD Silvia Massa sull'Impegno Aziendale di Sostenibilità	123
---	-----

APPENDICE

8.1 Annex	126
-----------------	-----

IN COPERTINA: DETACHMENT

«Questa opera nasce come immagine per un progetto musicale intimo e introspettivo. Nel tempo ha assunto per me significati diversi, fino a diventare una riflessione sull'energia che abita le persone e i luoghi. Osservare con distacco significa talvolta cogliere ciò che rimane essenziale: una luce che attraversa il tempo, alimenta la creatività e accompagna il cambiamento. È questo il fuoco che ho voluto raccontare. Una forza che trasforma senza cancellare, che rinnova senza interrompere, come le tradizioni della Sardegna, capaci di evolvere e continuare a illuminare il presente senza perdere la propria anima.»

Giorgio Casu

 Il Fuoco, che alimenta il nostro Bilancio di Sostenibilità 2025, si illumina per raccontare i valori che alimentano il nostro impegno.

Lettera agli Stakeholder

Gentili Stakeholder,

con sincera gratitudine e rinnovato orgoglio vi presentiamo il sesto Bilancio di Sostenibilità di Superemme, una testimonianza viva del nostro cammino condiviso, della nostra evoluzione e dei **valori che guidano ogni nostra scelta: Famiglia, Onestà e Passione.**

Ogni pagina di questo Bilancio racconta un anno di impegno costante, di progetti concreti e di relazioni autentiche costruite insieme a chi, ogni giorno, rappresenta **la forza della nostra Azienda: Clienti, Dipendenti e Fornitori.**

È grazie alla collaborazione, alla fiducia e alla dedizione di ciascuno di voi che abbiamo potuto raggiungere nuovi traguardi, consolidando la nostra identità e la nostra capacità di generare valore sostenibile nel tempo.

In un contesto economico e sociale in continua trasformazione, abbiamo scelto di restare fedeli alle nostre radici e, allo stesso tempo, di guardare avanti con determinazione e responsabilità.

Oggi siamo una realtà più consapevole e più matura, capace di unire tradizione e innovazione, identità locale e visione globale.

Il valore della **Famiglia** è ciò che **continua a darci solidità**: rappresenta il legame che ci unisce, il senso di appartenenza che ispira ogni nostra decisione e il desiderio di crescere insieme, passo dopo passo, con rispetto reciproco e spirito di comunità.



L'**Onestà** è il principio che ci guida nell'**agire quotidiano**, nella trasparenza delle nostre azioni e nel rispetto delle Persone e del Territorio. È la bussola che orienta ogni scelta strategica, ogni relazione di fiducia, ogni promessa mantenuta.

La **Passione** è la **scintilla che accende tutto ciò che facciamo**: la dedizione per il nostro lavoro, la cura per i dettagli, l'entusiasmo con cui affrontiamo ogni sfida e trasformiamo ogni progetto in un'opportunità di crescita comune.

Durante quest'ultimo anno abbiamo proseguito, valorizzato e rafforzato il nostro percorso verso gli obiettivi dell'Agenda 2030, integrando ulteriormente i principi di Sostenibilità in ogni area aziendale.

Abbiamo investito in innovazione responsabile, migliorando l'efficienza energetica dei nostri impianti e adottando soluzioni orientate all'economia circolare. Abbiamo promosso la formazione continua come motore di sviluppo personale e professionale, garantendo ambienti di lavoro sempre più inclusivi, sicuri e orientati al **benessere dei Dipendenti.**

Allo stesso tempo, abbiamo potenziato le relazioni con i nostri **Fornitori**, condividendo una visione comune basata su qualità, etica e rispetto dell'Ambiente, e abbiamo rinnovato il nostro impegno nel mantenere vivi il dialogo e la fiducia con i nostri **Clienti, veri ambasciatori delle nostre insegne**, oltreché portatori di valori condivisi.

La Sostenibilità per noi è un modo di essere: è Cultura d'Impresa, è Responsabilità Sociale, è una promessa fatta al Territorio e alle generazioni future.

Questo Bilancio di Sostenibilità 2025 vuole essere la sintesi di un anno di crescita, e, al contempo, un invito a proseguire insieme il viaggio verso un futuro in cui Impresa e Persone si riconoscono come parte dello stesso orizzonte.

Con la **Passione** che ci contraddistingue, l'**Onestà** che ci guida e la forza della **Famiglia** che ci unisce, **continuiamo a costruire valore, identità e Sostenibilità nel tempo.**

Con stima e riconoscenza

Francesco Murgia
Vice Presidente

Silvia Massa
Amministratrice Delegata

Francesco Murgia

Silvia Massa

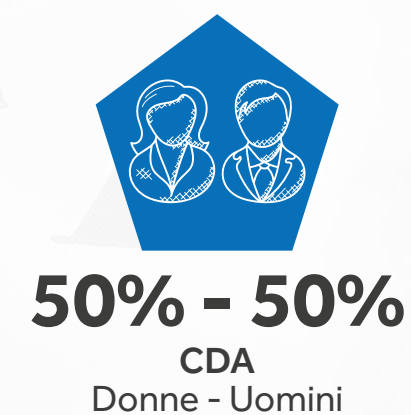
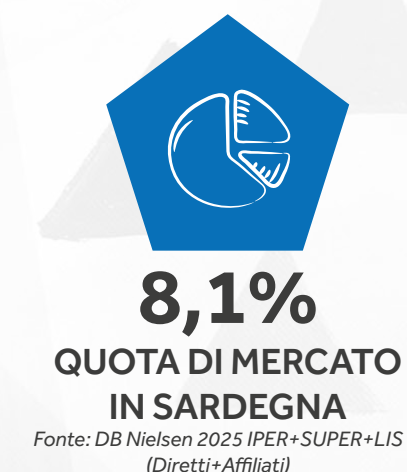
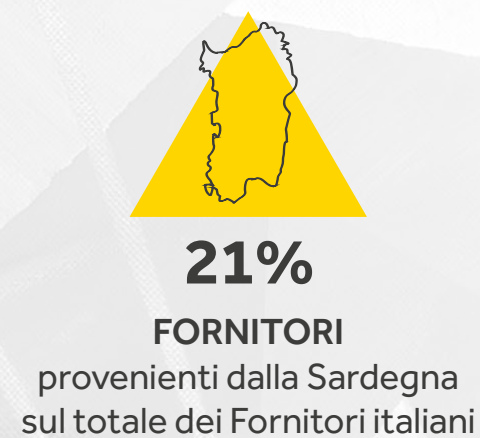
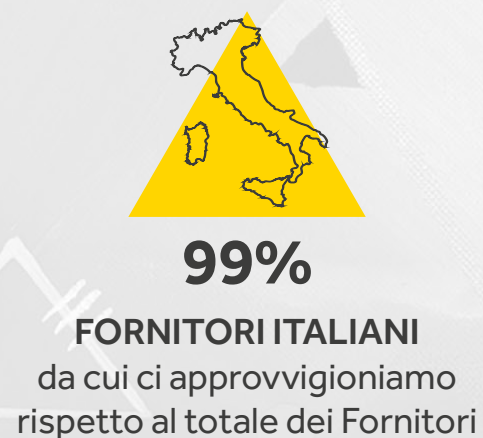
Highlight 2025

INTRODUZIONE



1.2

**Anima
Sarda**



Strategia di Sostenibilità

Nel 2023 abbiamo radicato il nostro impegno nella "Terra" e nel 2024 abbiamo lasciato che la nostra strategia scorresse fluida come "Acqua". Per il 2025 abbiamo scelto di accendere il **Fuoco: l'energia vibrante che trasforma, che illumina il percorso e che dà calore alla nostra visione di futuro.**

La nostra rotta tra impegno e visione

Nonostante il recente quadro normativo (c.d. "Pacchetto Omnibus") ci collochi fuori dal perimetro degli obblighi di legge al 31.12.2025, la nostra volontà resta ferma. Il Gruppo Superemme sceglie di alimentare, con consapevolezza e determinazione, il proprio processo di rendicontazione volontaria. **Continuiamo ad adottare gli European Sustainability Reporting Standards (ESRS) come nostra bussola, convinti che la trasparenza sia la luce migliore per guidare la crescita aziendale.**

Il fuoco della doppia materialità

Con il supporto scientifico di ALTIS Advisory, spin-off dell'Università Cattolica di Milano, abbiamo riaffermato la nostra analisi di doppia materialità, un esercizio di ascolto profondo che accende i riflettori su due fronti:

- **inside-out:** l'impronta che il nostro lavoro lascia sulle Persone e sull'Ambiente in cui operiamo;
- **outside-in:** le sfide e le opportunità che lo scenario sociale ed ecologico ci pone davanti.

Questo processo non è statico, ma una fiamma che viene costantemente ravvivata dal coinvolgimento dei nostri Stakeholder.

La revisione effettuata quest'anno conferma la rilevanza di temi chiave: Cambiamento Climatico (E1), Gestione delle Risorse ed Economia Circolare (E5), le condizioni dei nostri lavoratori (S1, S3, S4) e l'integrità del nostro operato (G1).

Responsabilità verso la Catena del Valore

Per il 2025, abbiamo focalizzato la nostra energia dove possiamo agire con maggior forza: nelle nostre c.d. "Operazioni proprie". Il nostro fuoco arde forte nei nostri Punti Vendita: è qui che ogni giorno costruiamo un'Azienda più efficiente, più attenta e sempre più vicina alle Persone. Guardiamo con responsabilità alla Catena del Valore (ESRS S2), consapevoli che questa rappresenta una grande sfida, soprattutto nel settore della GDO, dove i Fornitori sono tanti, sparsi su tutto il territorio nazionale e oltre. Abbiamo iniziato un dialogo ancora più autentico, aperto e profondo con i nostri Fornitori, rimandando la trattazione del predetto standard a future rendicontazioni. **Tutto ciò che riguarda i Lavoratori lungo la Catena del Valore rientra nella più ampia Strategia di Sostenibilità del prossimo quinquennio: il Nuovo Piano Strategico Superemme 2030, ad espandere progressivamente il perimetro di rendicontazione.**

 Il nostro impegno non è una semplice narrazione, ma un ardore quotidiano: **trasformare la responsabilità in un valore concreto per la nostra Comunità.**



OBIETTIVO

Supportare lo sviluppo del Territorio e delle Comunità locali, riducendo l'impatto ambientale delle operazioni dirette.

AZIONI

- Consolidare l'efficienza energetica nei Punti Vendita (fotovoltaico, LED, sistemi di gestione remota) per ridurre il consumo di elettricità.
- Rafforzare la valorizzazione delle eccellenze locali tramite filiere corte oltre alla linea Alligresa, riducendo le emissioni legate al trasporto.
- Proseguire nel monitoraggio degli impatti climatici in linea con l'ESRS E1.

OBIETTIVO

Preservare il benessere lavorativo, la sicurezza e la crescita professionale, investendo sull'intelligenza collettiva ed emotiva.

AZIONI

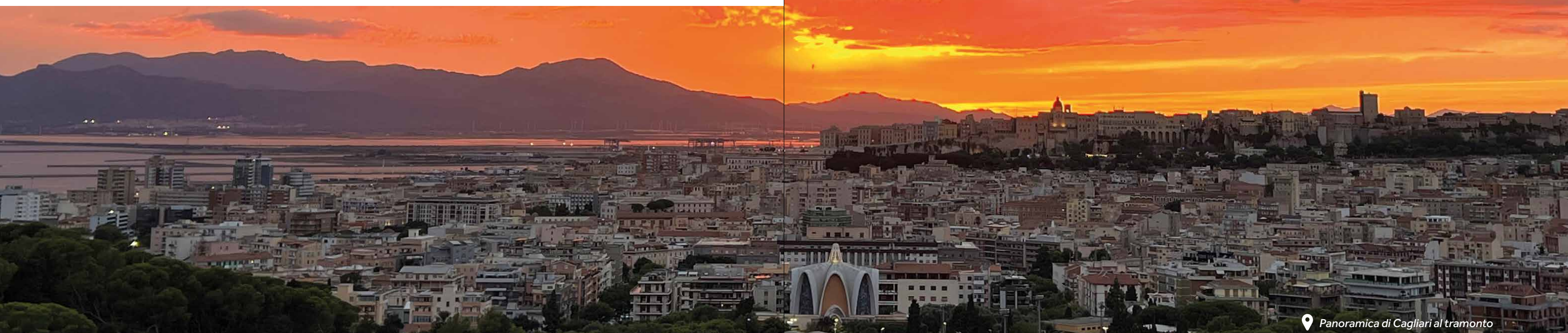
- Potenziare i programmi di formazione continua focalizzati sia sulle competenze tecniche che su quelle trasversali e sull'attitudine al cambiamento.
- Valorizzare l'intelligenza emotiva e l'inclusività, in continuità con l'impegno per la Parità di Genere.
- Garantire la massima sicurezza sui luoghi di lavoro, mantenendo alta la soglia di protezione per tutti i Dipendenti.

OBIETTIVO

Garantire l'innovazione tecnologica, la trasparenza e la solidità della Governance Aziendale.

AZIONI

- Migliorare gli strumenti digitali di supporto alla vendita (piattaforme di spesa online e App) per rendere l'esperienza d'acquisto più semplice, inclusiva e sempre più avanzata tecnologicamente.
- Rafforzare la protezione dei dati e la privacy dei Dipendenti.
- Intensificare il processo di consolidamento strutturale della nostra Governance Aziendale, sempre più trasparente, solida e organizzata, grazie a MOG, Codice Etico e Organismo di Vigilanza.



📍 Panoramica di Cagliari al tramonto

Agenda 2030



OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE





Fabbro al lavoro nella forgiatura del metallo

Nota metodologica

LA DEFINIZIONE DELLE TEMATICHE DI SOSTENIBILITÀ PER SUPEREMME

La selezione delle tematiche presentate in questo Bilancio nasce da un profondo processo di ascolto: un coinvolgimento attivo non solo interno all'Azienda, ma esteso ai nostri principali interlocutori esterni. Dialogare con i nostri Stakeholder ci aiuta a verificare quanto le nostre attività rispondano concretamente alle loro priorità e ad attivare momenti di confronto indispensabili per restare aperti a nuove ed efficaci azioni di miglioramento. Il nostro obiettivo strategico è integrare gli interessi di tutti gli Stakeholder nei nostri processi decisionali, per elevare costantemente il modo in cui la nostra impresa opera.

Il processo di analisi di doppia materialità, avviato per la prima volta a fine 2023, si è articolato in 6 fasi:

1. **analisi del mercato di riferimento;**
2. **identificazione di una lista di potenziali rischi, opportunità e impatti;**
3. **valutazione della rilevanza di ciascun impatto** su una scala puntuale (da 1 a 5), tenendo conto delle variabili previste dagli ESRS: entità, diffusione, persistenza e probabilità;
4. **valutazione della rilevanza finanziaria**, condivisa con la Funzione Amministrativa e la Direzione di Superemme, applicando la medesima metodologia di valutazione per magnitudo e probabilità;
5. **aggregazione dei risultati** e identificazione della lista di impatti, rischi e opportunità che hanno superato la soglia di rilevanza;
6. **validazione degli impatti, rischi e opportunità** rilevanti da parte del CdA.

La selezione degli impatti rendicontati nel presente documento (si veda il capitolo "Gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti per Superemme") riflette il lavoro di coinvolgimento condotto per il Bilancio 2023, aggiornato nel 2024 e confermato per il 2025. Tale revisione non ha comportato cambiamenti sostanziali: gli standard ESRS identificati come rilevanti rimangono E1, E5, S1, S3, S4 e G1.

Per quanto riguarda gli standard di natura ambientale E2, E3 ed E4, abbiamo scelto di non includerli in questa edizione, in coerenza con il nostro modello di business nella Grande Distribuzione Organizzata. Gli impatti oggetto di tali standard riguardano, infatti, attività produttive collocate a monte della nostra catena del valore. Considerando la natura volontaria della presente rendicontazione, abbiamo preferito non inserire la narrazione di questi aspetti in questa sede, ponendoci tuttavia come obiettivo futuro quello di approfondire tali temi nel capitolo dedicato alla gestione dei Fornitori.

Analogamente, sebbene l'ESRS S2 sia emerso come rilevante in sede di revisione, abbiamo scelto di concentrare il nostro impegno in questo Bilancio sulle performance relative alle "Operazioni proprie", rimandando l'approfondimento dell'ESRS S2 a future pubblicazioni. La gestione dei lavoratori lungo la catena del valore rientra in una Strategia di Sostenibilità più ampia, che ci porterà ad espandere progressivamente il nostro perimetro di rendicontazione.

LEGENDA ICONE

Le icone accompagnano la lettura del Bilancio e identificano contenuti, approfondimenti e iniziative ricorrenti.

Parte Valoriale		Fiamma viva che custodisce i valori fondanti dell'anima aziendale.
Informazioni Generali		Chiarimenti introduttivi che offrono una panoramica sull'argomento trattato.
Impegno per il Futuro		Bagliore lungimirante proteso verso l'orizzonte, custode di impegni e obiettivi che illuminano il nostro percorso verso un domani sempre più sostenibile.
Approfondimento		Focus che rivela le sfumature più interne della narrazione.
Novità		Scintilla inedita e vibrante che accende per la prima volta campi inesplorati di questa edizione di BdS.
Appendice Tecnica		Cenno ardente e rigoroso che conduce alle radici metodologiche e ai dettagli tecnici custoditi in fondo al percorso.
Governance e Controllo		Luce, chiarezza e trasparenza relativi a contenuti di governance, controllo e conformità.
Prevenzione		Calore protettivo e scudo ardente per la conservazione dello stato di salute e del benessere delle Persone.
Ricerca		Progetti e collaborazioni nell'ambito della ricerca scientifica in alleanza con il sapere e l'innovazione.
Educazione Alimentare		Vampa nutriente che alimenta la consapevolezza quotidiana e la cultura di una sana alimentazione.
Sport		Energia in movimento e slancio vitale che accende la forza fisica, la passione e il dinamismo collettivo.
Solo Women Run		Battito di passi al femminile e fiamma solidale che illumina la corsa corale per la parità e la forza delle Donne.
Violenza sulle Donne		Baluardo di luce ferma e coraggiosa contro ogni ombra di violenza, a protezione della dignità femminile.
Foresta Pan		Radici profonde e verdeggianti abbracciate dal calore della Terra, custodi del progetto di riforestazione sarda.
Solidarietà		Focolare accogliente e abbraccio caloroso che irradia inclusione, sostegno e amore per la Comunità.

OPPORTUNITÀ, RISCHI E IMPATTI IN TEMA AMBIENTALE

E1 - CAMBIAMENTO CLIMATICO									
DESCRIZIONE	OPPORTUNITÀ	RISCHI	TIPOLOGIA				PERIMETRO OPERAZIONI		
			IMPATTI				PROPRIE	A MONTE (FORNITORI)	A VALLE (CLIENTI)
			+	-	EFFETTIVI	POTENZIALI			
Produzione di emissioni di gas serra Scope 1 e Scope 2 per l'utilizzo di combustibili fossili.									
Produzione di emissioni di gas serra lungo la catena di valore (Scope 3).									
Consumo di energia per lo svolgimento delle attività aziendali (Punti Vendita e sede).									
Opportunità derivante dall'autoproduzione di energia da fonti rinnovabili e, quindi, dalla riduzione dei costi legati all'approvvigionamento energetico esterno.									
Opportunità derivanti dalle attività di efficientamento energetico dei Punti Vendita e della sede e, quindi, dal risparmio di costi energetici.									
Rischio derivante dal grado di dipendenza da combustibile fossile e, quindi, dalla volatilità del prezzo dei prodotti che da esso derivano, impiegati nello svolgimento dell'attività dell'organizzazione.									
Rischio legato agli effetti del cambiamento climatico e che possono interessare il normale svolgimento dell'attività dell'organizzazione.									

E5 - USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE									
DESCRIZIONE	OPPORTUNITÀ	RISCHI	TIPOLOGIA				PERIMETRO OPERAZIONI		
			IMPATTI				PROPRIE	A MONTE (FORNITORI)	A VALLE (CLIENTI)
			+	-	EFFETTIVI	POTENZIALI			
Produzione di rifiuti alimentari dovuta a spreco alimentare all'interno del punto vendita.									
Produzione di rifiuti non alimentari.									
Consumo di materiali per gli imballaggi dei prodotti Marca del Distributore (incluso il packaging utilizzato nelle attività di confezionamento nei Punti Vendita).									
Facilitazione per il consumatore finale nella fase di destinazione dei rifiuti non alimentari nella raccolta differenziata.									
Opportunità derivante da un approccio anti-spreco, volto alla riduzione dei materiali acquistati, al riutilizzo di risorse interne e al recupero di materiali e, quindi, alla diminuzione di rifiuti generati, con conseguente riduzione dei costi associati.									
Opportunità derivante da un approccio anti-spreco, volto al risparmio di costi connessi a prodotti invenduti.									
Rischio di aumento costi derivante dall'applicazione di tasse in materia di packaging come la "plastic tax" (l. 160/2019) e costi derivanti dall'applicazione del Regolamento Imballaggi (Direttiva 94/62/CE e successive modifiche e integrazioni).									

OPPORTUNITÀ, RISCHI E IMPATTI IN TEMA SOCIALE S1

S1 - FORZA LAVORO PROPRIA									
DESCRIZIONE	OPPORTUNITÀ	RISCHI	TIPOLOGIA				PERIMETRO OPERAZIONI		
			IMPATTI				PROPRIE	A MONTE (FORNITORI)	A VALLE (CLIENTI)
			+	-	EFFETTIVI	POTENZIALI			
Aggiornamento delle conoscenze e delle competenze dei dipendenti grazie alla capacità di adottare piani di sviluppo e formazione aziendali.			▲		▲		▲		
Incremento del livello di benessere dei dipendenti generato dalla capacità dell'organizzazione di garantire un'occupazione stabile, un dialogo trasparente e proficuo tra dipendenti e organizzazione, un salario adeguato alla luce delle condizioni economiche e sociali nazionali.			▲		▲		▲		
Incremento del livello di benessere dei dipendenti generato dalle iniziative di welfare aziendale.			▲		▲		▲		
Inclusione lavorativa generata dall'assunzione di persone diversamente abili e di persone appartenenti a gruppi sottorappresentati.			▲			▲	▲		
Episodi di discriminazione in base a genere, età, orientamento sessuale, abilità, origine etnica, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose nell'ambiente di lavoro.				▲		▲	▲		
Episodi di disparità di trattamento in azienda, sulla base di fattori come il genere, età, etnia, religione e ogni altra forma di diversità.				▲		▲	▲		
Creazione di una cultura della salute dei dipendenti oltre gli aspetti di salute collegati al contesto di lavoro.			▲			▲	▲		
Compromissione dello stato di salute e della sicurezza dei dipendenti dovuto a eventi di infortunio sul lavoro.				▲		▲	▲		
Compromissione dello stato psico-fisico della propria forza lavoro generato da una organizzazione/gestione del lavoro non ottimale.				▲		▲	▲		
Compromissione dello stato psico-fisico della propria forza lavoro generato da molestie sul posto di lavoro.				▲		▲	▲		
Violazione dei diritti dei propri dipendenti derivanti dall'adozione di pratiche irregolari occulte, quali lavoro in nero, lavoro forzato e lavoro minorile.				▲		▲	▲		
Episodi di violazione della privacy dei propri dipendenti.				▲		▲	▲		
Opportunità derivante dagli elevati livelli di produttività e fidelizzazione, generati dalla soddisfazione dei propri dipendenti.	▲						▲		
Rischio legato alla difficoltà di acquisire nuovi dipendenti con competenze qualificate e specializzate (es. competenze di reparto specialistico) e, quindi, ai costi per la ricerca, selezione e la formazione di nuovi tecnici.		▲					▲		
Danno economico in seguito a episodi di pratiche di lavoro irregolari occulte relativamente ai propri dipendenti.		▲					▲		
Danno economico legato ad episodi di infortunio e di malattie connesse al lavoro.		▲					▲		



OPPORTUNITÀ, RISCHI E IMPATTI IN TEMA SOCIALE S3

S3 - COMUNITÀ INTERESSATE									
DESCRIZIONE	OPPORTUNITÀ	RISCHI	TIPOLOGIA				PERIMETRO OPERAZIONI		
			IMPATTI				PROPRIE	A MONTE (FORNITORI)	A VALLE (CLIENTI)
			+	-	EFFETTIVI	POTENZIALI			
Sviluppo della comunità locale generato grazie alle attività e alle iniziative di carattere solidale.			▲		▲		▲		▲
Sviluppo economico delle aree locali in cui l'organizzazione opera, attraverso politiche di assunzione di persone provenienti dal territorio.			▲		▲		▲		

OPPORTUNITÀ, RISCHI E IMPATTI IN TEMA SOCIALE S4

S4 - CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI									
DESCRIZIONE	OPPORTUNITÀ	RISCHI	TIPOLOGIA				PERIMETRO OPERAZIONI		
			IMPATTI				PROPRIE	A MONTE (FORNITORI)	A VALLE (CLIENTI)
			+	-	EFFETTIVI	POTENZIALI			
Compromissione dello stato di salute dei clienti connesso alla sicurezza dei prodotti commercializzati dall'organizzazione.				▲		▲	▲		▲
Miglioramento dell'esperienza del cliente nel punto vendita e non, attraverso i servizi erogati anche per i consumatori più vulnerabili.			▲		▲		▲		▲
Miglioramento della condizione di accessibilità economica per prodotti di qualità, grazie politiche di prezzo equilibrate.			▲		▲		▲		▲
Compromissione dello stato di salute fisica dei clienti dovuto a eventi di infortunio nei Punti Vendita.				▲		▲	▲		▲
Diffusione di una cultura sulle tematiche della corretta e sana alimentazione.			▲		▲		▲		▲
Comunicazione non trasparente, incompleta e/o ingannevole al cliente con riferimento ai prodotti a Marca del Distributore commercializzati che non consentano una tracciabilità del prodotto.				▲		▲	▲		▲
Episodi di violazione della privacy del consumatore finale.				▲		▲	▲		▲
Opportunità derivante dall'introduzione di servizi sostenibili e dall'espansione dei canali digitali che migliorando l'esperienza del consumatore.	▲						▲		
Rischio legato a incidenti di salute e sicurezza del consumatore riguardo a prodotta a Marca del Distributore in seguito a scarsa sicurezza organolettica o a mancanza di dispositivi di sicurezza.		▲					▲		
Rischio legato ad un malfunzionamento dei sistemi informatici e, quindi, a eventuali episodi di violazione della privacy del cliente.		▲					▲		

OPPORTUNITÀ, RISCHI E IMPATTI IN TEMA DI GOVERNANCE

G1 - CONDOTTA DELLE IMPRESE									
DESCRIZIONE	TIPOLOGIA						PERIMETRO OPERAZIONI		
	OPPORTUNITÀ	RISCHI	IMPATTI				PROPRIE	A MONTE (FORNITORI)	A VALLE (CLIENTI)
			+	-	EFFETTIVI	POTENZIALI			
Compromissione della tutela e della protezione degli informatori, ovvero coloro che segnalano o divulgano informazioni concernenti atti illeciti avvenuti.				★		★	★		
Compromissione del benessere degli animali a monte della catena del valore dovuto a pratiche di allevamento intensive e non sostenibili nel processo di produzione dei prodotti a Marca del Distributore.				★		★	★	★	
Diffusione di una cultura relativa al benessere animale che migliori le condizioni degli animali a monte della catena del valore per alcune filiere produttive alimentari di prodotti a Marca del Distributore.			★			★	★	★	
Promozione di una cultura d'impresa in linea con i principi etici aziendali, contro a possibili episodi di illegalità e corruzione.			★		★		★		
Distribuzione di valore economico nei confronti di fornitori locali e di piccoli artigiani localizzati nel Territorio.			★		★		★	★	
Diffusione di una cultura della sostenibilità attraverso la valutazione dei fornitori in base a criteri sociali e ambientali.			★			★	★	★	
Creazione di condizioni economiche che possono danneggiare i fornitori (soprattutto di piccole dimensioni), attraverso l'adozione di pratiche commerciali sleali e/o condizioni contrattuali penalizzanti.				★		★	★	★	
Danno reputazionale legato a episodi di maltrattamento degli animali coinvolti nel processo di produzione del prodotto a Marca del distributore, e, quindi alle cattive condizioni di allevamento e di benessere degli animali.		★					★		
Rischio legato ad uno scarso assortimento che deriva da una difficile reperibilità delle materie prime di cui l'organizzazione si rifornisce per i propri Punti Vendita.		★					★		

Famiglia

NOI SIAMO SARDI

*Noi siamo
il fuoco che non si consuma,
la scintilla tenace che sfida la roccia,
la passione che fronteggia il maestrale.*

*Noi siamo
il riverbero delle fornaci antiche,
la luce della sera che avvolge la nostra Isola,
il focolare che unisce i volti, le storie, le generazioni.*

*Noi siamo
l'energia che scorre nei gesti del lavoro,
la fiamma viva della memoria che brucia ogni stanchezza,
l'eredità che trasforma il passato in luce per il futuro.*

*Noi siamo
il coraggio che arde silenzioso eppure ostinato,
l'ardore indomito che scalda la Terra sarda,
la brace che custodisce il domani della nostra Comunità.*

*Noi siamo
Sardi.*



 Fenicotteri rosa in volo al tramonto, Parco Naturale Molentargius-Saline



Progetto di Famiglia

I NOSTRI VALORI

Famiglia, Onestà e Passione sono più di semplici parole, rappresentano il **fuoco vivo che alimenta da oltre sessant'anni il nostro Progetto**. Come una fiamma che si trasmette di generazione in generazione, questi principi illuminano il nostro percorso, trasformando il lavoro quotidiano in un'opera collettiva.

FAMIGLIA: Il focolare che unisce

Per noi, la **Famiglia è il centro che irradia calore**. È un senso di appartenenza che va oltre il legame di sangue e accende l'energia di ogni singolo Dipendente, Fornitore e Stakeholder. È il calore che accoglie, che protegge le radici e che ci permette di affrontare le sfide del mercato con la forza di una **Comunità coesa, capace di ardere con un unico intento**.

ONESTÀ: La luce che guida

L'onestà è la luce che orienta ogni nostra azione. È il riflesso trasparente di un impegno costante, costruito in decenni di relazioni autentiche. Come la fiamma che non teme il vento, la nostra onestà è una costante solida che ci permette di guardare al futuro con la serenità di chi sa di aver operato sempre con rettitudine, verso Dipendenti, Clienti, Comunità & Territorio.

PASSIONE: L'ardore che innova

La passione è l'energia incontenibile che ci distingue. È la spinta a migliorare, a cercare l'eccellenza e a **innovare nel solco della tradizione**. Questo ardore indomito brucia ogni stanchezza e trasforma l'esperienza del passato nell'energia per il domani, **spingendoci a superare i traguardi raggiunti con entusiasmo, determinazione e uno sguardo sempre volto all'avvenire**.



📍 Sede Legale e Amministrativa Gruppo Superemme, Cagliari

Azienda

LA NOSTRA TRADIZIONE DI COMMERCianti DA OLTRE 60 ANNI



1960

A Dolianova, un piccolo paese a 20 km da Cagliari, la Famiglia Murgia gestisce un emporio tradizionale con prodotti alimentari e non food.

1975

In corso Repubblica 90, a Dolianova, apre il primo negozio con insegna **SUPERMERCATI MP** (dai fondatori Murgia Francesco e Piras Margherita); ha così inizio la trasformazione da piccolo emporio a moderno supermercato, dove ortofrutta e carni sono confezionate.

1980

Nasce Superemme con l'apertura di due nuovi Punti Vendita nella Città di Cagliari. L'insegna Supermercati MP viene sostituita con ***PAN***, dal greco "tutto".

1988

Apriamo il primo ipermercato della Sardegna, l'**Iperpan** nella SS 131 a Sestu, una struttura di circa 3.000 mq moderna e innovativa che diventa ben presto il punto di riferimento per tutta l'area del capoluogo. Ha inizio così un intenso sviluppo nella nostra Isola.

1990

Aderiamo a **Selex GC, Esd Italia e EMD** con l'obiettivo di garantire al Cliente una sempre maggior qualità a prezzi competitivi.

2016

Sardi come Voi è il nuovo pay-off, che rappresenta la nostra realtà sarda al 100%. Questo riposizionamento della brand identity rispecchia il nostro forte legame con Comunità & Territorio.

FAMIGLIA, AZIENDA, PROPRIETÀ



3.2.1



2021

Realizziamo il Progetto **l'Evoluzione nella Tradizione che racconta il secondo passaggio generazionale** di Francesco Murgia e Silvia Massa che, supportati dagli stessi valori, Famiglia, Onestà e Passione, guidano l'Azienda rivestendo i ruoli di VP e AD.

2020

Rappresentiamo un'importante realtà della moderna distribuzione regionale e, con **33 Punti Vendita sul territorio** e quasi **1.000 Dipendenti**, garantiamo il sostegno occupazionale ed economico dell'Isola. Nel 2020 diamo vita al nostro primo **Bilancio di Sostenibilità su base volontaria**.



2023

Ampliamo la nostra rete con **due nuove aperture a Dolianova e Olbia**. Intensifichiamo il processo di riorganizzazione manageriale e consolidamento strutturale, mirando ad implementare **una strategia di sostenibilità sempre più allineata con gli obiettivi futuri della nostra Azienda**. Prestiamo una sempre maggiore attenzione alle tematiche ambientali, sociali e di governance. Aumentiamo il sostegno occupazionale ed economico della nostra Isola, superando i 1.000 Dipendenti.

2022

Affianchiamo alla Famiglia nuovi **Manager, competenti e appassionati che sposano valori, visione e missione della nostra Azienda**. Dal rispetto delle tradizioni, dall'amore per la nostra Isola e grazie ai nostri **Fornitori locali**, nasce il nostro marchio **Alligresa**.



2024

Inauguriamo la nuova **Sede Amministrativa** a Cagliari, progettata per rispondere alle esigenze di efficienza, benessere e sostenibilità. Strutturiamo una Governance sempre più trasparente e solida, oltre a tre **Comitati sinergici: il Comitato Strategico, il Comitato Operativo e il Comitato Giovani Talenti**. Nel 2024 apriamo il primo **PanBistrò**, un nuovo e innovativo servizio che rappresenta molto più di un semplice bar.

2025

Intensifichiamo il processo di consolidamento della nostra Governance Aziendale, grazie a **MOG, Codice Etico e Organismo di Vigilanza**; e otteniamo la **Certificazione per la Parità di Genere**, al fine di guidare l'Azienda verso nuovi traguardi strategici nel segno della continuità, della responsabilità e del controllo etico e sociale.

Azienda

VISION & MISSION

Con una **storia lunga oltre 60 anni** nel settore della **Grande Distribuzione Organizzata in Sardegna**, consolidiamo il **nostro ruolo di pilastro economico, occupazionale e sociale**.

Oggi, con 35 Punti Vendita, 2 Centri Distributivi e una Sede Amministrativa all'avanguardia, **proseguiamo il percorso di crescita puntando su una Governance sempre più solida, trasparente e organizzata**.

Attraverso MOG, Codice Etico e Organismo di Vigilanza, **presidiamo l'integrità del nostro operato, guidando l'Azienda verso nuovi traguardi strategici nel segno della responsabilità e del controllo etico**.

Guidati da dinamicità e determinazione, continuiamo a sviluppare servizi complementari, integrativi e digitalizzati, offrendo la miglior esperienza d'acquisto ai nostri Clienti, **nel costante rispetto dei nostri valori fondanti**.



Falò sotto il cielo stellato della Sardegna

LA NOSTRA VISION



Essere protagonisti dello sviluppo dell'economia della Sardegna,
puntando sempre su qualità, crescita ed innovazione.
Sostenere i Dipendenti, la Comunità e il Territorio
per dare continuità alla cultura, alla tradizione e ai prodotti tipici
che rendono unica la nostra Terra.

LA NOSTRA MISSION



Supportiamo la crescita del Territorio e della Comunità Locale
nel pieno rispetto della storia, della tradizione e della sostenibilità.
Preserviamo l'evoluzione professionale e il benessere lavorativo
attraverso la scoperta, la valorizzazione e il potenziamento
delle risorse uniche di ciascuno.
Garantiamo la ricerca, il progresso e l'innovazione tecnologica
di beni e servizi al fine della maggior consapevolezza dei Dipendenti.

Azienda

SUPERPAN E IPERPAN

Nel 2025, abbiamo rafforzato la presenza sul Territorio, confermando la nostra determinazione, resilienza e visione strategica che da sempre ci guidano. **Il nostro format, che pone al centro l'ampiezza degli spazi, la qualità del fresco e il profondo legame con le eccellenze locali, rimane il pilastro della nostra proposta, volto a generare valore concreto per la Comunità sarda.** In un contesto di mercato complesso, abbiamo proseguito con convinzione il piano di ammodernamento della rete, completando tre importanti ristrutturazioni che testimoniano la nostra costante volontà di innovare nel segno della continuità.

La nostra crescita passa attraverso il benessere dei nostri Dipendenti. La piena operatività della nuova Sede Amministrativa di Cagliari ha consolidato un ambiente di lavoro accogliente, inclusivo e sinergico per oltre 80 Dipendenti, oltre a Partner esterni e Stakeholder, trasformandosi nel vero centro pulsante della nostra identità aziendale. Parallelamente, abbiamo valorizzato l'esperienza del Pan Bistrò, format che unisce sapientemente la tradizione gastronomica locale alla modernità, trasformando i prodotti dei nostri reparti freschi in un'offerta distintiva di cura, convivialità e qualità, dedicata ai nostri Clienti.

L'impegno verso l'efficienza si traduce nell'integrazione tra tradizione, innovazione tecnologica e logistica capillare. Attraverso il potenziamento dei servizi digitali, come "Click & Collect", "Home Delivery" e "Self Checkout", rendiamo l'esperienza d'acquisto sempre più rapida, fluida e vicina alle esigenze quotidiane dei nostri Clienti. Tale efficacia è sostenuta dall'operatività dei nostri poli logistici di Macchiareddu e Sestu, dove, grazie ad una rete di Fornitori di valore, garantiamo la freschezza e la tempestività che ci permettono di raggiungere, con la stessa attenzione, ogni singolo Punto Vendita nella nostra Isola.



FAMIGLIA, AZIENDA, PROPRIETÀ



3.2.3

- ASSEMINI**
 - Via Carmine
 - Via Sardegna
 - Via Trieste
- BOSA**
 - Via degli Artigiani
- CAGLIARI**
 - Viale Marconi
 - Via del Pozzetto
 - Via Castiglione
 - Via Sant'Alenixedda
 - Via Calamattia
 - Via Figari
 - Via Cinquini
 - Via Santa Gilla
 - Viale La Plaia
- CARBONIA**
 - Via Costituente
 - Via Santa Caterina
- DECIMOMANNU**
 - Via delle Aie
 - PanBistrò
- DOLIANOVA**
 - Corso Repubblica
 - Via Zuddas
- GONNOSFANADIGA**
 - Via Nazionale
- IGLESIAS**
 - Corso Colombo
 - Via Villa di Chiesa
- OLBIA**
 - Piazza Crispi
 - Via Barcellona
- ORISTANO**
 - Via Dublino
- QUARTU SANT'ELENA**
 - Piazza Azuni
 - Via Monsignor Angioni
 - Via Fiume
- SAN GIOVANNI SUERGIU**
 - Via Vittorio Emanuele
- SANLURI**
 - Via Bologna
- SELARGIUS**
 - Via Piero della Francesca
 - Via San Nicolò
 - Via della Libertà
- SESTU**
 - Ex S.S. 131 - Km 7,650
 - Ex S.S. 131 - Corte del Sole
- VILLASOR**
 - Via Cagliari

SUPERPAN
 IPERPAN
 PANBISTRÒ
 NUOVE RISTRUTTURAZIONI 2025





Proprietà

LA NOSTRA GOVERNANCE

Dal 1990 siamo soci del Selex Gruppo Commerciale SpA e, in forte sinergia strategica con gli altri 18 Soci e la Centrale stessa, abbiamo promosso un percorso di innovazione continua, arricchendo costantemente le competenze tecniche e trasversali dei nostri Dipendenti. Insieme a Selex GC, partecipiamo come mandante alla Centrale di acquisto ESD Italia ed a EMD, primaria centrale europea di negoziazione sia per l’Industria di Marca che per la Marca del Distributore.

La Governance del nostro Gruppo è esercitata attraverso un modello di amministrazione centralizzato, il cui organo di indirizzo strategico è il Consiglio di Amministrazione (CdA) della Capogruppo, Superemme Srl. Al nostro CdA competono la definizione degli indirizzi strategici e finanziari, la supervisione sulla gestione complessiva e l’approvazione delle operazioni di maggior rilievo per la Società e le sue Controllate. Nell’esercizio delle nostre funzioni, ci atteniamo rigorosamente ai principi di integrità, agendo sempre in modo informato, nell’interesse della Società e nel pieno rispetto degli interessi dei nostri Stakeholder. Per garantire la coerenza dell’impianto strategico, il modello prevede una piena coincidenza nella composizione degli organi amministrativi della Capogruppo e delle Società Controllate, DIS Srl e IMMUR SpA.

La gestione della Governance è in capo al
CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE,
organo collegiale che, al 31 Dicembre 2025, è formato da:

RAPPRESENTANTI D'IMPRESA



P - AD - Giuseppe Murgia



AD - Antonello Murgia

RAPPRESENTANTI D'IMPRESA E DIREZIONE GENERALE



VP - AD - Francesco Murgia



AD - Silvia Massa

CONSIGLIERI



C - Anna Murgia



C - Silvana Murgia



C - Alberto Murgia



C - Carlotta Farigu

P = Presidente – VP = Vicepresidente – AD = Amministratore Delegato – C = Consigliere

L'impegno del nostro Gruppo si riflette anche **nell'attività di rappresentanza istituzionale portata avanti dai nostri vertici**. La nostra Amministratrice Delegata, Silvia Massa, su candidatura di Selex Gruppo Commerciale, è incaricata territoriale di "Federdistribuzione Sardegna". Aderisce inoltre ad **Aidda, Associazione Imprenditrici e Donne Dirigenti di Azienda**, storica associazione per la valorizzazione dell'imprenditoria femminile, e dal 2025 è membro dell'Associazione **Donne del Retail, rete di professioniste unite dalla convinzione che lungimiranza ed empatia siano leve strategiche per anticipare il cambiamento, valori che rispecchiano l'identità di Superemme**. Accanto all'AD, il Vice-presidente Francesco Murgia siede come **Consigliere nel CdA di Selex Gruppo Commerciale**, portando negli organi decisionali del Gruppo la visione strategica e i valori di Superemme.

Il CdA ha adottato un **Sistema di Deleghe Operative** per assicurare una gestione efficace e una supervisione puntuale sulle aree di rischio legate a Cybersecurity e Protezione dei Dati, Gestione Ambientale, Sicurezza sui Luoghi di Lavoro, Qualità e Sicurezza Alimentare (HACCP). Al 31 Dicembre 2025 le deleghe sono attribuite a:

RIPARTIZIONI DELLE RESPONSABILITÀ

Le deleghe attribuiscono agli Amministratori la responsabilità per le seguenti materie a livello di Gruppo:



Cybersecurity e Protezione dei Dati
attribuita a
Sig. **Giangiuseppe Murgia**



Gestione Ambientale
attribuita a
Sig. **Antonello Murgia**



Sicurezza sui Luoghi di Lavoro
attribuita a
Dott.ssa **Silvia Massa**
anche *Datore di Lavoro (DL)*
ai sensi del D.Lgs. 81/08



Qualità e Sicurezza Alimentare (HACCP)
attribuita a
Sig. **Francesco Murgia**

L'assetto, così strutturato, ci consente di presidiare in modo mirato le tematiche più rilevanti, attribuendo chiare responsabilità per la gestione delle Opportunità, dei Rischi e degli Impatti (da noi valorizzati con l'acronimo "**ORI**") ad esse connesse, in linea con gli obiettivi strategici del Gruppo.

ASSEMBLEA DEI SOCI



HOLDING
Giangiuseppe Murgia
e figli



HOLDING
Antonello Murgia
e figli



HOLDING
Anna Murgia
e figli



HOLDING
Silvana Murgia
e figli

Composizione Assemblea dei Soci di Superemme Srl al 31 Dicembre 2025.

ORGANISMO DI VIGILANZA



Cristina Ruffoni
Presidente



Anna Tavera
Membro Interno



Cristina D'Alonzo
Membro Esterno

Organo collegiale al 31 Dicembre 2025.

Organo aziendale, previsto dal D.Lgs. 231/2001, dotato di autonomi poteri di iniziativa e controllo, **nominato dal CdA**, con il compito principale di vigilare sull'osservanza, l'efficacia e l'aggiornamento del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOG) adottato per prevenire la commissione di reati.

COLLEGIO SINDACALE

Le funzioni di Vigilanza e Controllo, al 31 Dicembre 2025 sono in capo ai seguenti Organi Collegiali:



Daniele Ariu
Presidente



Fulvio Ferrarini
Sindaco



Leo De Rosa
Sindaco



Alberto Russo
Sindaco Supplente



Luigi Cecere
Sindaco Supplente

Organo di controllo, **nominato dall'Assemblea dei Soci**, con il compito di vigilare sull'operato degli Amministratori, assicurando il rispetto della legge e dello Statuto, il corretto svolgimento dell'amministrazione e l'adeguatezza dell'assetto organizzativo e contabile dell'Azienda.

REVISORI LEGALI



Società di Revisione

Soggetto incaricato della revisione legale dei conti ai sensi del D.Lgs. 39/2010, **nominato dall'Assemblea dei Soci su proposta motivata del Collegio Sindacale**, con il compito di esprimere un giudizio sul bilancio e di verificare la regolare tenuta della contabilità, a garanzia della trasparenza finanziaria.



Proprietà

GOVERNANCE

COMITATI

Per interpretare con metodo, lungimiranza e coerenza le sfide del presente e del futuro, in Superemme ci affidiamo alla sinergia di **tre Comitati interni**: il Comitato Strategico, il Comitato Operativo e il Comitato Giovani Talenti.

Il **Comitato Strategico (CS)**, composto dal nostro Vicepresidente Francesco Murgia e dalla nostra Amministratrice Delegata Silvia Massa, **armonizza e indirizza tutte le Business Unit (BU) aziendali**. Questo organo **funge da ponte tra la visione d'insieme e l'esecuzione pratica**: Francesco Murgia guida la direzione commerciale, orienta l'innovazione, l'automazione e la sicurezza informatica e governa l'evoluzione tecnologica della filiera logistica; mentre Silvia Massa sovrintende alla stabilità economico finanziaria, all'allocazione delle risorse, all'Ufficio Tecnico e allo Sviluppo Immobiliare, all'Ufficio HR, alla Sostenibilità Aziendale e alle Relazioni Esterne. Il **CS opera con lo scopo di alimentare una cultura di partecipazione bottom-up**, incoraggiando i Responsabili di BU a farsi promotori di progetti innovativi orientati alla crescita dei Dipendenti, al buon clima inclusivo, sinergico e di Team, oltreché all'efficienza operativa.

Il **Comitato Operativo (CO)**, costituito dai Responsabili di BU, riveste un **ruolo proattivo e dinamico nella traduzione delle strategie in Progetti di Valore (PdV), concreti e misurabili**. Oltre alla gestione operativa, il CO è protagonista del nostro **impegno verso la trasparenza: partecipa attivamente al processo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità**. Tale compito comporta la raccolta rigorosa dei dati, la verifica della loro genuinità rispetto ai sistemi gestionali e l'analisi degli scostamenti, **garantendo agli Stakeholder una rappresentazione fedele e accurata dei nostri impatti ESG**.

Il **Comitato Giovani Talenti (CGT)**, consolidatosi dopo l'introduzione nel 2024, rappresenta il nostro investimento sulla visione delle nuove generazioni. Un gruppo di Junior, espressione di diverse BU aziendali, costituiscono questo spazio di inclusione, ascolto e creatività. Supportati dalla nostra Executive Business Coach, Dott.ssa Cristina D'Alonzo, si riuniscono con cadenza bimensile per elaborare proposte trasversali innovative. Questo processo permette di far emergere nuove idee che, una volta validate come Progetti di Valore, vengono presentate al Comitato Strategico, favorendo un continuo arricchimento del patrimonio di competenze aziendale.

COMMISSIONE STRATEGICA DI SOSTENIBILITÀ

A presidio della Governance di Sostenibilità, è operativa una **Commissione Strategica di Sostenibilità**, composta da: dall'Amministratrice Delegata, Dott.ssa Silvia Massa; dalla Consulente di Sostenibilità Strategica, Dott.ssa Cristina D'Alonzo; dalla Coordinatrice della Sostenibilità, Dott.ssa Laura Piras. **Attraverso l'AD, la Commissione assicura un costante flusso informativo verso il CdA, per lo sviluppo della Sostenibilità nella Strategia Aziendale.**

COMITATO GUIDA PARITÀ DI GENERE

A presidio della Parità di Genere, è operativo il **Comitato Guida Parità di Genere**, coordinato dalla Resp. Personale, Dott.ssa Sara Massa, sotto la supervisione del Direttore del Personale ed Organizzazione, Dott. Simone Chieco, e riporta all'A.D. e Datore di Lavoro, Dott.ssa Silvia Massa. Ne fanno parte i referenti delle principali funzioni aziendali, a garanzia di un approccio trasversale e condiviso. **Un impegno concreto per garantire pari opportunità, rispetto e valorizzazione delle Persone.**



📍 IPERPAN - Via Monsignor Angioni - Quartu Sant'Elena



IMPATTI AMBIENTALI **ESRS E1**



4.1

Cambiamento Climatico ed Emissioni

INSIEME PER LA TUTELA DELL'AMBIENTE

Ogni scelta che compiamo, anche la più ordinaria, porta con sé il potenziale per fare la differenza. È con questa consapevolezza, viva e concreta, che la nostra Azienda porta avanti il proprio percorso di Responsabilità Ambientale: nella progettazione dei nuovi Punti Vendita, nella ristrutturazione di quelli esistenti, nelle decisioni operative che scandiscono le attività quotidiane. **Un'opportunità autentica per alimentare un modello di sviluppo più responsabile e duraturo.**

Le tecnologie che adottiamo rispecchiano pienamente questo orientamento: sistemi di illuminazione LED, soluzioni ad alta efficienza energetica e, dove le condizioni operative lo consentono, l'integrazione di fonti rinnovabili. Scelte che si traducono non solo in una riduzione concreta dei consumi e degli sprechi, bensì in un cambiamento culturale più profondo: **rispettare le risorse disponibili significa guardare al futuro con slancio, con quella stessa energia genuina che anima i valori della nostra Azienda.**



📍 SUPERPAN - Via Bologna - Sanluri

EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

Usare meglio l'energia, cioè ridurre gli sprechi, ottimizzare i consumi e migliorare le prestazioni degli impianti, è uno degli ambiti di intervento più significativi per la nostra Azienda. Nel 2025 abbiamo compiuto un ulteriore passo avanti in questa direzione, attivando la copertura del sistema di telegestione negli impianti di Sanluri Via Bologna e Carbonia Via Santa Caterina: un'iniziativa che ci consente di individuare con maggiore precisione le aree più critiche e di intervenire con tempestività là dove necessario.

A supporto di questo processo, il sistema BEMS (cfr. box dedicato per maggiore approfondimento) ci restituisce una rappresentazione chiara e dettagliata dei consumi e delle prestazioni energetiche degli impianti, trasformando i dati in strumenti di decisione concreta. Un salto qualitativo che rafforza la nostra capacità di orientare le scelte operative verso una maggiore efficienza, riducendo l'impatto ambientale delle attività e costruendo, giorno dopo giorno, un sistema più sostenibile.



IL SISTEMA BEMS

Il sistema BEMS (Building Energy Management System) è una piattaforma integrata -hardware e software- progettata per monitorare, controllare e ottimizzare in tempo reale il consumo energetico degli edifici.

Coordinando in modo sinergico gli impianti di riscaldamento, ventilazione, condizionamento e illuminazione, il BEMS presidia ogni flusso energetico con continuità e precisione, con l'obiettivo di ridurre gli sprechi, contenere i costi operativi e massimizzare l'efficienza complessiva dell'edificio.

Tra le funzionalità principali:

- **monitoraggio continuo dei consumi energetici in tempo reale**, per una lettura aggiornata e precisa delle prestazioni degli impianti;
- **controllo remoto dei parametri operativi** (orari di funzionamento, set-point di temperatura, soglie di allerta), per intervenire con tempestività là dove necessario;
- **gestione degli allarmi, con notifiche immediate in caso di anomalie o scostamenti dai valori attesi**, a garanzia della continuità operativa;
- **ottimizzazione dei costi di gestione e manutenzione**, grazie a una supervisione centralizzata che trasforma la lettura dei dati in azioni concrete di miglioramento.



SOLUZIONI INTEGRATE PER L'EFFICIENZA TERMICA

Nel percorso verso una gestione energetica sempre più consapevole, le soluzioni integrate per l'efficienza termica rappresentano oggi uno degli ambiti di intervento più promettenti. L'utilizzo combinato di pompe di calore e sistemi di recupero termico consente di valorizzare l'energia già presente negli impianti, trasformando ciò che altrimenti andrebbe disperso in una risorsa concreta, oltreché di contribuire ad una progressiva ottimizzazione dei consumi.

Con l'obiettivo di ridurre le emissioni di CO₂ e migliorare le prestazioni energetiche complessive, in Superemme abbiamo scelto di adottare sistemi a pompa di calore: una tecnologia che non produce calore, ma lo trasferisce, sfruttando l'energia elettrica per spostarlo tra l'ambiente esterno e gli spazi interni. Il principio è tanto semplice quanto efficace: in inverno il sistema estrae calore dall'aria esterna per riscaldare gli ambienti; in estate inverte il ciclo, sottraendo calore dall'interno per raffrescarli. A rendere possibile questo processo è un fluido refrigerante che consente agli impianti di operare con piena efficacia anche in condizioni climatiche rigide, garantendo una resa termica superiore all'energia elettrica effettivamente consumata.

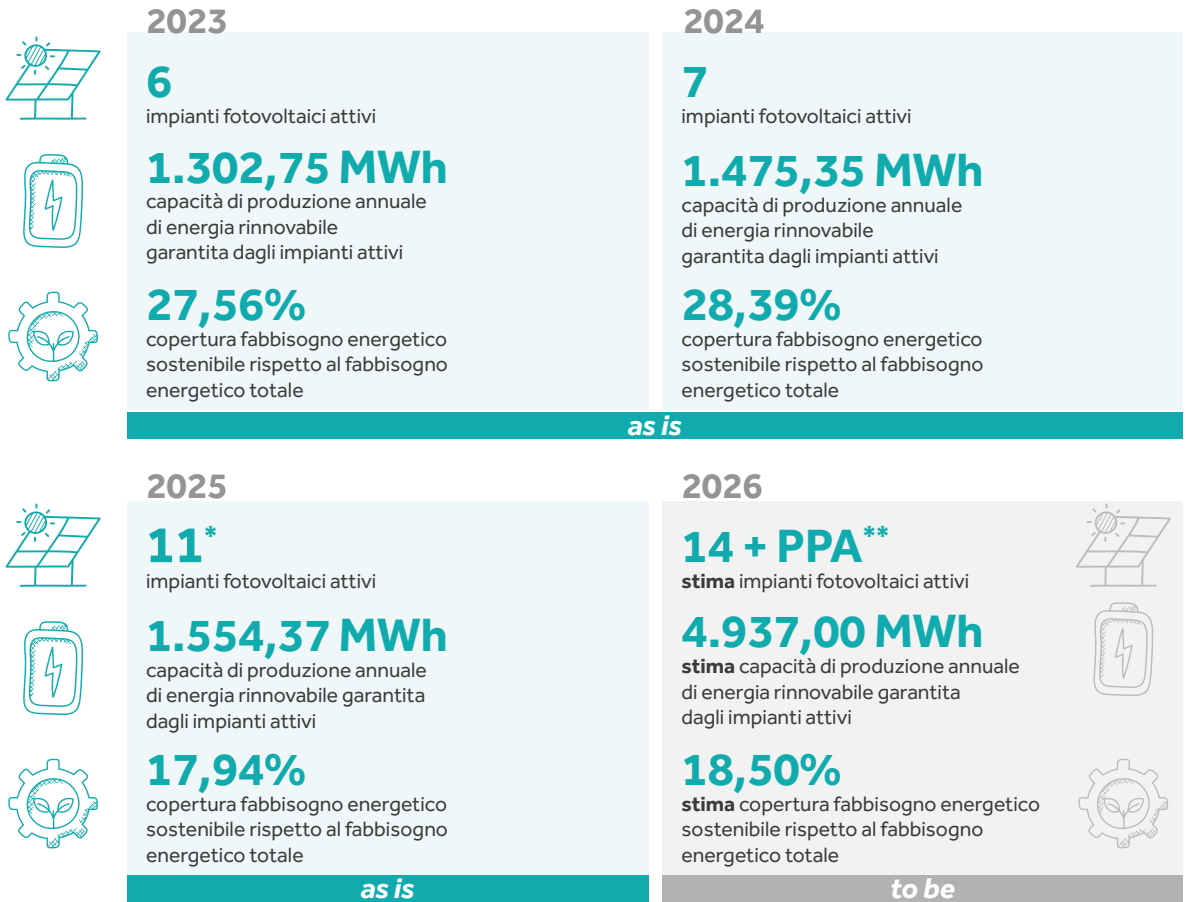
Rispetto alle tradizionali caldaie a gas o gasolio, le pompe di calore trasferiscono le emissioni dalle categorie dirette (Scope 1) a quelle indirette (Scope 2), con una riduzione significativa delle tonnellate di CO₂ associate. Il loro impatto ambientale si riduce ulteriormente quando sono alimentate da fonti rinnovabili, come il fotovoltaico, diventando parte integrante di un sistema energetico coerente ed interconnesso.

Nel 2025 questo approccio si è tradotto in interventi concreti: la sostituzione completa dell'impianto di climatizzazione nel Punto Vendita di Sanluri Via Bologna e il rinnovo parziale, pari al 50%, di quello di Cagliari Viale Marconi.

Sempre nel corso del 2025, presso i Punti Vendita di Sanluri Via Bologna e Carbonia Via Santa Caterina sono stati installati per la prima volta sistemi di recupero del calore per la produzione di acqua calda sanitaria, segnando un ulteriore avanzamento nell'efficienza energetica.

Questi impianti sfruttano il calore prodotto dalla centrale frigorifera, altrimenti disperso, per riscaldare l'acqua sanitaria, eliminando di fatto la necessità di ricorrere alle caldaie tradizionali e riducendo così sia i consumi energetici sia le emissioni associate. **Un ciclo virtuoso in cui nulla va perduto: ogni flusso di energia diventa, nella misura del possibile, una risorsa da rimettere in circolo.**

IL NOSTRO IMPEGNO A FAVORE DELL'ENERGIA RINNOVABILE



* Di cui 4 impianti messi in funzione nell'ultimo bimestre dell'anno.
** PPA (Power Purchase Agreement): contratto a lungo termine per l'acquisto di energia rinnovabile, al fine di fissare il prezzo di acquisto.

Nell'ambito del nostro impegno costante per la riduzione dell'impatto ambientale, **anche nel 2025 il parco fotovoltaico aziendale ha registrato una nuova espansione, confermando la scelta strategica di privilegiare l'energia da fonti rinnovabili. Nel 2025 sono entrati in esercizio 4 nuovi impianti fotovoltaici**, installati presso i Punti Vendita di Carbonia Via Costituente, Iglesias Via Villa di Chiesa, Assemmini Via Carmine e Assemmini Via Sardegna, che vanno ad aggiungersi ai 7 impianti già operativi. Il parco fotovoltaico aziendale conta oggi 11 impianti attivi, con una produzione complessiva di 1.554,37 MWh nel 2025.

Dei 1.554,37 MWh di energia rinnovabile autoprodotta nel 2025, il 91,73% (1.425,79 MWh) è stata destinata all'autoconsumo, contribuendo direttamente alla copertura del 17,94% del fabbisogno energetico dei Punti Vendita interessati. La quota residua, l'8,27% (128,58 MWh), generata nei momenti di picco produttivo o in assenza di consumo interno, è stata invece immessa nella rete elettrica nazionale, concorrendo così alla diffusione di energia pulita nel sistema energetico complessivo.

Grazie all'energia autoprodotta e autoconsumata, sono state evitate emissioni pari a 629,06 tonnellate di CO₂.

IMPEGNO FUTURO

Per il 2026 è prevista l'attivazione di ulteriori 3 impianti fotovoltaici.



SEDE LEGALE E AMMINISTRATIVA - Gruppo Superemme - Cagliari

TECNOLOGIE PER UNA REFRIGERAZIONE A MINOR IMPATTO AMBIENTALE

Proseguendo nel percorso delle iniziative avviate dal 2023, anche nel 2025 **abbiamo continuato il rinnovamento degli impianti frigoriferi, sostituendoli con soluzioni di ultima generazione a ridotto impatto ambientale e con un basso potenziale di riscaldamento globale (GWP - Global Warming Potential).** Gli interventi hanno riguardato i Punti Vendita di Sanluri Via Bologna e Carbonia Via Santa Caterina, dove sono stati installati sistemi di refrigerazione a CO₂, un gas con GWP pari a 1 che permette di ridurre drasticamente le emissioni fugitive in caso di perdite accidentali. Parallelamente, abbiamo provveduto alla sostituzione completa dell'impianto di climatizzazione nel Punto Vendita di Sanluri Via Bologna e parziale, nella misura del 50%, presso il Punto Vendita di Cagliari Viale Marconi. I nuovi impianti utilizzano il gas refrigerante R32, soluzione più sostenibile rispetto ai refrigeranti tradizionali, che consente di ridurre significativamente l'impatto ambientale delle nostre attività di condizionamento.

MONITORAGGIO DEI CONSUMI ENERGETICI

Per la nostra Azienda, misurare i consumi energetici non è soltanto un esercizio contabile, è un atto concreto di Responsabilità verso l'Ambiente ed uno strumento strategico per orientare le scelte operative. **Solo attraverso un monitoraggio puntuale e sistematico è possibile individuare con precisione le aree di intervento, alimentare un processo di miglioramento continuo e guidare la crescita aziendale verso traguardi sempre più ambiziosi di efficienza e sostenibilità.**

Nel 2025 i consumi energetici complessivi della nostra Azienda si sono attestati a 26.215,14 MWh, registrando un incremento del 5,69% rispetto al 2024. Una parte di questo aumento è riconducibile all'acquisto di energia elettrica non rinnovabile, cresciuta del 5,04% (+1.168,16 MWh rispetto all'anno precedente).

Sul fronte delle fonti rinnovabili, gli investimenti strutturali realizzati tra il 2024 e il 2025 continuano a produrre risultati concreti: l'energia autoprodotta da impianto fotovoltaico è cresciuta del 16,18% (+198,54 MWh rispetto al 2024), contribuendo a ridurre la dipendenza da fonti fossili dal 95,05% al 94,56% (-0,49 punti percentuali). La quota di energia rinnovabile sul totale consumato è così passata dal 4,95% del 2024 al 5,44% del 2025.

 **Progressi graduali, ma coerenti con la direzione intrapresa: ogni punto percentuale guadagnato sul fronte delle rinnovabili rappresenta un passo concreto verso un modello energetico più equilibrato, capace di accompagnare la crescita dell'Azienda senza amplificarne l'impatto ambientale.**



Per un maggiore dettaglio degli indicatori riguardanti i consumi energetici, si rimanda alle tabelle presenti in Appendice.



 SUPERPAN - Via Bologna - Sanluri

IL CALCOLO DELLE EMISSIONI

Conoscere i consumi energetici è il primo passo; misurare le emissioni che ne derivano è il secondo, altrettanto necessario. Ogni attività quotidiana, dalla gestione degli impianti alla mobilità aziendale, fino ai consumi elettrici dei Punti Vendita, contribuisce in misura diversa alla nostra impronta carbonica. Per questo motivo, negli ultimi anni abbiamo strutturato un percorso di analisi e rendicontazione delle emissioni climalteranti, con l'obiettivo di identificare le principali fonti emissive e orientare con maggiore consapevolezza le scelte strategiche verso la decarbonizzazione.



Per un maggiore dettaglio degli indicatori riguardanti i temi materiali attinenti alle emissioni di GHG, si rimanda alle tabelle presenti in Appendice.



 SUPERPAN - Via Zuddas - Dolianova

LE EMISSIONI DIRETTE - SCOPE 1

Nel 2025 le **emissioni dirette Scope 1** della nostra Azienda si sono attestate a 3.491,85 tonnellate di CO₂ equivalente, registrando una **riduzione complessiva del 2,45%** rispetto all'anno precedente. **Un risultato che conferma l'efficacia delle misure adottate per contenere l'impatto ambientale delle attività su cui possiamo intervenire in modo diretto.**

La componente più significativa è rappresentata dalle perdite di gas refrigeranti, che incidono per il 96,64% sul totale delle emissioni Scope 1 e che, per la natura stessa del settore della Grande Distribuzione Organizzata, costituiscono una delle voci più critiche: strettamente connesse al funzionamento continuo dei sistemi di refrigerazione nei Punti Vendita, sono difficilmente azzerabili e mantengono una componente di imprevedibilità intrinseca. Nel corso del 2025 si è registrato un aumento delle dispersioni di gas rispetto all'anno precedente (+58,66%), riconducibile in parte a malfunzionamenti degli impianti, che si verificano nonostante le attività di manutenzione preventiva sistematicamente condotte. Proprio in queste situazioni critiche emerge con più forza il valore delle scelte tecnologiche compiute: grazie all'adozione di gas refrigeranti a basso GWP (Global Warming Potential), è stato possibile contenere le emissioni associate, conseguendo una riduzione del 2,76%. **La capacità di mitigare gli impatti anche laddove le cause sono difficilmente controllabili rappresenta una delle espressioni più concrete del nostro impegno ambientale.**

Con riferimento alla mobilità aziendale, la sua incidenza sul totale delle emissioni dirette Scope 1 si è attestata al 2,78%. I consumi complessivi del parco auto hanno registrato un incremento del 4,34%, trainato da dinamiche differenti tra le due tipologie di carburante: il diesel ha registrato una lieve flessione (-1,37%, passando da 316,86 a 312,52 MWh), mentre la benzina ha evidenziato una crescita significativa (+41,63%, da 48,50 a 68,69 MWh). Tale variazione è riconducibile al processo di rinnovamento della flotta, che nel 2025 ha visto l'introduzione

di 2 veicoli ibridi e 3 plug-in hybrid: **un ammodernamento che, nel breve periodo, ha modificato la distribuzione dei consumi per carburante, ma che nel medio termine contribuirà a migliorare l'efficienza complessiva del parco auto aziendale.**

Relativamente all'utilizzo dei gruppi elettrogeni, la cui incidenza sulle emissioni Scope 1 si attesta allo 0,58%, il consumo di gasolio ha registrato un incremento del 61,13% (da 46,22 a 74,47 MWh). **La variazione è di natura fisiologica: questi impianti vengono attivati esclusivamente in situazioni di emergenza, al fine di garantire la continuità dell'alimentazione elettrica in circostanze eccezionali, e la loro operatività è pertanto per definizione episodica e non pianificabile**

LE EMISSIONI INDIRETTE - SCOPE 2

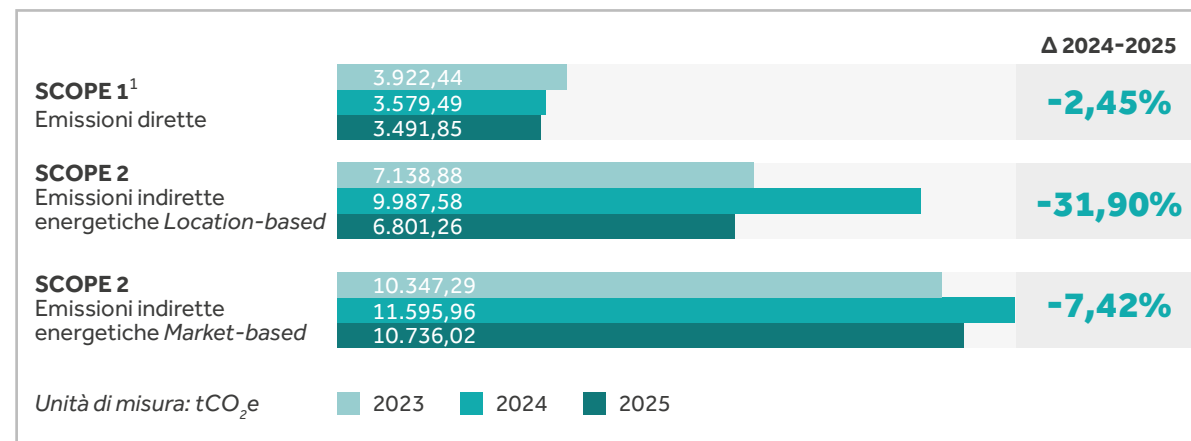
Nell'ambito delle emissioni Scope 2 Location-based, il 2025 ha registrato una riduzione particolarmente significativa, pari al 31,90%. Questo risultato dipende in parte dalla diminuzione dei consumi elettrici aziendali e in parte riflette dal miglioramento strutturale nella composizione del mix energetico nazionale: la crescente quota di fonti rinnovabili nel sistema produttivo italiano ha reso l'energia distribuita in rete sensibilmente meno carbointensiva rispetto agli anni precedenti, abbassando il fattore di emissione associato a ciascun kWh consumato.

Analogamente, **le emissioni calcolate con il metodo Market-based hanno registrato una riduzione del 7,42%**, un dato che trova la propria chiave di lettura nel medesimo aggiornamento del mix energetico nazionale, e **che conferma la direzione positiva intrapresa dal sistema energetico nel suo complesso.**



LE EMISSIONI SCOPE 2

Nel calcolo dell'impatto climatico di un'organizzazione, le emissioni indirette rivestono un ruolo centrale, pur non derivando direttamente dai processi aziendali. Le emissioni di tipo Scope 2 rappresentano le emissioni di gas serra generate nel processo di produzione di energia utilizzata dall'azienda. Derivano dal consumo di energia elettrica acquistata, calcolate tenendo conto sia della media nazionale del mix energetico (c.d. location-based), sia della specifica origine contrattuale o dell'eventuale autoproduzione (c.d. market-based).



Nell'ambito delle emissioni indirette, pur non avendo ancora avviato un calcolo strutturato delle **emissioni indirette (Scope 3)**, abbiamo scelto di **iniziare a intervenire su alcuni aspetti rilevanti della catena del valore, orientandoci verso modalità di approvvigionamento più sostenibili.** In particolare, nel 2024 è stato avviato un processo di ottimizzazione degli ordini in collaborazione con alcuni fornitori di prodotti alimentari di LCC nell'ottica di rendere le consegne a carico completo. Questo consente di ridurre significativamente il numero di viaggi a mezzo carico, traducendosi in minori emissioni di CO₂ dell'attività di logistica. In continuità con l'impegno preso lo scorso anno, affinché le consegne siano a pieno carico, stiamo lavorando sull'ottimizzazione degli ordini.



Questa scelta si inserisce nella volontà dell'Azienda di adottare pratiche volte a ridurre le emissioni indirette lungo la catena del valore. Ciò vuole rappresentare un primo segnale concreto dell'impegno a ridurre l'impatto ambientale anche oltre i nostri confini operativi.



LE EMISSIONI LUNGO LA CATENA DEL VALORE

Nell'ambito delle attività di Superemme, le emissioni Scope 3 costituiscono la categoria più rilevante e al contempo più complessa da gestire. Esse comprendono tutte le emissioni indirette generate lungo la catena del valore: dall'approvvigionamento delle materie prime e dei beni acquistati, alla logistica e ai trasporti, dai viaggi d'affari alla gestione dei rifiuti, fino all'impatto ambientale derivante dall'utilizzo dei prodotti da parte del cliente finale. Data la natura diffusa e articolata di queste emissioni, le leve di intervento più efficaci risiedono principalmente nelle scelte di fornitura, privilegiando Partner e materiali con un profilo di sostenibilità elevato.

¹ Per la rendicontazione 2025, il valore delle emissioni Scope 1 del 2024 differisce da quanto pubblicato nel Bilancio 2024, in quanto nella presente compilazione sono stati utilizzati fattori di emissione più puntuali. La rettifica è stata retroattiva sul valore del 2024 al fine di consentire un adeguato confronto da un anno all'altro.



Gestione delle Risorse Alimentari, non Alimentari ed Economia Circolare

USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE

Per noi ridurre l'impatto ambientale legato alle nostre attività è una responsabilità concreta che si traduce ogni giorno in scelte precise negli ambiti in cui possiamo dare un contributo grazie ad un controllo diretto.

Lavoriamo per un **utilizzo più responsabile dei materiali**. Nei nostri reparti prediligiamo imballaggi riciclati o certificati da fonti sostenibili, e, nei processi di movimentazione delle merci, puntiamo a sostituire progressivamente le soluzioni monouso con imballaggi riutilizzabili e durevoli.

Anche dove il nostro margine di azione diretto è più limitato, come nel caso degli imballaggi utilizzati dai Fornitori per le consegne ai Punti Vendita, ci assumiamo la responsabilità di garantire una raccolta differenziata corretta ed efficace, affinché quei materiali vengano effettivamente avviati a riciclo o recupero.

Ogni giorno, in Superemme, la gestione di grandi volumi di prodotti alimentari si misura con una **sfida concreta e ineludibile: ridurre gli sprechi**.

Si tratta di un obiettivo ambientale e anche di un impegno che attraversa l'intera organizzazione in ogni fase della gestione dei prodotti alimentari: dalla pianificazione degli acquisti alla gestione delle scorte, dal monitoraggio dei prodotti prossimi alla scadenza fino alle iniziative dedicate ai Clienti in Punto Vendita. Ogni fase è un'opportunità per intervenire e fare la differenza.

Meno scarti, più efficienza, maggiore responsabilità: un principio che guida ogni scelta operativa con la stessa intensità con cui il fuoco trasforma ciò che tocca, senza lasciare nulla di inutilizzato.

A partire dal 2024, abbiamo rinnovato in profondità le procedure di gestione degli inventari, sia nei Punti Vendita sia nei nostri Depositi. La fase preparatoria è oggi più strutturata e accurata, riducendo al minimo errori e imprecisioni nel conteggio. Abbiamo inoltre introdotto una distinzione operativa tra prodotti c.d. a banco e fuori banco, adattando il processo alle specificità di ciascuna categoria merceologica per un risultato più efficace e mirato.

Parallelamente, abbiamo potenziato il sistema di riordino automatico e di previsione della domanda, che presidia i flussi di merce dal Fornitore, ai Depositi, fino ai Punti Vendita. Grazie alla capacità di leggere la stagionalità e l'evoluzione delle richieste dei Clienti, **il sistema ottimizza i rifornimenti evitando sia le eccedenze sia le rotture di stock**. L'esito nel 2025 è stato una riduzione dell'incidenza degli sprechi dello 0,08% rispetto al 2024: **un risultato che, nella sua apparente gradualità, testimonia la solidità di un processo rodato e in continuo affinamento**.

Per gli articoli più deperibili, come pane a lievitazione naturale, frutta, verdura, carne e pesce, manteniamo, in continuità dal 2023, **un sistema di ordini in ventilazione che consente una gestione delle scorte più puntuale, adattando i rifornimenti con maggiore reattività alle oscillazioni quotidiane della domanda**.

Nel 2025 abbiamo inoltre avviato l'esternalizzazione della conta inventariale delle referenze LCC (escluso Fresco) e Non Food su tutta la rete dei Punti Vendita Pan, affidandoci a una società specializzata. **L'obiettivo è garantire una maggiore qualità del dato a fine anno in termini di giacenze, calcolo delle differenze inventariali e corretto funzionamento del sistema di riordino automatico, elevando ulteriormente la precisione e l'affidabilità del processo complessivo**.



ULTIMI GIORNI



Nel 2025 l'iniziativa "Ultimi Giorni", promossa in tutti i Punti Vendita delle nostre insegne, ha fatto registrare un'evoluzione importante rispetto agli anni precedenti. Accanto allo sconto del 30% **abbiamo introdotto uno sconto del 50% nell'ultimo giorno di vita residua del prodotto: un segnale netto, che trasforma l'urgenza della scadenza in un'opportunità concreta per i Clienti e in un'azione efficace contro lo spreco.**

Si è inoltre ampliata la platea dei reparti coinvolti: accanto al banco fresco e al confezionato della macelleria, lo sconto è stato esteso ai prodotti confezionati della pescheria, all'intera gamma dell'ortofrutta e ad alcuni prodotti del banco caldo della gastronomia.

I risultati di questa iniziativa si leggono già nelle differenze inventariali del 2025, che mostrano un leggero ma significativo miglioramento in diversi reparti, **registrano progressi rispetto all'anno precedente, segno di pratiche più consapevoli e di un'attenzione crescente alla riduzione degli sprechi lungo tutta la filiera interna.**

Questi dati si inseriscono all'interno di un percorso più ampio di miglioramento della qualità della raccolta informativa, che nel 2025 ha visto la prima applicazione sistematica della conta inventariale esternalizzata: una scelta che punta a rendere i dati più precisi, comparabili e utili per le decisioni future.

TOO GOOD TO GO



Too Good To Go

Too Good To Go è una iniziativa contro lo spreco alimentare che mette in contatto, attraverso un'App, i Clienti finali con gli esercizi commerciali che hanno cibo e prodotti alimentari che a fine giornata restano invenduti. I prodotti vengono confezionati all'interno di Surprise Bag e hanno un prezzo molto vantaggioso per i nostri Clienti, che fino all'acquisto non ne conoscono il contenuto. **Sono 8 i Punti Vendita** aderenti all'iniziativa commerciale di **Too Good To Go**.

Grazie a questo progetto e ai nostri Clienti, abbiamo evitato lo spreco di 11.664 Surprise Bag di cibo invenduto, corrispondenti a circa **31.493 kg di emissioni CO₂ risparmiate**.

8
Punti Vendita
con servizio attivo

11.664
Surprise Bag
vendute

31.493 kg
emissioni di CO₂ eq
risparmiate

32.659 m²
terreno
non utilizzato

9.447.840 l
acqua
risparmiata

*Il servizio Too Good To Go è disponibile presso i Punti Vendita di Cagliari: Viale La Plaia, Viale Marconi e Via Santa Gilla; Carbonia: Via Costituente; Iglesias: Via Villa di Chiesa; Oristano: Via Dublino; Quartu Sant'Elena: Via Monsignor Angioni; Sestu: Ex S.S. 131 - Km 7,650.

L'UTILIZZO RESPONSABILE DELLE RISORSE

In un contesto in cui le risorse sono sempre più preziose e la loro gestione rappresenta una leva concreta di responsabilità, **ripensare il modo in cui utilizziamo i materiali non è più soltanto una scelta virtuosa, è una necessità strutturale.** La transizione al digitale ha aperto la strada ad un uso più consapevole della carta, riducendo la necessità di stampa e contenendo la produzione di rifiuti. Si stanno consolidando pratiche di riutilizzo che abbattano il consumo di materie prime, mentre il mondo del packaging evolve verso soluzioni realizzate con materiali riciclati, riciclabili o facilmente smaltibili, progettate per minimizzare l'impatto ambientale lungo l'intero ciclo di vita del prodotto. **È un cambiamento fatto di scelte quotidiane, orientato da una visione precisa: vogliamo contribuire attivamente a costruirlo, con la stessa determinazione con cui, intervenendo dopo intervento, abbiamo trasformato il nostro modo di operare.**



UN NUOVO PRESIDIO PER LE PERDITE DI PRODOTTO: NASCE L'UFFICIO SICUREZZA E TUTELA DEL PATRIMONIO

Nel 2025 abbiamo istituito l'**Ufficio Sicurezza e Tutela del Patrimonio**, internalizzando una funzione fino ad allora interamente affidata a soggetti esterni e collocandola a diretta dipendenza della Direzione. Una scelta che segna un cambiamento di approccio sostanziale: non più una risposta alle criticità quando queste si manifestano, bensì la capacità di anticiparle, presidiarle, governarle con strumenti propri.

Attraverso un controllo più diretto di processi, ispezioni regolari e procedure strutturate, è possibile individuare con tempestività le situazioni di rischio connesse alle perdite di prodotto e alle differenze inventariali — voci che, nella Grande Distribuzione Organizzata, richiedono un presidio costante e metodico. **Il passaggio da una logica reattiva ad una proattiva rappresenta il valore più significativo di questa scelta organizzativa.**

Nel corso del 2025 sono state condotte le prime visite ispettive sul campo e avviate tutte le azioni necessarie per testare e validare le nuove procedure operative, in vista del loro rilascio definitivo e del raggiungimento dei target prefissati. **Un cantiere aperto, avviato con rigore e determinazione, i cui risultati compiuti saranno rendicontati nelle prossime edizioni del Bilancio.**

VOLANTINO SU WHATSAPP

Il servizio "Volantini su WhatsApp", avviato nel 2024, accompagna la progressiva transizione verso canali digitali, riducendo l'utilizzo di materiali cartacei legati alla comunicazione promozionale. Attraverso questo canale i Clienti ricevono il volantino in modo semplice e immediato, con un impatto ambientale significativamente inferiore rispetto alla stampa tradizionale. **Nel 2025 le adesioni sono cresciute del 50%, a conferma di un interesse sempre più diffuso verso forme di comunicazione più sostenibili.**

IL NOSTRO SISTEMA DI RIUTILIZZO TRAMITE PALLET POOLING

In linea con i principi dell'economia circolare, privilegiamo il riutilizzo anche nella gestione dei pallet, le piattaforme di legno utilizzate per la movimentazione delle merci in ingresso al Centro di Distribuzione e ai Punti Vendita. Per evitare che questi asset logistici finiscano nel circuito dello smaltimento o vengano dispersi lungo la filiera, abbiamo strutturato un sistema di **pallet pooling**: i pallet vengono noleggiati e, una volta utilizzati, ritirati, controllati, riparati se necessario e reimmessi nel circuito. **Un modello che elimina la logica del monouso e restituisce valore a ogni risorsa impiegata nel processo logistico.**

Nel 2025 abbiamo raggiunto un tasso medio di raccolta dei pallet del 98,4%, a conferma di un impegno solido nella gestione responsabile degli asset logistici e nella riduzione del ricorso a nuove materie prime.

Affianchiamo al predetto sistema la pratica dello **scambio di pallet in legno**, fondata su un principio semplice ed efficace: per ogni pallet consegnato, ne viene restituito uno in condizioni equivalenti. Questo meccanismo garantisce un flusso costante di imballaggi lungo la filiera, evitando accumuli o carenze presso i diversi attori coinvolti, con un duplice risultato: **maggiore efficienza operativa e riduzione dei costi legati all'acquisto di nuovi pallet da un lato, contenimento concreto degli sprechi e riduzione della necessità di produzione di nuovi imballaggi dall'altro.**

L'ATTENZIONE AL PACKAGING DEI NOSTRI PRODOTTI

Nel 2025 abbiamo mantenuto alta l'attenzione verso le scelte di materiali di packaging utilizzati nei nostri reparti, consolidando un percorso avviato negli anni precedenti e ampliandone progressivamente il perimetro.

Per i prodotti pronti freschi, formaggi porzionati e dolci del reparto pasticceria, abbiamo incrementato l'utilizzo di vassoi in carta certificata FSC, riducendo l'impiego di materiali plastici non riciclabili. Nel reparto ortofrutta, il confezionamento di

frutta, insalate e macedonie porzionate avviene con imballaggi interamente riciclabili: basi in cartoncino FSC riciclabile e coperchi in RPET 70% riciclato e 100% riciclabile. Nel 2025 questa attenzione si è ulteriormente estesa ai nostri poke pronti, ora confezionati con vaschette in carta certificata.

Nel 2025 si registra una riduzione dell'11,26% degli imballaggi in carta rispetto all'anno precedente, riconducibile in parte alla crescita delle vendite dei Formaggi a Libero Servizio, che ha ridotto il fabbisogno di carta per il confezionamento al Banco Gastronomia. **Un dato che riflette anche l'evoluzione delle abitudini di acquisto dei Clienti e la capacità della nostra Azienda di adattare i processi di confezionamento alle dinamiche reali del mercato.**

Nel reparto gastronomia abbiamo consolidato l'utilizzo di plastica riciclata e avviato la sostituzione progressiva di un packaging in polistirene espanso (OPS) con una confezione in PET riciclabile al 100%. Per le spremute fresche di giornata, seguiamo con l'utilizzo di confezioni in plastica riciclata, garantendo la qualità del prodotto e una gestione più responsabile dei materiali.

Inoltre, nel 2025, la carta certificata FSC utilizzata nei reparti freschi dei nostri supermercati per il confezionamento dei prodotti ha raggiunto il 60,24% del totale, superando per la prima volta la quota di carta non certificata: un traguardo che testimonia la concretezza del percorso intrapreso.

Nel corso del 2025 abbiamo altresì affinato la metodologia di calcolo dei materiali utilizzati: il perimetro di rilevazione, in precedenza limitato ai materiali destinati al confezionamento, è stato esteso anche ai materiali a uso interno dei Punti Vendita. Una scelta di maggiore precisione e trasparenza, che consente di disporre di un quadro più completo e di identificare con tempestività eventuali aree di intervento.

Tutti questi interventi si inseriscono in un **percorso di ripensamento del packaging in ottica circolare, con l'obiettivo di coniugare sicurezza alimentare, funzionalità per il Cliente e rispetto per l'Ambiente: tre dimensioni che non si escludono, ma si alimentano a vicenda.**



IMPEGNO FUTURO

Lavoriamo per un utilizzo sempre più responsabile dei materiali. Nei nostri reparti continueremo a orientarci verso imballaggi riciclati o certificati da fonti sostenibili, puntando a sostituire progressivamente le soluzioni monouso con alternative riutilizzabili e durevoli. Per il 2026 è prevista un'analisi strutturata e puntuale sul tema del packaging, finalizzata a individuare priorità di intervento, opportunità di miglioramento e obiettivi di sviluppo da integrare

nel nuovo Piano Strategico Superemme 2030: un lavoro di visione, che trasformi gli impegni di oggi nelle pratiche consolidate di domani.

PROMUOVERE IL RECUPERO DELLE RISORSE A FINE VITA

Quando le risorse non possono essere ulteriormente valorizzate, il nostro impegno non si ferma: ci assicuriamo che i materiali intraprendano una seconda vita, nel pieno rispetto dei principi dell'economia circolare. La gestione dei rifiuti nei nostri Punti Vendita si fonda su criteri rigorosi di responsabilità e tracciabilità; affidiamo lo smaltimento delle diverse frazioni a operatori specializzati e, dove possibile, ci avvaliamo dei servizi di raccolta comunale per la parte residua, perché anche ciò che non può essere riutilizzato merita di essere trattato con cura.

Promuoviamo attivamente la raccolta differenziata delle frazioni riciclabili e recuperabili, adottando soluzioni concrete che semplificano il conferimento all'interno dei nostri Punti Vendita e responsabilizzano ogni attore coinvolto, dai Dipendenti ai Clienti, verso comportamenti sempre più consapevoli.

Nel 2025 abbiamo dato seguito all'impegno dichiarato nel Bilancio di Sostenibilità 2024, procedendo all'installazione di **5 nuove presse per il riciclo del cartone** nei Punti Vendita di Cagliari Via Castiglione, Via Calamattia, Via Salaris, Via Figari e Sanluri Via Bologna, strumenti che riducono il volume degli imballaggi da avviare a riciclo, migliorano l'efficienza logistica interna e facilitano le operazioni di gestione dei rifiuti in reparto.

Per contrastare l'aumento dei rifiuti non differenziati e garantire un corretto isolamento della frazione organica, agevolando così le operazioni di raccolta da parte degli operatori ecologici, abbiamo inoltre installato **4 nuove isole ecologiche, dotate di gabbie**, presso i Punti Vendita di Cagliari Viale Marconi, Selargius Via Piero della Francesca, San Giovanni Suergiu Via Vittorio Emanuele e Oristano Via Dublino.





MANUALE SMALTIMENTO IMBALLAGGI DI PRODOTTO

Nel 2025 abbiamo mantenuto l'impegno dichiarato nel Bilancio di Sostenibilità 2024, realizzando, per ciascun reparto fresco (carne, gastronomia, pesce, pane & dolce, frutta & verdura), un Manuale dedicato al corretto smaltimento degli imballaggi di prodotto. Uno strumento con un duplice obiettivo: **formare i Dipendenti verso una gestione dei rifiuti più precisa, consapevole e responsabile, e fornire ai Clienti informazioni chiare, accessibili e immediatamente utilizzabili.**

Il progetto è stato sviluppato attraverso una mappatura sistemica di tutti gli imballaggi impiegati nei reparti freschi, sulla cui base è stato strutturato il contenuto del manuale. Il manuale digitale fornisce un kit di informazioni chiare:

- **linee guida intuitive** per la corretta differenziazione dei materiali (plastica, carta, vetro, alluminio, frazione organica);
- **mappatura dettagliata** dei polimeri e delle materie prime costitutive dei packaging utilizzati nei reparti;
- **eco-consigli** per la riduzione dei rifiuti e lo sviluppo di comportamenti sostenibili nella quotidianità.

Il progetto si inserisce nel più ampio Piano di Educazione alla Sostenibilità che abbiamo promosso per consolidare il nostro ruolo di promotore di buone pratiche lungo l'intera catena del valore.

Il manuale, disponibile online all'indirizzo <https://www.supermercatipan.it/servizi-utili/smaltimento-confezioni>, fornisce indicazioni semplici e chiare su come differenziare correttamente i materiali (plastica, carta, vetro, alluminio, organico); informazioni sulla composizione degli imballaggi dei nostri prodotti e consigli pratici per ridurre i rifiuti e adottare comportamenti sostenibili anche nella vita quotidiana.

Per rendere lo strumento facilmente consultabile anche in store e sensibilizzare i Clienti sull'importanza della raccolta differenziata, è stato apposto un QR code adesivo direttamente nei reparti freschi: un gesto semplice, che riporta le informazioni per un corretto smaltimento a portata di mano, o meglio, di smartphone, in qualsiasi momento.



Nel corso del 2025 abbiamo registrato una **riduzione generale dei rifiuti prodotti nella quasi totalità delle categorie monitorate**. Un risultato che va letto con la necessaria precisione metodologica: la diminuzione è legata anche alla riduzione dei quantitativi effettivamente prodotti nei Punti Vendita con raccolta privata, che ha conseguentemente abbassato il fattore medio utilizzato per stimare i rifiuti dei Punti Vendita serviti dalla raccolta comunale, riducendo il valore stimato complessivo.

Tra le riduzioni più significative spicca il calo degli imballaggi in legno (-27,94%), seguito da quello degli imballaggi in plastica (-20,12%) e del rifiuto

indifferenziato (-6,11%). Per gli imballaggi in plastica, la flessione va interpretata alla luce sia della riduzione dei kg effettivamente prodotti sia dell'aggiornamento del coefficiente medio applicato ai Punti Vendita e ai depositi con raccolta comunale, passato da 3 kg/m² nel 2024 a 2 kg/m² nel 2025.

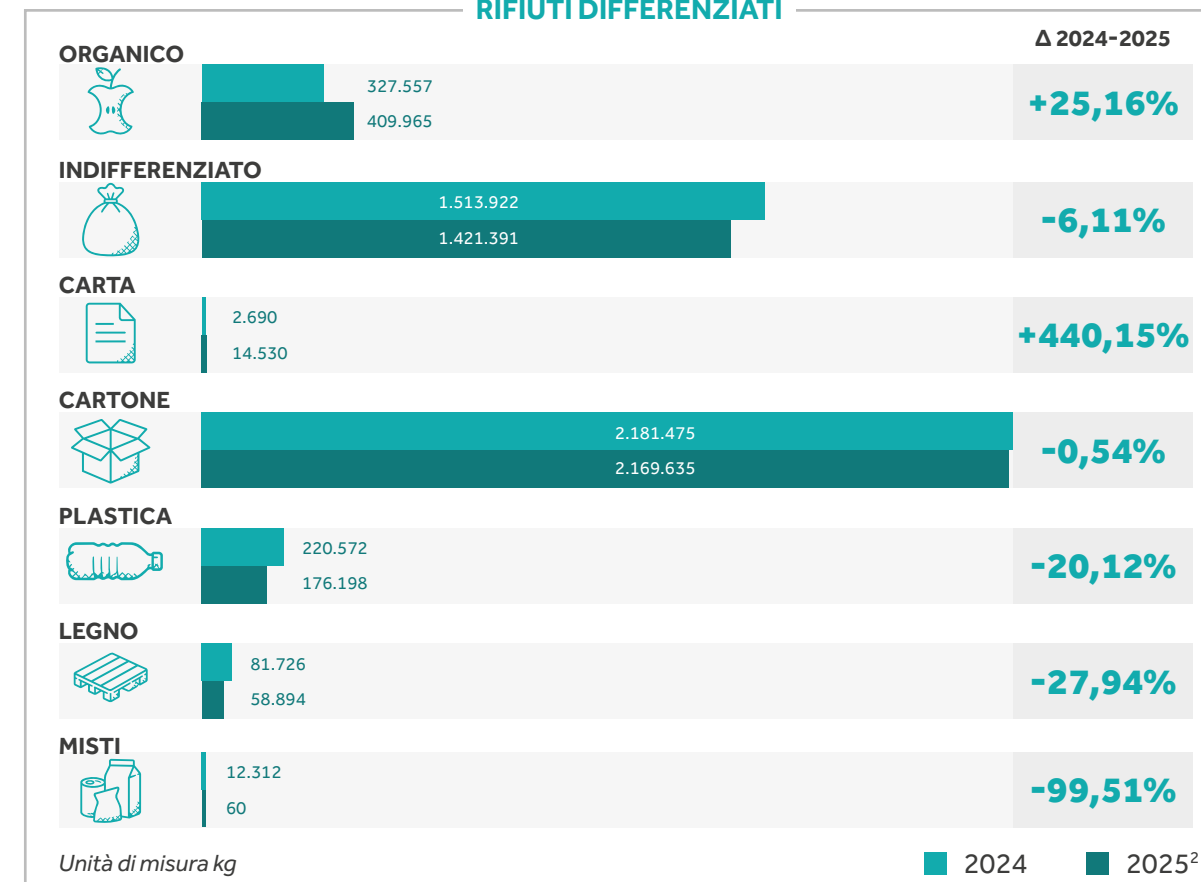
Nel 2025 si registra inoltre una riduzione del 99,51% dei rifiuti relativi agli imballaggi misti: il dato si stabilizza dopo il picco del 2024 (12.312 kg), anno in cui si era verificato uno smaltimento straordinario di materiale in disuso presso i Depositi di Superemme.

In controtendenza si segnala la crescita dello smaltimento della carta (+440,15%), riconducibile alla distruzione straordinaria di documenti cartacei archiviati per scadenza dei termini di conservazione, una variazione di natura eccezionale e non ricorrente.

Analogamente, i rifiuti organici registrano un incremento del 25,16%, determinato sia da un aumento effettivo della produzione sia dall'aggiornamento del coefficiente medio di categoria, salito da 7 kg/m² nel 2024 a 9 kg/m² nel 2025.

Le variazioni più marcate, sia in diminuzione sia in aumento, riflettono in larga misura il progressivo affinamento delle tecniche di stima adottate, a conferma di un percorso di miglioramento metodologico che rende i dati anno dopo anno più accurati, confrontabili e utili per orientare le decisioni future.

RIFIUTI DIFFERENZIATI



IMPEGNO FUTURO

Per il 2026 è prevista l'installazione di **ulteriori 5 isole ecologiche** presso i nostri Punti Vendita, per **ampliare la copertura della raccolta differenziata e rendere il sistema di gestione dei rifiuti sempre più capillare, preciso e orientato al recupero.**

² I dati in kg relativi ai rifiuti sono stati calcolati in modo puntuale solo per i Punti Vendita in cui la raccolta differenziata viene gestita attraverso una ditta privata specializzata. Per i restanti Punti Vendita, che si affidano alla raccolta comunale, però, è stata adottata una metodologia di calcolo più accurata, basata su valori medi espressi in kg/m², calcolati per ciascuna categoria di rifiuto. Il criterio adottato nel 2024 ha previsto, per i soli Punti Vendita con raccolta comunale, l'individuazione di un coefficiente medio che viene calcolato dividendo i kg di rifiuti prodotti dai Punti Vendita con una raccolta differenziata privata, sui m² degli stessi Punti Vendita. Questo coefficiente viene poi moltiplicato per i m² effettivi del Punti Vendita con una raccolta differenziata comunale, in modo da stimare il dato in maniera molto più puntuale. Questo approccio, infatti, ha consentito una rilevazione più realistica e proporzionata. Nel 2025 è stata inoltre perfezionata la metodologia di stima adottata, che ha introdotto la stima per un deposito con raccolta comunale. Per quest'ultimo, è stato elaborato un coefficiente specifico, distinto da quello calcolato per i Punti Vendita, in considerazione della loro diversa natura operativa.



Forza lavoro propria

IL CUORE DELLA NOSTRA ATTIVITÀ: I NOSTRI DIPENDENTI

Da un piccolo emporio di paese, fondato dai Nonni Murgia-Piras più di sessant'anni fa, Superemme è cresciuta fino a diventare una delle principali realtà della Grande Distribuzione Organizzata in Sardegna. Una crescita strettamente connessa al legame con il Territorio e con la Comunità che lo abita: oggi l'Azienda conta 35 Punti Vendita e oltre 1.100 Dipendenti che ogni giorno, con professionalità, dedizione e cortesia, lavorano per offrire il miglior servizio ai propri Clienti.

Sono i Dipendenti la fiamma viva di questa storia: il loro sorriso, la capacità di lavorare insieme e la voglia di crescere sono per noi la forza che alimenta il miglioramento continuo, accresce il gioco di squadra e orienta lo sguardo verso il futuro. Per questo investiamo in ambienti di lavoro sicuri, equi ed inclusivi; nella valorizzazione dei talenti individuali; in percorsi di formazione continua e in metodologie sinergiche tra BU, convinti che il benessere di chi lavora con noi costituisca le fondamenta di un'Azienda solida, affidabile e capace di prosperare nel tempo. **Il nostro obiettivo è creare un contesto in cui ogni Dipendente, Collaboratore e Consulente possa sentirsi parte di qualcosa di importante: crescere, realizzarsi e contribuire, con il proprio apporto, al successo del Gruppo.**

LA SQUADRA SUPEREMME



1.129
DIPENDENTI



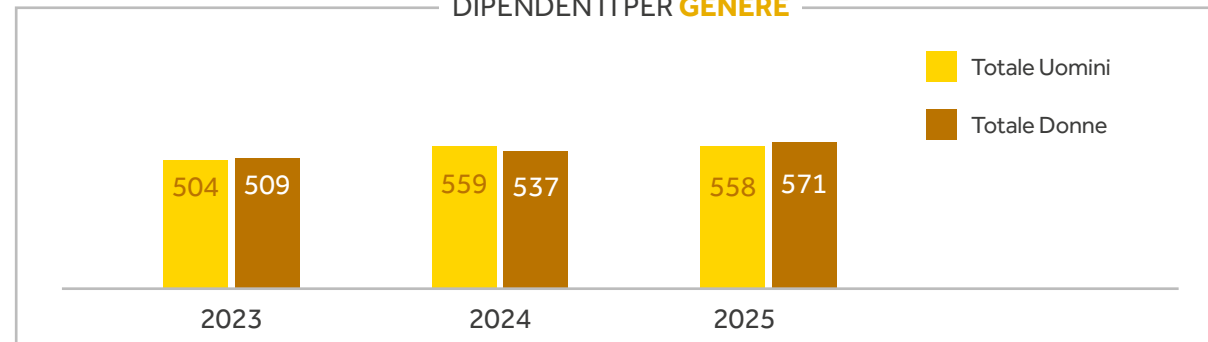
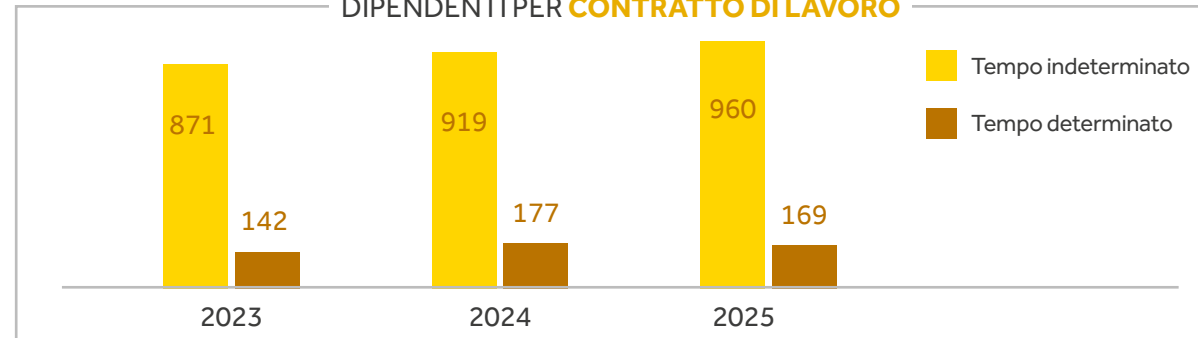
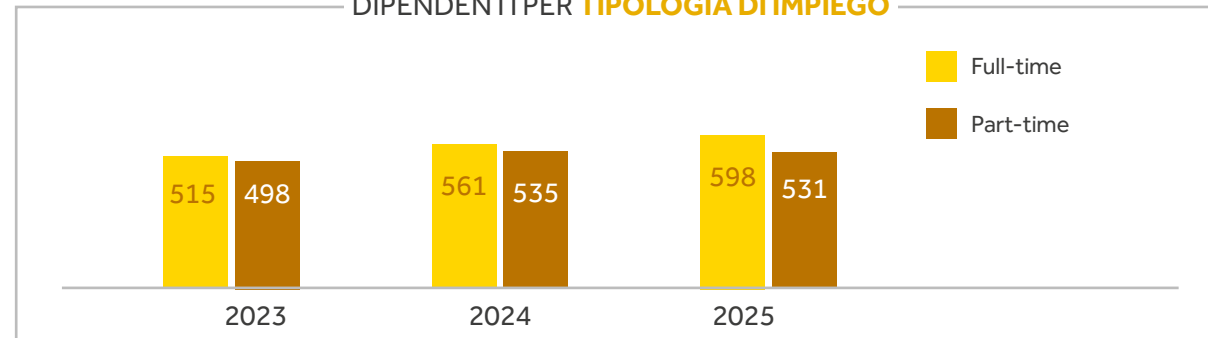
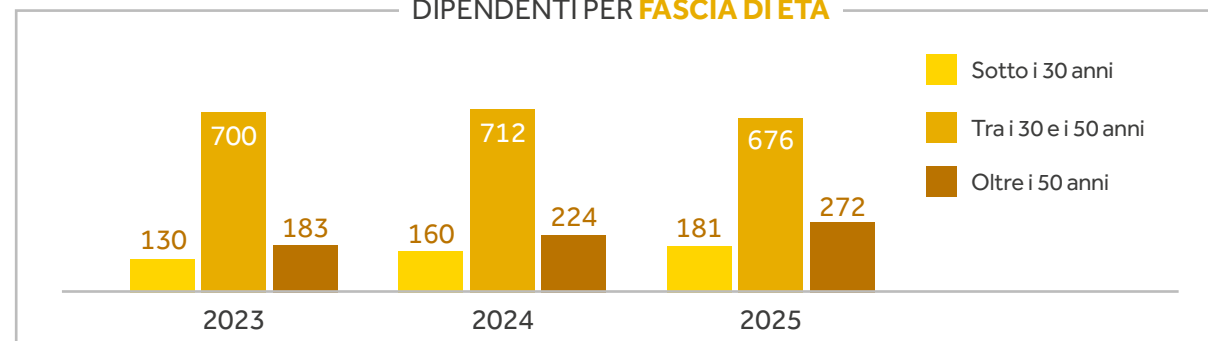
51% - 49%
Donne - Uomini

di cui

85%

Dipendenti assunti
a tempo indeterminato



DIPENDENTI PER **GENERE**DIPENDENTI PER **CONTRATTO DI LAVORO**DIPENDENTI PER **TIPOLOGIA DI IMPIEGO**DIPENDENTI PER **FASCIA DI ETÀ**

Per un maggiore dettaglio degli indicatori riguardanti gli impatti materiali sociali si rimanda alle tabelle presenti in Appendice.

LA SQUADRA SUPEREMME

Al 31 Dicembre 2025 contiamo 1.129 Dipendenti, con una distribuzione di genere sostanzialmente equilibrata: il 50,58% è rappresentato da donne e il 49,42% da uomini.

Sul fronte della stabilità occupazionale, l'85,03% dei Dipendenti è assunto a tempo indeterminato (960 persone) e il 14,97% a tempo determinato (169 persone). **Rispetto al 2024, si registra un incremento dei contratti a tempo indeterminato (+4,46%)** e una contestuale riduzione di quelli a tempo determinato (-4,52%): un risultato **che riflette una strategia intenzionale di stabilizzazione della forza lavoro, concretizzatasi nella conversione di contratti da determinato a indeterminato. Il 52,97% dei Dipendenti è impiegato con contratto full-time, mentre il 47,03% lavora part-time, in una scelta che favorisce concretamente la conciliazione tra vita familiare e professionale.**

Con riferimento alla categoria contrattuale, la forza lavoro è composta prevalentemente da Impiegati, che rappresentano il 98,94% del totale, con una distribuzione di genere equilibrata (51,03% donne, 48,97% uomini). Completano il quadro 7 Quadri e 5 Dirigenti. Accanto ai Dipendenti assunti a tempo determinato e indeterminato, la nostra Azienda si avvale di 63 stagisti e 19 lavoratori somministrati. Dal punto di vista anagrafico, nel 2025 la fascia d'età centrale è quella più rappresentata: il 59,88% dei Dipendenti ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni, il 24,09% supera i 50 anni, mentre il restante 16,03% ha meno di 30 anni, **un segnale di un organico maturo e consolidato, ma aperto al contributo delle nuove generazioni.**

Nel 2025 sono stati accolti in Azienda 302 nuovi Dipendenti, il 55,96% dei quali donne e il 44,04% uomini. Per fascia d'età, il 53,97% appartiene alla categoria under 30, il 37,75% alla fascia compresa tra i 30 e i 50 anni, mentre il restante 8,28% è over 50: **una composizione che riflette la varietà di esperienze e prospettive che contribuiscono ogni giorno a rafforzare il tessuto umano della nostra Azienda.**



📍 SUPERPAN - Via Cagliari - Villasor

IL VALORE DEL BENESSERE IN SUPEREMME

In Superemme siamo convinti che la qualità del lavoro dipenda, prima di tutto, dal valore di Dipendenti, Collaboratori e Consulenti che lo animano. **La solidità di un'organizzazione** va oltre struttura e processi, **nasce dalla collaborazione quotidiana, dal benessere di chi ne fa parte e dalla possibilità concreta di crescere, professionalmente e umanamente, all'interno di un contesto che lo riconosce e lo sostiene.**



PEOPLE SURVEY

La **People Survey** è lo strumento principale attraverso cui raccogliamo la voce dei nostri Dipendenti, una metodologia strutturata che ci consente di approfondire la comprensione degli impatti, positivi e/o negativi, delle nostre iniziative sulla forza lavoro: dalle politiche di welfare ai percorsi di formazione, dallo sviluppo delle competenze alla gestione dei dati. L'obiettivo è garantire che ogni azione intrapresa contribuisca concretamente a valorizzare chi lavora con noi, raccogliendo al contempo feedback diretti utili ad orientare eventuali interventi correttivi e/o preventivi. La Survey è articolata in cinque macroaree: comunicazione interna, engagement, partecipazione alle attività aziendali, benessere e condivisione dei valori. Nel 2025 abbiamo affinato lo strumento per renderlo ancora più efficace e rappresentativo.



IPERPAN - Viale Marconi - Cagliari



IMPEGNO FUTURO

Abbiamo programmato la prossima edizione della nostra People Survey nel primo semestre 2026.

In parallelo, abbiamo introdotto alcune forme complementari di raccolta del feedback, calibrate su momenti specifici del percorso lavorativo: nella fase di selezione, per comprendere come migliorare il processo e l'esperienza di colloquio; nei primi tre mesi di inserimento, per raccogliere impressioni sulla rinnovata fase di formazione in ingresso, affiancamento e onboarding; e in fase di uscita, il cosiddetto exit feedback, per valorizzare anche questo momento delicato, comprendere le motivazioni della scelta e tradurle in azioni concrete di miglioramento.

ASCOLTO CONTINUO: I CANALI A DISPOSIZIONE DEI DIPENDENTI

Al fine di garantire un dialogo interno sempre più trasparente e bidirezionale, dal 2024 è attivo un sistema di ticketing che amplia i canali di comunicazione a disposizione dei Dipendenti e garantisce tempi di risposta più rapidi alle loro esigenze. Il sistema di **Trouble Ticketing** è la piattaforma attraverso cui i Dipendenti possono interagire direttamente con la BU HR: ogni richiesta o segnalazione viene presa in carico e processata con tempestività, in un flusso gestito in modo centralizzato e tracciabile.

Accanto a questo canale, ciascun Dipendente ha la possibilità di avvalersi dello strumento di **Whistleblowing** per segnalare eventuali comportamenti non conformi al Codice Etico del Gruppo. La piattaforma garantisce la massima riservatezza dell'identità del segnalante, tutelandolo da possibili ritorsioni e promuovendo un dialogo interno fondato su fiducia, trasparenza e rispetto dei valori aziendali. La sua esistenza e le modalità di accesso vengono ricordate ogni mese a tutta la popolazione aziendale attraverso la **Newsletter interna** (per un maggiore dettaglio sulla procedura di Whistleblowing, si rimanda al Capitolo relativo ai temi di Governance). L'integrazione tra le piattaforme di Trouble Ticketing, Whistleblowing, ulteriormente normato nel 2025 con

una Policy Comunicazioni dedicata, e Safety consente di monitorare nel tempo l'evoluzione delle esigenze dei Dipendenti, valutare i progressi rispetto alle rilevazioni precedenti e definire interventi preventivi e piani di miglioramento sempre più mirati. **Un ascolto costante che alimenta un processo continuo: aggiornare l'offerta formativa, affinare le politiche di gestione dei Dipendenti, calibrare le iniziative dedicate al benessere.** Oltre agli strumenti digitali, i Dipendenti hanno la possibilità di confrontarsi direttamente con i Responsabili di BU, in un dialogo di prossimità che resta uno dei canali più efficaci per intercettare bisogni, preoccupazioni e proposte. La diffusione di tutti questi strumenti è garantita attraverso diversi canali: la **Newsletter mensile**, il **Playbook** dedicato ai Dipendenti e un'**area specifica sul Cloud aziendale**. L'obiettivo è assicurare che ogni Dipendente sia sempre informato sulle modalità e sugli strumenti a propria disposizione, con la consapevolezza che segnalare, quando necessario, è un atto di cura verso l'organizzazione e non di conflitto con la stessa.

Le informazioni raccolte attraverso questi canali sono oggetto di analisi periodiche, finalizzate a monitorare l'evoluzione delle problematiche ed a valutare i progressi conseguiti rispetto agli anni precedenti, in un ciclo virtuoso che trasforma l'ascolto in azione.



Nel 2025 abbiamo ricevuto una denuncia relativa a comportamenti non conformi al nostro Codice Etico, che abbiamo preso in carico e gestito, adottando i provvedimenti necessari.



NOVITÀ 2025: I CANALI DEDICATI AI NOSTRI DIPENDENTI

- **Newsletter Superemme**, uno strumento di comunicazione interna nato per informare, connettere e coinvolgere i Dipendenti attraverso aggiornamenti, iniziative e risultati, che permette di rafforzare il senso di appartenenza e contribuire così alla crescita dell'Azienda.
- **Cloud Superemme**, uno spazio unico e facilmente accessibile per la raccolta di Informative, Regolamenti e Procedure che offre un riferimento immediato, semplice e chiaro per l'operatività quotidiana.
- **Playbook Superemme**, un archivio digitale, in costante aggiornamento che accompagna ogni Dipendente lungo il proprio percorso in Azienda.

Questi canali dedicati ai nostri Dipendenti, garantiscono tempestività, unicità e chiarezza in linea con l'evoluzione dei processi.

PROMUOVERE UN MIGLIOR EQUILIBRIO VITA-LAVORO

In Superemme crediamo che investire in un miglior equilibrio vita-lavoro dei nostri Dipendenti significhi alimentare un clima positivo, capace di stimolare motivazione, senso di appartenenza e crescita duratura

Per il **100% dei Dipendenti di Sede** abbiamo definito un **marginale di flessibilità in ingresso e in uscita di 30 minuti**, favorendo una gestione più autonoma del tempo personale.

Inoltre, compatibilmente con le esigenze organizzative, il **Dipendente di Sede**, indipendentemente dal ruolo ricoperto, per comprovate esigenze di cura, **può richiedere una rimodulazione dell'orario**.

Per tutto il personale, sia di Sede che in Punto Vendita, è possibile richiedere la trasformazione del contratto nelle forme del part-time volontario, del part-time temporaneo o del passaggio reversibile da part-time a full-time.

È inoltre previsto un percorso di rientro graduale post-maternità, attraverso l'utilizzo programmato delle ore residue.

Più in generale, un supporto al rientro progressivo è garantito a tutta la popolazione aziendale dopo un'assenza per maternità, lunga malattia o infortunio: **perché ogni ritorno merita di essere accolto con cura, non affrontato da soli**.

SOSTENERE IL BENESSERE QUOTIDIANO

Essere parte del Gruppo Superemme significa qualcosa di più che svolgere un lavoro: significa appartenere a una realtà che si prende cura concretamente dei propri Dipendenti, dentro e fuori dal Punto Vendita.

Nel tempo abbiamo costruito un sistema di benefit pensato per accompagnare i Dipendenti nella quotidianità, sostenerne la qualità della vita e riconoscerne il valore in modo tangibile.

Buoni pasto digitali Satispay, i buoni pasto diventano ancora più semplici e immediati grazie all'integrazione con l'app digitale. Chi ha diritto a questo benefit riceve i buoni direttamente sul proprio smartphone e può utilizzarli presso una rete, di esercizi convenzionati (supermercati, ristoranti, bar e gastronomie), in continua espansione, in modo rapido e sicuro. Un benefit digitale che si adatta naturalmente alle abitudini di ciascuno.

Sconto Dipendenti nei Punti Vendita, tutti i Dipendenti hanno diritto a uno sconto del 5% sugli acquisti effettuati nei supermercati del Gruppo Superemme. Un riconoscimento concreto del contributo quotidiano del nostro personale, che si traduce in un risparmio diretto sulla spesa di tutti i giorni e in un senso di appartenenza che si rinnova a ogni visita.

Accesso agevolato a palestre e centri benessere, attraverso la piattaforma wellness, tutti i Dipendenti possono accedere a palestre, centri fitness e attività di benessere con un'unica iscrizione flessibile. Un benefit pensato per sostenere la salute e promuovere uno stile di vita sano, attivo ed equilibrato.

Assistenza fiscale agevolata con CAF, grazie alla convenzione con il CAF, i Dipendenti possono usufruire di tariffe agevolate per diversi servizi di assistenza fiscale, tra cui la compilazione del 730 e del Modello Redditi. Il servizio è disponibile sia online che su tutto il Territorio regionale e nazionale.

Convenzioni Aziendali, a disposizione dei Dipendenti e, in alcuni casi, estese anche ai loro familiari. Le convenzioni sono un ambito in continuo sviluppo, costantemente aggiornato sul Playbook.



IPERPAN - Viale la Plaia - Cagliari



IL NOSTRO PERCORSO VERSO LA TRASPARENZA RETRIBUTIVA

Nel corso del 2024 è stato avviato un percorso strutturato per definire una politica retributiva meritocratica e trasparente, radicata sui valori dell'Azienda e rispondente alle reali esigenze dei Dipendenti.

Il processo ha preso avvio dal coinvolgimento attivo dei Responsabili della BU Vendite, il cui contributo è stato prezioso per comprendere aspettative e dinamiche interne. Il sistema si fonda su criteri oggettivi, come il cluster gestito o il progetto di valore assegnato, con l'obiettivo di premiare il talento, tutelare la professionalità ed offrire a ciascun Dipendente un percorso di carriera chiaro e riconoscibile.

Nel 2025 abbiamo dato corpo a questa visione attraverso una serie di attività in corso di completamento entro il **primo quadrimestre 2026**:

- **mappatura delle posizioni organizzative e definizione delle Master Job Description**, per assicurare chiarezza e coerenza nella classificazione dei ruoli;
- **introduzione di fasce retributive** (pay range) per famiglie professionali e categorie omogenee, come riferimento oggettivo per la gestione delle retribuzioni;
- **definizione di criteri oggettivi per aumenti, revisioni salariali e premi**, nell'ottica di un approccio integrato al total reward;
- **analisi periodica del Gender Pay Gap**, con reportistica dedicata e attivazione di interventi correttivi in caso di scostamenti non giustificati;
- **formazione del Management sui principi di equità e trasparenza salariale**, che rappresenta il cuore dell'impegno per i mesi a venire.
- **valutazione della performance per obiettivi ed aderenza ai Valori Aziendali** per tutti i Dipendenti della Sede ed i People Manager di tutte le sedi operative attraverso il **Performance Management System** (Box di approfondimento pagina 67)

Un percorso che risponde anche ai requisiti normativi in materia di trasparenza retributiva, in piena coerenza con l'evoluzione del quadro regolatorio europeo.



Perché riconoscere il valore dei Dipendenti in modo chiaro, equo e trasparente è una scelta etica aziendale.

COSTRUIAMO VALORE PER CRESCERE INSIEME

Il nostro obiettivo va oltre la soddisfazione dei Dipendenti; desideriamo costruire una realtà in cui ogni Dipendente possa esprimere il proprio potenziale, trovare riconoscimento per il proprio talento e sentirsi parte attiva di qualcosa che cresce.

Una visione che trascende il concetto tradizionale di luogo di lavoro: immaginiamo una Comunità Aziendale in cui ogni individuo si senta valorizzato, coinvolto e motivato a contribuire, con la propria unicità, al successo del Gruppo.



Più di un ingranaggio di un meccanismo, ma come voce di un coro che trova la propria forza nell'unità.

Per questo continuiamo ad investire sull'attrazione dei migliori talenti, sulla formazione continua e sulla valorizzazione dei Dipendenti in ogni fase del loro percorso, incoraggiando il lavoro di squadra e puntando all'eccellenza nelle prestazioni. Il cammino inizia dall'accoglienza: il processo di inserimento per i nuovi Dipendenti, così come per quelli interni che assumono nuovi ruoli, è strutturato e comprende un percorso di on-boarding pensato per fornire fin da subito tutte le informazioni necessarie, ridurre l'incertezza e favorire un'integrazione efficace, consapevole e responsabile.

UN PROCESSO DI INSERIMENTO RINNOVATO

Nel corso del 2025 il processo di on-boarding nei Punti Vendita, che riguarda la grande maggioranza dei Dipendenti Superemme, è stato oggetto di una revisione puntuale, rigorosa e sistemica. I piani formativi sono stati interamente ridisegnati e articolati in due livelli distinti:

- **formazione base**, orientata al personale neo-assunto o neo-incaricato in una mansione specifica, con l'obiettivo di garantire una solida partenza;
- **formazione avanzata**, rivolta a chi ha completato il percorso base ed è pronto per una maggior specializzazione nelle BU Vendite o Logistica.

L'intero impianto è stato ottimizzato in una **matrice di formazione** e in un'**istruzione operativa dedicata**, con ruoli e responsabilità chiaramente definiti. Particolare rilievo è stato attribuito alle figure di **Buddy**, **Tutor** e **Tecnici Specialisti di Mestiere**, riconoscendo il loro contributo fondamentale nella trasmissione delle competenze e nella valutazione della formazione.



L'EMPLOYEE PLAYBOOK: UN PUNTO DI RIFERIMENTO SEMPRE VIVO

Employee Playbook è un documento-contenitore, concepito come manuale operativo e di orientamento che supporta i nuovi ingressi e chi assume nuovi ruoli nel comprendere valori aziendali, vision, mission, obiettivi, responsabilità oltre a regolamenti operativi, **favorendo un'integrazione che non si limita al "come fare", ma abbraccia anche il "perché", il senso profondo di ciò che facciamo ogni giorno.**

La sua natura dinamica consente di aggiornare e ottimizzare le procedure nel tempo, alimentando una cultura di trasparenza e condivisione che si rinnova senza interruzioni.

Questo strumento rappresenta un passo concreto verso un'esperienza di inserimento strutturata, chiara e coinvolgente, e testimonia l'impegno del Gruppo nell'essere un'Azienda in cui valga davvero la pena lavorare e crescere.



IPERPAN - Via Costituente - Carbonia



IPERPAN - Viale Marconi - Cagliari

LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE: UN SISTEMA INTEGRATO

In parallelo, è in corso una revisione strutturata dell'intero processo di sviluppo delle competenze, che abbraccia sia la fase di selezione sia le figure responsabili del trasferimento e della crescita delle conoscenze all'interno dell'organizzazione. **L'obiettivo è costruire un sistema integrato e continuo di valorizzazione delle persone, capace di accompagnare ogni Dipendente lungo l'intero arco del proprio percorso professionale in Azienda, dalla prima accoglienza alle responsabilità più avanzate.**

In questa direzione si inserisce il nuovo **Performance Management System**, avviato nel 2025: uno strumento strutturato di valutazione, sviluppo e allineamento agli obiettivi strategici del Gruppo, che trasforma la misurazione delle prestazioni in un'occasione concreta di crescita e dialogo. **Una bussola, condivisa tra Dipendente e Azienda, per orientare il cammino verso obiettivi chiari, ben definiti e raggiungibili.**



IL PERFORMANCE MANAGEMENT SYSTEM

A Giugno 2025 abbiamo introdotto il **Performance Management System**, strumento che segna un'evoluzione significativa di gestione e valutazione dei propri Dipendenti.

Il nostro obiettivo è quello di superare i modelli di valutazione basati esclusivamente sulla presenza, orientando invece l'organizzazione verso una **gestione strategica per obiettivi**, con una piena implementazione prevista per il prossimo biennio.

Il sistema è strutturato attorno ai valori e pilastri aziendali e consente di acquisire dal basso proposte di obiettivi individuali e conciliarli con gli obiettivi strategici definiti dall'alto dell'organizzazione e condivisi a cascata sui diversi livelli aziendali, favorendo l'allineamento tra le priorità della Direzione e i contributi individuali. Oltre alla dimensione di "performance", il sistema rappresenta altresì un veicolo culturale: **attraverso la definizione degli obiettivi, vengono diffusi e radicati temi strategici cari alla Direzione, come la Sostenibilità, la Parità di Genere, la semplificazione, la valorizzazione, l'attenzione al Cliente, interno ed esterno, e l'innovazione.**

Il Performance Management System ha coinvolto i Direttori di Punto Vendita, le Business Unit e i Dipendenti della Sede, garantendo una copertura trasversale dell'organizzazione.

Grazie a cicli strutturati di definizione degli obiettivi, monitoraggio intermedio e valutazione finale, lo strumento favorisce una **cultura del feedback continuo**, della **responsabilizzazione individuale** e del **miglioramento costante**, ponendo le basi per percorsi di sviluppo e crescita professionale sempre più mirati e trasparenti.

JOB POSTING INTERNO

Valorizzare il talento che già abita la nostra Azienda è, per noi, una scelta prima ancora che una strategia. La procedura di **Job Posting interno offre ai Dipendenti già in organico opportunità concrete di crescita professionale, rendendo trasparenti i requisiti necessari per accedere a nuove posizioni e incentivando la partecipazione attiva di chi conosce già i valori e le dinamiche del Gruppo.**

Tali nuove opportunità vengono inserite nel nostro **Career Portal Aziendale**, oltre che comunicate attraverso la **Newsletter mensile**, affinché nessuna ciascun Dipendente possa candidarsi con piena consapevolezza.

In questo modo promuoviamo la mobilità interna e riconosciamo il valore delle competenze già presenti nell'organizzazione: un patrimonio da far crescere e non dare per scontato.

LA TALENT ACQUISITION: UN PROCESSO RIDISEGNATO

In un'ottica di evoluzione continua delle pratiche di gestione delle risorse umane, abbiamo rimappato e ridisegnato con attenzione a ogni fase, il processo di Talent Acquisition, con l'obiettivo di renderlo più inclusivo, meritocratico e capace di identificare i profili migliori, siano essi interni o esterni all'Azienda. Il percorso di selezione si fonda sul **portale di Job Posting Aziendale** come punto di accesso privilegiato alle candidature, in una logica che mette al centro la trasparenza e il riconoscimento del merito.

Nel 2025 abbiamo formato 31 Dipendenti, tra cui Direttori, Capi Area e Tecnici di Reparto (c.d. People Manager), alla conduzione di colloqui di lavoro strutturati, inclusivi, coinvolgenti e selettivi, e abbiamo posto le basi per un percorso di ingresso innovativo, sviluppato nell'ambito di un progetto pilota destinato a coprire il **30% del fabbisogno occupazionale annuo dei Punti Vendita**. Il percorso prevede una fase di **formazione pre-assuntiva** sostenuta da un fondo interpro-

fessionale, con il contributo di docenti interni ed esterni e un impegno di tre settimane articolato tra aula, e-learning e attività on the job. Un impianto che costituisce il seme di una vera e propria **Scuola dei Mestieri di Superemme (Emme Academy): un luogo, fisico e culturale insieme, in cui le competenze si trasmettono, si affinano e diventano identità professionale.**

Dal momento dell'ingresso, e per tutto il primo trimestre di on-boarding, ogni nuovo Dipendente è accompagnato da un percorso strutturato di check-point valutativi, con il supporto di **Tutor e Buddy Aziendali**. Un cammino che non si esaurisce nei primi mesi, ma che si estende negli anni attraverso programmi modulari di crescita e trasversalità professionale, perché **investire su un Dipendente significa pensare nel lungo periodo, non solo all'inserimento immediato.**

LA MASTER JOB DESCRIPTION: CHIAREZZA COME STRUMENTO DI SVILUPPO

A supporto di questi percorsi, abbiamo definito la **Master Job Description**: uno strumento completo e strutturato che integra in modo organico tutti gli elementi di ciascun ruolo, inclusi quelli retributivi, offrendo ad ogni Dipendente una mappa chiara del proprio profilo professionale e delle prospettive di sviluppo ad esso associate. **Un approccio che rende i percorsi di carriera più trasparenti, motivanti e misurabili, facilitando l'allineamento tra crescita individuale e obiettivi strategici del Gruppo.**

L'obiettivo è accompagnare i Dipendenti, prestando particolare attenzione ai più giovani, in un cammino progressivo di acquisizione di competenze, assunzione di responsabilità ed integrazione efficace nel contesto organizzativo.

Un percorso che non si ferma all'ingresso, ma si alimenta nel tempo grazie a strumenti periodici di mappatura e misurazione della performance, trasformando il talento potenziale in valore condiviso.

VALUTAZIONE E FEEDBACK: I NOSTRI STRUMENTI DI CRESCITA

Sostenere la crescita dei Dipendenti richiede più di buone intenzioni: richiede strumenti precisi, un linguaggio condiviso e la capacità di trasformare l'osservazione in occasione di sviluppo.

Un sistema strutturato di valutazione e feedback continuo è, in questo senso, uno degli investimenti più concreti che **un'organizzazione possa fare sui propri Dipendenti, perché offre a ciascuno un riscontro chiaro e costruttivo sul proprio contributo e garantisce gli strumenti necessari per esprimere appieno il proprio potenziale.**

Il nostro sistema di valutazione è nato da un passaggio culturale prima ancora che procedurale: **introdurre e diffondere il valore del feedback come pratica quotidiana**, non come adempimento periodico. Questa prima fase condivisa da

tutta l'Azienda, ci ha permesso di costruire un linguaggio comune e di preparare il terreno ad un utilizzo più consapevole e strutturato dello strumento. Da questa base si è sviluppata una seconda fase, più mirata: non più un approccio estensivo rivolto indistintamente a tutti, bensì **un'attenzione crescente ai momenti che segnano davvero il percorso professionale dei Dipendenti, quelli in cui il feedback brucia più vivo e produce il cambiamento più duraturo.**

Nel 2025 questa evoluzione ha trovato continuità, concentrando le valutazioni su situazioni specifiche legate all'ingresso in Azienda. Il focus si è rivolto in particolare ai neoassunti nel periodo di prova e ai Responsabili di BU e dei Punti Vendita: figure per le quali **la valutazione rappresenta un passaggio chiave di crescita, consolidamento e riconoscimento del proprio ruolo all'interno del Gruppo.**

I RISULTATI DEL 2025



28,79%

dei Dipendenti

sottoposto a valutazione annuale della performance individuale nel 2025

Nel 2025 sono stati valutati complessivamente **325 Dipendenti**, con un incremento dell'**11,30%** rispetto all'anno precedente. La grande maggioranza dei Dipendenti valutati (**313**) appartiene alla categoria degli Impiegati, di questi, il **15,34%** è stato coinvolto in una valutazione di tipo MBO (Management by Objectives, Gestione degli Obiettivi); e l'**11,50%** fa parte della Sede Amministrativa.



L'ASSESSMENT CENTER: VALUTARE IL POTENZIALE, RICONOSCERE I TALENTI

Anche nel 2025 è proseguito l'utilizzo dell'**Assessment Center** come strumento strutturato per la valutazione e la selezione di Dipendenti destinati a ricoprire ruoli aziendali chiave. Uno strumento che va oltre la misurazione delle competenze acquisite, perché è progettato per leggere il potenziale di crescita, ciò che ciascuno può diventare.

Il percorso si articola in più fasi progressive: colloqui individuali, raccolta e analisi di dati, dinamiche individuali e di gruppo, tra cui la tecnica dell'in-basket e del role play, e test psicometrici, fino alla restituzione di un feedback finale in un colloquio in presenza. **A conclusione del processo vengono definiti piani di sviluppo personalizzati e attivate azioni concrete, come promozioni professionali e percorsi di carriera interna.** Il focus specifico del 2025 è stato orientato alla ricerca e identificazione di un allievo Responsabile Logistica.

Il programma mira a stimolare nuove idee, favorire la definizione dei ruoli e costruire team efficaci, contribuendo nel lungo periodo a migliorare produttività, soddisfazione dei Dipendenti e competitività aziendale.



IL TALENT MANAGEMENT: UNA VISIONE STRATEGICA DI LUNGO PERIODO

Nell'ultimo trimestre del 2025 abbiamo avviato il processo di **Talent Management** per la Sede Amministrativa e i primi livelli dei Punti Vendita. Un processo articolato, che si compone di una mappatura dei ruoli chiave aziendali, di una valutazione organizzativa sul numero congruo di riporti per People Manager, e di un'analisi delle sfide future che ciascuna struttura dovrà affrontare.

Il cuore del processo è l'identificazione del **Piano di Successione** per i ruoli chiave, alimentato da una valutazione del potenziale dei nostri Dipendenti: un atto di fiducia che guarda lontano, riconoscendo oggi chi sarà pronto a guidare domani. L'analisi complessiva restituisce un documento strategico di riferimento, capace di orientare decisioni organizzative di ampio respiro con la solidità di dati strutturati e la chiarezza di una visione condivisa.

LA FORMAZIONE IN SUPEREMME



Formare significa accendere, significa alimentare la capacità dei Dipendenti di leggere il proprio ruolo, di crescere oltre i confini della mansione assegnata e di contribuire, con consapevolezza sempre maggiore, alla direzione comune dell'Azienda.

Nelle attività quotidiane, affianchiamo i Dipendenti nello sviluppo di competenze legate al proprio ruolo, favorendo un clima di lavoro positivo e orientato ai risultati, oltreché di competenze trasversali e potenziali, con l'obiettivo di ampliare gli orizzonti professionali al di là delle responsabilità strettamente funzionali.



I grandi risultati si costruiscono con Dipendenti motivati e la formazione è uno degli strumenti più potenti che abbiamo per alimentare quella motivazione. Investire nello sviluppo delle competenze significa migliorare le prestazioni individuali, rafforzare la cultura organizzativa nel suo complesso e costruire un ambiente di lavoro dinamico, innovativo e sicuro, in cui ciascuno possa trovare il proprio spazio di crescita. In questa prospettiva, **promuoviamo il lavoro di squadra e una leadership proattiva, collaborativa e sinergica, con l'obiettivo di accompagnare l'organizzazione in una transizione da una struttura gerarchica tradizionale verso un modello in cui la responsabilità è condivisa a tutti i livelli.** Una leadership efficace è il presupposto perché ogni Dipendente si senta riconosciuto, valorizzato e motivato ad esprimere appieno il proprio potenziale.

I Responsabili di BU sono attivamente coinvolti

nell'analisi e nella definizione dei fabbisogni formativi, raccolti e mappati annualmente, contribuendo in modo strutturato alla progettazione dei percorsi di sviluppo in coerenza con gli obiettivi strategici e operativi delle rispettive aree. La collaborazione con enti di formazione specializzati nel settore completa questo approccio, garantendo contenuti aggiornati e qualificati, in linea con l'evoluzione del mercato e delle competenze richieste.

Percorsi diversi, un obiettivo comune: costruire un'organizzazione proattiva, collaborativa e capace di apprendere in continuo.



LO SVILUPPO FORMATIVO

Lo sviluppo formativo del 2025 si è articolato lungo due direttrici principali:

- la struttura organizzativa della formazione.** Abbiamo rivisto integralmente i fondi di formazione professionale, il catalogo formativo, con corsi sempre disponibili, gli enti formativi a supporto, i piani formativi dei ruoli chiave con focus sui Punti Vendita, il sistema di regole e istruzioni aziendali e quello di auditing interno. Il tutto completato da una piena digitalizzazione del processo, avviata nel corso del 2025: **questo costituisce il cuore dell'Emme Academy** (si veda il paragrafo dedicato).
- la mappatura e il potenziamento integrato delle competenze interne.** A partire dall'ingresso in Azienda, lavoriamo per sviluppare i ruoli consapevolmente, nella direzione della trasversalità, della specializzazione e/o della

managerialità, in una logica di Sostenibilità organizzativa e crescita continua dei nostri Dipendenti. I cataloghi formativi si sono progressivamente ampliati, includendo percorsi strutturati che rispondono sia alle esigenze professionali sia all'evoluzione del contesto organizzativo e di mercato. Particolare attenzione è dedicata ai temi della Equity, Diversity & Inclusion e della Compliance, considerati leve fondamentali per promuovere una **Cultura Aziendale fondata su equità, responsabilità, inclusione, etica ed integrità, non solo a livello professionale, ma anche valoriale, con l'intento di rafforzare comportamenti consapevoli, inclusivi e coerenti con i principi ESG.**



IPERPAN - Viale Marconi - Cagliari

I RISULTATI DEL 2025



1.253
DIPENDENTI
COINVOLTI



8.788 ore
FORMAZIONE
COMPLESSIVAMENTE
EROGATA

di cui



2.677 ore
FORMAZIONE
VOLONTARIA
EROGATA

di cui

406 ore
FORMAZIONE
EROGATA SUI TEMI
DI SOSTENIBILITÀ
E CULTURA D'IMPRESA

Complessivamente nel 2025 sono state erogate **8.788 ore di formazione**, per un totale di **1.253 Dipendenti coinvolti** tra Dirigenti, Quadri e Impiegati. **Rispetto all'anno precedente, le ore erogate hanno registrato un incremento del 64,28%: una crescita significativa, che testimonia la progressiva maturazione del sistema formativo aziendale.**

Tale crescita è trainata principalmente dalla formazione obbligatoria in materia di Salute e Sicurezza (**47,33%** del totale), seguita dallo sviluppo delle competenze tecniche (**15,41%**), dalla Formazione relazionale (**12,95%**) e dai programmi di integrità, compliance e risk management (**12,30%**). Il **7,40%** riguarda la formazione su Sicurezza e Qualità Alimentare, tema fondamentale per il settore, mentre il restante **4,62%** attiene alla Sostenibilità e alla Cultura Strategica Sostenibile — ambito che ha registrato una crescita particolarmente significativa, passando da **175 ore** nel 2024 a **406 ore** nel 2025.



Le ore erogate si dividono tra formazione obbligatoria (69,54%) e formazione volontaria offerta dall'Azienda (30,46%): una proporzione che riflette sia il rigore degli adempimenti normativi sia la scelta consapevole di investire nella crescita dei Dipendenti al di là del minimo richiesto.

LE SEI MACROCATEGORIE FORMATIVE DEL 2025

1. Competenze relazionali e organizzative (1.138 ore)

Il percorso, focalizzato sulla gestione di sé, dei Dipendenti e dei Team, ha coinvolto diversi livelli, dai Responsabili di BU ai Capi Area, ai Tecnici di Reparto. I temi approfonditi hanno spaziato dalle deleghe in materia di Sicurezza alla Parità di Genere, dall'evoluzione del mercato nelle diverse aree aziendali (Marketing e HR) alla sicurezza informatica e alla conformità normativa (NIS 2, GDPR, phishing), attraverso iniziative dedicate come il Mini Top Selex. I percorsi Selex e il Performance Management System hanno completato il quadro, contribuendo al rafforzamento delle competenze trasversali e manageriali in coerenza con gli obiettivi strategici.

2. Sostenibilità e Cultura Strategica Sostenibile (406 ore)

Il percorso ha approfondito temi centrali quali lo sviluppo di Progetti di Valore e la diffusione di una Cultura della Sostenibilità all'interno della nostra Organizzazione. Attraverso un programma mirato, che ha coinvolto il Comitato Operativo, l'obiettivo è stato **integrare i principi ESG nella visione strategica aziendale, promuovendo comportamenti consapevoli e orientati alla generazione di un impatto positivo concreto.**

3. Integrità, Compliance e Risk Management (1.081 ore)

Il percorso ha affrontato i temi della conformità normativa e della gestione del rischio, con particolare riferimento all'introduzione del MOG. I Dipendenti sono stati coinvolti in sessioni dedicate alla comprensione del Modello Organizzativo, alle responsabilità individuali e ai presidi di controllo interno, con **l'obiettivo di diffondere una cultura dell'integrità e della prevenzione dei rischi a tutti i livelli aziendali.**

4. Competenze tecniche e operative (1.354 ore)

Il programma ha puntato al consolidamento delle competenze tecniche e operative di mestiere, at-

traverso l'adesione alla proposta formativa annuale della Centrale Selex (approfondita nel box dedicato) e quella organizzata dalla **Emme Academy interna** per i Referenti dei reparti carni, ortofrutta e pescheria. **I corsi sono stati tenuti da esperti di rilievo nazionale, tra cui Pietro Passeri, Lucio Tabarrini e Giulio Commelli, con l'obiettivo di consolidare le competenze tecniche di mestiere attraverso il contributo di professionisti riconosciuti nel settore.**

5. Salute e Sicurezza (4.159 ore)

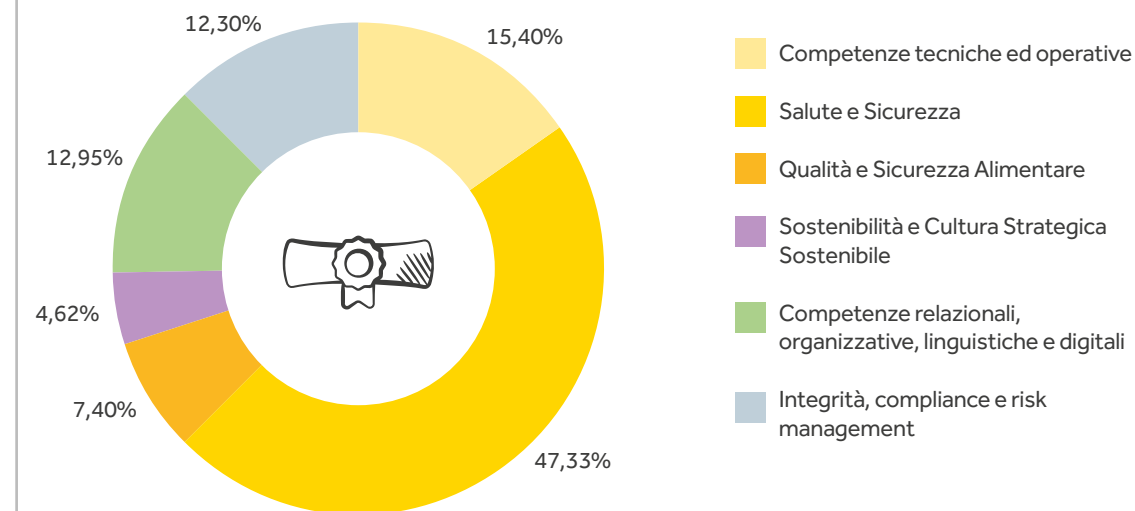
Il 2025 ha segnato un avanzamento significativo nella gestione della formazione in materia di Salute e Sicurezza, con l'introduzione della formazione a distanza (FAD) per i neoassunti. Il precedente sistema, basato interamente sulla presenza fisica, è stato sostituito con un percorso minimo di **8 ore** per ciascun nuovo assunto, **4 di formazione generale e 4 di formazione specifica**, garantendo una registrazione puntuale e una gestione più accurata dei dati formativi.

Nel corso dell'anno si è concluso il processo di nomina dei preposti, avviato nel 2024: i Direttori di Punto Vendita e i Tecnici di Reparto in possesso dei requisiti di idoneità sono stati nominati formalmente e hanno ricevuto un apposito programma formativo di **8 ore**, coinvolgendo così circa **50 Dipendenti**. A ciò si aggiunge il rinnovo della formazione specialistica in scadenza, inclusi gli aggiornamenti quinquennali e quelli relativi alle squadre Antincendio e di Primo Soccorso. **I Direttori delle BU Vendite, Logistica e Ufficio Tecnico hanno inoltre ricevuto formazione specifica nell'ambito delle deleghe formalmente attribuite in materia di Salute e Sicurezza.**

6. Qualità e Sicurezza Alimentare (650 ore)

La formazione, rientrando nell'ambito delle attività obbligatorie, si è concentrata principalmente sui corsi HACCP. A queste ore si aggiunge la formazione specifica seguita dal Direttore Vendite, formalmente delegato, che ha approfondito i temi della Sicurezza e della Qualità Alimentare nell'ambito del più ampio programma di delega avviato quest'anno.

DISTRIBUZIONE DELLE ORE DI FORMAZIONE EROGATE NEL 2025



📍 SUPERPAN - Via Bologna - Sanluri

LA PARTECIPAZIONE ALLA PROPOSTA FORMATIVA DELLA CENTRALE SELEX



Anche nel 2025 abbiamo aderito alla proposta formativa della Centrale Selex, a cui siamo associati, che annualmente ci propone seminari di aggiornamento su tematiche tecniche e strategiche, tra cui la **Responsabilità Sociale d'Impresa**. I programmi sono finalizzati al potenziamento delle competenze e delle abilità tecniche di mestiere, elementi imprescindibili per affrontare le sfide di un settore dinamico e competitivo come quello della Grande Distribuzione Organizzata. La Centrale Selex svolge in questo senso un ruolo fondamentale di coordinamento, organizzando seminari e giornate di studio specifiche rivolte a tutte le aziende associate, favorendo la condivisione di conoscenze e best practice a livello di sistema.

La formazione ha coinvolto **37 Dipendenti appartenenti a più BU Aziendali – Direzione, IT, Vendite, Marketing e Commerciale**, che, nel corso dell'anno 2025, hanno partecipato a seminari sulle seguenti tematiche:

- migliorare la distintività attraverso i valori dell'insegna;
- la differenziazione e l'innovazione dell'assortimento;
- la segmentazione degli assortimenti per target/Territorio;
- l'evoluzione della comunicazione: digitale, personalizzata e multidirezionale;
- l'ascolto del Cliente;
- la gestione del Punto Vendita;
- la gestione dei prodotti freschi dei reparti orto/frutta, panetteria e macelleria;
- la Relazione con il Cliente;
- la Responsabilità Sociale;
- la tecnologia e l'Intelligenza Artificiale a supporto delle decisioni aziendali.

LA EMME ACADEMY: IL NOSTRO STRUMENTO PER LA VALORIZZAZIONE E LA CRESCITA DELLE PERSONE



Nel 2025 abbiamo proseguito nel percorso della **EMME Academy**, inaugurata nel 2024: la **prima accademia di formazione in Sardegna specializzata nel settore della Grande Distribuzione Organizzata**, creata per essere un **acceleratore straordinario per l'innovazione e per valorizzare le performance aziendali e, al contempo, un ambiente di lavoro dinamico, stimolante e inclusivo**.

Emme Academy è un progetto culturale trasversale che ha una chiara missione: **sviluppare la nostra capacità di adattamento ai cambiamenti e alla dinamicità del mercato, investendo in formazione specializzata, sviluppo delle competenze e valorizzazione delle risorse a tutti i livelli dell'organizzazione, fungendo anche da laboratorio per nuovi approcci e tecnologie**.

I principali obiettivi includono:

- **sviluppo continuo delle competenze** attraverso corsi di formazione personalizzati;
- **aumento del senso di appartenenza** promuovendo un forte legame con l'Azienda;
- **individuazione e crescita dei Leader interni** con percorsi di leadership;
- **fidelizzazione e crescita dei Talenti** con percorsi di carriera chiari e incentivanti;
- **sviluppo dell'intelligenza emotiva e cognitiva** per un ambiente di lavoro più sano, armonioso ed efficiente;
- **promozione della Diversity & Inclusion**, valorizzando le differenze individuali come leva strategica di innovazione, sviluppo e crescita;
- **impegno concreto per la Parità di Genere**, attraverso politiche e percorsi che garantiscano equità, pari opportunità e sviluppo professionale senza discriminazioni.

GARANTIRE LE PARI OPPORTUNITÀ

La convinzione che le differenze arricchiscano le relazioni, i Team e le idee è radicata nella nostra Cultura Aziendale e si manifesta lungo l'intero ciclo di vita professionale dei Dipendenti: dall'ingresso in Azienda allo sviluppo di carriera, dalla retribuzione alle opportunità di crescita.

Come Gruppo consolidiamo il nostro impegno in materia di pari opportunità promuovendo una Cultura organizzativa fondata sull'equità e sul rispetto, convinti che un ambiente davvero inclusivo non si costruisca con le enunciazioni, ma con le azioni, quelle piccole e quotidiane, e quelle che lasciano un segno duraturo.

A Settembre 2025, abbiamo ottenuto la **Certificazione per la Parità di Genere**: un riconoscimento esterno che attesta la solidità del percorso intrapreso e rafforza la credibilità dell'impegno assunto verso i nostri Stakeholder, interni ed esterni. **Un traguardo che non segna un punto di arrivo bensì accende la direzione per il cammino che viene.**

CERTIFICAZIONE PARITÀ DI GENERE UNI/PDR 125:2022, UN TRAGUARDO CONDIVISO



A Settembre 2025 abbiamo ottenuto la **Certificazione UNI/PdR 125:2022**, lo standard nazionale che riconosce l'impegno concreto delle organizzazioni nella promozione della Parità di Genere nei luoghi di lavoro. **Un traguardo significativo che conferma la direzione intrapresa verso una Cultura Aziendale inclusiva, equa e rispettosa delle diversità, fondata su valori solidi e condivisi**. La certificazione è un punto di partenza: il Gruppo continuerà ad investire in azioni, progetti e iniziative volte a favorire pari opportunità, benessere organizzativo ed un impatto positivo sull'intera Comunità, interna ed esterna.

Perché, ogni giorno, insieme, vogliamo crescere come Azienda sempre più inclusiva, equa e orientata al futuro.

In questa stessa direzione, si inserisce anche la **gestione delle segnalazioni in materia di diversità e inclusione**: quando emergono comportamenti non in linea con i nostri valori, i Dipendenti, i Fornitori, i Clienti, gli altri Stakeholder, ed anche i Terzi, possono rivolgersi al canale di Whistleblowing presente sul sito aziendale, uno spazio dedicato all'ascolto e alla loro tutela. Le violazioni dei principi di diversità, inclusione e pari opportunità vengono affrontate con **professionalità, serietà e responsabilità**, nel rispetto delle procedure disciplinari previste.

IMPEGNO FUTURO

In coerenza con le indicazioni emerse in sede di Certificazione per la Parità di Genere, abbiamo previsto la formalizzazione delle misure a sostegno del benessere dei Dipendenti con particolare attenzione ai neogenitori, ai caregiver e al tema dell'equilibrio vita lavoro a tutti i livelli, con l'obiettivo di promuovere un modello organizzativo sempre più attento ai bisogni degli stessi.



Il nostro impegno verso la Parità di Genere si riflette chiaramente anche nella nostra Governance: il nostro **Consiglio di Amministrazione** è composto al **50% da donne**, un risultato che rappresenta un passo significativo verso una **leadership più inclusiva e diversificata**.

Vantiamo un organico aziendale equamente distribuito, formato dal 50,58% di Donne e dal 49,42% di Uomini, equilibrio sul quale continuiamo a plasmare un ambiente di lavoro che garantisca pari opportunità, indipendentemente dal genere.

In Superemme esprimiamo la Parità di Genere anche sul piano retributivo. Nel corso del 2025, abbiamo continuato a monitorare attentamente questa dimensione, ricalcolando il nostro **Gender Pay Gap**, **al fine di valutare che le retribuzioni siano sempre in linea con i nostri valori di equità e giustizia**.

2024	RETRIBUZIONE FISSA	-17,21%	-4,29%	-18,08%
		Gender Pay Gap complessivo	Livello Quadro - Gender Pay Gap	Livello Impiegato - Gender Pay Gap
2025	RETRIBUZIONE TOTALE (FISSA + VARIABILE)	-14,67%	+13,21%	-17,02%
2024	RETRIBUZIONE FISSA	-14,24%	+19,13%	-17,20%
		Gender Pay Gap complessivo	Livello Quadro - Gender Pay Gap	Livello Impiegato - Gender Pay Gap
2025	RETRIBUZIONE TOTALE (FISSA + VARIABILE)	-13,00%	+18,81%	-16,11%

Anche nel 2025 le analisi confermano che le donne, in media, ricevono una retribuzione maggiore rispetto agli uomini: il Gender Pay Gap si attesta al -14,24% sulla retribuzione fissa e al -13,00% su quella complessiva, comprendente la componente variabile.

Entrando nel dettaglio per categoria, per i Quadri si osserva un divario retributivo sfavorevole alle donne, sia sulla retribuzione fissa (19,13%) sia su quella complessiva (18,81%). Tale dato va tuttavia contestualizzato: le differenze retributive all'interno di questa categoria hanno origine nella retribuzione fissa, indicando che queste ultime dipendono da differenze di ruolo e responsabilità ricoperte. Per gli Impiegati la situazione si inverte: il Gender Pay Gap è a favore delle donne, con un -17,20% sulla retribuzione fissa e un -16,11% su quella complessiva. Analizzando i singoli livelli, e focalizzandoci sulle retribuzioni complessive, si registrano divari retributivi altrettanto significativi e favorevoli alle Donne, in particolare nel 3°, 4°, 5° e 6° livello. Divari simili si registrano anche nel 1° e 2° livello, anche se con differenze leggermente più contenute.

Partendo dal presupposto che il solo confronto tra uomini e donne in base ai livelli contrattuali, senza considerare i ruoli che ricoprono, può risultare fuorviante, e con l'intento di arrivare alla chiave dell'analisi e definire azioni concrete in merito, non ci siamo però fermati alla mera analisi numerica, ma abbiamo approfondito il documento **Master Job Description** e, più nello specifico, la presenza di Pay Gap non solo in relazione al genere, ma complessivamente all'interno della medesima famiglia professionale, tenuto conto proprio dei diversi ruoli ricoperti ed in vista della Direttiva sulla Trasparenza Salariale prevista a Giugno 2026.

Il documento ci ha restituito un quadro molto positivo in merito ad una generale **assenza di Gender Pay Gap Formale**, ovvero tra uomo e donna all'interno dello stesso ruolo ricoperto.

Il sistema di classificazione "**Job Code**", ci ha altresì consentito un'ulteriore fase di analisi sui ruoli ricoperti e dunque sulla c.d. **Gender Pay Gap Sostanziale**, ossia la copertura di ruoli a maggiore retribuzione, normalmente quelli ad alta specializzazione o a managerialità crescente, ricoperti da una maggior concentrazione di genere maschile; da qui si giustificano i dati di Pay Gap riportati in tabella.



Per un maggiore dettaglio degli indicatori riguardanti i temi materiali attinenti al Gender Pay Gap si rimanda alle tabelle presenti in Appendice.



SALUTE E SICUREZZA IN SUPEREMME

La Salute e la Sicurezza sul Lavoro sono una responsabilità che si rinnova ogni giorno, in ogni Punto Vendita, in ogni Deposito, in ogni BU della Sede. Una responsabilità che il nostro Regolamento Interno di Gruppo riconosce esplicitamente, richiamando il rispetto delle principali disposizioni normative in materia di sicurezza sul luogo di lavoro, e che noi traduciamo in azioni concrete, strutturate e misurabili.



Siamo convinti che garantire ambienti di lavoro sicuri non sia soltanto un obbligo di legge, ma un atto di cura verso tutti gli Stakeholder che costruiscono con noi questa Azienda ogni giorno.

Per questo promuoviamo una Cultura della Sicurezza fondata sulla prevenzione, alimentata da una formazione continua (ora disponibile anche a distanza attraverso una piattaforma digitale dedicata) e presidiata da un sistema di controllo capillare che coinvolge tutte le figure istituzionali previste dal Decreto Legislativo n. 81 del 2008 e successive integrazioni.

UN PRESIDIO STRUTTURATO E CONDIVISO

La nomina dei Delegati e dei Preposti, oltre all'elezione dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), avvenuta lo scorso anno, unitamente all'attribuzione di specifiche deleghe di budget ai Responsabili di BU Delegati, testimonia la **volontà del Gruppo di rafforzare un presidio strutturato e diffuso sui temi di Salute e Sicurezza**. A questo si affiancano percorsi di formazione e aggiornamento continuo, l'adozione di strumenti operativi (checklist) e audit strutturati, finalizzati al monitoraggio costante e al miglioramento progressivo dei processi.

Nel 2025 sono state definite nuove figure professionali chiave: **in ambito logistico il Responsabile della Manutenzione, Sicurezza e Qualità Operativa e i Buddy a supporto dell'insediamento e dell'affiancamento operativo**.

Queste figure rappresentano un ulteriore passo verso la diffusione capillare di una Cultura della sicurezza fondata su responsabilità condivisa, prevenzione attiva e consapevolezza quotidiana.

Il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) svolge un ruolo centrale in questo sistema: affidato a professionisti esterni per garantire imparzialità e competenza specialistica, assicura un controllo indipendente e un'assistenza continua ai Dipendenti, anche attraverso audit periodici presso tutti i Punti Vendita.

A completare il quadro dei punti di contatto a disposizione dei Dipendenti: lo Sportello Medico Interno, la BU HR, i Rappresentanti Sindacali e i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza, presidi sempre attivi, pronti a raccogliere richieste e segnalazioni e a garantire una risposta rapida, chiara ed efficace.

I PROCESSI DI COINVOLGIMENTO E GOVERNANCE DELLA SICUREZZA

Per garantire una gestione efficace della Salute e Sicurezza, adottiamo processi di coinvolgimento strutturati e ricorrenti:

- una **riunione annuale** guidata dal nostro RSPP, che coinvolge il Datore di Lavoro, i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza, il Medico Competente e le principali figure di staff aziendali;
- un **incontro periodico** tra i Delegati e l'ufficio Qualità e Sicurezza sul Lavoro con talvolta la presenza del Datore di Lavoro e di specifici responsabili di BU quando necessario.

La riunione annuale ha l'obiettivo di condividere i risultati del Programma Annuale di Sicurezza e Prevenzione, valutare gli interventi effettuati, analizzare gli infortuni e gli incidenti occorsi, esaminare gli esiti delle visite ispettive degli Enti competenti e aggiornare il Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) ove necessario. In questa sede vengono inoltre discusse la riprogrammazione o conferma del programma di sicurezza per l'anno successivo, la valutazione del Piano di Sorveglianza Sanitaria con il Medico Competente e l'eventuale nomina dei Preposti.

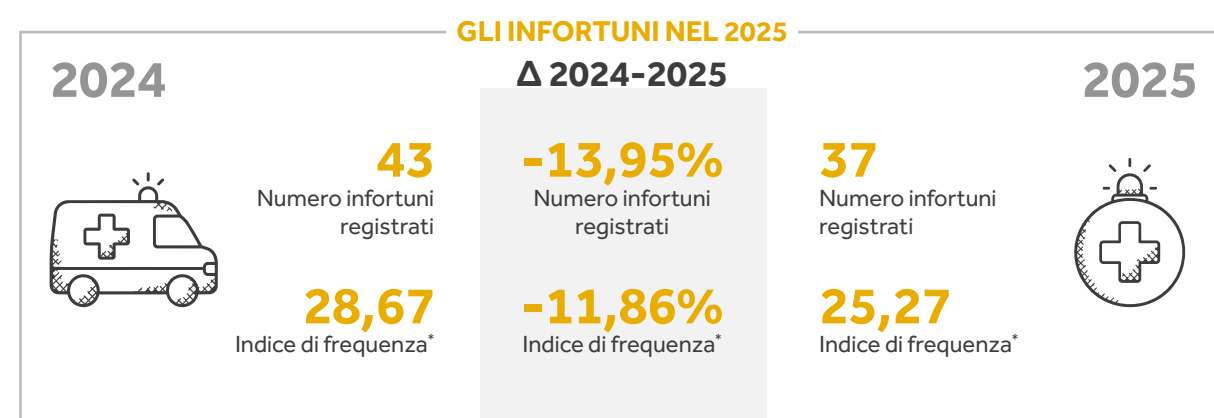
INTEGRAZIONE DEL DVR NEL 2025

Nel 2025 il Documento di Valutazione dei Rischi è stato aggiornato attraverso la produzione di quattro addendi, resi necessari per normare e rettificare rischi lavorativi rivalutati e/o emersi a seguito dell'introduzione di nuove attività, attrezzature e dispositivi di protezione individuale.

Gli aggiornamenti hanno riguardato:

- la valutazione delle molestie sessuali;
- l'inserimento della macelleria servita presso i Punti Vendita di Sestu, Ex S.S. 131 - Km 7,650 e Cagliari, Viale La Plaia;
- l'utilizzo del transpallet elettrico in tutti i Punti Vendita;
- l'introduzione di guanti protettivi per il taglio a tranci nel reparto Pescheria;
- la valutazione dei rischi relativi alle aree esterne dei Punti Vendita dotati di sbarre e cancelli;
- l'inserimento della pressa cartoni in alcuni Punti Vendita dell'area di Cagliari;
- la regolamentazione delle attività di carico e scarico presso l'area freschi del Deposito di Sestu.

Il rispetto delle norme, dei principi e delle regole aziendali è monitorato quotidianamente dai Responsabili e Referenti delle diverse unità operative (uffici, depositi e Punti Vendita) che garantiscono la conformità dei comportamenti alle policy aziendali e presidiano la qualità dell'ambiente di lavoro.



* L'indice di frequenza viene calcolato dividendo il numero totale dei casi di infortuni registrati durante l'anno rispetto al numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 1.000.000. Nel 2024 il numero di ore lavorate è stato pari a 1.500.053,00.

Nel 2025 sono stati registrati **37 casi di infortunio**, in calo del **13,95%** rispetto all'anno precedente.

Tale riduzione si riflette anche nell'indice di frequenza, anch'esso in diminuzione (**-11,86%**), riconducibile sia alla contrazione del numero degli infortuni sia alla riduzione complessiva delle ore lavorate.

Gli infortuni registrati sono stati caratterizzati da gravità media (indice pari a **0,68**) e hanno riguardato esclusivamente la categoria degli Impiegati, in particolare coloro che operano all'interno dei reparti dei Punti Vendita. Ferite, contusioni, tagli, stiramenti e fratture, **eventi che accrescono la nostra attenzione costante verso le condizioni operative di chi lavora a diretto contatto con il pubblico e con le attrezzature di reparto.**

 **Ogni anno analizziamo la natura e la frequenza degli infortuni, valutiamo i risultati delle verifiche ispettive condotte dagli enti preposti e consideriamo gli eventuali effetti di nuovi processi lavorativi. Questo ci consente di pianificare interventi mirati per minimizzare i rischi e, nel tempo, tendere all'eliminazione di ogni forma di pericolo evitabile.**

STRUMENTI E PRESIDI OPERATIVI

Al fine di una gestione integrata e sempre più efficiente delle problematiche legate alla sicurezza, nel 2025 in Superemme abbiamo avviato l'implementazione di una piattaforma gestionale ad hoc, uno strumento che consente di caricare, monitorare e analizzare i dati sulla sicurezza con maggiore integrazione e precisione. Ad oggi il sistema gestisce efficacemente le non conformità e pianifica gli interventi correttivi.

Nel 2025 abbiamo inoltre istituito l'**Ufficio Sicurezza sul Lavoro**, nuova funzione inserita in organigramma **con l'obiettivo di gestire e coordinare in modo strutturato i temi della Salute e Sicurezza sul Lavoro e della Sicurezza e Conformità Alimentare: un presidio dedicato che rafforza la capacità dell'Azienda di anticipare i rischi, piuttosto che limitarsi a rispondervi.**

Durante l'anno il nostro RSPP ha effettuato un audit per ogni unità operativa ed il nostro Medico Competente quattro audit a campione, congiuntamente agli audit interni.



IMPEGNO FUTURO

Per il 2026 abbiamo previsto di implementare altre funzionalità, ottimizzare ulteriormente la gestione complessiva e ridurre il rischio di incidenti su tutta la rete, mediante la collaborazione con società di consulenza specializzate, di un **Sistema di Qualità integrato che abbraccia sia la Sicurezza Alimentare sia la Sicurezza sul Lavoro**. Un progetto ambizioso, che rappresenta il primo passo verso l'ottenimento di una certificazione formale in entrambi gli ambiti, a ulteriore conferma della volontà del Gruppo di elevare i propri standard di gestione e controllo, trasformando l'impegno dichiarato in garanzia verificabile.

LA SALUTE MENTALE: UN PRESIDIO CHE NON SI VEDE, MA SI SENTE



Consapevoli che il benessere dei Dipendenti non dipenda soltanto dall'assenza di incidenti fisici, riteniamo fondamentale presidiare anche la salute mentale dei Dipendenti che lavorano con noi.

Per questo, con cadenza periodica, ogni due o tre anni, secondo quanto previsto dalla normativa vigente in materia di Salute e Sicurezza, conduciamo un'analisi dello **stress lavoro-correlato**, con l'**obiettivo di identificare tempestivamente eventuali tensioni organizzative e intervenire prima che si trasformino in disagio.**



Comunità Interessate

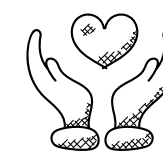
VICINI ALLA COMUNITÀ

 Il legame con il Territorio in cui operiamo è l'origine della nostra identità aziendale. È da qui che prendono forma le nostre attività, che si alimenta il nostro impegno quotidiano, che trovano senso le scelte che compiamo. La Comunità locale sarda è per noi un riferimento costante, non uno sfondo, bensì un interlocutore vivo, che orienta le nostre decisioni e dà direzione alle nostre azioni.

Attraverso iniziative sviluppate con attenzione, responsabilità e continuità, contribuiamo concretamente alla crescita sociale, culturale ed economica del Territorio, mettendo a disposizione risorse, prodotti e programmi capaci di generare un impatto reale sulla Comunità. Si tratta di un impegno strutturato che alimenta un processo virtuoso fondato su solidarietà e partecipazione, rafforza la coesione sociale e favorisce il coinvolgimento attivo della Comunità.

 Crediamo fermamente che questa collaborazione rappresenti una leva concreta per migliorare il benessere del nostro Territorio e costruire, insieme, una Sardegna più equa e prospera.

Le nostre attività sono guidate da principi chiari -responsabilità, inclusione e solidarietà- che orientano sia il nostro impegno nella responsabilità sociale sia la scelta dei Fornitori con cui collaboriamo. **Riteniamo che il valore del nostro operato nasca dal dialogo continuo con le Associazioni del Territorio e gli Enti Locali: un dialogo che coltiviamo attraverso incontri conoscitivi e consultivi, con l'obiettivo di ascoltare e interpretare i bisogni reali della Comunità e tradurli in iniziative capaci di lasciare un segno duraturo.** 



211.700 €

VALORE GENERATO DALLA NOSTRA AZIENDA NEL 2025

di cui

97.048 €

sponsorizzazioni
di iniziative locali

49.397 €

raccolte fondi promosse
con il diretto coinvolgimento
dei Clienti

32.374 €

progetto "Tutti in Campo",
realizzato in collaborazione
con la Centrale Selex

32.881 €

donazioni dirette
a realtà del Territorio

IL CONTRIBUTO DEL 2025

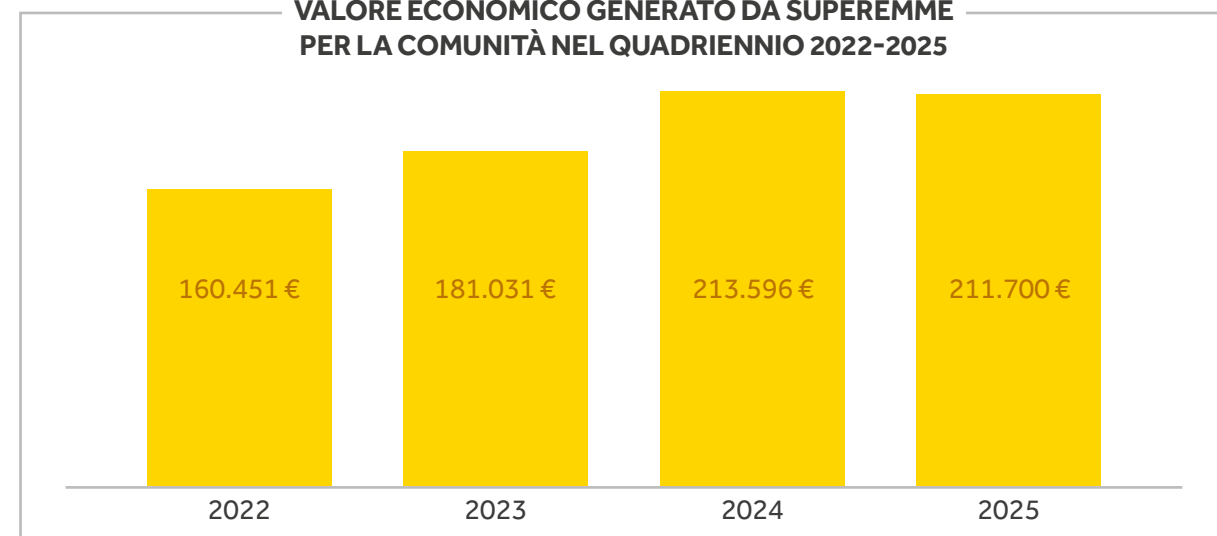
Nel 2025 il nostro impegno a favore della Comunità sarda si è concretizzato in un contributo economico complessivo di **€ 211.700³**, in linea con quanto erogato nel 2024. Un risultato che conferma la stabilità di un impegno concreto, costante e duraturo nel tempo.

Nel dettaglio, la distribuzione delle risorse ha seguito quattro direttrici:

- **45,84%** destinato a sponsorizzazioni di iniziative locali;
- **23,33%** a raccolte fondi promosse con il diretto coinvolgimento dei Clienti;
- **15,29%** attraverso il progetto *"Tutti in Campo"*, realizzato in collaborazione con la Centrale Selex;
- **15,54%** tramite donazioni dirette a realtà del Territorio.

Una ripartizione che riflette la varietà delle forme con cui scegliamo di essere presenti: oltre che con risorse economiche, anche con la partecipazione attiva dei Clienti, con la forza delle partnership e con la capacità di rispondere, in modo diretto, alle necessità più immediate della Comunità.

VALORE ECONOMICO GENERATO DA SUPEREMME
PER LA COMUNITÀ NEL QUADRIENNIO 2022-2025



³ All'interno di questo importo è contabilizzata la donazione di 15.000 euro a Croce Rossa Italiana Comitato di Cagliari, di cui si è parlato all'interno del Bilancio di Sostenibilità 2024. Per una questione di contabilità, infatti, il valore, pur facendo riferimento al progetto relativo al 2024, è stato sborsato da Superemme nel corso del 2025.

PROMUOVERE LE BUONE ABITUDINI ATTRAVERSO LO SPORT

Sostenere le Associazioni Sportive del Territorio è una scelta di valori. Siamo convinti che promuovere stili di vita attivi e partecipi rappresenti uno degli strumenti più efficaci di tutela della salute pubblica e di costruzione di una Comunità più coesa. Ogni investimento nello sport è un investimento nelle Persone, nei giovani soprattutto, e nel futuro del Territorio sardo.

Per questo, anche nel 2025, abbiamo mantenuto e ampliato il nostro impegno a fianco delle realtà sportive locali, con la convinzione che **ogni passo verso uno stile di vita più attivo sia un passo verso una Comunità più sana, più equa e più viva.**



SUPPORTO ALLE ASSOCIAZIONI SPORTIVE: UN INVESTIMENTO NEI GIOVANI DEL TERRITORIO

Le sponsorizzazioni sportive rappresentano per noi un modo concreto di restituire al Territorio parte di ciò che il Territorio stesso ci dà ogni giorno. Sostenere le realtà locali significa favorire l'accesso allo sport, promuovere l'inclusione e contribuire alla formazione di giovani che crescono attraverso i valori della disciplina, del rispetto e del lavoro di squadra.

Nel 2025 questo supporto si è articolato su più fronti, consolidando le collaborazioni già avviate:

- La **Polisportiva Esperia** di Cagliari, una delle realtà più radicate nel panorama del basket locale, **ha recentemente conquistato la promozione in Serie B** e continua a competere con determinazione nella stagione 2025-2026.
- La **Pallavolo Alfieri Cagliari**, storica realtà del volley sardo, conta oltre **250 ragazze** nel settore giovanile e coltiva l'ambizione di affermarsi a livello nazionale, formando atlete destinate a raggiungere la prima squadra. **Una realtà che incarna lo spirito dell'inclusione e dell'investimento nei talenti femminili.**
- L'**ASD Accademia Dolianova**, società calcistica dilettantistica attiva nel Sud Sardegna dal 2013, con un **settore giovanile in crescita**, ha continuato a beneficiare del nostro supporto anche nel 2025.
- L'**ASD Pirri**, squadra di calcio fondata nel 1972, profondamente radicata nel quartiere cagliaritano da cui prende il nome, è sinonimo di legame con il Territorio e **valorizzazione dei giovani talenti locali.**



E accendendo nuove partnership:

- **Polisportiva Ferrini Cagliari** — storica associazione sportiva dilettantistica e di promozione sociale attiva dal 1948, **con particolare attenzione ai settori giovanili e alle attività educative;**
- **Ritmica 2000** di Quartu Sant'Elena — associazione affiliata alla Federazione Ginnastica d'Italia, specializzata in ginnastica ritmica, salute e fitness, con oltre **250 giovani ginnaste** e **la recente convocazione della promessa Veronica Pillai in Nazionale Italiana: un orgoglio per il Territorio e per tutto il movimento sportivo sardo.**
- **Pro Volley & Beach Olbia** — per sostenere una società profondamente radicata nella Comunità del Nord Sardegna e **promuovere, attraverso lo sport, partecipazione e coesione sociale;**
- **Cup Island** — torneo minore di calcio giovanile, **espressione viva dello sport di base del Territorio;**



Esperia Olimpia Cagliari



ASD Pallavolo Alfieri Cagliari



A.S.D. Accademia Dolianova



ASD Pirri Cagliari

Il valore complessivo del nostro impegno a favore dello sport nel 2025 ha raggiunto **€ 76.649**, con un incremento di circa il **60%** rispetto al 2024, **un segnale chiaro della direzione che abbiamo scelto di percorrere.**



SOLO WOMEN RUN



Nel 2025 Superemme ha partecipato come Partner ufficiale alla **SoloWomen Run**, la più grande corsa rosa solidale dedicata alle donne, che ogni anno trasforma le strade di Cagliari in un fiume di energia, partecipazione e impegno civile. L'edizione 2025 ha registrato numeri da record: oltre **14.500 adesioni**, confermando la manifestazione come uno degli appuntamenti sportivi e solidali più sentiti dell'intera Isola.

L'iniziativa, aperta a tutte le Donne e che unisce sport, amicizia e responsabilità sociale, devolvendo ogni anno parte del ricavato ad associazioni e progetti locali. Il nostro contributo complessivo è stato di **€ 20.000**, tra supporto economico diretto e fornitura di prodotti per l'area ristoro.

In coerenza con i nostri valori, abbiamo donato tutte le eccedenze alimentari del ristoro alla mensa dei poveri di Via San Benedetto: un gesto semplice, capace di trasformare una festa di sport in un atto concreto di solidarietà verso chi ne ha più bisogno.

Perché il fuoco della partecipazione, quando brucia con senso, illumina anche chi sta ai margini.



TUTTI IN CAMPO



Anche nel 2025 Superemme ha rinnovato con convinzione la propria adesione a "**Tutti in Campo**", il progetto promosso dalla Centrale Selex a sostegno dello sport dilettantistico e delle Associazioni e Società Sportive Dilettantistiche locali. A partire da Settembre, i Clienti titolari di Carta Fedeltà dei supermercati aderenti hanno ricevuto, con la spesa, i bollini "Tutti in Campo" contenenti codici sport da utilizzare online per sostenere le proprie associazioni del cuore. L'iniziativa ha ottenuto un riscontro straordinario: **383 associazioni sportive locali** coinvolte, **346.656 buoni sport** assegnati, per un valore complessivo di **€ 32.374,56** in attrezzature.

Un progetto che trasforma ogni spesa quotidiana in un gesto di vicinanza allo sport del Territorio, dimostrando che **la solidarietà, quando è concreta e accessibile, trova sempre una risposta all'altezza.**



INIZIATIVE A SOSTEGNO DELLA COMUNITÀ E DEL TERRITORIO

Nel corso del 2025 abbiamo promosso numerose iniziative a favore della Comunità, attraverso donazioni di beni, contributi economici e campagne di raccolta fondi. In molti casi queste azioni hanno visto il coinvolgimento diretto dei Clienti, che hanno scelto di partecipare attivamente a sostegno di enti caritativi, associazioni non profit e organizzazioni del Territorio: **un impegno condiviso che rafforza il legame con la Comunità e moltiplica l'impatto positivo di ciascuna iniziativa.**

Per garantire l'efficacia di queste campagne e monitorare l'operato dei Punti Vendita durante le iniziative solidali, ci affidiamo a un sistema di monitoraggio strutturato basato su **report settimanali**: uno strumento che ci restituisce ogni settimana un quadro preciso dei risultati ottenuti, ci permette di valutare il grado di implementazione delle raccolte fondi e di misurare la partecipazione dei Clienti.

Un approccio rigoroso che trasforma l'impegno dichiarato in risultati verificabili e ci consente di migliorare continuamente il contributo della nostra Azienda al benessere del Territorio.

SUPPORTO AI PROGETTI LOCALI TRAMITE LE DONAZIONI DI PRODOTTI ALIMENTARI

Anche nel 2025 l'impegno verso la Comunità si è tradotto in un insieme eterogeneo di donazioni di prodotti alimentari a supporto di realtà locali, sociali e culturali.

In particolare, nel 2025 il sostegno ha spaziato da progetti educativi e rieducativi, a contributi per eventi tradizionali e azioni di solidarietà, interessando una pluralità di enti locali, tra cui:

- **Prison Fellowship Italia**, con la donazione di panettoni destinati ai detenuti coinvolti in un programma sperimentale di rieducazione;
- **Parrocchie locali**, con contributi per l'organizzazione di momenti di Comunità;

- **Associazione La Provvidenza di Cagliari**, con la donazione di panettoni e colombe alla Mensa Buon Pastore per essere vicini alle persone indigenti in difficoltà in occasione delle festività;
- **Club storici automobilistici**, per il supporto a raduni di auto d'epoca legati alla valorizzazione del patrimonio storico e motoristico;
- **Carnevale di Bosa Karrasegare Osinku** per il supporto di uno degli eventi più irriverenti e tradizionali della Sardegna, caratterizzato da un mix unico di satira, maschere antiche e goliardia legato alla tradizione enogastronomica sarda.





LA GARA DI SOLIDARIETÀ IN SUPEREMME CON "VICINO A TE"



Dal 2019, ogni trimestre, i nostri Punti Vendita si trasformano in luoghi di scelta consapevole. Il progetto **"Vicino a Te"** offre ai Clienti la possibilità di esprimere la propria preferenza tra alcune associazioni locali preselezionate: alla cassa, ricevono un gettone da inserire nell'apposita urna, indirizzando così il loro gesto verso la realtà che sentono più vicina ai propri valori.

Un meccanismo semplice e capace di generare qualcosa di prezioso: più di un sostegno economico concreto alle realtà del Territorio, un ascolto autentico della Comunità, che diventa coautrice delle scelte solidali di Superemme. Nel 2025 grazie a questa iniziativa sono stati destinati **€ 6.000** alle associazioni e agli enti ritenuti più meritevoli di supporto dalla Comunità stessa.

ASSOCIAZIONE PREMIATA	ATTIVITÀ
AVIS comunale di Villasor	Promozione della donazione di sangue e sensibilizzazione alla solidarietà sanitaria
Caritas -Parrocchia Villasor-	Assistenza alle persone in difficoltà, distribuzione di beni di prima necessità e supporto sociale
Amici degli Animali ODV	Tutela e cura degli animali, promozione delle adozioni e lotta al randagismo
Maramo ODV	Attività di clownterapia per offrire sostegno emotivo e momenti di serenità ai bambini ricoverati
Amico Mio ODV	Recupero, cura e adozione di gatti randagi, sensibilizzazione sul benessere animale
Soccorso SOS Sestu	Supporto a persone fragili, inclusione sociale e attività ricreative solidali
Anteas Sanluri ODV	Servizi di Primo soccorso
AVIS Comunale Sanluri ODV	Promozione sociale, volontariato e attività ricreative per anziani
PIV Sanluri	Donazione sangue e attività di sensibilizzazione sanitaria
OIPA Italia ODV	Difesa dei diritti degli animali e contrasto ai maltrattamenti
AIPD Oristano	Supporto e inclusione delle persone con sindrome di Down
AISM APS/ETS	Assistenza e sostegno alle persone con sclerosi multipla e promozione della ricerca
Libere energie Olbia ODV	Promozione sociale, culturale e iniziative di solidarietà sul Territorio
C.A.S.A. Silvia Olbia	Accoglienza e supporto a persone in difficoltà, in particolare donne e minori
Un incontro una speranza Olbia	Inclusione sociale e supporto alle persone con disabilità
Caritas -Parrocchia Decimomannu-	Aiuto a famiglie bisognose attraverso servizi di assistenza e sostegno
I Falchi Onlus ODV	Assistenza e accompagnamento a persone con disabilità
Insieme si può ODV	Assistenza e sostegno alle persone affette da SLA



COLLETTA ALIMENTARE



Il 15 Novembre 2025, 22 Punti Vendita Pan hanno aderito alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare, promossa dalla Fondazione Banco Alimentare, uno degli appuntamenti più significativi nella lotta alla povertà e all'esclusione sociale. Grazie alla generosità dei Clienti, sono stati raccolti **18.013 kg di alimenti non deperibili**, destinati a persone in difficoltà. A questo si è affiancata una nostra donazione diretta di **€ 500**, che prevediamo di incrementare nel 2026.



CARRELLO SOLIDALE



Con la stessa continuità e la stessa convinzione, portiamo avanti il **Carrello Solidale**: un progetto che si rinnova ogni anno in due momenti chiave, in prossimità delle festività di **Pasqua e Natale**, nei Punti Vendita Iperpan e Superpan.

Invitiamo i Clienti a donare prodotti alimentari e beni di prima necessità, raccolti e destinati alle famiglie in difficoltà del Territorio.

Determinante, in questo percorso, è il contributo della Protezione Civile, della Caritas e delle Associazioni Locali, che collaborano attivamente per garantire una distribuzione capillare ed efficace degli aiuti, assicurando che il sostegno raggiunga davvero chi ne ha più bisogno.

Gesti che uniscono la Comunità attorno a un obiettivo comune: fare in modo che nessuno si trovi solo ad affrontare le difficoltà del quotidiano. Perché la solidarietà, quando si accende in tanti luoghi contemporaneamente, produce un calore che raggiunge anche chi è più lontano.



FORESTA PAN: UN IMPEGNO CONDIVISO PER IL FUTURO DELL'AMBIENTE



Nel 2025 abbiamo avviato con orgoglio il progetto Foresta PAN, un'iniziativa di forestazione partecipata nel Territorio comunale di Dolianova, nata dalla collaborazione con l'Amministrazione Locale con l'obiettivo di generare un impatto ambientale e sociale concreto e duraturo.

Il progetto prevede la creazione di una vera e propria foresta aziendale attraverso la messa a dimora di piante autoctone, in questo caso lecci, selezionate per la loro capacità di adattamento ai suoli locali e di resistenza ai cambiamenti climatici. **Un gesto che parla di radici nel senso più letterale, ma anche nel senso più profondo.**

Piantare un albero nel Territorio in cui si opera è un atto di fiducia nel futuro, un impegno che supera il singolo anno di rendicontazione e si prolunga nel tempo.

Nella prima fase del progetto abbiamo messo a dimora un primo nucleo di alberi e coinvolto direttamente oltre **100 giovanissimi partecipanti (Scuola Elementare Don Bosco e Scuola Media Primaria Enrico Zuddas di Dolianova)**, avviando un percorso che, nel medio-lungo periodo, porterà a un incremento della superficie verde, ad un miglioramento del microclima locale ed alla creazione di uno spazio naturale condiviso e fruibile da tutta la Comunità. **La crescita degli alberi contribuirà inoltre all'assorbimento di CO₂ e alla tutela della biodiversità, generando benefici ecosistemici duraturi per l'intero Territorio.**

Foresta PAN è più di un intervento di riqualificazione ambientale, è uno strumento per rafforzare il legame tra Comunità, Istituzioni e Impresa, promuovendo una cultura condivisa della Sostenibilità e della cura del bene comune. Il coinvolgimento attivo dei giovani contribuisce ad accrescere la consapevolezza ambientale e il senso di appartenenza, perché ogni albero piantato insieme è anche un legame che si stringe.

LA NOSTRA ATTENZIONE ALLA PREVENZIONE

Prendersi cura della salute della Comunità è, per noi, un atto che va oltre il perimetro della Grande Distribuzione Organizzata.

Crediamo che un'Azienda radicata nel Territorio abbia anche la responsabilità di contribuire attivamente alla prevenzione, alla ricerca scientifica e alla diffusione di una cultura della salute accessibile a tutti.

È con questa convinzione che, ogni anno, sosteniamo iniziative capaci di generare un impatto concreto sulla vita delle Persone, perché la salute è un bene comune e proteggerla è una responsabilità condivisa.



IL NOSTRO SOSTEGNO ALLA CROCE ROSSA ITALIANA



In continuità con l'anno precedente, nel 2025 abbiamo rinnovato l'adesione alla raccolta fondi promossa dal Comitato della Croce Rossa di Cagliari per l'acquisto di un'autoemoteca, un mezzo mobile di raccolta del sangue fondamentale per facilitare le donazioni in modo pratico e accessibile, soprattutto nelle aree più remote della Sardegna, dove la distanza dai servizi sanitari può rappresentare un ostacolo concreto.

La raccolta si è svolta dal 3 Novembre al 26 Dicembre 2025 e ha registrato una generosa partecipazione della Clientela, per una donazione totale di € 20.784. Una volta acquistata, l'autoemoteca rappresenterà uno strumento essenziale per salvare vite e per il trattamento di patologie gravi come la talassemia, disturbo del sangue particolarmente diffuso in Sardegna, che richiede trasfusioni frequenti. **Un contributo che si traduce, concretamente, in un rafforzamento del sistema sanitario del Territorio.**

INSIEME PER LA VITA: GIORNATA DI RACCOLTA DEL SANGUE



Sabato **24 Maggio 2025**, in collaborazione con l'**Associazione Renzo Galanello**, abbiamo promosso una giornata dedicata alla raccolta del sangue presso il Punto Vendita Superpan di Quartu Sant'Elena. Nell'area parcheggio è stata allestita un'autoemoteca AVIS per accogliere i donatori in totale sicurezza; ai partecipanti è stata offerta una merenda come gesto di ringraziamento per il loro contributo.

L'iniziativa ha rappresentato un'importante occasione per sensibilizzare la Comunità sul fabbisogno costante di sangue, favorendo al contempo il coinvolgimento di nuovi donatori e il rafforzamento del senso civico e della solidarietà. La scelta di un'area ad alta affluenza ha garantito ampia visibilità all'evento e ha posto le basi per costruire continuità nel tempo, incentivando la fidelizzazione dei donatori. Nel corso della giornata sono state raccolte complessivamente **18 unità di sangue.**





AL FIANCO DI AIRC PER SOSTENERE LA RICERCA CONTRO IL TUMORE



Nel 2025 abbiamo rinnovato il nostro impegno nella ricerca oncologica, aderendo a diverse iniziative promosse dall'**AIRC (Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro)** e coinvolgendo attivamente i Punti Vendita e i Clienti in attività di raccolta fondi che hanno trasformato gesti quotidiani in contributi straordinari.

La partecipazione alla **Lotteria AIRC**, con la vendita dei biglietti presso i Punti Vendita di Cagliari e comuni limitrofi, ha permesso di raccogliere **€ 6.945**, grazie alla generosità dei Clienti che hanno scelto di sostenere la ricerca con un gesto semplice e accessibile. Attraverso il progetto "**Le Arance Rosse per la Ricerca**", promosso a livello nazionale dal Gruppo Selex, per ogni sacchetto di arance AIRC acquistato dai Clienti, abbiamo devoluto 50 centesimi ad AIRC: **3.828 sacchetti** acquistati, per un totale di **€ 1.914** devoluti a favore della ricerca scientifica.

I nostri Punti Vendita hanno inoltre ospitato i volontari AIRC per la distribuzione benefica delle **Azalee della Ricerca** e dei tradizionali **cioccolatini AIRC** — simboli della lotta al cancro che ogni anno coinvolgono migliaia di cittadini in tutta Italia.

A Ottobre 2025 si è aggiunto il progetto "**Nastro Rosa per la ricerca per il tumore al seno**": dall'1 al 31 Ottobre, in tutti i Punti Vendita, con una donazione minima di **€ 2** alla cassa, il Cliente riceveva la spilla con il nastro rosa incompleto, simbolo di una sfida ancora aperta.

Complessivamente sono stati raccolti € 21.668: un risultato che testimonia quanto la Comunità sappia rispondere con calore quando viene chiamata a fare la propria parte.

INSIEME CONTRO L'ENDOMETRIOSI



Nel corso del mese di **Marzo 2025**, mese dedicato a livello mondiale alla consapevolezza sull'endometriosi, abbiamo aderito al progetto promosso dall'**Università degli Studi di Cagliari** e dal **Rotary Club Cagliari Nord**, dedicato alla sensibilizzazione su questa patologia ancora troppo spesso misconosciuta e/o diagnosticata in ritardo, che interessa una donna su dieci in età riproduttiva.

L'iniziativa ha riunito diversi momenti di informazione, cultura e partecipazione attiva, con l'obiettivo di rompere il silenzio, dare voce alle Donne e promuovere una maggiore attenzione sul tema.

Attraverso una donazione diretta di € 4.000 e le attività di sensibilizzazione e raccolta fondi, abbiamo contribuito all'acquisto di un ecografo diagnostico di ultima generazione per il Policlinico di Monserrato: uno strumento concreto, che trasforma ogni contributo in diagnosi più tempestive e in vite migliori.



GIORNATA CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE



A **Novembre 2025**, in occasione della **Giornata Internazionale contro la violenza sulle Donne**, abbiamo scelto di dare spazio a qualcosa di più profondo di una semplice commemorazione, un incontro autentico, capace di trasformare il confronto in consapevolezza.

Abbiamo ospitato presso la nostra Sede un momento di ascolto e condivisione - con circa **50 partecipanti** - coinvolgendo la **Fondazione Domus de Luna, realtà del nostro Territorio da oltre vent'anni impegnata nell'accompagnare donne e madri in percorsi di rinascita dopo esperienze di violenza**. Attraverso testimonianze autentiche, abbiamo incontrato storie di donne capaci di trasformare il dolore in forza, il silenzio in parola, la fragilità in speranza.

Storie che ricordano quanto sia necessario costruire una cultura fondata sul rispetto, sull'ascolto e sulla consapevolezza reciproca, ogni giorno, non solo il 25 Novembre.

Per rendere la giornata ancora più significativa, sono stati realizzati materiali informativi e un segnalibro a ricordo dell'evento; oltre ad un momento conviviale con un piccolo buffet curato dalla **Locanda dei Buoni e dei Cattivi**, anch'essa gestita dalla Fondazione che ha concluso l'incontro con il calore che solo la condivisione sa dare.

A sostegno concreto delle attività della Comunità, abbiamo inoltre donato **€ 1.000 in spesa, contribuendo a supportare le Donne accolte nei loro percorsi di autonomia e rinascita.**

PROMUOVERE L'EDUCAZIONE ALIMENTARE



Crediamo nell'educazione e nella sensibilizzazione come leve fondamentali per una società più consapevole, equa e responsabile. Un impegno che si traduce nel sostegno a progetti educativi e formativi rivolti a tutte le età, con un'attenzione speciale ai più giovani, affinché possano crescere in contesti stimolanti, inclusivi e ricchi di valori.



Dal 2020 sosteniamo con orgoglio **come mangio®**, iniziativa nata dalla collaborazione tra il Gruppo Selex e l'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Il progetto promuove i principi di una corretta alimentazione attraverso una piattaforma informativa che coinvolge docenti, studenti e ricercatori, incoraggiando uno stile alimentare equilibrato ispirato alla dieta mediterranea, nota per i suoi benefici sulla salute e per la sua radicata tradizione nel Territorio sardo.

La piattaforma offre approfondimenti pratici su come interpretare le etichette nutrizionali, tecniche di cottura che preservano i nutrienti e strategie concrete per ridurre gli sprechi alimentari: **risorse accessibili, pensate per accompagnare le Persone verso uno stile di vita più sano e sostenibile.**

#EDUCAZIONEALIMENTARE



Nel 2025 abbiamo scelto di dare nuova energia alla comunicazione dedicata al benessere e allo sport attraverso la collaborazione con **Nicola Curreli, influencer e personal trainer**. Con cadenza mensile, sono stati realizzati reel informativi, pratici, immediati e facilmente fruibili, pensati per accompagnare il pubblico in un percorso concreto di miglioramento dello stile di vita.

Consigli sull'alimentazione equilibrata, indicazioni sull'attività fisica, spunti per adottare abitudini sane e sostenibili nel tempo: contenuti che portano la cultura della prevenzione dove le Persone già vivono, sui propri schermi, nella propria quotidianità.



Consumatori e Utilizzatori Finali

L'ATTENZIONE VERSO I NOSTRI CLIENTI

Mettere il Cliente al centro è un orientamento strategico che impatta su ogni nostra decisione, dall'assortimento alla qualità dei prodotti, dai servizi alle progettualità concrete, con l'obiettivo di rispondere ad esigenze sempre più articolate e a stili di consumo in continua evoluzione. **Un approccio che ci consente di migliorare costantemente l'esperienza d'acquisto e di costruire, nel tempo, un rapporto di fiducia solido e duraturo:** il tipo di rapporto che si alimenta giorno dopo giorno, scelta dopo scelta.

UN'OFFERTA CHE EVOLVE CON I CLIENTI

Negli ultimi anni l'evoluzione della nostra offerta ha seguito con attenzione crescente i bisogni emergenti e i nuovi stili di consumo, rafforzando in modo significativo l'attenzione verso i temi della salute e del benessere.

L'assortimento si è arricchito di:

- **prodotti "free from"**, inclusi quelli a marchio dedicato (come le linee senza lattosio e senza glutine), per rispondere alle esigenze di chi vive condizioni alimentari specifiche;
- **alternative vegetali**, tra cui prodotti 100% plant-based, ricchi di proteine vegetali e referenze certificate biologiche, per chi sceglie consapevolmente un'alimentazione più sostenibile;
- **prodotti proteici**, con soluzioni ad alto contenuto funzionale pensate per supportare l'apporto nutrizionale e il benessere generale;
- **functional food**, tra cui integratori e prodotti nutraceutici, per chi integra l'alimentazione con una visione attiva della propria salute.

Per andare incontro alle nuove esigenze di praticità e risparmio di tempo, abbiamo inoltre ampliato la gamma di prodotti pronti da mangiare o da cucinare, migliorando l'esperienza complessiva d'acquisto anche attraverso strumenti ed iniziative di comunicazione c.d. "in store".

In parallelo, **abbiamo proseguito il lavoro sulla qualità percepita e sulla valorizzazione delle eccellenze: sviluppo di linee premium, ampliamento dei prodotti certificati e maggiore attenzione alle referenze territoriali, con l'obiettivo di rafforzare il legame con le Comunità locali e con la filiera che le esprime.**



IPERPAN - Viale Marconi - Cagliari

ASCOLTARE PER MIGLIORARE: I CANALI DI CONTATTO

Per conseguire questi risultati abbiamo adottato un approccio fondato sull'ascolto attivo, capace di intercettare con tempestività le esigenze e le aspettative della Clientela, anche grazie al contributo costante della nostra BU Marketing.



I Clienti possono entrare in contatto con noi in qualsiasi momento attraverso una pluralità di canali:

- la sezione **"Parla con noi"** sul sito **supermercatispan.it** e sull'**App Supermercati Pan**;
- la piattaforma **Messenger** per la pagina Facebook e la sezione **Direct** di Instagram;
- il **Customer Care telefonico**, attivo per la ricezione delle chiamate;
- il **Customer Care** dedicato al servizio online di **CosìComodo**;
- le schede di **Google my Business** che consentono di comparire su **Google Search** e **Google Maps** con le informazioni principali;
- il **sistema di ticketing interno** gestito dai Punti Vendita e dalla Sede;
- il **Punto Assistenza** presente in ciascun Punto Vendita, per favorire il contatto diretto;
- i **Dipendenti** presenti in tutti i Punti Vendita, pronti a rispondere a ogni necessità con competenza e disponibilità.

Nel 2025 abbiamo ulteriormente rafforzato questo sistema, introducendo un **Manuale di Customer Care digitale** dedicato ai Social Media: uno strumento che promuove un approccio autentico, accogliente e affidabile nella comunicazione con i Clienti, definendo al contempo SLA (Service Level Agreement) chiari per tempi e modalità di risposta e risoluzione delle richieste.

L'obiettivo è garantire un servizio puntuale e rafforzare la fiducia nel nostro brand, perché ogni risposta tempestiva è un segnale concreto di rispetto verso chi ci ha scelto.

I RISULTATI DEL 2025

Grazie a questa costante attività di ascolto, nel corso del 2025 abbiamo registrato sul sito Supermercati Pan **1.644 ticket**, prontamente analizzati ed evasi. Abbiamo altresì raccolto **3.173 recensioni** tramite la piattaforma **Google**, esaminate con attenzione dai nostri Capi Area per individuare opportunità di miglioramento e consolidare la qualità del servizio. Di queste, **l'87% ha espresso un giudizio molto positivo: un dato che riflette un elevato livello di soddisfazione della Clientela e che ci incoraggia a continuare su questa strada con la stessa energia e determinazione.**

ASCOLTO E FEEDBACK CLIENTE

A supporto del miglioramento continuo, nel 2025 abbiamo rinnovato le **indagini trimestrali di soddisfazione del Cliente**, strutturate lungo due direttrici principali:

- il Progetto **Barometro Cliente**, che comprende tre survey annuali rivolte ai Clienti, realizzate con il supporto di una piattaforma specializzata, a cui si è aggiunta un'edizione dedicata anche ai "non clienti", per comprendere le ragioni di chi ancora non ci sceglie e trasformarle in opportunità di crescita;
- il **monitoraggio digitale dei feedback** attraverso un report mensile, che garantisce una lettura costante e aggiornata della percezione della Clientela.

Nel loro insieme, queste iniziative confermano un impegno che non si esaurisce nella raccolta dei dati; **ascoltare i Clienti significa valorizzare ogni segnale ricevuto e tradurlo in azioni concrete di miglioramento, alimentando un ciclo virtuoso capace di rafforzare, nel tempo, la qualità dell'esperienza d'acquisto e la relazione di fiducia con il nostro brand.**

PAN SIGNIFICA



HOME DELIVERY – COSÌ COMODO

L'EVOLUZIONE DELLA PROSSIMITÀ: OMNISCANALITÀ INCLUSIVA E LOGISTICA DELL'ULTIMO MIGLIO

Concepito non più come semplice estensione logistica, il servizio di **home delivery** è stato ridefinito come un pilastro strategico di **prossimità sociale ed inclusione**.

L'obiettivo è strutturare un ecosistema flessibile e privo di barriere, capace di rispondere ai bisogni di accessibilità e comfort dei Clienti, anche agevolando in modo mirato le fasce di popolazione caratterizzate da mobilità ridotta.

Questo modello circolare integra capillarmente i flussi fisici dei Punti Vendita e il canale digitale proprietario **CosìComodo**.

ESPANSIONE TERRITORIALE E INNOVAZIONE TRANSAZIONALE

Il potenziamento del servizio nel corso del 2025 ha seguito due direttrici fondamentali: la capillarità geografica e la semplificazione dell'esperienza d'acquisto.

- **Ampliamento dei Bacini di Consegna:** a Settembre 2025, abbiamo esteso la rete di copertura ai Comuni di **Sestu, Assemini, Elmas, Decimomannu e San Sperate**, potenziando contestualmente il presidio dell'area di Quartu attraverso l'inclusione di **Quartucciu e Selargius**;
- **Sicurezza e Digitalizzazione dei Pagamenti:** per garantire un processo transazionale fluido e protetto all'atto della consegna, abbiamo introdotto la modalità di **pagamento tramite POS mobile**. La risposta degli utenti ha confermato la validità della soluzione: nel 2025, il **31,7% dei Clienti** ha adottato stabilmente questo sistema.

MONITORAGGIO DELLA RETE E SINERGIE DI QUICK-COMMERCE

Al fine di misurare l'efficacia del modello distributivo, abbiamo adottato come indicatore chiave (KPI) la **diffusione del servizio sulla rete di vendita**. Sebbene l'home delivery operi su macro-aree che superano il perimetro gravitazionale del singolo Punto Vendita, al 31 Dicembre 2025 circa il **9% dei Punti Vendita** risultava pienamente attivo come hub logistico di prelievo. A completamento di questa architettura strutturata, a Luglio 2025 abbiamo attivato una partnership strategica nell'area di **Cagliari** con una primaria piattaforma di **consegna on-demand**. Questa collaborazione ha permesso di intercettare le abitudini di consumo legate al fattore tempo, offrendo **un servizio rapido ed efficiente che estende la disponibilità dell'assortimento anche al di fuori dei canali digitali proprietari, rafforzando il legame di prossimità con il Territorio.**

CLICK&COLLECT - COSÌCOMODO: LA SINCRONIZZAZIONE DEI TEMPI QUOTIDIANI

La formula del "clicca e ritira" risponde alla necessità di ottimizzare la gestione del tempo, integrando l'atto d'acquisto nei flussi e nei ritmi della vita quotidiana dei Clienti. Attraverso la spesa online pianificata da remoto e il successivo ritiro zero-attese presso isole dedicate (interne o esterne al Punto Vendita), il servizio si traduce in un'efficienza misurabile, **dimezzando i tempi medi di acquisto**. A conti fatti questo modello flessibile di spesa ha raggiunto una diffusione pari al **23% della rete di vendita, consolidando l'evoluzione omnicanale di Superpan e Iperpan all'insegna della sostenibilità e della centralità del Cliente.**

PAN SIGNIFICA

CASSE SELF CHECKOUT E SERVIZIO RAPIDO

Con **Self-Checkout** il Cliente può scansionare autonomamente i prodotti in cassa; mentre con **Rapido** (Self-Scanning), il Cliente, tramite apposito palmare, può scansionare i prodotti, già durante la spesa. Entrambe le soluzioni puntano ad evitare le file in cassa.

EFFICIENZA TEMPORALE E SISTEMI DI PAGAMENTO: LA FLUIDITÀ DEI FLUSSI IN CASSA

Nell'ottica di una spesa flessibile e priva di attriti, la rapidità del servizio si configura come un fattore sistemico cardine per l'ottimizzazione dell'esperienza d'acquisto.

La digitalizzazione dei punti di contatto finali mirano a restituire valore al tempo del Cliente, coniugando l'autonomia tecnologica con il presidio e il valore della relazione umana.

Il percorso di ammodernamento dell'infrastruttura di pagamento ha registrato un'importante progressione nel corso del 2025, consolidando una direttrice strategica originariamente avviata nel 2023:

- **Espansione del Self-Checkout:** Il piano di implementazione ha visto l'estensione delle postazioni automatiche alle barriere di cassa del Superpan di Sanluri Via Bologna;
- **Ibridazione dei Sistemi** (Casse Rapide e



Multifunzione): in nodi selezionati della rete di vendita, la gestione del flusso è stata ulteriormente ottimizzata introducendo soluzioni integrate che combinano il self-checkout e il self-scanning rapido. Un'architettura flessibile che lascia al Cliente la totale libertà di scegliere la modalità di gestione del pagamento preferita, eliminando vincoli strutturali.

Il monitoraggio della transizione tecnologica applicata ai canali di pagamento (c.d. KPI di Presidio Tecnologico) **evidenzia un livello di capillarità solido e in costante crescita:** al 31 Dicembre 2025, il 57% dei Punti Vendita è stato dotato di soluzioni di pagamento evolute, integrando casse self-checkout e/o moduli rapidi multifunzione all'interno del proprio layout.

IL NOSTRO SITO SUPERMERCATIPAN.IT

Nel 2025 abbiamo lanciato il **nuovo sito web Supermercati PAN**, sviluppato con il supporto della Centrale Selex, per offrire un'esperienza di navigazione moderna, intuitiva e accessibile, ottimizzata per dispositivi mobili. **Una struttura pensata per consentire una consultazione immediata dei contenuti e una maggiore chiarezza informativa, in linea con le aspettative di una Clientela sempre più digitale.** Un'attenzione particolare è stata dedicata alla **personalizzazione: il sito è progettato per proporre contenuti di interesse e facilitare l'accesso alle informazioni in base ai bisogni individuali, perché ogni Cliente è unico, e un buon sito deve saperlo.** Questo intervento si inserisce nel più ampio percorso di trasformazione digitale dell'insegna, orientato all'innovazione continua e al miglioramento progressivo del servizio: un percorso che non si ferma, ma si alimenta di ogni interazione, di ogni risposta, di ogni nuova necessità che emerge.

PAN SIGNIFICA



Il nostro obiettivo è offrire un'esperienza d'acquisto semplice, rapida e piacevole a tutti i nostri Clienti. Per questo investiamo costantemente in soluzioni tecnologiche capaci di trasformare ogni momento della spesa: dall'App per una lista intelligente e organizzata, alle casse self-checkout e al self-scanning, alla comodità della consegna a domicilio, fino ai buoni spesa digitali e al nuovo sito web, rinnovato per garantire una navigazione più intuitiva ed immediata. **Un ecosistema digitale pensato per abbattere le attese, fluidificare il percorso d'acquisto e rispondere, con precisione, alle aspettative di chi sceglie di fare la spesa con noi.**

NOVITÀ SULL'APP SUPERMERCATI PAN



Nel 2025 abbiamo ulteriormente rafforzato il percorso di digitalizzazione dell'**App Supermercati PAN** con l'obiettivo di renderla uno strumento sempre più centrale nella relazione e nella fidelizzazione con i nostri Clienti. Abbiamo introdotto funzionalità che consentono la prenotazione digitale di premi buoni spesa oltre alla gestione evoluta dei coupon personalizzati, ampliando in modo significativo i servizi accessibili direttamente da smartphone. Un'evoluzione che ha migliorato l'esperienza d'uso, aumentato l'autonomia dei Clienti nella fruizione dei servizi e ridotto i tempi dovuti all'interazione fisica in Punto Vendita.

Al 31 Dicembre 2025, l'App Supermercati PAN conferma la crescente adozione da parte della Clientela e l'efficacia delle soluzioni introdotte, **riflesso di una fiducia che si consolida.**

PROGRAMMA FEDELITÀ: LA LIBERTÀ DI SCEGLIERE IL PROPRIO PREMIO

Nel 2025 abbiamo rinnovato in profondità il nostro programma fedeltà, superando il tradizionale catalogo premi, fisici e digitali, per abbracciare un modello basato esclusivamente sui **buoni spesa digitali o cartacei**. Una trasformazione che risponde a una duplice finalità, ambientale e sociale, e che mette al centro ciò che conta davvero: il beneficio concreto per il Cliente.

Dal punto di vista ambientale, il nuovo modello riduce gli impatti legati alla produzione, alla stampa, alla logistica e agli imballaggi dei premi fisici.

Dal punto di vista sociale, il Cliente trae un vantaggio economico diretto e immediato, traducibile in un sostegno concreto al potere d'acquisto e al risparmio sulla spesa quotidiana.

Viene meno, inoltre, ogni criticità legata alle consegne fisiche, migliorando complessivamente il livello di soddisfazione.

Il nuovo modello mette al centro la **libertà di scelta:** i Clienti possono selezionare autonomamente il valore del buono spesa in base ai punti accumulati, beneficiando di una flessibilità e di una personalizzazione. Attraverso l'App Supermercati PAN è possibile richiedere i buoni in modo semplice e immediato, accedendo anche a condizioni più vantaggiose a parità di punti rispetto al canale tradizionale (buoni da € 27 anziché € 25 e da € 47 anziché € 45): un incentivo tangibile che premia chi sceglie il digitale.

Questa evoluzione genera benefici anche sul piano operativo interno, semplificando le attività nei Punti Vendita e alleggerendo il carico gestionale per il personale.

Nel suo complesso, il nuovo programma di fidelizzazione è più efficiente, più sostenibile e più inclusivo: **un modo per premiare la fedeltà in modo trasparente e misurabile, consolidando il rapporto di fiducia con la nostra Comunità, e restituendo valore a chi, ogni giorno, sceglie di fare la spesa da noi.**

LA CULTURA DELLA PRIVACY DEI NOSTRI CLIENTI

La tutela delle informazioni personali rappresenta un principio cardine dell'architettura relazionale e fiduciaria che ci lega ai nostri Clienti. In piena aderenza al quadro normativo del Regolamento GDPR 679/2016 e sotto la supervisione strategica del nostro Data Protection Officer (DPO), **abbiamo consolidato un framework procedurale evoluto, orientato a promuovere una cultura diffusa, etica e consapevole della gestione del dato all'interno di tutti i nodi organizzativi.**

Il mantenimento di elevati standard di sicurezza richiede un approccio sistemico che allinei le diverse BU Aziendali. A tal fine, sono stati strutturati percorsi di formazione specifici e continui volti a blindare i flussi informativi sensibili nelle aree chiave:

- **Direzione e BU Aziendali:** coinvolgimento sinergico delle BU Marketing, IT e Legal per incorporare i principi di protezione dati fin da subito nello sviluppo di ogni nuova soluzione tecnologica.
- **Personale di Vendita:** allineamento operativo dei Dipendenti all'interno dei Punti Vendita, per garantire un presidio della conformità e della tutela direttamente sul campo.

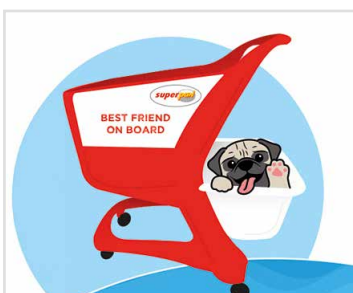
L'architettura del consenso viene governata in modo granulare e trasparente lungo tutti i touchpoint dell'omnicanalità, garantendo la massima protezione in ogni dinamica di interazione: dall'utilizzo dell'App Supermercati PAN e del portale web, ai servizi logistici di Click&Collect e Home Delivery, fino alla gestione delle carte fedeltà, dei concorsi e delle attività promozionali.

Per favorire un'accessibilità immediata e priva di filtri, è stata predisposta un'infrastruttura informativa dedicata, fruibile sia all'interno dei Punti Vendita fisici sia nell'ambiente digitale attraverso la sezione dedicata all'indirizzo www.supermercatipan.it/privacy. Questo spazio si configura come un canale di comunicazione bidirezionale aperto, ideato per consentire ai Clienti di esercitare i propri diritti e comprendere le finalità dei trattamenti.



A conferma della solidità dei sistemi di controllo interni e della continuità dei processi implementati nel corso dello scorso biennio, l'efficacia dei protocolli è misurata da un indicatore di eccellenza assoluta (c.d. KPI di Conformità Storica): **nel quinquennio compreso tra il 2021 e il 2025, la rigorosa applicazione delle procedure di sicurezza e la vigilanza costante hanno azzerato i rischi operativi, traducendosi in zero violazioni della privacy (c.d. Data Breach) registrate.**

CARRELLI PER GLI AMICI A QUATTRO ZAMPE



Accessibilità e Inclusività Familiare: L'Ecosistema Pet-Friendly

L'evoluzione del concetto di prossimità e centralità della persona si estende fino ad abbracciare gli amici a quattro zampe dei nostri Clienti. L'esperienza d'acquisto è stata ridisegnata in un'ottica di comfort integrato, abbattendo le barriere che spesso limitano la mobilità quotidiana in compagnia degli animali domestici di piccola taglia.

SOSTENIBILITÀ SOCIALE ED EQUITÀ ECONOMICA: LA TUTELA DEL POTERE D'ACQUISTO



In un macrocontesto economico complesso, attraversato da pressioni inflazionistiche che gravano sui bilanci domestici, il presidio della convenienza evolve da mera leva commerciale a vera e propria Responsabilità Sociale d'Impresa.

SINERGIE CIRCOLARI CONTRO LO SPRECO A FAVORE DEL RISPARMIO

L'efficienza economica è stata perseguita attraverso l'attivazione di virtuosismi sistemici che collegano l'equità sociale alla salvaguardia ambientale.

Gli strumenti cardine di questa strategia integrano la massimizzazione del valore residuo del prodotto con l'accessibilità al prezzo:

- **iniziative mirate e progetti dedicati**, il rinnovo e il potenziamento di programmi consolidati come Too Good To Go e la linea Ultimi Giorni, basata su forti sconti applicati ai prodotti prossimi alla scadenza, **hanno permesso di intercettare il duplice bisogno/obiettivo di offrire un risparmio reale sulla spesa quotidiana e ridurre drasticamente lo spreco alimentare;**
- **rendimento multidimensionale**, questo approccio, dettagliato formalmente all'interno delle rendicontazioni relative all'ESRS E5 (c.d. Uso delle Risorse ed Economia Circolare), dimostra come la transizione verso modelli circolari rappresenti uno scudo efficace a difesa del bilancio dei Clienti, senza mai scendere a compromessi sulla qualità dell'assortimento.



La Visione Condivisa, garantire l'accesso universale ai beni essenziali non è un target isolato, ma un impegno sistemico. Significa interpretare il Punto Vendita come uno spazio inclusivo, sensibile alle reali dinamiche socio-economiche del Territorio e capace di generare un impatto positivo e misurabile sulla Comunità.

STRATEGIE DI FIDELIZZAZIONE CIRCOLARE: INCENTIVI DEMATERIALIZZATI E BENESSERE INDIVIDUALE

Nel corso del 2025, la ricalibrazione delle attività promozionali ha superato la logica della dinamica commerciale standard per abbracciare **un modello incentrato sulla Sostenibilità multidimensionale. Le campagne di loyalty sono state ridefinite come vettori di consapevolezza, orientati a promuovere attivamente sani stili alimentari e benessere domestico, riducendo contestualmente l'impronta ecologica legata alla catena del valore delle promozioni.**

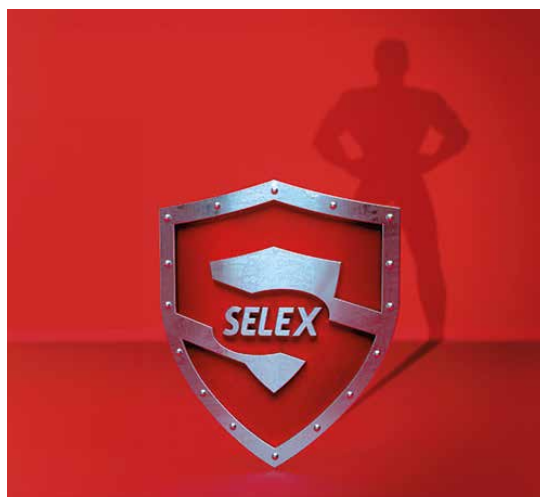
Il ripensamento strategico delle meccaniche premianti ha seguito due linee d'azione complementari, volte a bilanciare le aspettative della Clientela con la tutela delle risorse:

- **dematerializzazione del Catalogo Premi** che ha visto una progressiva e pianificata contrazione dei premi fisici a favore dei buoni spesa. Questo spostamento del valore sul potere d'acquisto interno ha generato un circolo virtuoso, abbattendo la domanda di beni fisici, semplificando la catena logistica e azzerando le emissioni connesse ai trasporti e allo stoccaggio delle merci promozionali.
- **collezioni di breve periodo**, per garantire continuità nell'esperienza di fidelizzazione dei Clienti storicamente legati al premio tangibile, sono state introdotte micro-raccolte a tempo determinato. Queste campagne flash si configurano come alternative capaci di mantenere elevato il tasso di ingaggio senza gravare sugli indicatori di impatto ambientale complessivi. La selezione dei premi fisici ha risposto a criteri rigorosi di utilità, durevolezza e coerenza con la filosofia del benessere individuale. Gli oggetti messi in palio, tra cui mini pimer, robot da cucina e friggitorici ad aria, sono stati scelti specificamente per la loro capacità di fungere da facilitatori tecnologici di una cucina sana, equilibrata e a basso impatto energetico.

L'iniziativa ha così chiuso il cerchio della sostenibilità, connettendo la responsabilità ambientale ed economica a una chiara utilità sociale ed educativa.

A dimostrazione della forte razionalizzazione impressa ai flussi fisici e della transizione verso logiche dematerializzate, nel corso del 2025 abbiamo erogato un volume controllato di 2.140 premi fisici, un dato che testimonia **il successo del cambio culturale e operativo impresso all'intero ecosistema promozionale.**

SPESA DIFESA



Promossa in sinergia con la Centrale Selex, l'iniziativa si configura come un vero e proprio scudo economico strutturato volto a mitigare le pressioni del mercato e a tutelare la stabilità del potere d'acquisto della Clientela.

Il paniere di beni essenziali coperti da dinamiche di salvaguardia del prezzo è stato costantemente potenziato, ha superato la soglia di 2.300 referenze a marchio Selex.

Una massa critica che garantisce una risposta trasversale ed esaustiva alle quotidiane esigenze di bilancio delle famiglie.

La campagna Spesa Difesa ha interessato la totalità dei canali fisici delle nostre insegne Pan; inoltre, in alcuni Punti Vendita abbiamo anche introdotto i carrelli espositivi "Caddy" per valorizzare visivamente l'assortimento Selex.

SICUREZZA ALIMENTARE E TRASPARENZA: L'INFRASTRUTTURA DELLA FIDUCIA CO-COSTRUITA

La tutela della salute del Cliente e la trasparenza informativa rappresentano il nucleo centrale dell'architettura fiduciaria che ci lega alla Comunità.

Questo ecosistema di protezione non si limita all'applicazione statica di protocolli di verifica, bensì si configura come un processo dinamico e quotidiano, dove la **responsabilità si traduce in cura sistematica, rigore operativo e rispetto verso la persona.**

La solidità di questa relazione si nutre di una trasparenza radicale: **un prodotto sicuro deve saper veicolare la propria storia attraverso informazioni accessibili, chiare e immediate, orientando il Cliente verso scelte d'acquisto pienamente consapevoli ed evolute.**

IL SISTEMA DEI CONTROLLI E LA DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI ISPETTIVI

Il mantenimento dei massimi standard qualitativi poggia su una matrice strutturata di audit interni ed esterni, finalizzata a mappare e neutralizzare qualsiasi fattore di rischio all'interno dei Punti Vendita.

Le attività di controllo ordinario, eseguite quotidianamente dai Dipendenti in Punto Vendita, seguono un flusso standardizzato suddiviso in tre macro-aree di presidio:

- **monitoraggio merceologico**, analisi continua della freschezza e della qualità intrinseca delle referenze esposte in tutti i reparti;
- **controllo strutturale**, verifica rigorosa dei livelli igienici dei banchi di lavoro, dei layout espositivi, delle attrezzature professionali, delle celle refrigerate e delle aree di stoccaggio merci;

- **standard di igiene personale**, controllo dello stato di pulizia, ordine e conformità igienica delle divise dei Dipendenti.
- Questo presidio di base viene periodicamente integrato da verifiche di secondo livello che vedono il coinvolgimento sinergico di figure trasversali: Capi Area, Addestratori, BU Sicurezza e Qualità Alimentare, oltretutto una Società Specializzata esterna.

Le ispezioni mirate alla conformità HACCP vengono digitalizzate tramite un software dedicato: le rilevazioni confluiscono in check-list strutturate utili alla generazione automatica di Report di sintesi. **In caso di scostamenti dagli standard, il sistema attiva tempestivamente piani d'azione correttivi, associando responsabilità definite e scadenze vincolanti per la risoluzione delle criticità.**

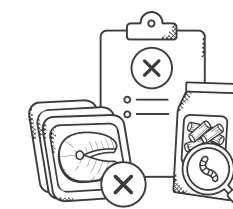
LA TUTELA DELLA CATENA DEL VALORE: DALL' HUB LOGISTICO AL PUNTO VENDITA

La salvaguardia delle caratteristiche organolettiche e igienico-sanitarie dei prodotti freschi (sfusi e confezionati) è governata da un processo di monitoraggio multifase, che presidia l'intero flusso distributivo a partire dai nostri Centri di Distribuzione (Ce.Di.) fino alle barriere di cassa:

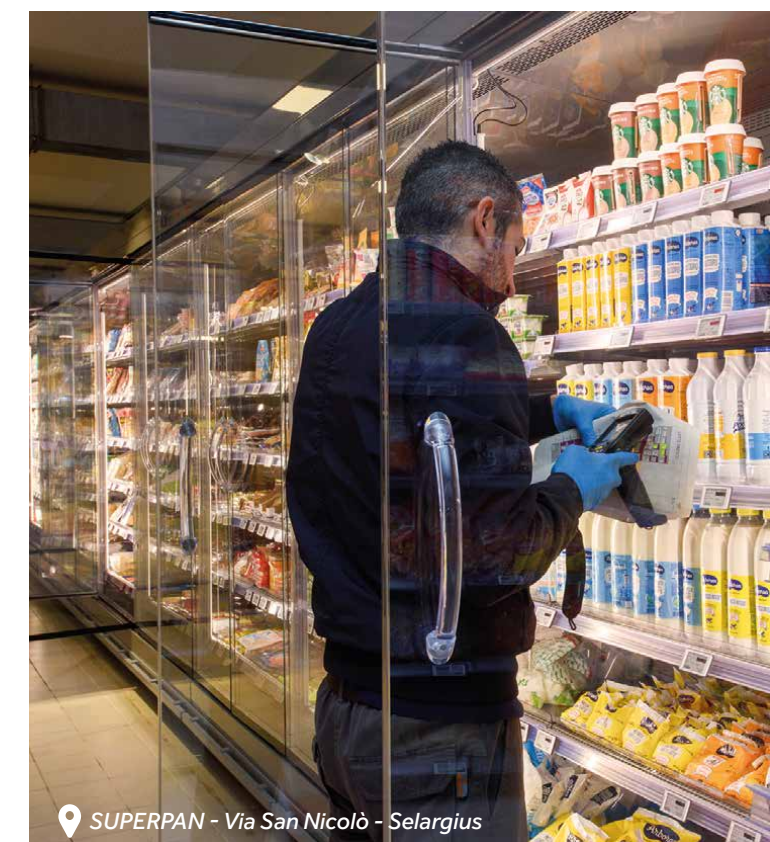
- **validazione all'ingresso logistico**, valutazione visiva e, laddove necessario, analisi olfattiva e gustativa dei prodotti freschi in fase di ricezione, abbinata al controllo sistematico delle temperature di conservazione mantenute dai vettori durante il trasporto;
- **stoccaggio e lavorazione in ambiente temperato**, monitoraggio continuo delle condizioni climatiche sia durante la permanenza delle merci nei Punti Vendita, sia nelle successive fasi di conservazione e manipolazione interna ai reparti freschi dei singoli Punti Vendita;
- **controllo in Punto Vendita**, un ulteriore filtro ispettivo all'arrivo in Punto Vendita per i prodotti freschi e surgelati, volto a validare l'integrità del packaging, il rispetto rigoroso della catena del freddo e la conformità delle lavorazioni rispetto ai capitolati di fornitura.

Laddove vengano intercettate non conformità qualitative, derivanti da segnalazioni della catena di fornitura, da enti di controllo terzi o da attività di auditing interno, il sistema attiva immediatamente le procedure di emergenza previste dai piani HACCP, procedendo al ritiro cautelativo dalla vendita, all'eventuale attivazione dei canali di richiamo verso la Clientela e al successivo smaltimento controllato.

VIOLAZIONI



Nel corso del 2025, l'efficacia del sistema di sorveglianza ha permesso di gestire tempestivamente 2 casi di non conformità legati alla salute e alla sicurezza.



📍 SUPERPAN - Via San Nicolò - Selargius

CONSOLIDAMENTO DEL MODELLO INTEGRATO E KPI DI AUDIT

Per la produzione e la conservazione dei prodotti lavorati all'interno dei reparti freschi, le linee guida operative rispettano fedelmente i canoni igienico-sanitari previsti dal sistema HACCP, basandosi su ricettari standardizzati.

A tutela del diritto all'informazione, la Cliente-la può consultare liberamente il "Libro Ingredienti" esposto in ogni reparto, contenente il dettaglio dei profili organolettici e allergenici.

La nostra intera impalcatura di autocontrollo è normata da un Manuale interno che codifica le procedure di analisi, prevenzione e mitigazione dei rischi di contaminazione lungo tutte le fasi produttive, in piena conformità con il Regolamento CE n. 852/2004 e con il monitoraggio stringente dei Punti Critici di Controllo (CCP) per prevenire fenomeni di contaminazione crociata, diretta o indiretta.

Il rendimento del nostro sistema di governance e controllo nel 2025 evidenzia i seguenti indicatori:

- **copertura totale degli audit**, audit ordinari HACCP sul 100% delle strutture, che ha coinvolto tutti i 35 Punti Vendita e i 2 Centri di Distribuzione aziendali;
- **analisi di laboratorio a campione**, screening analitici microbiologici e chimici su campioni di piatti pronti (gastronomia interna), condotti da laboratori accreditati terzi, che hanno interessato 13 Punti Vendita PAN e il Reparto Pescheria del deposito centralizzato di Sestu.

Questo approccio consolida il percorso strutturale avviato nel 2024 finalizzato alla creazione di un **Modello Integrato di Assicurazione della Qualità Alimentare** e ci aiuta a coordinare in modo unitario i processi di regolazione e valutazione, radicando un'autentica cultura della sicurezza biologica attraverso programmi operativi basati sul calcolo preventivo del rischio.

A completamento del modello, per il prossimo anno, abbiamo previsto il Manuale Operativo della Qualità e Sicurezza Alimentare, che centralizza le linee guida, i profili di rischio, i flussi di comunicazione e i protocolli comportamentali dell'intera organizzazione.

IMPEGNO FUTURO

Al fine di elevare ulteriormente i livelli di protezione e reattività del sistema, è stato pianificato **per il prossimo triennio il potenziamento dei programmi di screening chimico e batteriologico a rotazione sui prodotti di lavorazione interna**. La prima fase pilota, attivata nel corso del 2025, ha integrato con successo 10 Punti Vendita (pari a circa il 30% dell'infrastruttura di rete), ponendo le basi per l'estensione progressiva del modello all'intero perimetro aziendale. In parallelo, **le risultanze di laboratorio supporteranno un assessment analitico volto a mappare i nodi critici della filiera produttiva, ottimizzando i tempi di risposta e l'efficacia dei sistemi di prevenzione.**

GOVERNANCE DELL'INFORMAZIONE: ETICHETTATURA E TRASPARENZA

La trasparenza verso l'utente finale si realizza attraverso una gestione rigorosa dei processi di etichettatura, governata da un Team multiprofessionale che unisce Capi Area, Tecnici di Reparto e Consulenti normativi esterni, garantendo la perfetta aderenza alle evoluzioni legislative e promuovendo decisioni d'acquisto informate.

La nostra architettura informativa si articola in base alla natura del prodotto:

- **prodotti confezionati**, presenza di etichettature d'origine complete di ingredienti, profili allergenici, lotti di tracciabilità, scadenze e anagrafica del produttore, sottoposte a verifiche periodiche della c.d. shelf-life (durata di conservazione), in particolare per i preparati del reparto Macelleria;
- **prodotti lavorati in Punto Vendita**, mappatura analitica all'interno del "Libro Ingredienti" di Reparto;
- **prodotti preincartati**, etichettatura con dati organolettici essenziali e rimando esplicito alla documentazione estesa per ulteriori approfondimenti.

Questo impianto è supportato da specifiche Linee Guida Aziendali per l'etichettatura, che uniformano le informazioni obbligatorie e facoltative degli alimenti preincartati. **Il rigore del processo è validato sia tramite audit interni sia attraverso il controllo ispettivo di una società specializzata in sicurezza alimentare.** La conformità della cartellonistica esposta e l'esatta associazione tra etichetta, prezzo e stato di conservazione vengono costantemente monitorate dai Tecnici di Reparto attraverso apposite check-list di verifica sul campo.



IPERPAN - Via Monsignor Angioni - Quartu Sant'Elena

PROGETTO RETAIL MEDIA: TRASFORMAZIONE DIGITALE DEI LAYOUT

Lanciato ufficialmente nel 2025 in stretta sinergia con il Gruppo Selex, il progetto di Retail Media segna la transizione strategica della rete di vendita fisica verso un ecosistema integrato di comunicazione digitale. **L'iniziativa ridefinisce i Punti Vendita tradizionali e le proprietà digitali aziendali come veri e propri canali media, ottimizzando la gestione e la monetizzazione degli spazi pubblicitari in-store e online.** Questo passaggio consente di strutturare una comunicazione commerciale caratterizzata da massima efficacia, misurabilità e sostenibilità ambientale.

L'evoluzione tecnologica persegue obiettivi di efficienza sistemica: elevare la qualità dell'esperienza d'acquisto, azzerare progressivamente il ricorso ai supporti cartacei e garantire una comunicazione tempestiva, coerente e mirata su tutti i canali. In questo contesto, l'installazione degli schermi digitali rappresenta più di un semplice elemento decorativo, avvia una pianificata e graduale sostituzione dei vecchi materiali promozionali usa-e-getta (come le locandine a rotazione), riducendo in modo tangibile l'impatto ecologico della pubblicità in-store.

Il modello operativo si articola su due macro-dimensioni interconnesse:

- **in-store experience**, integrazione di soluzioni di schermi digitali e palinsesti di radio in Punto Vendita, intesi come strumenti dinamici per veicolare contenuti personalizzati, aggiornabili in tempo reale e allineati alle strategie commerciali e istituzionali;
- **digital on-site**, diffusione di messaggi informativi sui canali proprietari (portale web e piattaforma e-commerce), che segnano la continuità narrativa tra l'esperienza fisica in corsia e quella digitale su tutti i touchpoint di relazione con il Cliente.

CRONOPROGRAMMA DEL PIANO DI IMPLEMENTAZIONE: DIGITAL SIGNAGE

Il piano di transizione verso i nuovi supporti digitali si sviluppa su un orizzonte triennale pro-

gressivo:

- 2025, attivazione dell'infrastruttura in 9 Punti Vendita;
- 2026, estensione del sistema ad ulteriori 12 Punti Vendita;
- 2027, completamento del programma.

Attraverso questa architettura di rete, i Punti Vendita evolvono da semplici spazi transazionali a piattaforme di comunicazione attiva. Accanto alle novità commerciali, ai concorsi e alle promozioni, **i dispositivi trasmettono palinsesti informativi ed educativi formulati per guidare il Cliente verso scelte consapevoli, ponendo un accento specifico sui temi del benessere alimentare, della stagionalità dei prodotti e della sostenibilità.**

OMNISCANALITÀ DIGITALE: L'EVOLUZIONE DEI CANALI SOCIAL

Nel corso del 2025, la valorizzazione della presenza digitale ha registrato una forte progressione in continuità con il percorso tracciato nel 2024, introducendo un'evoluzione strutturale nella pianificazione e nell'organizzazione dei contenuti. Il piano editoriale è stato interamente ridisegnato per massimizzare la coerenza e la riconoscibilità del brand sulle piattaforme LinkedIn, Instagram e Facebook. L'intera produzione è stata organizzata attorno a sei pilastri tematici e arricchita da formati multimediali dinamici (come reel e video), consolidando la relazione quotidiana con la Clientela.

Nel 2025 la produzione digitale ha generato un volume complessivo di 521 contenuti, ripartiti secondo le seguenti direttrici strategiche:

- Staff: 15 pubblicazioni incentrate sulla centralità dei Dipendenti;
- Territorio: 79 contenuti orientati alla valorizzazione del contesto locale e regionale;
- Eventi: 88 pubblicazioni a supporto delle iniziative speciali e dei momenti comunitari;
- Servizi: 89 contenuti dedicati a illustrare le soluzioni e le facilitazioni di spesa;
- Promo: 113 pubblicazioni focalizzate sulle dinamiche di convenienza;
- Prodotto: 137 contenuti formulati per valorizzare le caratteristiche dell'assortimento.

Superemme

AUTOMAZIONE A SCAFFALE E TRASPARENZA INFORMATIVA: ESL SYSTEM

L'efficienza dei sistemi di comunicazione diretta al Cliente poggia sull'ampia diffusione delle etichette elettroniche (c.d. ESL, Electronic Shelf Label), che nel 2025 hanno raggiunto una capillarità pari al 94% dei Punti Vendita della rete. Questo percorso di digitalizzazione, avviato nel 2021, garantisce un'informazione chiara, costantemente aggiornata e perfettamente leggibile direttamente davanti al prodotto esposto.

L'infrastruttura risponde a logiche di gestione centralizzata: una piattaforma informatica aggiorna simultaneamente e istantaneamente via wireless tutti i dispositivi periferici collegati a scaffale. **Questa automazione dei flussi di variazione di prezzi e descrizioni abbatte il rischio di errore umano, consolidando la perfetta coerenza tra il dato visualizzato dal Cliente in corsia e il corrispettivo applicato alle barriere di cassa, offrendo un'esperienza d'acquisto trasparente e fluida.**

TRACCIABILITÀ E IDENTITÀ: LA VALORIZZAZIONE DEI REPARTI FRESCHI

La comunicazione a scaffale all'interno dei reparti freschi riceve un presidio attento, integrando le indicazioni di prezzo con dettagli informativi avanzati che facilitano il riconoscimento immediato delle categorie merceologiche e delle valenze d'uso dei prodotti.



Superemme

TRASPARENZA DI REPARTO E SCELTE CONSAPEVOLI

- **assortimento Valoriale:** la segnaletica agevola l'identificazione immediata di specifiche segmentazioni quali prodotti locali, biologici, vegani, senza glutine, linee benessere e referenze free from.
- **cultura del Benessere Ortofrutticolo:** nel corso del 2025 è proseguita la campagna di informazione e sensibilizzazione legata ai benefici nutrizionali dei prodotti della terra, supportata dall'installazione di pannelli didattici in-store e dalla diffusione capillare del Manuale dell'Ortofrutta.
- **cultura Casearia:** nei banchi dei formaggi, la comunicazione mappa le variabili d'acquisto fondamentali: la tipologia e l'origine biologica del latte (vaccino, ovino, caprino), i tempi di stagionatura, l'eventuale presenza di tutele di origine (c.d. DOP, Denominazione di Origine Protetta) e la specifica dicitura "senza lattosio" per andare incontro alle intolleranze alimentari.
- **filiera del Banco Carne:** introduzione di etichette dedicate e in perfetta conformità normativa, sviluppate per comunicare l'origine e le caratteristiche organolettiche delle carni. I supporti consentono di tracciare le filiere italiane di pregio (come il vitello e il suino) e di identificare le linee di bovino adulto allevato e in assenza di antibiotici negli ultimi quattro mesi di vita dell'animale prima della macellazione. Per il comparto avicunicolo è stato integrato un bollo identificativo che attesta la tipologia e l'origine nazionale del prodotto.

ORIENTAMENTO AL RISPARMIO: ETICHETTE "SEMPRE CONVENIENTE"

Per rendere la pianificazione della spesa quotidiana immediata e accessibile, all'interno dei diversi reparti della rete sono stati capillarmente posizionati i supporti visivi **"Sempre Conveniente"**. Questi indicatori grafici **guidano l'occhio del consumatore verso le referenze che, per ciascuna categoria di prodotto, hanno prezzi competitivi in modo continuativo, senza che il Cliente debba aspettare promozioni, saldi o offerte a tempo, ottimizzando i tempi di scelta e supportando concretamente la gestione del budget familiare.**



IPERPAN - Viale Marconi - Cagliari



L'ANCORAGGIO ALLA TRADIZIONE SARDA

All'interno della strategia di comunicazione a scaffale, viene riservata una centralità assoluta e distintiva ai prodotti capaci di esprimere le radici profonde, le tradizioni enogastronomiche e l'eccellenza produttiva del Territorio sardo, valorizzando l'autenticità del saper fare locale.



IPERPAN - Viale Marconi - Cagliari

Condotta delle imprese

CULTURA AZIENDALE

In un panorama macroeconomico caratterizzato da una volatilità persistente, la stabilità di Superemme è frutto di certezze consolidate. I valori aziendali di "Famiglia, Onestà e Passione", pilastri della nostra identità, ci hanno portati a guidare l'Azienda attraverso i decenni, fungendo da bussola anche nel 2025. Per il nostro Gruppo, la Cultura Aziendale è un impegno concreto: significa agire con integrità, trasparenza e rispetto, garantendo ai nostri Stakeholder -Dipendenti, Consulenti, Fornitori, Partner e Clienti- la solidità necessaria per guardare al futuro con fiducia.

Interno del complesso nuragico Su Nuraxi, Barumini

CODICE ETICO E PRESIDI DI LEGALITÀ

Ad oggi il **Codice Etico** rappresenta più di un documento formale, più di uno strumento da consultare nei momenti di incertezza, è il criterio condiviso attraverso cui prende forma ogni scelta, dai vertici aziendali fino a ciascun Punto Vendita sul Territorio; costituisce un **elemento vivo della nostra Cultura Aziendale**, definisce le aspettative di condotta e promuove un ambiente di lavoro in cui il rispetto, l'integrità e la non discriminazione sono praticati quotidianamente.

La diffusione capillare di questi principi è garantita da programmi di formazione dedicati ed iniziative di comunicazione interna che raggiungono ogni livello dell'organizzazione; per farlo, abbiamo inserito contenuti specifici sul nostro sito e sui nostri social, oltre ad una comunicazione sul nostro ledwall all'ingresso della Sede Direzionale. **Desideriamo che ogni Dipendente diventi il custode dei valori aziendali.**

Al fine di costruire relazioni sempre più autentiche, sinergiche e durature nel tempo, inoltre, **abbiamo inserito una formazione ad hoc sulla Cultura Aziendale e sui Valori fondanti nei nostri Comitati: Strategico, Operativo e Giovani Talenti.**

La **legalità** è per noi il fondamento su cui si costruisce ogni azione aziendale. Diffondere questa cultura significa tradurla in un sistema di gestione

del rischio strutturato e coerente, articolato in tre livelli tra loro complementari:

governance e chiarezza organizzativa, per definire con precisione ruoli, responsabilità e processi, affinché la trasparenza non sia un'aspirazione, ma un meccanismo operativo verificabile;

prevenzione e responsabilizzazione, per coltivare nei Dipendenti la consapevolezza del rischio, con particolare attenzione al contrasto della corruzione e creare le condizioni perché chiunque si senta libero e incoraggiato a segnalare eventuali anomalie;

controllo e correzione continua, per intercettare le vulnerabilità prima che si consolidino ed intervenire con prontezza per ripristinare l'integrità del sistema.

Nel primo trimestre dell'anno, in considerazione dell'adozione del nuovo Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, c.d. MOG, ai sensi del D. Lgs. 231/2001, il CdA ha deciso di aggiornare il Codice Etico, confermando l'impegno nella formazione sui valori aziendali e, per farlo, ha coinvolto l'intera prima linea di Management.

Tale aggiornamento rappresenta un passo significativo verso un modello di business che integra i valori etici e sostenibili nel cuore della strategia aziendale per creare, nel medio-lungo termine, valore aggiunto da condividere con Territorio & Comunità.

"Siamo convinti che questo aggiornamento, temporalmente dovuto, responsabilmente voluto e genuinamente partecipato, sia un'importante tappa nel nostro percorso di crescita continua, consapevole e autodeterminata.

Questo, infatti, implica un coinvolgimento attivo di Tutti, crea un senso di appartenenza e responsabilità condivisa e rinforza la Cultura Aziendale in cui Tutti si sentono parte del processo di cambiamento".

Silvia Massa
Amministratrice Delegata del Gruppo

IL MODELLO ORGANIZZATIVO (MOG) E L'ORGANISMO DI VIGILANZA (ODV)

Per presidiare con rigore la conformità e prevenire rischi legali, in Superemme abbiamo adottato il **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOG)**.

L'adozione del MOG ha rappresentato un passaggio strategico per la nostra Azienda: ha permesso di mappare le aree di rischio rilevanti, definire controlli preventivi e promuovere una cultura orientata a comportamenti leciti ed eticamente corretti.

Tale impianto, integrato organicamente con le nostre procedure interne, trova il suo perno nell'**Organismo di Vigilanza (OdV)**, un organo collegiale composto da tre professionisti, nello specifico una componente interna e due componenti esterne.

L'OdV, dotato dei requisiti di autonomia, indipendenza, professionalità e continuità di azione previsti dalla normativa, ha il compito di **vigilare sull'efficace attuazione del MOG**, verificarne l'adeguatezza nel tempo e proporre eventuali aggiornamenti in risposta all'evoluzione del contesto aziendale e normativo.

La nostra evoluzione, rispetto agli scorsi anni, risiede nell'integrazione fluida tra l'attività di monitoraggio e controllo dell'OdV e il sistema di gestione operativa: **L'OdV è per noi un Partner Strategico il cui operato garantisce chiarezza, trasparenza e serenità operativa a tutti i livelli.**

IL NOSTRO MOG

Un impegno concreto per la prevenzione dei reati, la tutela della reputazione aziendale e la promozione di una Cultura della Legalità.

Questo traguardo è frutto di una decisione strategica che va oltre gli adempimenti normativi, per rafforzare la trasparenza dei processi; per proteggere Dipendenti, Fornitori, Clienti e altri Stakeholder e per costruire valore sostenibile nel tempo.



SEDE LEGALE E AMMINISTRATIVA - Gruppo Superemme - Cagliari



IL WHISTLEBLOWING: TRASPARENZA IN AZIONE

Coerentemente con il nostro impegno verso una trasparenza sistemica, la piattaforma di **Whistleblowing** si è consolidata nel 2025 come strumento essenziale di governance. **Attraverso canali di segnalazione sicuri, crittografati e gestiti da un Comitato creato ad hoc, garantiamo la massima riservatezza e protezione per chiunque intenda segnalare, in buona fede, condotte contrarie ai principi etici o alla legge.**

Le segnalazioni possono riguardare un ampio spettro di illeciti: frodi, corruzione, violazioni di leggi o regolamenti, pericoli per la sicurezza e la salute pubblica, episodi di mobbing e violazioni della normativa sulla privacy, nonché qualsiasi altro comportamento da cui possa derivare un danno per l'Azienda.

Per rendere **questo strumento accessibile e sicuro, abbiamo messo a disposizione una piattaforma dedicata, sviluppata secondo i più elevati standard di privacy e sicurezza dei dati, raggiungibile all'indirizzo <https://segnalazioni.superemme.it/>.** La piattaforma consente segnalazioni anche in forma anonima; in ogni caso, l'identità del segnalante e il contenuto della segnalazione sono protetti dal regime di riservatezza rafforzata previsto dal D.Lgs. 24/2023.

Tuteliamo i segnalanti in buona fede da qualsiasi forma di ritorsione, diretta o indiretta, di discriminazione o di penalizzazione, indipendentemente dai soggetti coinvolti e dall'esito della segnalazione, risulti essa fondata o meno.

Ogni mese, attraverso la nostra **Newsletter**, ricordiamo a tutta la popolazione aziendale che il **canale di Whistleblowing** è sempre attivo e a disposizione di chiunque voglia segnalare comportamenti non conformi.



<https://segnalazioni.superemme.it>

Sulla base del canale di segnalazione già in uso, abbiamo adottato una procedura strutturata per la gestione delle diverse tipologie di segnalazioni aziendali, incluse quelle in materia di Whistleblowing, con l'obiettivo di garantire trasparenza, integrità e tutela effettiva di tutti i soggetti coinvolti, nel pieno rispetto della normativa vigente. **Il 16 Dicembre 2025, il CdA ha approvato formalmente la Procedura e deliberato la costituzione del Comitato Whistleblowing composto da professionisti, interni ed esterni, con formazione, maturità ed esperienze diverse tra loro, oltre a requisiti di indipendenza, di fatto rafforzando ulteriormente la nostra governance e i presidi interni già esistenti.**

Le segnalazioni sono esaminate dal Comitato nel rispetto dei principi di imparzialità, riservatezza e tracciabilità dell'iter istruttorio, secondo i termini stabiliti dalla normativa di settore. In ottemperanza agli obblighi previsti dal D. Lgs. 24/2023, la riservatezza dell'identità del segnalante e delle informazioni contenute nella segnalazione costituisce un requisito inderogabile, tutelato in ogni fase del processo. Il Comitato garantisce altresì la protezione del segnalante da qualsiasi forma di ritorsione, diretta o indiretta, assicurando un ambiente in cui le segnalazioni possano essere effettuate in piena sicurezza.

Questo assetto consolida il nostro sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, contribuendo a diffondere una Cultura Aziendale fondata sull'etica, sulla responsabilità e sul miglioramento continuo, in coerenza con gli impegni di Sostenibilità che abbiamo assunto come Azienda.

Tale sistema oltre a prevenire e/o mitigare le irregolarità, è espressione di un ambiente aziendale aperto, dove il confronto e la segnalazione sono visti come atti di responsabilità verso la Collettività e verso l'Azienda stessa.



Fortificazioni storiche dell'Arcipelago di La Maddalena al tramonto.



LA NOSTRA IDENTITÀ VALORIALE

*Il nostro Gruppo Superemme,
presente nella Grande Distribuzione sarda dal 1960,
trova la sua forza in tre pilastri indiscutibili: **Famiglia, Onestà e Passione.***

*La nostra missione,
riassunta nel payoff "Sardi come Voi",
è più di un semplice richiamo geografico,
è un impegno identitario verso il Territorio.*

*Siamo una realtà che integra la solidità
di una storia imprenditoriale ultra-sessantennale da tre generazioni
con la dinamicità di una Governance che incarna la Sostenibilità,
convinta che il benessere dell'Azienda
sia intrinsecamente legato
a quello delle Persone che lavorano con noi
e della Comunità che serviamo.*



I Fornitori e il legame con il Territorio

La nostra Sostenibilità va oltre il perimetro aziendale, si estende lungo tutta la nostra filiera. In Superemme, crediamo che la qualità delle relazioni con i Fornitori sia lo specchio della nostra integrità.

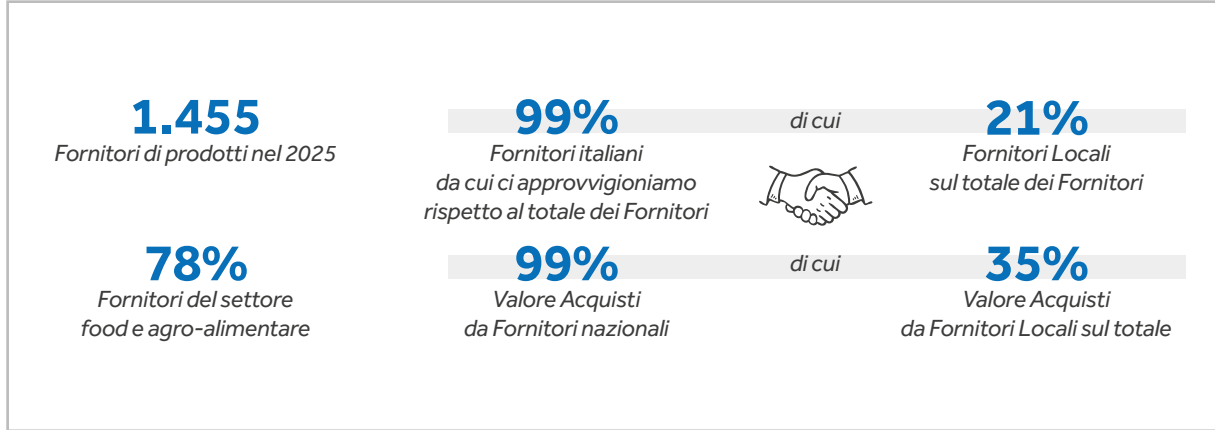
Nel 2025, la nostra rete di fornitura conta 1.455 Fornitori con una sostanziale stabilità rispetto all'anno precedente. Si tratta dell'esito di un percorso consapevole di razionalizzazione: **meno Fornitori, più selezionati, con cui costruire relazioni di lungo periodo fondate sulla fiducia reciproca e sulla complementarità strategica.**

La composizione di questa rete riflette la nostra identità: l'78% dei Fornitori opera nel settore food e agroalimentare, confermando che il cibo, nella sua complessità e varietà, rimane il centro gravitazionale del nostro modello di business.

La scelta del Territorio è, prima ancora che una politica d'acquisto, una dichiarazione di valori. Il 99% dei nostri fornitori è italiano e rappresenta la quasi totalità del valore degli acquisti: un orientamento che oltre a rispondere a logiche di mercato, alimenta un sistema fatto di tracciabilità, sicurezza alimentare e responsabilità verso l'economia del Paese.

All'interno di questo quadro, il localismo occupa una posizione più che rilevante: il 21% dei nostri Fornitori è sardo e genera il 35% del valore degli acquisti. Un peso specifico che racconta la qualità di un legame con il Territorio, con le sue filiere e con le sue eccellenze che non è occasionale, bensì strutturale.

Il localismo è uno dei pilastri su cui poggia l'identità di Superemme. Lo esprime chiaramente il nostro payoff -Sardi come Voi- sintesi autentica di un sentimento che precede ogni strategia commerciale.



Essere parte attiva dello sviluppo della Sardegna significa guardare avanti senza voltare le spalle a ciò che il Territorio sa esprimere. Per questo privilegiamo i prodotti a chilometro zero: espressione concreta di freschezza, qualità e prossimità. Il nostro reparto Ortofrutta ne è l'esempio più immediato, approvvigionato in larga misura da produttori locali, incarna la molteplicità di benefici che questa scelta genera: prodotti più freschi e di qualità superiore per i Clienti, un impatto logistico ridotto e costi di trasporto contenuti, **a vantaggio della Sostenibilità complessiva della filiera.**



Alligresa è più di un marchio, è una promessa fatta alla Sardegna.

Nata nel 2023 da un'idea semplice e radicata
-valorizzare ciò che questa Terra sa offrire-

la linea Alligresa è costruita su filiere corte, collaborazioni dirette con produttori locali e metodi di lavorazione che rispettano l'artigianalità della tradizione isolana.

Formaggi tipici, vini regionali, pasta tradizionale e molto altro:
ogni referenza è il risultato di una scelta precisa.

Scegliere Alligresa significa scegliere consapevolmente il prodotto, il produttore, il Territorio che lo esprime.

L'impegno va oltre la qualità del singolo articolo.

Sostenere Alligresa

vuol dire contribuire alla tutela del patrimonio alimentare sardo e concretamente all'occupazione e alle opportunità economiche a livello locale.

Nel 2025, la gamma si è ampliata
con 7 nuove referenze in 4 categorie merceologiche
(patatine, dolci tipici sardi, spumante e colomba)
con un risultato che parla chiaro:

+44% del valore economico distribuito sul Territorio rispetto al 2024.

Un'accelerazione che, oltre ad evidenziare un dato di crescita, misura la fiducia dei nostri Clienti nei prodotti locali, che si consolida anno dopo anno.



DEGUSTAZIONI E ATTIVITÀ NEI PUNTI VENDITA

I nostri Punti Vendita rappresentano più di semplici luoghi in cui fare la spesa, sono spazi in cui scoprire, assaggiare e scegliere con più consapevolezza.

Nel 2025 abbiamo trasformato tre dei nostri Punti Vendita, Cagliari Viale La Plaia, Sestu Ex S.S. 131 Km 7.650 e Quartu S.E. Via Fiume, in spazi di incontro attivo tra **Produttore e Cliente, organizzando sessioni di degustazione e presentazione di prodotti locali con il coinvolgimento diretto dei Fornitori del Territorio. Momenti di Cultura Alimentare: occasioni per raccontare la storia del prodotto, raccogliere feedback reali sulla qualità e sul gradimento, e stimolare un dialogo che raramente trova spazio nella relazione ordinaria tra scaffale e Cliente.**

Le categorie protagoniste hanno restituito la varietà e la profondità della tradizione enogastronomica sarda: pasta di semola, torrone, fregola, vini, culurgiones, seadas, amaretti, pardule, birra artigianale locale.

I numeri raccontano un progetto in espansione: 8 fornitori locali coinvolti, 20 eventi realizzati.

Ogni appuntamento, una filiera resa visibile.



UNA COMUNICAZIONE CHE PARTE DAGLI STABILIMENTI PRODUTTIVI

Abbiamo scelto di portare la nostra comunicazione digitale là dove il prodotto prende forma: negli stabilimenti dei nostri Fornitori.

I Reels che produciamo direttamente da questi luoghi non sono contenuti promozionali confezionati a posteriori, bensì finestre aperte sui processi, sulle persone e sulla cura che animano ogni fase della filiera, prima ancora che il prodotto arrivi sullo scaffale.

Questa scelta si radica in una visione precisa di comunicazione etica e responsabile.

Mostrare il dietro le quinte come atto di trasparenza verso il Cliente, che merita di sapere cosa c'è dentro ciò che sceglie.

Distribuiti sui canali social e integrati nella strategia di Retail Media e marketing omnicanale, questi contenuti generano qualcosa che la comunicazione tradizionale raramente riesce a produrre: fiducia autentica, fondata sulla conoscenza reale del ciclo produttivo e sul riconoscimento delle persone che lo rendono possibile.

IL RAPPORTO CON I FORNITORI

La qualità che il Cliente percepisce sullo scaffale è il risultato visibile di un lavoro che comincia molto prima. Ogni giorno, la varietà di prodotti freschi e genuini che i nostri Clienti trovano nei Punti Vendita **è il frutto di un processo di selezione rigoroso, fondato su criteri precisi di qualità e sicurezza e di controllo continuo, strutturato e presente in ogni snodo della filiera.**

Monitoriamo i nostri Fornitori sia presso i Centri Distributivi sia al momento del ricevimento delle merci in negozio. Controlliamo i livelli di servizio, definiti negli accordi SLA (Service Level Agreement) lungo l'intero percorso, dalla fornitura al deposito, fino al Punto Vendita, intervenendo prontamente ogni volta che una deviazione dagli standard lo richiede.

Per i prodotti a marchio Alligresa, il livello di attenzione si intensifica ulteriormente. Il sistema di controllo rafforzato prevede audit documentali e fisici condotti direttamente presso gli stabilimenti produttivi dei Fornitori: nel 2025 ne sono stati realizzati 4. Una presenza concreta, non una mera verifica a distanza.

Per i prodotti freschissimi a marca privata Selex, la garanzia di qualità si avvale di audit dedicati condotti dalla Centrale Selex: un presidio costante e rigoroso che estende la logica del controllo integrato all'intera filiera di riferimento.



LA QUALITÀ LUNGO TUTTA LA FILIERA

La qualità di un alimento nasce molto prima dell'acquisto, in luoghi che il consumatore raramente vede. L'allevamento è il primo anello della filiera in cui ogni scelta ha conseguenze dirette: sugli animali, sulla sicurezza del prodotto, sulla salute di chi lo consuma. Condizioni di stress o benessere insufficiente non sono solo una questione etica, compromettono il sistema immunitario degli animali, aumentano la suscettibilità alle malattie e introducono rischi concreti lungo tutta la catena alimentare.

Per questo, **nella selezione dei Fornitori di prodotti a Marchio del Distributore (MDD), andiamo oltre alla valutazione del prodotto finito.** Scegliamo Partner che condividono la nostra stessa visione di filiera: quella in cui la qualità non si controlla a valle, bensì si costruisce a monte, **attraverso metodi di allevamento che garantiscono elevati standard di benessere animale, sicurezza alimentare e integrità del prodotto in ogni sua fase.**

Perché un prodotto può essere eccellente solo se lo è stato fin dall'inizio.

CERTIFICAZIONI ANIMALI



Consorzio Agnello IGP Di Sardegna

Nel reparto Macelleria, selezioniamo esclusivamente agnelli IGP forniti dal Consorzio Agnello IGP di Sardegna, allevati in un ambiente naturale, caratterizzato da ampi spazi aperti, forte insolazione, tipici venti e clima della Sardegna.



La certificazione UniCarve

Nei nostri Reparti Macelleria e Salumeria, offriamo esclusivamente carne di bovino certificata dall'ente UniCarve, a garanzia di una filiera che rispetta standard qualitativi superiori a quelli richiesti dalla legge.



Certificazione Antibiotic Free

Con la certificazione Antibiotic Free, ci assicuriamo che gli animali crescano senza l'uso di antibiotici, offrendo prodotti più naturali e rispettosi del loro benessere.



Prediligiamo anche alcuni prodotti ittici freschi con certificazioni riconosciute a livello internazionale, quali MSC (Marine Stewardship Council); ASC (Aquaculture Stewardship Council™); e Friend of the Sea.





SUPEREMME 2030 | POLICY FORNITORI

Una catena di approvvigionamento è solida quanto i valori di chi la compone.

Per questo, non basta selezionare i Fornitori migliori: occorre accompagnarli.

Con il nuovo piano strategico quinquennale, 2026-2030, denominato **Superemme 2030**, facciamo un passo ulteriore nella direzione già intrapresa: **coinvolgere attivamente i nostri Fornitori lungo l'intera filiera, promuovendo il rispetto della normativa vigente e l'adozione concreta di pratiche sostenibili.**

Più di un documento di indirizzo, uno strumento operativo che ci consentirà di valutare l'impegno di ciascun Fornitore rispetto alle dimensioni etiche, ambientali e sociali, oltre a classificarne il profilo in base al livello di rischio associato alla collaborazione con la nostra Azienda.

L'obiettivo non è misurare per escludere, bensì **misurare per migliorare insieme**, perché una filiera che riflette davvero i nostri valori di **Sostenibilità e Responsabilità Sociale** si costruisce nel tempo con una relazione più esigente.

RESPONSABILITÀ E CORRETTEZZA NELLE RELAZIONI COMMERCIALI

Il nostro approccio verso i Fornitori è guidato dal principio di equità e trasparenza. Essendo consapevoli di operare in una Regione dove il tessuto economico è composto prevalentemente da piccole e medie imprese, consideriamo il nostro impegno nel pagamento puntuale delle fatture come una scelta etica e non un mero adempimento ex D.Lgs. 198/2021, di recepimento della Direttiva (UE) 2019/633 in materia di pratiche commerciali sleali (UTP – Unfair Trading Practices) nella filiera agroalimentare.

Garantire regolarità nei flussi di cassa significa offrire ai nostri Partner locali la stabilità necessaria per investire, innovare e mantenere intatta la qualità della loro produzione.



Un risultato che non celebriamo come traguardo, ma leggiamo come conferma delle nostre politiche aziendali e della qualità delle relazioni che costruiamo ogni giorno con i nostri Partner commerciali.

Perché un Fornitore che si fida è un Partner che Ti accompagna nella crescita ogni giorno.



IL PROGETTO CONFIRMING: EVOLUZIONE DELLA SUPPLY CHAIN FINANCE

Il **Progetto Confirming**, lanciato nel 2024 e pienamente operativo nel 2025, che mette a disposizione un *plafond* accordato per un ammontare di 2,8 Mln, rappresenta il punto di arrivo di una riflessione strategica sulla solidità della nostra filiera. Non ci limitiamo a "comprare prodotti", bensì cerchiamo di "sostenere ecosistemi". Attraverso il Confirming – strumento di *Supply Chain Finance* con cui l'Azienda garantisce ai Fornitori di merci e servizi, l'anticipo dei propri crediti – permettiamo loro di accedere alla liquidità in tempi rapidi, svincolandoli dai fisiologici tempi di incasso delle fatture. Questo strumento rappresenta per noi un'evoluzione fondamentale:

1. **supporto alla Liquidità**, che permette ai Produttori sardi di gestire meglio il proprio capitale circolante, favorendo la competitività.
2. **partnership Strategica**, che trasforma il Fornitore da semplice controparte commerciale a Partner di lungo periodo, creando un legame di collaborazione reciproca.
3. **innovazione Responsabile**, che integra tecnologie finanziarie avanzate con una visione profondamente radicata nel territorio, assicurando che la nostra crescita sia condivisa e generatrice di benessere economico per tutta la filiera sarda.



IMPEGNO FUTURO

Il nostro impegno è continuare ad alimentare questa rete di relazioni, valorizzando le produzioni locali e garantendo che il successo di Superemme si traduca sempre in valore aggiunto per le imprese che, insieme a noi, rendono unica l'economia della nostra Terra Sarda.



Riflessioni finali dell'AD

RIFLESSIONI DI SILVIA MASSA, LA NOSTRA AD

Immaginate la bottega di Dolianova dove tutto ha avuto inizio: una famiglia sarda, mani laboriose e un sogno che parlava di autenticità, rispetto e amore per la propria Terra.

Da allora, quel sogno è cresciuto, trasformandosi in un progetto condiviso fatto di impegno, passione e responsabilità.

Superemme è, oggi più che mai, il cuore pulsante di una Comunità che crede nei legami, nella forza delle Persone e nella possibilità concreta di costruire un futuro migliore.

Negli ultimi anni abbiamo affrontato un contesto complesso, segnato da nuove sfide ambientali, sociali e normative. Le emergenze climatiche, le pressioni sui sistemi produttivi e distributivi, l'esigenza sempre più stringente di trasparenza e responsabilità, richiedono risposte chiare e azioni coraggiose.

🔥 **In questo scenario, abbiamo scelto di trasformare ogni sfida in un'opportunità di crescita collettiva, consolidando un modello che unisce sostenibilità e identità, innovazione e radici, impresa e valore umano.**

Il nostro impegno parte dalle Persone, dal riconoscere in ciascun collaboratore il motore della nostra evoluzione.

Abbiamo continuato a investire nella formazione, nel benessere e nella sicurezza, promuovendo ambienti di lavoro inclusivi e consapevoli. **La Sostenibilità inizia da qui: dal rispetto reciproco, dalla possibilità di crescere insieme, dal valorizzare il talento e la passione che ognuno porta con sé.** 🔥

Accanto a noi ci sono i Fornitori, partner di fiducia che condividono la nostra visione di qualità, onestà e responsabilità verso il Territorio. Con loro abbiamo rafforzato relazioni basate sulla trasparenza, sul dialogo e sulla ricerca di soluzioni sostenibili, perché crediamo che il futuro si costruisce insieme, passo dopo passo, con etica e rispetto.

E poi ci sono i Clienti, la nostra Comunità viva, le famiglie che ogni giorno ci scelgono per la qualità, i prodotti e i valori che rappresentiamo. **Per loro siamo e vogliamo essere un punto di riferimento autentico, un luogo di fiducia in cui la Sostenibilità è più di una promessa, è pratica quotidiana.** 🔥

Parliamo di Cultura Rigenerativa, quella che ci spinge a restituire al Territorio più di quanto riceviamo.

Riduciamo l'impatto ambientale, miglioriamo l'efficienza energetica, sosteniamo l'economia locale, valorizziamo l'innovazione e promuoviamo comportamenti responsabili in tutta la filiera. La nostra ambizione è essere il modello di un modo nuovo di fare impresa, dove il profitto convive con il rispetto per le Persone, per la Comunità e per la nostra Terra Sarda.

🔥 **La Sostenibilità è ormai parte della nostra identità, la nostra bussola etica e strategica.**

Essere sostenibili significa scegliere ogni giorno di agire con coerenza, anche quando è più difficile; significa investire tempo ed energie per garantire un futuro ai nostri figli, alla nostra Comunità, alla nostra Isola.

🔥 **Guardando avanti, sappiamo che le sfide continueranno; sappiamo anche che la nostra direzione è chiara: generare valore vero, duraturo e condiviso.**

Un valore che non si misura solo nei risultati economici, ma nell'impatto positivo che sappiamo creare attorno a noi - nei gesti delle nostre Persone, nella fiducia dei nostri Partner, nell'affetto dei nostri Clienti, nella forza della nostra Comunità e nella bellezza della nostra Terra.

Il Gruppo Superemme continuerà a crescere restando fedele alle sue radici: Famiglia, Onestà e Passione. **Radici profonde, un cuore aperto e uno sguardo rivolto al futuro.**

Con riconoscenza,

Silvia Massa
Amministratrice Delegata
Silvia Massa



*Dalla roccia che ci sostiene,
al mare che ci culla,
fino al fuoco che ci unisce:
il cammino continua verso l'alto.
L'aria è pronta a sollevare il nostro spirito.*

*Preparatevi a un respiro profondo,
perché l'orizzonte sta per cambiare.*

Annex

CAPITOLO 4 – ESRS E1

CONSUMI DI ENERGIA E MIX ENERGETICO	u.m.	2024	2025	Δ 2024-2025
Consumo di combustibile da carbone e prodotti del carbone	MWh	0,00	0,00	-
Consumo di combustibile da petrolio grezzo e prodotti petroliferi	MWh	411,58	455,67	10,71%
Consumo di combustibile da gas naturale	MWh	0,00	0,00	-
Consumo di combustibili da altre fonti non rinnovabili	MWh	0,00	0,00	-
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti fossili, acquistati o acquisiti	MWh	23.165,52	24.333,68	5,04%
Consumo totale di energia da fonti fossili	MWh	23.577,10	24.789,35	5,14%
Consumo totale di energia da fonti nucleari	MWh	0,00	0,00	-
Consumo di combustibili per le fonti rinnovabili, compresa la biomassa	MWh	0,00	0,00	-
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti rinnovabili, acquistati o acquisiti	MWh	0,00	0,00	-
Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili	MWh	1.227,25	1.425,79	16,18%
Consumo totale di energia da fonti rinnovabili	MWh	1.227,25	1.425,79	16,18%
Consumo totale di energia	MWh	24.804,34	26.215,14	5,69%
Quota di fonti fossili sul consumo totale di energia	%	95,05%	94,56%	-0,49%
Quota di fonti nucleari sul consumo totale di energia	%	0,00%	0,00%	0,00%
Quota di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia	%	4,95%	5,44%	0,49%
Energia elettrica autoprodotta da fonti non rinnovabili	MWh	46,22	74,47	61,13%
Energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili	MWh	1.425,79	1.554,37	15,42%

EMISSIONI GHG	u.m.	2024	2025	Δ 2024-2025
Emissioni Scope 1				
Scope 1	t CO ₂ eq	3.579,49*	3.491,85	-2,45%
Percentuale di emissioni di GES di ambito 1 coperta da sistemi regolamentati di scambio di quote di emissioni (%)	t CO ₂ eq	0,00 %	0,00 %	-
Emissioni Scope 2				
Scope 2 - Location Based	t CO ₂ eq	9.987,58	6.801,26	-31,90%
Scope 2 - Market Based	t CO ₂ eq	11.595,96	10.736,02	-7,42%
Emissioni Scope 3				
Scope 3	t CO ₂ eq	ND	ND	-
Emissioni Totali				
Emissioni totali - Location Based	t CO ₂ eq	13.567,07	10.293,12	-24,13%
Emissioni totali - Market Based	t CO ₂ eq	15.175,45	14.227,87	-6,24%



CAPITOLO 5 – ESRS S1

50A S1-6 | 50B S1-6 | 55A S1-7

DIPENDENTI E ALTRI LAVORATORI PER CONTRATTO DI LAVORO E PER GENERE AL 31 DICEMBRE	2024	2025	Δ 2024-2025
Totale dipendenti	1.096	1.129	3,01%
Totale donne	537	571	6,33%
Totale uomini	559	558	-0,18%
di cui indeterminato	919	960	4,46%
Donne	450	475	5,56%
Uomini	469	485	3,41%
di cui determinato	177	169	-4,52%
Donne	87	96	10,34%
Uomini	90	73	-18,89%
Totale altri collaboratori	147	82	-44,22%
Donne	57	34	-40,35%
Uomini	90	48	-46,67%
di cui somministrati	50	19	-62,00%
Donne	12	5	-58,33%
Uomini	38	14	-63,16%
di cui autonomi	0	0	-
Donne	0	0	-
Uomini	0	0	-
di cui collaboratori a progetto	0	0	-
Donne	0	0	-
Uomini	0	0	-
di cui agenti	0	0	-
Donne	0	0	-
Uomini	0	0	-
di cui stage	97	63	-35,05%
Donne	45	29	-35,56%
Uomini	52	34	-34,62%

50B S1-6

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA D'IMPIEGO E PER GENERE AL 31 DICEMBRE	2024	2025	Δ 2024-2025
Full time	561	598	6,60%
Donne	168	190	13,10%
Uomini	393	408	3,82%
Part time	535	531	-0,75%
Donne	369	381	3,25%
Uomini	166	150	-9,64%
Totale dipendenti	1.096	1.129	3,01%



DIPENDENTI PER INQUADRAMENTO E GENERE AL 31 DICEMBRE	2024	2025	Δ 2024-2025
Totale Dirigenti	3	5	66,67%
Donne	0	0	-
Uomini	3	5	66,67%
Totale Quadri	7	7	0,00%
Donne	1	1	0,00%
Uomini	6	6	0,00%
Totale Impiegati	1.086	1.117	2,85%
Donne	536	570	6,34%
Uomini	550	547	-0,55%
Totale Operai	0	0	-
Donne	0	0	-
Uomini	0	0	-
Totale	1.096	1.129	3,01%
Totale donne	537	571	6,33%
Totale uomini	559	558	-0,18%

50C S1-6

NUOVI DIPENDENTI ASSUNTI, PER FASCIA D'ETÀ E GENERE AL 31 DICEMBRE	2024	2025	Δ 2024-2025
Sotto i 30 anni	157	163	3,82%
Donne	61	87	42,62%
Uomini	96	76	-20,83%
Tra i 30 e i 50 anni	172	114	-33,72%
Donne	93	67	-27,96%
Uomini	79	47	-40,51%
Oltre i 50 anni	20	25	25,00%
Donne	10	15	50,00%
Uomini	10	10	0,00%
Totale nuovi dipendenti	349	302	-13,47%
Totale donne	164	169	3,05%
Totale uomini	185	133	-28,11%

50C S1-6

DIPENDENTI CHE HANNO CESSATO IL RAPPORTO DI LAVORO A TEMPO DETERMINATO E INDETERMINATO, PER FASCIA D'ETÀ E GENERE AL 31 DICEMBRE	2024	2025	Δ 2024-2025
Sotto i 30 anni	107	129	20,56%
Donne	42	55	30,95%
Uomini	65	74	13,85%
Tra i 30 e i 50 anni	147	123	-16,33%
Donne	87	65	-25,29%
Uomini	60	58	-3,33%
Oltre i 50 anni	13	19	46,15%
Donne	7	15	114,29%
Uomini	6	4	-33,33%
Totale dipendenti cessati	267	271	1,50%
Totale donne	136	135	-0,74%
Totale uomini	131	136	3,82%



50C S1-6

TASSI DI TURNOVER (ESPRESSO IN %) PER GENERE E FASCIA D'ETÀ CONSIDERANDO LA MEDIA DEI DIPENDENTI DURANTE L'ANNO	2024	2025	Δ 2024-2025
Turnover in uscita (tasso di avvicendamento) sul totale delle cessazioni nell'anno	25,51%	24,34%	-1,18%
Turnover in uscita (tasso di avvicendamento) sul totale delle cessazioni SOLO per dimissioni nell'anno	11,47%	8,98%	-2,49%

60A S1-8

PERCENTUALE DEI DIPENDENTI COPERTI DA ACCORDI DI CONTRATTAZIONE COLLETTIVA	2024	2025	Δ 2024-2025
	100,00%	100,00%	0,00%

63A S1-8

PERCENTUALE GLOBALE DI DIPENDENTI COPERTI DA RAPPRESENTANTI DEI LAVORATORI	2024	2025	Δ 2024-2025
	100,00%	100,00%	0,00%

66 S1-9

DIPENDENTI, PER FASCIA D'ETÀ E GENERE AL 31 DICEMBRE	2024	2025	Δ 2024-2025
Sotto i 30 anni	160	181	13,13%
Donne	63	87	38,10%
Uomini	97	94	-3,09%
Tra i 30 e i 50 anni	712	676	-5,06%
Donne	360	350	-2,78%
Uomini	352	326	-7,39%
Oltre i 50 anni	224	272	21,43%
Donne	114	134	17,54%
Uomini	110	138	25,45%
Totale dipendenti	1.096	1.129	3,01%
Totale donne	537	571	6,33%
Totale uomini	559	558	-0,18%

66A S1-9

COMPOSIZIONE DEL C.D.A. PER GENERE E FASCIA D'ETÀ	2024	2025
Sotto i 30 anni	2	2
Donne	1	1
Uomini	1	1
Tra i 30 e i 50 anni	2	2
Donne	1	1
Uomini	1	1
Oltre i 50 anni	4	4
Donne	2	2
Uomini	2	2
Totale	8	8
Totale donne	4	4
Totale uomini	4	4

66A S1-9

COMPOSIZIONE DEL C.D.A. PER GENERE E FASCIA D'ETÀ (IN %)	2024	2025
Sotto i 30 anni	25%	25%
Donne	50%	50%
Uomini	50%	50%
Tra i 30 e i 50 anni	25%	25%
Donne	50%	50%
Uomini	50%	50%
Oltre i 50 anni	50%	50%
Donne	50%	50%
Uomini	50%	50%
Totale	100%	100%
Totale donne	50%	50%
Totale uomini	50%	50%

79 S1-12 | 80 S1-12

PERCENTUALE DI PERSONE CON DISABILITÀ PRESENTI TRA I DIPENDENTI *	2024	2025	Δ 2024-2025
Totale dipendenti	1.096	1.129	3,01%
Numero di dipendenti appartenenti a categorie protette	49	51	4,08%
Donne	30	31	3,33%
Uomini	19	20	5,26%
Percentuale di dipendenti con disabilità presenti tra i dipendenti	4,47%	4,52%	0,05%
Donne	61,22%	60,78%	-0,44%
Uomini	38,78%	39,22%	0,44%

*RA76 S1-12: Nelle categorie protette rientrano tutti gli individui con disabilità, patologie gravi e altre forme di invalidità psico-fisiche: persone con invalidità civile superiore al 45%; invalidi sul lavoro con invalidità superiore al 33%; invalidi di guerra e civili di guerra; persone non vedenti, con una vista pari o inferiore ad un decimo; persone sordomute; vedove, orfani, profughi, vittime del terrorismo e della criminalità organizzata.



83A S1-13

PERCENTUALE DI DIPENDENTI CHE HANNO PARTECIPATO A REVISIONI PERIODICHE DELLE PRESTAZIONI E DELLO SVILUPPO DELLA CARRIERA	2024	2025	Δ 2024-2025
Totale dipendenti	1.096	1.129	3,01%
Dipendenti che hanno partecipato a revisione periodica	292	325	11,30%
Donne	132	126	-4,55%
Uomini	160	199	24,38%
Percentuale di dipendenti valutati	26,64%	28,79%	2,14%
Donne	45,21%	38,77%	-6,44%
Uomini	54,79%	61,23%	6,44%

83B S1-13

ORE DI FORMAZIONE MEDIE PER CATEGORIA DI DIPENDENTE E PER GENERE	2024	2025	Δ 2024-2025
Ore medie formazione erogate a Dirigenti	48,20	46,20	-4,15%
Donne	-	-	-
Uomini	48,20	46,20	-4,15%
Ore medie formazione erogate a Quadri	28,41	70,86	149,43%
Donne	56,00	57,00	1,79%
Uomini	23,81	73,17	207,32%
Ore medie formazione erogate a Impiegati	4,61	7,22	56,56%
Donne	3,76	6,26	66,70%
Uomini	5,44	8,21	50,92%
Ore medie formazione erogate ai Dipendenti	4,88	7,78	59,48%
Donne	3,85	6,35	64,80%
Uomini	5,87	9,25	57,66%

88A S1-14

PERCENTUALE DI DIPENDENTI COPERTI DAL SISTEMA DI GESTIONE DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA	2024	2025	Δ 2024-2025
	100,00%	100,00%	0,00%

88A S1-14 | 88B S1-14 | 88C S1-14 | 88D S1-14

DATI SUGLI INFORTUNI DEI DIPENDENTI	2024	2025	Δ 2024-2025
Numero di infortuni registrabili al 31 dicembre	43	37	-13,95%
di cui occorsi al personale dipendente	43	37	-13,95%
di cui a lavoratori esterni	0	0	-
Di cui, infortuni con conseguenze non gravi (tra 24h e 180 giorni di assenza dal lavoro)	43	37	-13,95%
di cui occorsi al personale dipendente	43	37	-13,95%
di cui a lavoratori esterni	0	0	-
Di cui, infortuni con conseguenze gravi (oltre 180 giorni di assenza dal lavoro)	0	0	-
di cui occorsi al personale dipendente	0	0	-
di cui a lavoratori esterni	0	0	-
Numero di decessi sul lavoro	0	0	-
di cui occorsi al personale dipendente	0	0	-
di cui a lavoratori esterni	0	0	-
Tasso di infortuni registrabili (indice di frequenza)	28,67	25,27	-11,86%

88E S1-14

GIORNI DI RECUPERO RELATIVI AGLI INFORTUNI OCCORSI AI DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE	2024	2025	Δ 2024-2025
Totale giorni di recupero	850	1.003	18,00%
Dirigenti	0	0	-
Quadri	0	0	-
Impiegati	850	1.003	18,00%
di cui a donne	491	417	-15,07%
di cui a uomini	359	586	63,23%

93A S1-15 | 93B S1-15

PERCENTUALE DI DIPENDENTI AVENTI DIRITTO E CHE HANNO USUFRUITO DI CONGEDI PER MOTIVI FAMILIARI, SUDDIVISI PER GENERE	2024	2025	Δ 2024-2025
Numero dipendenti aventi diritto a congedi familiari	1.096	1.129	3,01%
Donne	537	571	6,33%
Uomini	559	558	-0,18%
Numero dipendenti che hanno usufruito a congedi familiari	130	90	-30,77%
Donne	89	60	-32,58%
Uomini	41	30	-26,83%
Percentuale dipendenti aventi diritto a congedi familiari	100%	100%	0%
Donne	49%	50,58%	3,22%
Uomini	51%	49,42%	-3,10%
Percentuale dipendenti aventi diritto che hanno usufruito di congedi familiari	11,86%	7,97%	-3,89%
Donne	68,46%	66,67%	-1,79%
Uomini	31,54%	33,33%	1,79%
Tasso di rientro a lavoro	100%	100%	0%
Donne	100%	100%	0%
Uomini	100%	100%	0%
Tasso di retention	100%	100%	0%
Donne	100%	100%	0%
Uomini	100%	100%	0%

APPENDICE



95A S1-16

DIVARIO RETRIBUTIVO DI GENERE, DEFINITO COME LA DIFFERENZA TRA I LIVELLI RETRIBUTIVI MEDI CORRISPOSTI AI LAVORATORI DI SESSO FEMMINILE E A QUELLI DI SESSO MASCHILE, ESPRESSA IN PERCENTUALE DEL LIVELLO RETRIBUTIVO MEDIO DEI LAVORATORI DI SESSO MASCHILE	2024	2025	Δ 2024-2025
COMPONENTE FISSA			
Gender pay gap componente fissa	-17,21%	-14,24%	2,97%
Livello Dirigente	-	-	-
Livello Quadro	-4,29%	19,13%	23,41%
Livello Impiegato	-18,08%	-17,20%	0,88%
Livello Impiegato 1 livello	N.D.	0,50%	-
Livello Impiegato 2 livello	N.D.	-5,19%	-
Livello Impiegato 3 livello	N.D.	-19,31%	-
Livello Impiegato 4 livello	N.D.	-21,69%	-
Livello Impiegato 5 livello	N.D.	-13,82%	-
Livello Impiegato 6 livello	N.D.	-8,02%	-
COMPONENTE FISSA+VARIABILE			
Gender pay gap componente fissa e variabile	-14,67%	-13,00%	1,67%
Livello Dirigenti	-	-	-
Livello Quadro	13,21%	18,81%	5,60%
Livello Impiegato	-17,02%	-16,11%	0,90%
Livello Impiegato 1 livello	N.D.	-1,98%	-
Livello Impiegato 2 livello	N.D.	-4,53%	-
Livello Impiegato 3 livello	N.D.	-18,30%	-
Livello Impiegato 4 livello	N.D.	-21,22%	-
Livello Impiegato 5 livello	N.D.	-13,83%	-
Livello Impiegato 6 livello	N.D.	-8,02%	-

95B S1-16

RAPPORTO TRA LA REMUNERAZIONE TOTALE ANNUA DELLA PERSONA CHE PERCEPISCE IL SALARIO PIÙ ELEVATO E LA REMUNERAZIONE TOTALE ANNUA MEDIANA DI TUTTI I DIPENDENTI (ESCLUSA LA PERSONA CON IL SALARIO PIÙ ELEVATO)	2024	2025	Δ 2024-2025
	5,13	4,77	-7,04%

103A S1-17 | 103B S1-17 | 103C S1-17 | 104A S-17 | 104B S1-17

INCIDENTI, DENUNCE E IMPATTI GRAVI IN MATERIA DI DIRITTI UMANI AL 31 DICEMBRE	2024	2025
Numero totale di episodi di discriminazione, comprese le molestie	0	0
Numero di denunce presentate attraverso i canali predisposti affinché i lavoratori propri dell'impresa sollevino preoccupazioni	0	0
Importo totale delle ammende, delle sanzioni e del risarcimento di danni risultanti dagli incidenti e dalle denunce di cui sopra	0	0
Numero di incidenti gravi in materia di diritti umani connessi alla forza lavoro dell'impresa	0	0
Importo totale delle ammende, delle sanzioni e del risarcimento di danni per gli incidenti in materia di diritti umani connessi alla forza lavoro dell'impresa	0	0



SUPPORTO
METODOLOGICO

ALTIS
advisory

Spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore

PROGETTO STRATEGICO

Cristina D'Alonzo
Coach
La Boutique del Coaching

DIREZIONE ARTISTICA

Jorge

PROGETTO GRAFICO

**che
ntu**

Questo bilancio è stato stampato
su carta ecologica di elevata qualità,
100% certificata



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ
2025



SARDI COME VOI

Anche quest'anno, senza essere normativamente obbligati dalla legislazione attualmente in vigore (Direttiva 2014/95/UE, recepita in Italia attraverso il D. Lgs. 254/2016), abbiamo deciso di presentare il nostro Bilancio di Sostenibilità. La scelta delle tematiche da rendicontare nel Bilancio è frutto di un processo di ascolto, dialogo e consultazione svolto all'interno della nostra Azienda attraverso il coinvolgimento degli *Stakeholder* esterni.

Questo percorso è iniziato nel 2021,
con la pubblicazione del nostro **Primo Report 2020**
ed è proseguito fino ad oggi,
arrivando alla **sesta edizione 2025** (1 Gennaio - 31 Dicembre 2025).

Il documento è disponibile, consultabile e scaricabile sul sito:
www.supermercatipan.it

Per ulteriori informazioni è possibile scrivere a:
sostenibilita@superemme.it