

# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

20  
23





# INDICE

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Informazioni generali</b> .....                                    | <b>2</b>  |
|          | Lettera agli stakeholder  | 4         |
|          | Highlights 2023   | 6         |
|          | <b>1.1 Il nostro modello di business</b>                              | <b>8</b>  |
|          | 1.1.1 Il nostro cammino   | 8         |
|          | 1.1.2 L'attività di Dimar   | 10        |
|          | <b>1.2 Una governance solida e trasparente</b>                        | <b>13</b> |
|          | 1.2.1 Gli organi di amministrazione, direzione e controllo            | 13        |
|          | <b>1.3 Il processo di rendicontazione</b>                             | <b>16</b> |
|          | 1.3.1 Il nostro primo Bilancio di Sostenibilità                       | 16        |
|          | 1.3.2 Il processo di valutazione degli impatti, rischi ed opportunità | 16        |
| <b>2</b> | <b>Temi ambientali</b> .....  | <b>24</b> |
|          | <b>2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni</b>                | <b>26</b> |
|          | 2.1.1 La tutela dell'ambiente   | 26        |
|          | 2.1.2 Consumi energetici ed emissioni                                 | 28        |
|          | <b>2.2 ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare</b>           | <b>32</b> |
|          | 2.2.1 La lotta allo spreco alimentare, un dovere per tutti            | 33        |
|          | 2.2.2 Un uso responsabile dei materiali                               | 34        |
|          | 2.2.3 Una gestione attenta degli scarti e dei rifiuti                 | 35        |
| <b>3</b> | <b>Temi sociali</b> .....   | <b>36</b> |
|          | <b>3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria</b>                              | <b>38</b> |
|          | 3.1.1 La nostra squadra   | 38        |
|          | 3.1.2 Il benessere che genera benessere                               | 40        |
|          | 3.1.3 Investire nelle persone   | 42        |
|          | 3.1.4 Inclusione e pari opportunità                                   | 43        |
|          | 3.1.5 La salute e sicurezza per Dimar                                 | 45        |
|          | <b>3.2 ESRS S3: Comunità interessate</b>                              | <b>46</b> |
|          | 3.2.1 Il nostro impegno sociale                                       | 46        |
|          | <b>3.3 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali</b>                 | <b>49</b> |
|          | 3.3.1 Il nostro impegno per la soddisfazione dei clienti              | 49        |
|          | 3.3.2 Il rispetto dei diritti del consumatore                         | 56        |
| <b>4</b> | <b>Temi di governance</b> .....                                       | <b>60</b> |
|          | <b>4.1 ESRS G1: Condotta delle imprese</b>                            | <b>62</b> |
|          | 4.1.1 Condotta responsabile: una questione di strumenti efficaci      | 62        |
|          | 4.1.2 I nostri fornitori  | 65        |
| <b>5</b> | <b>Appendice</b> .....  | <b>70</b> |
|          | 5.1 Annex   | 72        |
|          | 5.2 Content Index   | 84        |



# 1 Informazioni **GENERALI**

## LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Oggi abbiamo l'onore e il piacere di condividere con voi un passo significativo e profondamente sentito per la nostra azienda: la pubblicazione del nostro primo *Bilancio di Sostenibilità*, redatto su base volontaria. Questo documento segna non solo un traguardo, ma un nuovo punto di partenza, una dimostrazione concreta del nostro impegno verso uno sviluppo armonioso e sostenibile, che si intreccia in modo inscindibile con il **futuro del territorio** in cui operiamo.

Da sempre, come azienda della grande distribuzione, siamo fieri di essere parte integrante delle comunità del Piemonte e della Liguria. Questi territori sono la nostra casa, non solo il luogo in cui operiamo, ma dove risiedono le persone che serviamo e dove lavorano **i nostri collaboratori**, ormai sempre più fondamentali per la crescita della nostra organizzazione e per la gestione dei rapporti con i clienti. Le **comunità locali** ci hanno accolto e sostenuto nel nostro percorso di crescita, ed è per questo che il nostro impegno va oltre la semplice attività economica: siamo consapevoli di avere una responsabilità diretta nel promuovere uno sviluppo che non sia solo redditizio, ma anche sostenibile dal punto di vista ambientale, sociale e culturale.

**Simona Revello**  
PRESIDENTE



“Guardiamo al futuro con ottimismo e determinazione, certi che insieme possiamo fare la differenza per il territorio che amiamo e per le generazioni future.”

Redigere un *Bilancio di Sostenibilità* su base volontaria significa, per noi, fare un atto di trasparenza e fiducia nei vostri confronti. Significa affermare, con dati e obiettivi chiari, la nostra volontà di contribuire attivamente alla crescita del territorio, restituendo valore a quel sistema economico, sociale e ambientale che ogni giorno ci consente di operare. Nelle prossime pagine troverete nero su bianco il rendiconto delle azioni che abbiamo intrapreso nell'ottica della sostenibilità. Per citarne alcune, siamo intervenuti sull'illuminazione interna dei punti vendita e abbiamo continuato ad ammodernare gli impianti frigoriferi. Abbiamo installato nuovi impianti fotovoltaici sugli immobili e nuove colonnine per la ricarica delle auto elettriche nei parcheggi dei punti vendita. Abbiamo donato merce al Banco Alimentare e sostenuto i progetti di scuole e associazioni sportive. Abbiamo aperto sportelli intercultura per aiutare i nostri collaboratori e rafforzato la formazione interna in materia di sicurezza sul lavoro.

**Alessandro Revello**  
AMMINISTRATORE DELEGATO



## Il nostro obiettivo è far crescere il territorio insieme a noi.

**La nostra missione è duplice:** da un lato vogliamo continuare a crescere come azienda, migliorando i nostri servizi e prodotti; dall'altro, il nostro obiettivo è far crescere il territorio insieme a noi. Lavoriamo ogni giorno per **sostenere l'economia locale**, collaborando con fornitori e produttori del Piemonte e della Liguria, **valorizzando le eccellenze locali** e garantendo un'offerta che sia rispettosa delle tradizioni e della qualità del nostro territorio. Abbiamo scelto di puntare sulle risorse locali perché crediamo che il successo di un'azienda sia strettamente legato al benessere della comunità in cui opera.

Questo bilancio rappresenta un impegno che prendiamo nei confronti dei nostri stakeholder – dai nostri clienti e collaboratori ai fornitori, dalle istituzioni locali agli investitori – per essere sempre più trasparenti, responsabili e orientati al bene comune. Il futuro sostenibile a cui aspiriamo non può essere raggiunto senza la collaborazione di tutti, e per questo vi invitiamo a considerare questo bilancio come un punto di partenza per un dialogo aperto e continuo. Le sfide sono tante, ma crediamo fermamente che, con il contributo di tutti, potremo costruire un modello di impresa sempre più **etico, inclusivo e attento all'ambiente**.

In conclusione, vogliamo ringraziarvi tutti per il sostegno che ci avete dimostrato e per la fiducia che continuate ad accordarci. Il successo della nostra azienda è il risultato di un impegno collettivo: il vostro contributo è stato, e continuerà ad essere, fondamentale per permetterci di proseguire lungo questo percorso di crescita sostenibile.

Guardiamo al futuro con ottimismo e determinazione, certi che insieme possiamo fare la differenza per il territorio che amiamo e per le generazioni future.

Con stima e gratitudine

**Alessandro Revello**  
Amministratore Delegato

**Simona Revello**  
Presidente

## HIGHLIGHTS 2023



**1,3 miliardi**

IL TOTALE  
DEI RICAVI NETTI  
DELLE VENDITE



**+10,95%**

AUMENTO DEI RICAVI  
NETTI DELLE VENDITE  
RISPETTO AL 2022



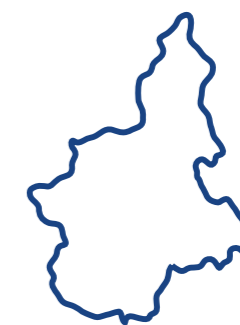
**1,07 miliardi**

IL TOTALE  
DELL'ATTIVO



**143**

IL NUMERO DEI PUNTI  
VENDITA DIRETTI



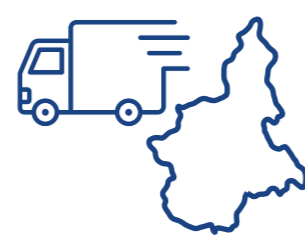
**14,88%**

LA QUOTA DI MERCATO  
REGIONALE (PIEMONTE)<sup>1</sup>



**99%**

I FORNITORI ITALIANI  
SUL TOTALE  
DEI FORNITORI



**25,98%**

IL VALORE DEGLI ACQUISTI  
DA FORNITORI REGIONALI (PIEMONTE)  
RISPETTO AL TOTALE



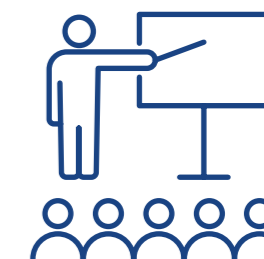
**404.056**

IL VALORE  
DELLE DONAZIONI E DELLE  
SPONSORIZZAZIONI  
(+8,8% RISPETTO AL 2022)



**77,11%**

PRESENZA DI DONNE  
IN AZIENDA  
E **22,89%**  
QUELLA DI UOMINI



**15.356**

LE ORE DI FORMAZIONE  
EROGATE AI NOSTRI  
DIPENDENTI NELL'ANNO



**+18,28%**

DI ENERGIA RINNOVABILE  
AUTOPRODOTTA  
E CONSUMATA RISPETTO  
AL 2022



**-19,77%**

RIDUZIONE DELLE  
EMISSIONI SCOPE 1  
RISPETTO AL 2022



**1.218**

TONNELLATE DI CO<sub>2</sub>  
EQUIVALENTE EVITATE GRAZIE  
AI NOSTRI IMPIANTI  
FOTOVOLTAICI



**2.250.000**

CONFEZIONI SALVATE GRAZIE  
ALL'INIZIATIVA GIORNI CONTATI



**444.440**

kg DI BENI ALIMENTARI SALVATI  
TRAMITE LA COLLABORAZIONE  
CON BANCO ALIMENTARE

# 1.1 IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS

## 1.1.1 Il nostro cammino

Un percorso lungo quasi cinquant'anni. È il cammino di Dimar S.p.A., fondata nel **1975** con l'apertura a Roreto di Cherasco (Cuneo) del **primo Cash&Carry** che, in breve tempo, diventa il punto di riferimento per negozi, ristoranti, alberghi e bar del territorio. Presto il passo accelera e già nel 1978 apre a Mondouì il **primo supermercato** ad insegna **Maxisconto**. La cura attenta dell'area fresco e un'offerta incentrata su convenienza e rapporto qualità/prezzo caratterizzano i suoi **600 mq**.

Dopo solo altri due anni ecco un'altra tappa importante: nel **1980** Dimar entra a far parte del **Gruppo Commerciale Selex**. Le sinergie consentono un maggior potere contrattuale verso i fornitori, enfatizzando il contenimento dei prezzi. Il Gruppo diventa inoltre fonte di consulenza e formazione per lo sviluppo, il marketing e l'evoluzione organizzativa. Negli anni successivi il rapido ampliamento della rete porta alla nascita a **Genola (Cuneo)** di un secondo **Centro Di Distribuzione (Ce.Di.)** per gestire direttamente le forniture, oltre a quello già esistente a Roreto di Cherasco<sup>2</sup>.

Negli anni Novanta questa evoluzione consente due ulteriori passaggi fondamentali. Innanzitutto, nel **1996**, si inaugura a Mondouì (Cuneo) il **primo supermercato integrato** con insegna **Famila**. Un concept precursore nel suo genere: su **1.800 mq** un'ampia offerta nell'area food, con una cura particolare per il fresco, si integra con un efficace non-food. A partire dall'anno successivo inizia inoltre lo sviluppo di una **rete di punti vendita in franchising** con insegna **Ok Market**, in Piemonte e in Liguria, con formato superette da 200 a 500 mq, adatto a una gestione familiare.

Attenta alle opportunità di sviluppo territoriale, nel **2000** Dimar marca l'ingresso nel nuovo secolo con l'acquisizione del **Gruppo Alpi**, storica azienda distributiva delle province di Alessandria e Asti, e consolida la leadership nella zona d'influenza. Una leadership che si rafforza ulteriormente nel **2004** con l'inaugurazione del **primo ipermercato** a insegna **Bigstore a Cuneo** e, in seguito, **ad Alba e Bra**. Su una superficie di circa **5.000 mq** e tutti posizionati all'interno di gallerie commerciali che offrono attività e servizi, gli ipermercati presentano una struttura innovativa

con un'ampia offerta food e non-food.

In parallelo all'espansione territoriale, nel tempo Dimar rafforza anche l'organico della sede che, nel **2006**, vede un **ampliamento e rinnovo degli uffici** ubicati a Roreto di Cherasco.

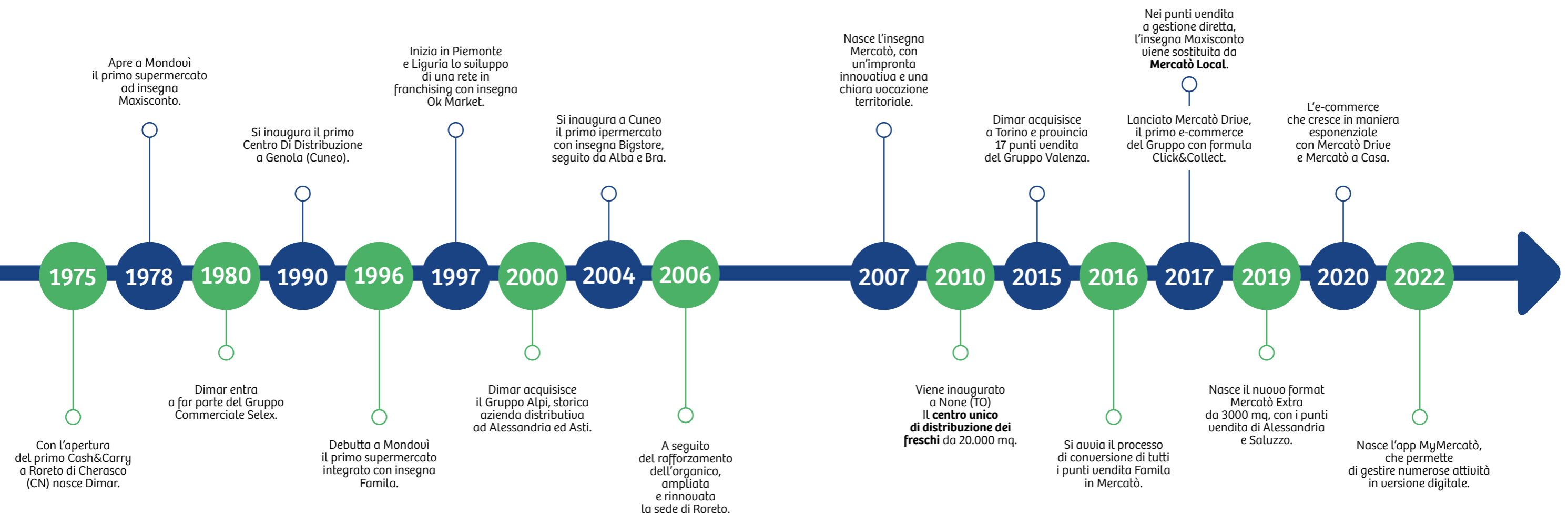
Sul piano dei punti vendita, nel **2007** nasce l'insegna **Mercatò**, evoluzione dell'insegna Famila con una **vocazione innovativa e territoriale**, attraverso il **primo superstore** di La Loggia, che segna l'inizio dello sviluppo nell'area di Torino e provincia.

Il **centro unico di distribuzione dei freschi** viene inaugurato a None (Torino) nel **2010**, con **20.000 mq** di superficie. Oltre ad ottimizzare la logistica ai punti di vendita, il nuovo centro consente di tracciare il processo di filiera dei prodotti freschissimi: ortofrutta, salumi, formaggi e macelleria. Nel frattempo, Dimar consolida la presenza a Torino e provincia con l'**acquisizione di 17 punti vendita del Gruppo Valenza**, con formati tra 600 e 1.500 mq., e nel 2016 viene avviata un processo di **conversione capillare** di tutti i **punti**

**vendita Famila in Mercatò**. L'anno dopo nei punti vendita a gestione diretta l'insegna Maxisconto viene sostituita da **Mercatò Local**, pur preservandone tutte le tipicità. Inoltre, per raccogliere le sfide legate all'evoluzione digitale viene lanciato **Mercatò Drive**, il **primo e-commerce** del Gruppo con formula Click&Collect.

Nell'ottica di un continuo sviluppo, nel **2019** nasce il **nuovo format** da 3.000 mq **Mercatò Extra**, con punti vendita ad Alessandria e Saluzzo. Nel 2020, l'anno del Covid-19, per agevolare i clienti viene potenziato il servizio di **e-commerce** con **Mercatò drive** e **Mercatò a casa**. Dopo la crescita esponenziale nell'anno della pandemia, il **2021** vede un'estensione del servizio **Mercatò Drive** e **Mercatò a Casa**, a conferma di un avvicinamento costante dei clienti alla **spesa online**.

Nel **2022** nasce infine l'**APP MYMERCATÒ** che permette, tra le varie funzionalità, di usare la carta fedeltà in versione digitale, consultare il volantino, utilizzare i coupon di sconto, prenotare i premi e condividere la lista della spesa.



8 2 Il Ce.Di a Genola è stato successivamente chiuso, a seguito dell'ampliamento dello storico magazzino a Roreto di Cherasco.

### 1.1.2 L'attività di Dimar

#### La mission di Dimar

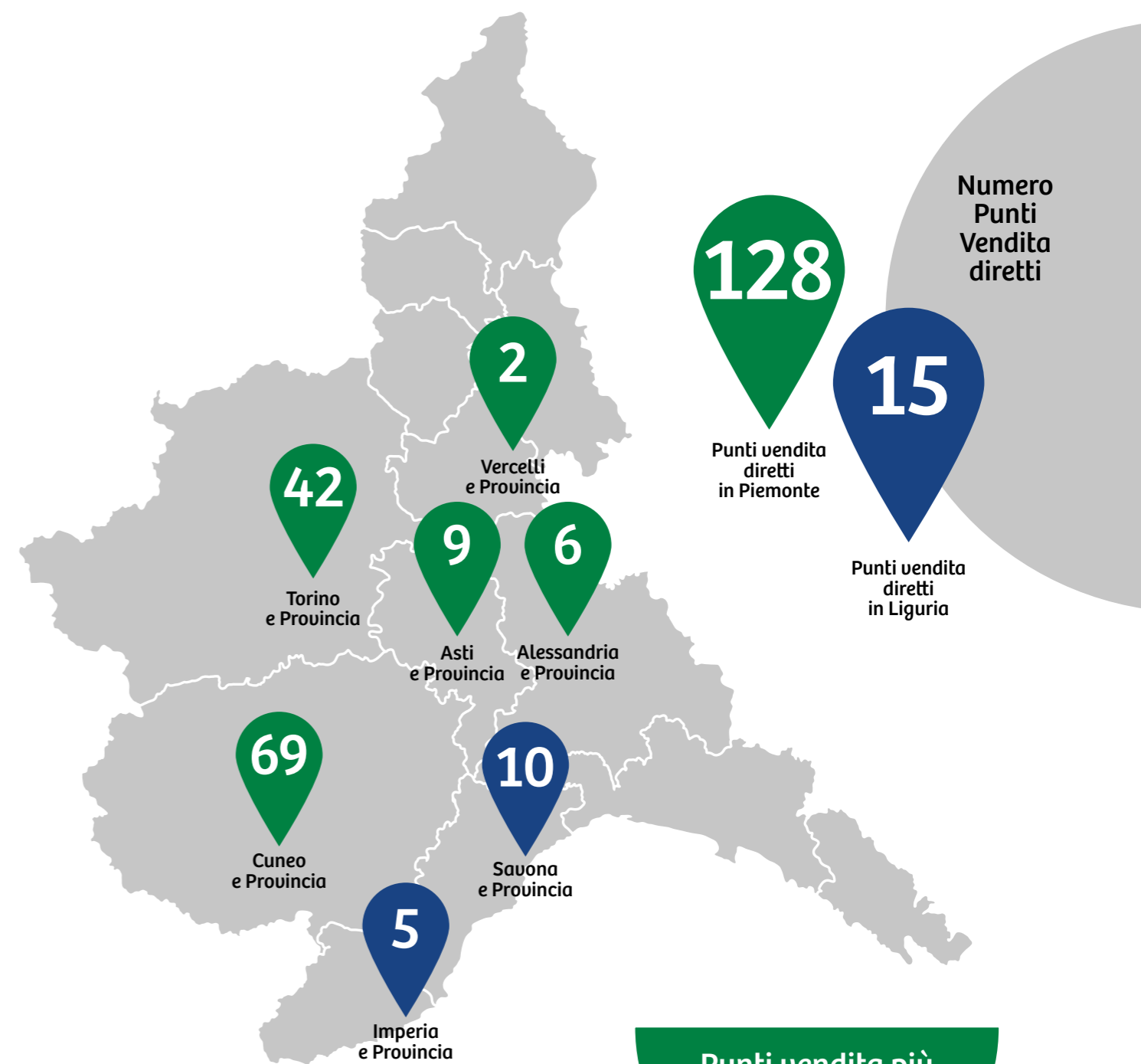
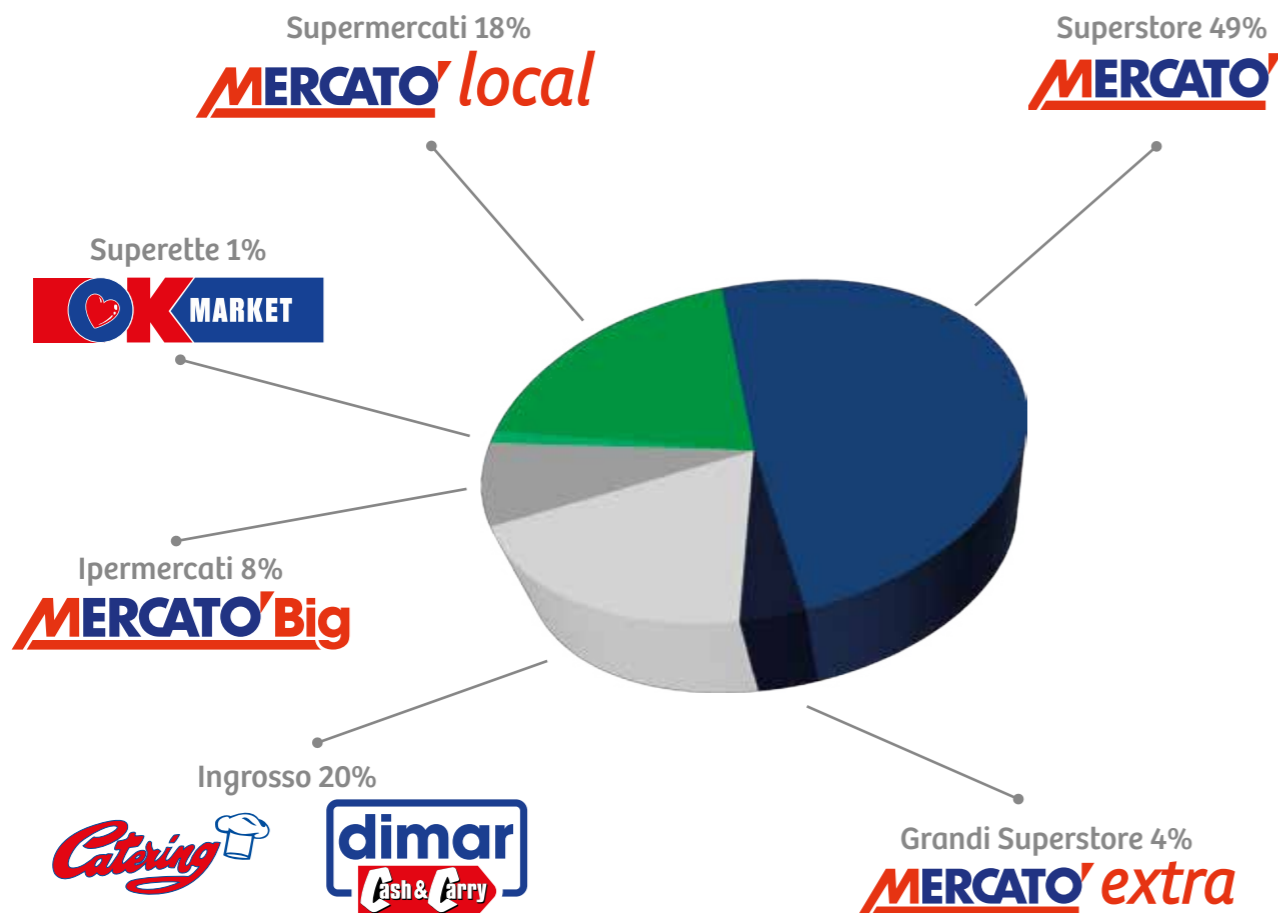
La nostra mission si conferma negli anni l'espressione reale dei principi fondamentali condivisi da un gruppo di lavoro forte e strutturato: innovazione tecnologica e un'offerta sempre più ampia e soddisfacente per chi ci sceglie ogni giorno, valorizzazione delle produzioni locali, attenzione verso i collaboratori e verso i fornitori. Questi valori hanno permesso alla nostra azienda di diventare una realtà solida e di instaurare relazioni autentiche con la gente che vive nelle regioni in cui, con rispetto e attenzione, operiamo quotidianamente. Mai come in questi anni modernità e dinamicità sono principi che perseguiamo per offrire ai nostri clienti un servizio sempre migliore e ai nostri collaboratori la possibilità di lavorare in un ambiente stimolante, in continua evoluzione.

Dimar S.p.A. opera nel settore della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) ed è presente in prevalenza nelle regioni **Piemonte e Liguria**, rispettivamente con **128 e 15 punti vendita diretti** con le insegne **Mercatò, Mercatò Local, Mercatò Extra, Mercatò Big, Animali Che Passione**. Con l'obiettivo di interpretare i bisogni dei nostri consumatori, e incrementare il nostro radicamento sul territorio, i punti diretti si presentano con formati differenti: (supermercati,

ipermercati, superstore, superette e grandi superstore. Una diversificazione che contribuisce a ottenere da anni risultati positivi: nel 2023, abbiamo registrato ricavi netti per un totale di **1,3 miliardi di euro**, in aumento del **10,95% rispetto all'anno precedente**.

Siamo inoltre presenti nel settore di vendita all'ingrosso, con le nostre insegne **Catering e Dimar Cash&Carry**.

Ripartizione del fatturato nel 2023 per canale di vendita



#### Punti vendita più sostenibili: partiamo dall'energia rinnovabile

Nel corso degli anni, in Dimar abbiamo acquisito una crescente consapevolezza di quanto sia essenziale adottare un approccio sempre più sostenibile, per assicurarci di trasmettere alle prossime generazioni un pianeta ancora vivo e vivibile e una società più equa e inclusiva. Un impegno che intendiamo declinare a tutti i livelli, da quello strategico e gestionale, fino all'operatività dei punti vendita. Per questo una componente centrale della strategia aziendale di sostenibilità è il progetto volto a installare impianti fotovoltaici sulle coperture dei punti vendita diretti, dei magazzini e della sede. Ogni punto vendita diretto di nuova costruzione viene dotato di un impianto fotovoltaico che permette di ridurre il consumo di energia elettrica da fonti fossili, riducendo a sua volta le emissioni di CO<sub>2</sub> in atmosfera. Lo stesso processo viene applicato anche a ogni ristrutturazione di punti vendita esistenti, con l'obiettivo per i prossimi anni di ampliare ulteriormente il numero di impianti.

## LA RETE DI FRANCHISING, UN'IMPORTANTE PRESENZA SUL TERRITORIO

Dimar è presente sul mercato anche attraverso una rete di punti vendita in **franchising** con le insegne **Maxisconto, Ok Market e Market**. La rete conta **155 punti vendita**, di cui 110 in Piemonte, 42 in Liguria, 1 in Valle D'Aosta e 2 in Lombardia. A loro supporto, noi di Dimar mettiamo a disposizione un'assistenza costante, giorno per giorno, e l'esperienza e il know-how di un grande gruppo della distribuzione con un sistema logistico efficiente.

## LA NOSTRA OFFERTA AL CONSUMATORE

La nostra offerta si compone di **prodotti alimentari e non alimentari**. Nell'assortimento food proponiamo sia prodotti a marchio nei freschi di reparto, sia prodotti a marchio **Da Noi a Noi**. La valorizzazione dei produttori locali, dei loro prodotti e delle loro storie è alla base di questo progetto, che Dimar porta avanti con orgoglio e apprezzamento da parte dei clienti e degli stessi fornitori che vi fanno parte. Con **oltre 600 prodotti** locali presenti nei punti vendita delle insegne Mercatò, il progetto mira a diminuire l'impatto ambientale dei trasporti, certificando produzioni e prodotti.

Accanto ai prodotti a marchio proprio, i nostri punti vendita possono contare su una vasta gamma di prodotti a **Marchio Selex**, composta da **1.707 referenze**, a cui si aggiungono altri prodotti con marchi del Gruppo.

**n°3064**  
referenze a marca  
del distributore Selex



Nell'ambito dei servizi, sotto l'insegna Mercatò Dimar offre servizi ausiliari all'attività di vendita quali il **servizio di spesa online** tramite app CosìComodo, il servizio di **consegna della spesa a domicilio** Mercatò a Casa e il **servizio di ritiro veloce** nel punto vendita Mercatò Drive.

Dal 2022 Dimar propone inoltre l'**app My Mercatò**, un'applicazione gratuita con tante funzionalità diverse e utilissime pensate per semplificare il momento del fare la spesa. L'app è stata consolidata nel **2023** con l'aggiunta di nuove funzionalità, tra le quali la possibilità per il cliente di disporre della **carta fedeltà anche in versione digitale** dal proprio cellulare, per presentarla comodamente in cassa e **monitorare in tempo reale il saldo punti** con un semplice clic o di trasferirli ad un'altra carta. È stata inoltre introdotta la possibilità di attivare **lo scontrino digitale**, che rimane in archivio di 3 mesi, ed è stata creata un'apposita sezione dedicata alla creazione della lista della spesa in cui organizzare l'inserimento dei propri prodotti, sfogliando il volantino digitale e godendo di vantaggi esclusivi (per ulteriori approfondimenti sui servizi erogati al cliente, si veda il paragrafo S4 dedicato).



## 1.2 UNA GOVERNANCE SOLIDA E TRASPARENTE

### 1.2.1 Gli organi di amministrazione, direzione e controllo

La Società per Azioni Dimar rappresenta il perimetro di questa dichiarazione di sostenibilità. A sua volta, la S.p.A. controlla al 100% la società **Cedis Roreto S.r.l.**, che si occupa dell'attività di stoccaggio delle merci nei magazzini ed è inclusa nel perimetro di consolidamento del bilancio civilistico.

Dimar S.p.A. detiene inoltre il 50% della società Immobiliare **Regio Parco S.r.l.**, il 50% della **Promozione&Sviluppo Iniziative Commerciali S.r.l.** e il 50% della società **Binario Blu S.r.l.** Tali partecipazioni hanno carattere strategico e hanno come scopo lo sviluppo di cantieri per la costruzione di nuovi punti vendita. Esse, tuttavia, non rientrano all'interno

del perimetro del bilancio consolidato.

Dimar esercita poi un controllo operativo sul **Consorzio degli Operatori del Centro Commerciale La Grand'A** e sul **Consorzio degli Operatori del Centro Commerciale Big Store Bra**: due consorzi ai quali partecipano i gestori dei punti vendita situati nelle gallerie rispettivamente del **Mercatò Big di Cuneo** e del **Mercatò Big di Bra**.

Dal 1980 Dimar S.p.A. è infine socia del **Gruppo Commerciale Selex S.p.A.**, partecipando con una quota limitata al capitale sociale della centrale di acquisto che riunisce rappresentative insegne italiane della GDO.

## CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE



Simona Revello

Carica:  
**PRESIDENTE**  
Anzianità aziendale  
31 anni



Alessandro Revello

Carica:  
**AMMINISTRATORE  
DELEGATO**  
Anzianità aziendale  
30 anni



Raffaella Revello

Carica:  
**CONSIGLIERE**  
Anzianità aziendale  
30 anni



Pierpaolo Stra

Carica:  
**CONSIGLIERE**  
Anzianità aziendale  
esterno

Tutti i membri del Consiglio di amministrazione sono esecutivi, ad eccezione del dottor Pierpaolo Stra, commercialista dell'azienda, che è un membro esterno. Si segnala inoltre che nessuno dei membri del CdA è indipendente.

## COMITATO CONSULTIVO



Giuseppe Revello

Anzianità aziendale  
48 anni



Luciano Revello

Anzianità aziendale  
48 anni



Simona Revello

Anzianità aziendale  
31 anni



Alessandro Revello

Anzianità aziendale  
30 anni



Pierpaolo Stra

Anzianità aziendale  
esterno



Francesca Revello

Anzianità aziendale  
20 anni

## COLLEGIO SINDACALE



Roberto Lugano

Carica:  
**PRESIDENTE**  
Anzianità aziendale  
esterno



Luciana Porello

Carica:  
**SINDACO**  
Anzianità aziendale  
esterno



Maurizio Calcagno

Carica:  
**SINDACO**  
Anzianità aziendale  
esterno



Annalisa Cagnasso

Carica:  
**SUPPLENTE**  
Anzianità aziendale  
esterno



Arrigo Bandera

Carica:  
**SUPPLENTE**  
Anzianità aziendale  
esterno

## LA GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

A presidio della governance di sostenibilità, nel corso del 2023 non è stato formalizzato un Comitato ad hoc, ma l'azienda ha attivato, in modo trasversale e per tutte le principali funzioni, un momento di **coinvolgimento ad hoc** per condividere gli obiettivi del progetto e una direzione comune da perseguire, in ottica del futuro obbligo normativo.

Anche la **Direzione** ha preso parte a questi incontri, partecipando attivamente ai primi momenti di coinvolgimento (si veda paragrafo successivo "1.3.2 Il processo di valutazione degli impatti, rischi ed opportunità") e rimanendo costantemente

aggiornata circa gli sviluppi delle diverse fasi della rendicontazione.

In ottica di avvicinamento all'obbligatorietà di rendicontazione, si prevede di proseguire il **processo di rendicontazione volontario della sostenibilità** e di definire un presidio interno circa i temi di sostenibilità ambientale e sociale, mediante la definizione di un organo formalizzato e strutturato, per perseguire gli obiettivi a medio-lungo periodo e per monitorare la rendicontazione dei KPI di sostenibilità.

## 1.3 IL PROCESSO DI RENDICONTAZIONE

### 1.3.1 Il nostro primo Bilancio di Sostenibilità

Quale ulteriore segnale dell'importanza che attribuiamo al condividere con trasparenza il nostro impegno verso le tematiche ESG, pur non essendo formalmente obbligati dalla legislazione attualmente in vigore (Direttiva 2014/95/UE, recepita in Italia attraverso il Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254), abbiamo deciso di rendicontare **su base volontaria** il nostro impegno in un Bilancio di Sostenibilità.

La scelta dei contenuti da rendicontare nasce da un processo di coinvolgimento diretto che abbiamo condotto non solo **all'interno della nostra azienda**, ma anche attraverso il **coinvolgimento dei portatori d'interesse esterni**.

Tra gli **stakeholder interni** all'azienda abbiamo coinvolto la Direzione e proprietà e i responsabili degli uffici Amministrativo, Analisi Rischi, Tecnico, Risorse Umane e Marketing. Accanto ad essi, sono stati coinvolti alcuni **stakeholder esterni**: Selex Gruppo Commerciale, associazioni di categoria, università, banca, associazioni del territorio e fornitori.

Il nostro approccio al coinvolgimento dei principali **attori esterni** ha rivestito un ruolo cruciale nel capire in che misura i temi di sostenibilità che abbiamo identificato come prioritari **corrispondano alle esigenze prioritarie dei nostri stakeholder**, mantenendoci disponibili a eventuali nuove azioni di miglioramento. Il nostro obiettivo è, infatti, tenere in considerazione gli interessi dei vari portatori d'interesse, integrandoli nelle nostre decisioni strategiche, nell'ottica di ottimizzare l'operatività della nostra impresa.

Questo percorso di dialogo ci ha permesso di arrivare alla pubblicazione del nostro primo **vero e proprio Bilancio di Sostenibilità relativo all'anno 2023** (1° gennaio – 31 dicembre 2023).

È possibile consultare e scaricare il documento sul nostro sito, alla pagina: [www.dimar.it](http://www.dimar.it)

Per qualsiasi informazione relativa al presente Bilancio di Sostenibilità è inoltre possibile scrivere alla mail dedicata: [info@dimar.it](mailto:info@dimar.it)

### 1.3.2 Il processo di valutazione degli impatti, rischi ed opportunità

Con l'approvazione della **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, Dimar S.p.A. sarà tenuta a rendicontare le proprie performance di sostenibilità a partire dall'anno fiscale 2025.

Con il supporto di ALTIS Advisory, spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, abbiamo deciso di anticipare le richieste dell'obbligo normativo e di prepararci **effettuando un'analisi di doppia materialità** secondo la metodologia prevista dagli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**. Secondo questo tipo di analisi, un impatto può essere rilevante non solo dal punto di vista *inside-out* – cioè, dall'interno verso l'esterno, quando l'impresa genera su persone e ambiente un impatto rilevante – ma anche *outside-in*, quando sono gli stakeholder sociali e l'ambiente a generare un impatto rilevante per la società, espresso in termini di opportunità o rischio, ovvero generando un beneficio economico o una perdita di valore.

#### Cos'è e a cosa serve la Direttiva CSRD?

##### La Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

*è una direttiva dell'Unione Europea, entrata in vigore il 5 gennaio 2023 e recepita in Italia ad agosto 2024, che richiede alle imprese di comunicare gli impatti di sostenibilità, in merito alle questioni di carattere ambientale, sociale e di governance (ESG), ampliando notevolmente l'ambito della precedente direttiva NFRD (Non-Financial Reporting Directive).*

*L'obiettivo è aiutare investitori, analisti, consumatori e altri stakeholder a valutare meglio le prestazioni di sostenibilità delle aziende, offrendo loro un modo più semplice e coerente per comprendere e confrontare le performance ESG di un'organizzazione e per prendere decisioni più informate sulla base dei dati di sostenibilità.*

Il processo è stato svolto in 6 fasi:

1

**Analisi del contesto esterno:** tramite un benchmark del settore abbiamo identificato le questioni di sostenibilità rilevanti per il nostro business;

2

**Identificazione di una lista di potenziali rischi, opportunità e impatti:** sulla base delle indicazioni degli standard di rendicontazione ESRS, e di quanto emerso nella fase 1 con il benchmark di settore, abbiamo definito una lista di rischi, opportunità e impatti che è stata sottoposta alla valutazione di materialità interna ed esterna;

3

**Valutazione della rilevanza degli impatti:** come definito dagli standard, abbiamo coinvolto gli stakeholder di Dimar S.p.A. nel processo di materialità degli impatti, per individuare, tra tutti i temi di sostenibilità, quelli sui quali la nostra azienda genera un impatto rilevante. Con la logica di impostare un processo non autoreferenziale, in linea con le richieste degli standard, abbiamo coinvolto anche gli attori chiave che interagiscono con il nostro business, identificandoli in base alla loro capacità di influenzare o essere influenzati dagli obiettivi, dagli impatti e dalle performance aziendali. Per la definizione della rilevanza è stato utilizzato un sistema di valutazione puntuale su una scala da 1 a 5, dove 1 rappresenta il valore più basso e 5 il valore più elevato;

4

**Valutazione della rilevanza finanziaria:** per questo primo esercizio, la valutazione della rilevanza finanziaria è stata sottoposta alla funzione amministrativa e alla Direzione, con l'obiettivo di definire anche i rischi e le opportunità di sostenibilità che Dimar subisce o potrebbe subire con maggior probabilità. Per la valutazione della rilevanza finanziaria è stata adottata la stessa metodologia della materialità degli impatti e, quindi, lo stesso sistema di valutazione puntuale da 1 a 5;

5

**Aggregazione dei risultati:** ai fini dell'analisi, sono stati considerati rilevanti solo quegli impatti che hanno superato il valore soglia, calcolato come la media aritmetica delle valutazioni medie attribuita agli impatti da ciascuna categoria di stakeholder. In questo modo, è stato possibile identificare una lista complessiva di impatti, rischi, opportunità rilevanti per Dimar, che sono oggetto di approfondimento del presente Bilancio di Sostenibilità.

6

**Validazione degli impatti ad opera del CdA:** tutti gli organi di amministrazione, direzione e controllo sono stati informati sui risultati emersi dall'analisi di doppia materialità, ottenendo una valutazione degli impatti, dei rischi e delle opportunità riportate di seguito.

## GLI IMPATTI, RISCHI ED OPPORTUNITÀ RILEVANTI PER DIMAR

Di seguito l'elenco dei rischi, delle opportunità e degli impatti connessi alle dimensioni di sostenibilità emersi come rilevanti dal processo di materialità svolto nel 2023 da parte della nostra azienda:

### E1 CAMBIAMENTO CLIMATICO

| DESCRIZIONE  | TIPOLOGIA                  | PERIMETRO  |
|--|----------------------------|--|
| Contributo al cambiamento climatico attraverso le emissioni di gas serra Scope 1 e Scope 2 per l'utilizzo di combustibili fossili  | Impatto negativo effettivo | Operazioni proprie                                 |
| Contributo al cambiamento climatico attraverso le emissioni di gas serra lungo la catena di valore (Scope 3)   | Impatto negativo effettivo | Operazioni a monte (fornitori) e a valle (clienti) |
| Approvvigionamento legato a fonti energetiche rinnovabili che permettono una crescente indipendenza da combustibile fossile e quindi ad una minore esposizione alla volatilità del prezzo dei prodotti che da esso derivano    | Opportunità                | Operazioni proprie                                 |
| Variabilità dei costi legati all'attuale grado di dipendenza da combustibile fossile e quindi alla volatilità del prezzo dei prodotti che da esso derivano   | Rischio                    | Operazioni proprie                                 |
| Eventuali costi dovuti a danni alle infrastrutture aziendali, a possibili interruzioni nella catena del valore e connessi a costi di ripristino e di adattamento causati da eventi climatici estremi e altre calamità naturali | Rischio                    | Operazioni proprie                                 |

### E5 USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE

| DESCRIZIONE  | TIPOLOGIA                   | PERIMETRO  |
|--|-----------------------------|--|
| Riduzione degli sprechi alimentari e della generazione di rifiuti non alimentari grazie ad una corretta gestione della fase di prevenzione / riciclo / recupero del prodotto | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie e operazioni a valle della catena del valore (clienti ed enti del territorio) |
| Produzione di rifiuti alimentari e di quelli non alimentari difficilmente recuperabili / riciclabili e, quindi, destinati a rifiuto  | Impatto negativo effettivo  | Operazioni proprie   |
| Riduzione del consumo di materie prime grazie all'eco-progettazione degli imballaggi   | Impatto positivo potenziale | Operazioni proprie e operazioni a monte della catena del valore (fornitori di packaging)         |
| Facilitazione nella fase di destinazione del rifiuto nella raccolta differenziata attraverso scelte di packaging facilmente riciclabile                                      | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie   |

### DESCRIZIONE

### TIPOLOGIA

### PERIMETRO

|  |             |                    |
|--|-------------|--------------------|
| Opportunità legate ad una corretta gestione di prodotti alimentari altrimenti destinati a rifiuto                              | Opportunità | Operazioni proprie |
| Opportunità legate all'utilizzo di materiale riciclato all'interno del packaging di prodotto                                   | Opportunità | Operazioni proprie |
| Costi dovuti ad una scorretta gestione di prodotti alimentari destinati a rifiuto e non a pratiche di economia circolare       | Rischio     | Operazioni proprie |
| Danno reputazionale legato ad uno scarso impegno rispetto all'uso di materiale riciclato all'interno del packaging di prodotto | Rischio     | Operazioni proprie |

### S1 FORZA LAVORO PROPRIA

### DESCRIZIONE

### TIPOLOGIA

### PERIMETRO

|   |                             |                    |
|---|-----------------------------|--------------------|
| Aggiornamento delle conoscenze e delle competenze dei dipendenti grazie alla capacità di adottare piani di sviluppo e formazione aziendali  | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie |
| 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 e l'equilibrio tra vita professionale e privata ai propri dipendenti | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie |
| Incremento del livello dell'occupazione femminile e di quella giovanile (under 30)  | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie |
| Incremento del livello dell'occupazione di persone con disabilità   | Impatto positivo potenziale | Operazioni proprie |
| Diffusione di una cultura inclusiva che considera la diversità e la non discriminazione dei valori da promuovere  | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie |

| DESCRIZIONE   | TIPOLOGIA                   | PERIMETRO          |
|---|-----------------------------|--------------------|
| Capacità di garantire una parità di trattamento tra i dipendenti indipendentemente da ogni forma di diversità   | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie |
| Creazione di una cultura della salute dei dipendenti oltre gli aspetti di salute collegati al contesto di lavoro  | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie |
| Compromissione dello stato di salute e della sicurezza dei dipendenti dovuto a eventi di infortunio sul lavoro  | Impatto negativo potenziale | Operazioni proprie |
| Compromissione dello stato di psico-fisico dei dipendenti dovuto a situazioni di molestie sul posto di lavoro   | Impatto negativo potenziale | Operazioni proprie |
| Opportunità derivata dalla capacità di attrarre o trattenere forza lavoro qualificata, garantendo un buon livello di soddisfazione ai propri dipendenti | Opportunità                 | Operazioni proprie |
| Rischio legato all'incapacità dell'organizzazione di attrarre o trattenere forza lavoro qualificata   | Rischio                     | Operazioni proprie |
| Danno reputazionale dovuto ad episodi di discriminazione all'interno dell'organizzazione  | Rischio                     | Operazioni proprie |
| Danni legati ad episodi di infortunio tra i dipendenti sul posto di lavoro  | Rischio                     | Operazioni proprie |

## S3 COMUNITÀ INTERESSATE

| DESCRIZIONE  | TIPOLOGIA                  | PERIMETRO   |
|--|----------------------------|---|
| Sviluppo della comunità locale generato grazie alle attività e alle iniziative di carattere solidale   | Impatto positivo effettivo | Operazioni proprie e operazioni a valle della catena del valore (enti del territorio) |
| Conservazione della tradizione locale grazie a pratiche di commercializzazione che valorizzano le eccellenze territoriali                    | Impatto positivo effettivo | Operazioni proprie e operazioni a monte della catena del valore (fornitori)           |
| Sviluppo economico delle aree locali in cui l'organizzazione opera, attraverso politiche di assunzione di persone provenienti dal territorio | Impatto positivo effettivo | Operazioni proprie  |

## S4 CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI

| DESCRIZIONE   | TIPOLOGIA                   | PERIMETRO          |
|---|-----------------------------|--------------------|
| Compromissione dello stato di salute dei clienti connesso alla sicurezza dei prodotti commercializzati dall'organizzazione  | Impatto negativo potenziale | Operazioni proprie |
| Capacità di garantire cibo di qualità, nel pieno rispetto dei parametri di responsabilità sociali e ambientali  | Impatto positivo potenziale | Operazioni proprie |
| Miglioramento dell'esperienza del cliente nel punto vendita e non, attraverso i servizi erogati   | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie |
| Inclusione delle categorie di consumatori più vulnerabili, generata dalla capacità di erogare prodotti e servizi ad hoc   | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie |
| Incremento della fidelizzazione del cliente, grazie a pratiche di coinvolgimento aziendali (dialogo trasparente, meccanismi di reclamo)                                 | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie |
| Diffusione di una cultura sulle tematiche della corretta e sana alimentazione   | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie |
| Generazione di una sempre più diffusa consapevolezza di acquisto tra i consumatori attraverso una comunicazione trasparente e completa per i prodotti commercializzati  | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie |
| Violazione dei diritti dei consumatori connesso ad eventuali episodi di mancato rispetto della privacy o di pubblicità ingannevole                                      | Impatto negativo potenziale | Operazioni proprie |
| Opportunità che deriva dall'elevato grado di attenzione dell'organizzazione ai bisogni dei propri consumatori   | Opportunità                 | Operazioni proprie |
| Opportunità legata al livello di fidelizzazione del cliente che predilige una comunicazione di prodotto trasparente e chiara  | Opportunità                 | Operazioni proprie |
| Danno reputazionale dovuto a episodi che possano compromettere lo stato di salute dei clienti rispetto alla sicurezza dei prodotti commercializzati dall'organizzazione | Rischio                     | Operazioni proprie |
| Danno legato ad uno scarso grado di attenzione dell'organizzazione ai bisogni dei propri consumatori  | Rischio                     | Operazioni proprie |

| DESCRIZIONE   | TIPOLOGIA | PERIMETRO          |
|---|-----------|--------------------|
| Danno conseguente a episodi di fughe di dati ed erronca gestione dei temi di protezione della privacy a danno del consumatore | Rischio   | Operazioni proprie |
| Danno conseguente a episodi di mancata trasparenza o erronca comunicazione a danno del consumatore                            | Rischio   | Operazioni proprie |

### G1 CONDOTTA DELLE IMPRESE

| DESCRIZIONE   | TIPOLOGIA                   | PERIMETRO  |
|---|-----------------------------|--|
| Diffusione di una cultura relativa al benessere animale lungo tutta la catena del valore  | Impatto positivo potenziale | Operazioni proprie ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori) |
| Compromissione del benessere degli animali dovuto all'incapacità dell'organizzazione di prevenire pratiche di allevamento non sostenibili nel processo di produzione dei prodotti commercializzati        | Impatto negativo potenziale | Operazioni proprie ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori) |
| Impatto positivo potenziale sul livello di benessere dei dipendenti, generato dalla capacità dell'organizzazione di diffondere una cultura di impresa sana all'interno dell'organizzazione                | Impatto positivo potenziale | Operazioni proprie   |
| Distribuzione del valore nei confronti di fornitori locali e di piccoli artigiani localizzati nel territorio  | Impatto positivo effettivo  | Operazioni proprie ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori) |
| Diffusione di una cultura sulle pratiche di approvvigionamento sostenibile grazie alla capacità dell'organizzazione di adottare criteri di valutazione sociale e ambientale dei fornitori                 | Impatto positivo potenziale | Operazioni proprie ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori) |
| 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 | Impatto negativo potenziale | Operazioni proprie ed operazioni a monte della catena del valore (fornitori) |
| Opportunità legata al livello di fidelizzazione del cliente che predilige prodotti legati a eccellenti condizioni di benessere animale  | Opportunità                 | Operazioni proprie   |
| Opportunità legata alla capacità di attrarre nuovi talenti e di fidelizzare i dipendenti garantendo una cultura di impresa sana   | Opportunità                 | Operazioni proprie   |

| DESCRIZIONE  | TIPOLOGIA | PERIMETRO          |
|--|-----------|--------------------|
| Danno reputazionale conseguente a episodi in cui l'azienda viene collegata ad una scarsa attenzione del benessere animale  | Rischio   | Operazioni proprie |
| Danno dovuto all'incapacità di attrarre nuovi talenti e di fidelizzare i dipendenti, senza garantire una cultura di impresa sana   | Rischio   | Operazioni proprie |
| Danno economico e reputazionale legato a episodi di corruzione aziendale   | Rischio   | Operazioni proprie |
| Danno reputazionale, e quindi economico, legato all'incapacità di disporre dei prodotti offerti al consumatore a causa della collaborazione con fornitori che non garantiscano la reperibilità delle materie prime di cui l'organizzazione si rifornisce | Rischio   | Operazioni proprie |

2 Temi  
**AMBIENTALI**



## 2.1 ESRS E1: CAMBIAMENTO CLIMATICO ED EMISSIONI

### 2.1.1 La tutela dell'ambiente

Per noi di Dimar la **tutela dell'ambiente** rappresenta un valore fondamentale, che orienta le nostre attività quotidiane. Consideriamo l'ambiente una risorsa essenziale da proteggere per il bene della collettività e delle future generazioni, riconoscendolo come un vero e proprio stakeholder, meritevole di attenzione e rispetto nelle decisioni e nelle operazioni quotidiane dell'azienda, come **afferriamo nel nostro Codice Etico aziendale**.

Un approccio che implica una visione integrata della sostenibilità: ogni azione viene valutata non solo per il suo **impatto socioeconomico**, ma anche per le sue **conseguenze ambientali**. L'obiettivo è prevenire ogni forma di inquinamento e agire per ridurre l'impatto delle nostre attività, attraverso l'introduzione di tecnologie innovative.



#### Dai principi alle azioni concrete

In Dimar, il rispetto per il nostro pianeta si traduce in iniziative di sostenibilità ambientale che programiamo e attuiamo giorno dopo giorno. In particolare, le nostre attività si sviluppano in queste aree:

- **efficientamento energetico:** installazione di sistemi di illuminazione intelligenti; chiusura dei banchi frigo per la conservazione ottimale della temperatura
- **approvvigionamento da fonti rinnovabili:** pannelli fotovoltaici sui punti vendita
- **riduzione delle emissioni:** teleriscaldamento per la climatizzazione invernale in alcuni punti vendita; sostituzione con gas refrigeranti a minor impatto ambientale nei punti vendita di nuova apertura e soggetti a ristrutturazione
- **mobilità sostenibile:** colonnine di ricarica per le auto elettriche, a disposizione dei nostri clienti e dei nostri dipendenti, che possono ricaricare durante il tempo di permanenza al supermercato.

In dettaglio, nel 2023 il nostro impegno si è focalizzato sul proseguimento di diverse iniziative puntuali in queste aree, di seguito riportate.

#### SISTEMI DI ILLUMINAZIONE SMART

Nella quasi totalità dei nostri punti vendita (attualmente con una copertura del 96%), abbiamo implementato **sistemi di illuminazione intelligenti** che **regolano automaticamente l'intensità della luce**. Durante le ore di maggiore affluenza, le luci si accendono a maggiore potenza per garantire una visibilità ottimale. Nelle ore più tranquille, invece, **si abbassano per risparmiare energia**. Questo non solo crea un ambiente piacevole per gli acquisti, ma ci consente anche di ridurre in modo significativo il consumo energetico.

#### REFRIGERAZIONE EFFICIENTE

Un altro passo fondamentale verso l'efficienza energetica è stata **l'ottimizzazione dei nostri sistemi di refrigerazione**. Nella totalità dei nostri punti vendita, i banchi frigo murali sono chiusi da porte trasparenti che mantengono il freddo all'interno. Questa modifica ha ridotto drasticamente la dispersione di freddo, permettendo ai nostri frigoriferi di consumare meno energia, garantendo al contempo una temperatura costante per assicurarci che i nostri prodotti siano sempre freschi e conservati nelle migliori condizioni possibili.

## I NOSTRI PANNELLI FOTOVOLTAICI PER LA PRODUZIONE DI ENERGIA RINNOVABILE

In Dimar, abbiamo investito nella produzione di energia rinnovabile attraverso **l'installazione di pannelli fotovoltaici** per alcuni dei nostri punti vendita e magazzini, e per la nostra sede centrale. Questa scelta non solo ci aiuta a coprire parte del nostro fabbisogno energetico giornaliero con **fonti pulite e rinnovabili**, ma dimostra il nostro impegno tangibile verso la **riduzione dell'impatto ambientale**.

Nel 2023, sono stati installati **5 nuovi impianti fotovoltaici** che ci hanno permesso di far crescere la nostra capacità produttiva del 24,70% rispetto al 2022, anno in cui gli impianti erano 37. Grazie all'attività di questi impianti, nel 2023 l'attività di autoproduzione di energia per i punti vendita dotati di pannelli fotovoltaici è proseguita, registrando un totale di 3.677,85 Mwh di energia rinnovabile prodotta, in **aumento del 12,36% rispetto al 2022**.

**+12,36%**  
di energia rinnovabile prodotta grazie ai pannelli fotovoltaici nel 2023

**4,55%**  
quota di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia, +22,90% rispetto al 2022

**281,40 Mwh**  
di energia rinnovabile autoprodotta e immessa in rete nel 2023

## UTILIZZO DEL TELERISCALDAMENTO

**19 punti vendita** nel 2023 hanno utilizzato il teleriscaldamento come fonte di approvvigionamento di calore per la climatizzazione invernale della rete **Dimar**.

Per il riscaldamento invernale di alcuni punti vendita, abbiamo scelto di utilizzare il **teleriscaldamento**. Questo sistema sfrutta il calore prodotto da centrali di cogenerazione o impianti di recupero di calore industriale, situati in prossimità delle località in cui operiamo, offrendo un'alternativa efficiente e sostenibile ai tradizionali metodi di riscaldamento. Il teleriscaldamento ci permette di ridurre l'uso di combustibili fossili e diminuire le emissioni di CO<sub>2</sub> per 19 punti vendita.

## GAS REFRIGERANTI A BASSO IMPATTO AMBIENTALE

Dal 2018, nei siti di nuova apertura o di profonda ristrutturazione sono previsti **impianti di refrigerazione alimentare di nuova generazione**, alimentati con gas refrigeranti a base di CO<sub>2</sub>, da cui deriva un minor impatto ambientale. Questi nuovi gas refrigeranti sono caratterizzati da un **Global Warming Potential (GWP)** ridotto rispetto a quelli tradizionali, contribuendo così a mitigare l'impatto sul cambiamento climatico e a rispondere in maniera proattiva alla **normativa europea sugli F-gas** (si veda box "Cosa sono gli F-gas?").

In particolare, nel 2023 questa iniziativa ha riguardato il punto vendita di nuova apertura Mercatò Extra ad Alba la ristrutturazione del punto vendita Mercatò Local di Manta.

## MOBILITÀ SOSTENIBILE

Vogliamo inoltre promuovere il nostro approccio verso scelte più consapevoli anche per i nostri consumatori attraverso azioni che incentivano la **mobilità sostenibile**. Siamo certi che il coinvolgimento e la collaborazione di tutti siano la strategia migliore per attuare quel progetto di crescita sostenibile che da anni perseguiamo. Per questo, in molti punti vendita sono state **installate le colonnine di ricarica per le auto elettriche**, raggiungendo nel 2023 la quota di **47 colonnine<sup>3</sup> per un totale di 49 postazioni complessive**, garantendo in questo modo la possibilità per i clienti di ricaricare il veicolo durante il tempo di permanenza al supermercato. Una colonnina di ricarica è stata posizionata anche nella sede di Dimar.

Ciò favorisce la sostenibilità ambientale in termini di minori emissioni da parte dei clienti e dei dipendenti attraverso la disponibilità dell'infrastruttura per la ricarica dei veicoli.

### Cosa sono gli F-gas?

L'acronimo F-gas sta per "gas fluorurati a effetto serra", cioè con presenza di fluoruro: una famiglia di gas artificiali utilizzati in una vasta gamma di attività industriali, come refrigeranti, isolanti, o nei settori elettronico e farmaceutico.

Sono considerati tra i principali responsabili del riscaldamento globale e, per questo, sono da tempo oggetto di una normativa che prevede in futuro la loro **progressiva eliminazione a livello europeo**. La normativa prevede una riduzione consistente dei gas refrigeranti ad alto GWP entro il 2030, a favore di alternative a basso GWP e, dunque, più eco-compatibili: tra questi, **ammoniaca (NH<sub>3</sub>), idrocarburi (HC) e, in particolare, anidride carbonica, che presenta un GWP pari a 1.**

## 2.1.2 CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI



**-4,65%**  
dei consumi energetici totali  
al 31 dicembre 2023

**-5,78%**  
di energia da fonti fossili  
acquistata e consumata  
al 31 dicembre 2023

**+18,28%**  
di energia rinnovabile  
autoprodotta e consumata  
al 31 dicembre 2023

<sup>3</sup> Le colonnine di ricarica per le auto elettriche sono presenti presso i punti vendita: Mercatò Saluzzo (Via Pignari SN), Mercatò Torino (Via Carrera), Mercatò Torino (Via Filadelfia), Mercatò Castagnole delle Lanze (Piazza Lucchini), Mercatò (Vaie), Mercatò (Sauona), Mercatò (Cisano sul Neva), BIG Mercatò (Cuneo), BIG Mercatò (Bra), BIG Mercatò (Alba), Mercatò (Savigliano), Mercatò (Fossano), Mercatò (Alessandria), Mercatò (Rivoli), Mercatò Torino (Via Leini), Mercatò Torino (Via Sant'Ambrogio), Mercatò (Settimo Torinese), Mercatò Torino (C.so Unione Sovietica), Mercatò Torino (Strada della Pronda), Mercatò Torino (C.so Francia), Mercatò Vallecrosia (Contratto dedicato), Mercatò Torino (C.so Brunelleschi) (contratto quadro HPC), Mercatò (Alessandria), Mercatò (Rivoli), Mercatò Extra (Alba C.so Europa), Mercatò (Cisano). Una colonnina di ricarica è posizionata anche presso la sede di Dimar a Cherasco.

|  |  | u.m.             | 2022             | 2023             | Δ 2023-2022   |
|--|--|------------------|------------------|------------------|---------------|
| ENERGIA ELETTRICA                          | <b>Energia elettrica acquistata e consumata</b>              | <b>Mwh</b>       | <b>64.528,13</b> | <b>60.796,48</b> | <b>-5,78%</b> |
|  | di cui priva di garanzia di origine                          | Mwh              | 64.528,13        | 60.796,48        | -5,78%        |
|  | di cui con garanzia di origine                               | Mwh              | 0,00             | 0,00             | ND            |
|  | <b>Energia elettrica autoprodotta e consumata</b>            | <b>Mwh</b>       | <b>2.871,52</b>  | <b>3.396,45</b>  | <b>18,28%</b> |
|  | di cui prodotta e auto-consumata da sorgenti non rinnovabili | Mwh              | 0,00             | 0,00             | ND            |
|  | di cui prodotta e auto-consumata da impianto fotovoltaico    | Mwh              | 2.871,52         | 3.396,45         | 18,28%        |
| <b>Tot. Energia elettrica consumata</b>    | <b>Mwh</b>   | <b>67.399,65</b> | <b>64.192,93</b> | <b>-4,76%</b>    |               |
| RISCALDAMENTO                              | Gasolio consumato per riscaldamento                          | Mwh              | 608,78           | 582,78           | -4,27%        |
|  | Gas naturale per riscaldamento                               | Mwh              | 8.867,08         | 8.454,93         | -4,65%        |
|  | Calore e vapore da teleriscaldamento                         | Mwh              | 2.869,00         | 2.963,86         | 3,31%         |
| <b>Tot. Altra energia da fonti fossili</b> | <b>Mwh</b>   | <b>12.344,86</b> | <b>12.001,56</b> | <b>-2,78%</b>    |               |
| PARCO AUTO AZIENDALE                       | Consumi di carburante diesel                                 | Mwh              | 1.695,23         | 1.458,13         | -13,99%       |
|  | Consumi di carburante benzina                                | Mwh              | 31,24            | 31,08            | -0,51%        |
| <b>Tot. Consumi parco auto aziendale</b>   | <b>Mwh</b>   | <b>1.726,47</b>  | <b>1.489,21</b>  | <b>-13,74%</b>   |               |
| <b>Tot. Consumi energetici</b>             | <b>Mwh</b>   | <b>81.470,98</b> | <b>77.683,70</b> | <b>-4,65%</b>    |               |

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

## I CONSUMI ENERGETICI

Come risultato delle iniziative di efficientamento energetico, nel 2023 abbiamo **ridotto complessivamente i consumi energetici del 4,65%**.

In particolare, nel 2023 sono stati registrati **77.683,70 Mwh**, di cui il **95,63% provenienti da fonti fossili**. All'interno di questa percentuale, i maggiori consumi di energia sono da attribuirsi al consumo di energia elettrica da fonti non rinnovabili, necessario per il funzionamento dei punti vendita e pari a **60.796,48 Mwh**.

Questa quantità è poi seguita da una quota inferiore di **energia termica utilizzata per il riscaldamento** degli ambienti durante il periodo invernale. In Dimar, disponiamo di diversi impianti di riscaldamento quali caldaie a gas naturale e gasolio, ma anche **teleriscaldamento**. Una piccola quota restante di punti vendita utilizza il **riscaldamento elettrico**,

i cui consumi rientrano nei consumi elettrici da fonti non rinnovabili descritti all'inizio del paragrafo.

A completamento dei consumi energetici da fonti fossili, si segnalano i consumi attribuibili al **parco auto aziendale**<sup>4</sup>, che nel 2023 sono stati pari a **1.489,31 Mwh** di energia equivalente consumata dalle auto aziendali, registrando un **calo del 13,74%** rispetto al 2022.

Al lato dei consumi energetici, una restante quota di energia pari al **4,37%** proviene da **fonti rinnovabili**, di cui disponiamo grazie agli **impianti fotovoltaici** installati su alcuni punti vendita. Nell'anno rendicontato, la quota è cresciuta rispetto al 2022, registrando un **aumento del 22,90%** sul totale dei consumi energetici: nel 2023 la produzione ammonta a **3.396,45 Mwh** di energia rinnovabile utilizzata. A questa si aggiunge una quota di energia rinnovabile pari a **281,40 Mwh**, prodotta in **eccesso** rispetto al fabbisogno giornaliero nei punti vendita dotati di pannelli solari, che viene **immessa in rete**.

## LE EMISSIONI

I **consumi energetici** rappresentano uno degli indicatori principali dell'impatto di un'azienda sul cambiamento climatico. Una gestione efficiente dell'energia contribuisce anche in misura significativa a ridurre **le emissioni di gas serra** (o GHG - *Green House Gases*) originate dai processi esterni necessari per la sua produzione.

Un'organizzazione deve tuttavia tener conto anche di altre fonti, più o meno controllabili dall'organizzazione stessa, da cui possono comunque derivare emissioni GHG. Una distinzione che si riflette nella classificazione delle emissioni in **Scope 1 e Scope 2** (si veda per approfondimento il box "Cosa sono le emissioni Scope 1 e Scope 2"), particolarmente rilevanti ai fini della misurazione degli impatti e, quindi, dell'adozione di misure di mitigazione.

### Cosa sono le emissioni Scope 1 e Scope 2

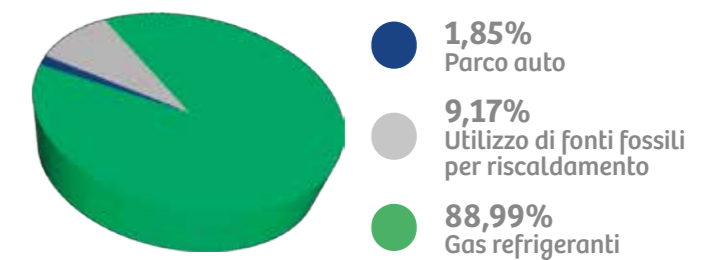
Per **Scope 1** si intendono le emissioni generate **direttamente dall'organizzazione a partire dai propri impianti di riscaldamento, raffreddamento e dal parco auto, alimentati con combustibili fossili (quali benzina, gasolio, gas metano), a cui si sommano le emissioni fugitive (perdite) dei gas refrigeranti**. Dipendendo dai consumi aziendali, le emissioni Scope 1 rappresentano la categoria di emissioni più facile da individuare e su cui intervenire in ottica di mitigazione degli impatti ambientali.

La categoria **Scope 2** raggruppa le emissioni di gas serra derivanti dall'energia elettrica utilizzata. Queste emissioni non sono generate direttamente dall'organizzazione ma da terze parti che, a loro volta, generano emissioni di gas serra nel processo di produzione di energia.

<sup>4</sup> I consumi energetici del parco auto aziendale sono calcolati a partire dai litri di benzina e gasolio utilizzati dalle autovetture, nel 2023 rispettivamente pari a 147.509,72 litri di gasolio per un totale di 65 veicoli diesel e 3.466,60 l di benzina per 3 auto con questo tipo di alimentazione. I consumi energetici sono ottenuti attraverso la conversione con specifici fattori di conversione pubblicati periodicamente da DEFRA.

Nel 2023 le emissioni Scope 1 ammontano a **20.460,09 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente**<sup>5</sup>, imputabili principalmente alle **emissioni dirette derivanti da perdite di gas refrigeranti** utilizzati per la refrigerazione dei banchi frigo nei punti vendita (**88,99%**). A questa percentuale seguono le **emissioni dirette derivanti dall'utilizzo di fonti fossili per il riscaldamento** dei punti vendita (**9,17%**) come il gas naturale e il gasolio destinato alle caldaie, e una piccola quota di **emissioni dirette riconducibili all'utilizzo delle auto aziendali (1,85%)**.

### Composizione Scope 1



Nel 2023 abbiamo registrato una **riduzione di emissioni Scope 1 del 19,77%** rispetto al 2022, grazie alla riduzione delle perdite di gas refrigerante pari al **21,10%** e, contestualmente, all'utilizzo crescente di **gas a basso GWP** in alcuni punti vendita. Poiché queste emissioni sono legate a perdite di gas refrigeranti per malfunzionamenti sporadici degli impianti, esse diminuiscono in proporzione quando vengono utilizzati gas a minor impatto ambientale, riducendo l'effetto sull'ambiente e sull'atmosfera.

La riduzione del 19,77% delle emissioni Scope 1 è stata ottenuta anche grazie a una leggera **riduzione del consumo di combustibile dalle auto aziendali**. Le emissioni dirette derivanti da questa fonte sono state infatti pari a 377,82 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente, registrando un **calo del 18,85%** rispetto al 2022. La riduzione è imputabile al minor utilizzo delle auto ad uso aziendale, nonostante l'incremento registrato nel numero delle auto presenti nel parco auto aziendale tra il 2022 e il 2023.

|   | u.m.                | 2022      | 2023      | Δ 2023-2022 |
|---|---------------------|-----------|-----------|-------------|
| <b>SCOPE 1</b> - Emissioni dirette                              | t CO <sub>2eq</sub> | 25.503,09 | 20.460,09 | -19,77%     |
| <b>SCOPE 2</b> - Emissioni indirette energetiche Location-based | t CO <sub>2eq</sub> | 20.816,19 | 19.683,34 | -5,44%      |
| <b>SCOPE 2</b> - Emissioni indirette energetiche Market-based   | t CO <sub>2eq</sub> | 29.951,43 | 28.290,30 | -5,55%      |

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

<sup>5</sup> La CO<sub>2</sub> equivalente (CO<sub>2eq</sub>) è un'unità di misura che permette di confrontare l'impatto ambientale di diversi gas serra. Anziché considerare solo l'anidride carbonica (CO<sub>2</sub>), questa misura prende in considerazione altri gas nocivi per il clima, come il metano, traducendoli in un'unità comune. In pratica, la CO<sub>2eq</sub> mostra quanto ogni gas contribuisce al riscaldamento globale come se fossero tutti anidride carbonica, rendendo più semplice la comprensione dei loro effetti sul cambiamento climatico.

Accanto allo Scope 1, abbiamo misurato anche lo **Scope 2**, che rappresenta le emissioni indirette derivanti dall'energia utilizzata e, dunque, meno controllabili dall'organizzazione rispetto a quelle dirette di tipo Scope 1.

Anche per questa categoria di emissioni abbiamo registrato, nel 2023, una **riduzione delle emissioni GHG, pari al 5,44% per le emissioni Scope 2 Location based<sup>6</sup> e al 5,55% per le emissioni Scope 2 Market based<sup>7</sup>**. Le riduzioni sono imputabili sia al calo nei consumi energetici, che ha consentito la diminuzione delle

emissioni Scope 2 Location based, sia al leggero incremento dell'autoproduzione di energia rinnovabile all'interno del mix energetico aziendale, che ha invece trainato la riduzione delle emissioni Scope 2 di tipo Market based.

In particolare, nel 2023 grazie ai pannelli fotovoltaici presenti all'interno della rete di Dimar, abbiamo contribuito ad evitare l'immissione in atmosfera di circa **1.218 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente**.

## 2.2 ESRS E5: USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE

In qualità di azienda attiva nel settore della grande distribuzione organizzata (GDO), riconosciamo di avere un'importante responsabilità nell'adottare **pratiche più sostenibili e rispettose dell'ambiente**. E il nostro impegno per la sostenibilità si manifesta attraverso **azioni concrete**, volte a ridurre lo **spreco alimentare** e promuovere un **uso responsabile delle risorse**.

La nostra offerta merceologica è ampia e diversificata ed è composta per il **50,90% da risorse alimentari** quali bevande, drogheria, gastronomia, macelleria, fresco confezionato, ortofrutta, panetteria, pasticceria, pet food, freddo (surgelati e gelati), e per il **49,10% da risorse non alimentari** tra cui bazar leggero, bazar pesante, cura della persona, cura della casa, e una piccola percentuale di prodotti per la cura degli animali e prodotti tessili. Data la vasta gamma di prodotti, è fondamentale per massimizzare l'efficienza delle risorse, qualunque esse siano.

In questo quadro, il nostro impegno è ottimizzare tempi e risorse intervenendo in modo particolare sui fattori per i quali il nostro impegno può generare **un contributo diretto maggiore**. In linea con il modello di **economia circolare**, oltre ad applicare il **principio della prevenzione** dei rifiuti, ci impegniamo a **estendere il più possibile la vita utile** delle risorse che transitano all'interno dei nostri punti vendita. Lo facciamo attraverso una buona gestione dei prodotti alimentari che **contrasta lo spreco alimentare** e con l'adozione di pratiche circolari per **ottimizzare l'uso delle altre risorse** che utilizziamo per lo svolgimento della nostra attività di vendita. Per ciò che non riusciamo a prevenire, ci assicuriamo che queste risorse abbiano una seconda vita, destinandole ad **attività di riciclaggio e recupero**.



<sup>6</sup> Per calcolare questa categoria di emissioni indirette si utilizzano due metodologie differenti che contemplano le peculiarità specifiche del mercato energetico. Nella metodologia Location based, le emissioni vengono calcolate utilizzando i fattori di emissione medi relativi al mix energetico del Paese in cui è localizzata l'organizzazione; esse seguono linearmente l'andamento del mix energetico e sono calcolate sulla base di un fattore di emissione nazionale. Ne deriva che, se nel corso dell'anno a livello nazionale viene prodotta più energia proveniente da fonti rinnovabili che da fonti fossili, il fattore di emissione sarà più basso e di conseguenza anche le emissioni attribuibili ai consumi energetici dell'azienda che calcola il proprio Scope 2.

<sup>7</sup> Nel metodo Market based si utilizza un fattore che valorizza la possibilità dell'azienda di operare una scelta consapevole sul libero mercato. Le emissioni, in questo caso, sono calcolate a partire da un fattore di emissione chiamato residual mix, specifico sulla base dell'energia rinnovabile utilizzata dall'organizzazione. Ne deriva che, se un'organizzazione sceglie energia rinnovabile al 100%, le emissioni Scope 2 Market based sono nulle.

### 2.2.1 La lotta allo spreco alimentare, un dovere per tutti



SALVATE TRAMITE LA COLLABORAZIONE CON TOO GOOD TO GO, CON CONSEGUENTE **11.140 KG DI CO<sub>2</sub> RISPARMIATA NEL 2023**



SALVATE GRAZIE ALL'INIZIATIVA GIORNI CONTATI NEL 2023



DONATI TRAMITE L'INIZIATIVA OPERA BUONA DI BANCO ALIMENTARE



SALVATO GRAZIE ALLE DONAZIONI DEI PUNTI VENDITA E DEL NOSTRO CENTRO DI DISTRIBUZIONE IN COLLABORAZIONE CON SITICIBO



In un contesto globale in cui decine di milioni di persone non hanno ancora accesso al cibo in quantità e qualità sufficienti ad assicurare una vita dignitosa, come operatori della GDO siamo consapevoli dell'influenza che possiamo esercitare nella **lotta allo spreco alimentare**. Per questo **monitoriamo attentamente** le condizioni dei prodotti esposti nei diversi reparti, favorendo il deflusso di quelli prossimi a scadenza attraverso l'**applicazione di scontistiche** per i clienti e le **donazioni alimentari** agli enti caritativi locali.

Nell'ambito della scontistica si segnala **Giorni Contati**: un'iniziativa che prevede uno **sconto del 40%** su prodotti prossimi alla scadenza ma ancora in perfette condizioni, incentivando i clienti ad acquistarli e consumarli prima che diventino invendibili. Attraverso una comunicazione chiara e trasparente, informiamo i clienti sulle offerte disponibili, rendendo più conveniente e attraente l'acquisto di questi prodotti. L'iniziativa è presente in tutti i punti vendita della rete Dimar e nel 2023 ha registrato un totale di **2.250.000 confezioni salvate** grazie alla collaborazione dei nostri clienti.

In parallelo, aderiamo a **Too Good To Go**, una piattaforma che combatte lo spreco alimentare, che ci consente di raggiungere un pubblico più ampio, aumentando le possibilità di salvare gli alimenti in scadenza. Too Good To Go connette direttamente i consumatori con le nostre eccedenze alimentari offrendo le sue **Magic Box**, confezioni che contengono diversi prodotti freschi e di qualità, che altrimenti verrebbero sprecate. L'iniziativa è **presente in 13 punti vendita ad insegna Mercatò** situati nella **provincia di Torino**. Nel 2023 abbiamo registrato **4.456 Magic Box salvate** e vendute ai nostri clienti, con un conseguente **risparmio di 11.140 kg di CO<sub>2</sub>**, che corrisponde alle emissioni che sarebbero state emesse se queste risorse fossero rimaste invendute, diventando rifiuto.

Oltre a queste iniziative, che coinvolgono direttamente il cliente nell'adozione di comportamenti d'acquisto più responsabili e consapevoli, collaboriamo attivamente con la **Fondazione Banco Alimentare** per trasformare il surplus alimentare in una risorsa preziosa da destinare alle persone più bisognose. Aderiamo in particolare al progetto **Opera Buona**, che nasce con l'obiettivo di **donare agli enti caritativi** prodotti prossimi alla scadenza, evitando che questi diventino rifiuti e creando al contempo valore sociale. Grazie alla collaborazione della Fondazione, che coordina l'attività di distribuzione coinvolgendo i diversi enti caritativi del territorio, siamo in grado di raggiungere a livello locale una molteplicità di famiglie situate in Piemonte e in Liguria. Per la precisione, nel 2023 abbiamo registrato **126.405 kg di beni alimentari donati**.

Aderiamo inoltre a **Siticibo**, programma di Banco Alimentare che dal 2003 consente di recuperare eccedenze di cibo cucinato e fresco, destinandole alle fasce più fragili della popolazione. Nel 2023 abbiamo registrato **318.035 kg<sup>8</sup> di cibo salvato** grazie alle donazioni non solo da parte dei punti vendita diretti, ma anche del nostro centro di distribuzione.

<sup>8</sup> In dettaglio, nell'ambito del programma SITICIBO sono stato donati circa 276.910 kg di cibo da parte dei punti vendita e 38.125 kg da parte del centro di distribuzione.

## 2.2.2 Un uso responsabile dei materiali



Il nostro impegno per promuovere un uso responsabile delle risorse riguarda anche i materiali che utilizziamo direttamente nelle attività di vendita. Allo **scontrino digitale**, che evita l'utilizzo di carta e facilita la fruizione da parte del cliente, che può richiederlo direttamente sull'app MyMercatò (si veda capitolo 3 "Temi sociali", paragrafo 3.3 "S4. Consumatori e utilizzatori finali", sotto-paragrafo 3.3.1 "Il nostro impegno per la soddisfazione dei clienti"), nel 2023 abbiamo affiancato altre iniziative circolari quali **riutilizzo di pallet di legno** attraverso il pallet pooling e l'utilizzo di materiali riciclabili all'interno delle attività di confezionamento dei freschi nei nostri reparti.

Grazie al **pallet pooling** (detto anche noleggio dei pallet), siamo in grado di riutilizzare i bancali di legno impiegati nel trasporto delle merci dal fornitore ai nostri centri di distribuzione e ai punti vendita, che in precedenza erano smaltiti subito dopo il primo utilizzo. Al contrario, il pallet pooling è un sistema logistico in cui le aziende **condividono l'uso di pallet standardizzati**. Invece di acquistare e smaltire i pallet di legno, in Dimar nolegghiamo i pallet da un fornitore che li gestisce a livello centralizzato, occupandosi della fornitura e recupero dei pallet, nonché dell'eventuale manutenzione e riparazione. Questo sistema migliora **l'efficienza della catena di approvvigionamento**, riducendo gli sprechi e l'impatto ambientale che deriva dall'eccessivo ricorso all'utilizzo del legno per la produzione dei pallet stessi.

Nel 2023, proprio grazie a questa pratica circolare, siamo riusciti a salvare **258 alberi** dal disboscamento e al risparmio di **289.002 kg di CO<sub>2</sub>**.

Riguardo all'utilizzo i materiali nei reparti, sia per i sacchetti dell'ortofrutta sia per il confezionamento dei pre-incarti prediligiamo **carta certificata FSC**, proveniente da foreste gestite in maniera responsabile e riciclabile al 100%. Allo stesso modo, utilizziamo **plastica riciclabile al 100%** per il confezionamento degli imballaggi di reparto in plastica.

## 2.2.3 Una gestione attenta degli scarti e dei rifiuti



In Dimar crediamo fermamente che **ogni risorsa abbia un valore intrinseco** e debba essere utilizzata al meglio delle sue possibilità. Per questo, ci impegniamo nel favorire attività di recupero e riciclaggio delle risorse che residuano dalle nostre operazioni.

In tema di **risorse alimentari**, nel 2023 è proseguito nel reparto panetteria il progetto **Recupero Pane** che, in un'ottica di **simbiosi industriale**, prevede di destinare il pane invenduto a fine giornata a un'impresa che produce mangimi per la zootecnica. La simbiosi industriale è un approccio innovativo e collaborativo alla gestione delle risorse, in cui i sottoprodotti, scarti o altre risorse non più utilizzabili da un'azienda diventano materiali per altre aziende, anche di

settori diversi, promuovendo un'economia più circolare con meno rifiuti ed emissioni. Grazie alla collaborazione con **Dalma Mangimi**, nel 2023 abbiamo recuperato **234.110 kg di pane invenduto, trasformato in mangimi** per l'alimentazione degli animali.

Riguardo ai **materiali**, nel 2023 abbiamo ridotto le quantità di rifiuti da imballaggio, che rappresentano una parte significativa dei nostri rifiuti. Nel dettaglio, abbiamo ridotto di circa il **10% i rifiuti da imballaggi in plastica** e di circa il **9% dei rifiuti da imballaggio in carta**. Grazie al riutilizzo dei pallet in legno con il pooling, abbiamo inoltre evitato la produzione di **27.105 kg di rifiuti in legno**.

| RIFIUTI <sup>9</sup> | u.m. | 2022      | 2023      | Δ 2023-2022 |
|----------------------|------|-----------|-----------|-------------|
| Cartone              | Kg   | 9.431.780 | 8.545.940 | -9,39%      |
| Plastica             | Kg   | 783.056   | 716.226   | -8,53%      |

Per incentivare le **azioni di riciclaggio post-consumo da parte dei nostri clienti**, abbiamo infine **ampliato da 10 a 12** i punti vendita aderenti al **progetto SUPERMARPET**, volto a incentivare la raccolta di bottiglie vuote in PET in vista del riciclaggio post-consumo. Proposto dal consorzio **CoriPet**, il progetto è attualmente è attivo nei punti vendita di maggiori dimensioni a

**Cuneo e Torino** e ha previsto l'installazione di eco-compattatori nei supermercati aderenti. Per ogni azione di riciclaggio, noi di Dimar riconosciamo al cliente **punti elettronici convertibili in buoni sconto**, con relativo accredito sulla tessera elettronica. Al raggiungimento di 250 punti sono corrisposti 3 euro di sconto al cliente sulla spesa effettuata nei punti vendita Dimar.

<sup>9</sup> I rifiuti che Dimar riesce a mappare in modo puntuale sono relativi solo a carta e plastica. L'organico e l'indifferenziato, infatti, sono gestiti attraverso gli operatori di raccolta differenziata comunale, rendendo attualmente impossibile la disponibilità dei dati.



**3** Temi  
**SOCIALI**



IL TEAM IN NUMERI

**4.317**  
DIPENDENTI  
ASSUNTI  
AL 31.12.2023

**77,11%**  
DONNE

**22,89%**  
UOMINI

**90,36%**  
DIPENDENTI  
ASSUNTI A TEMPO  
INDETERMINATO  
AL 31.12.2023

**41**  
ANNI L'ETÀ MEDIA  
DEI NOSTRI  
DIPENDENTI

**544**  
NUOVI DIPENDENTI  
ASSUNTI  
NEL 2023

## 3.1 ESRS S1: FORZA LAVORO PROPRIA

### 3.1.1 La nostra squadra

In Dimar, il nostro successo è strettamente legato al valore e all'impegno delle persone che fanno parte della nostra organizzazione. Il capitale umano è il motore che ci permette di innovare, crescere e rispondere efficacemente alle esigenze dei nostri clienti.

Al 31 dicembre 2023, contiamo **4.317 dipendenti**, di cui il **77,11%** è rappresentato da donne e il **22,89%** da uomini. Testimonia il nostro impegno verso l'empowerment delle donne la composizione per genere dell'organico aziendale, che vede una prevalenza femminile. A dimostrazione dell'impegno a promuovere con le nostre persone relazioni di fiducia a lungo termine, dei 4.317 dipendenti, solo 416 risultano assunti a tempo determinato, mentre gli altri **3.901** sono a tempo indeterminato, raggiungendo una quota di oltre il **90%** della popolazione aziendale.

Una presenza femminile così rilevante comporta un'incidenza elevata di dipendenti con un **contratto part-time (69,10%)** rispetto al **tempo pieno (30,90%)**: l'89,21% dei dipendenti con questa tipologia di contratto è infatti costituito da donne che scelgono questa opzione per **favorire la conciliazione famiglia-lavoro**.

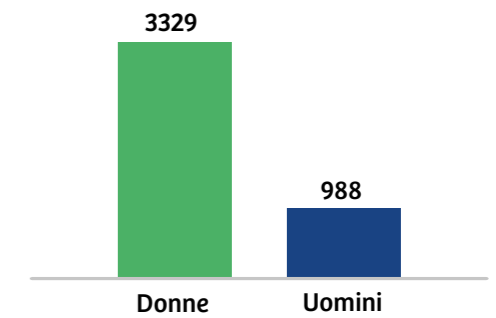
In accordo con la tipologia di attività che svolgiamo, la maggioranza dei dipendenti appartiene alla categoria degli **impiegati**, che rappresentano il **96,39%** della popolazione aziendale. La parte restante è costituita da **operai**, che comprendono gli addetti al magazzino, movimentazione merci e servizi di pulizia (3,08%), e dalle **funzioni manageriali**, con 19 dipendenti impiegati nel livello quadro (0,44%) e 4 dirigenti (0,09%).

Per quanto riguarda la composizione per età, la nostra popolazione aziendale si caratterizza per **un'età media di 41 anni**, registrando una maggiore presenza di lavoratori nel segmento **dai 30 ai 50 anni (61,87%)**, seguita dagli **over 50 (23,70%)** e dagli **under 30 (14,43%)**. Una composizione che riflette la nostra ricerca di un bilanciamento tra esperienza e competenze acquisite, da un lato, e opportunità di inserimento per le risorse più giovani.

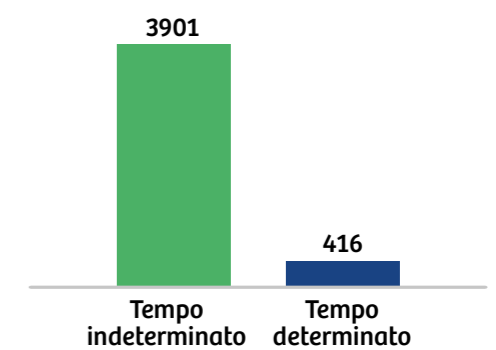
In linea con le medie di settore, nel 2023 abbiamo registrato un **tasso di turnover complessivo** pari al **33,22%**, composto per il **17,30%** dal turnover **in entrata** e per il **15,91%** **in uscita**: le assunzioni prevalgono rispetto alle cessazioni, a conferma del valore che attribuiamo alle risorse umane, non solo preservando l'occupazione, ma anche **incrementandola quando possibile**. In particolare, nel 2023 sono stati assunti **544 dipendenti**, il 56,66% dei quali appartiene alla **categoria under 30** con l'obiettivo di valorizzare giovani talenti, mentre sono state registrate 687 cessazioni.

Oltre al prezioso lavoro dei nostri dipendenti, collaboriamo con 142 lavoratori esterni attraverso contratti di lavoro somministrati (52) e **contratti di stage** (90). Il ricorso a lavoratori somministrati è principalmente connesso alle stagionalità del nostro settore, che può richiedere apporti di manodopera molto variabili in diversi periodi dell'anno e rappresenta comunque una quota limitata rispetto ai lavoratori assunti.

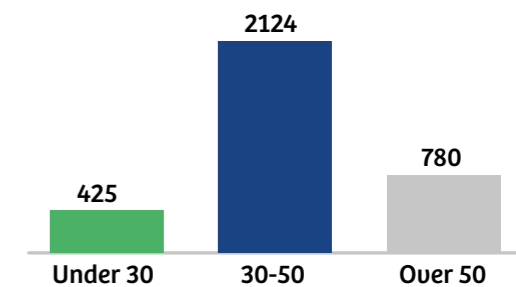
### Dipendenti di Dimar suddivisi per genere al 31 dicembre 2023



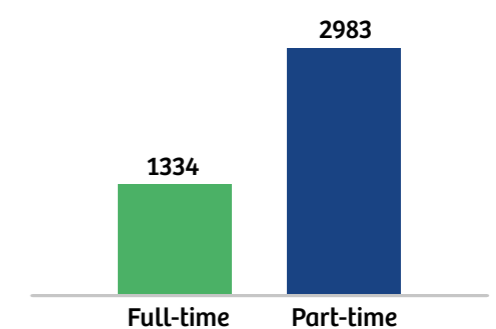
### Dipendenti di Dimar suddivisi per contratto di lavoro al 31 dicembre 2023



### Dipendenti di Dimar suddivisi per fascia d'età al 31 dicembre 2023



### Dipendenti di Dimar per tipologia di contratto di lavoro al 31 dicembre 2023



Per un maggiore dettaglio degli indicatori riguardanti i temi materiali attinenti ai dipendenti e ai collaboratori della nostra azienda, si rimanda alle tabelle presenti in Appendice.

### 3.1.2 Il benessere che genera benessere

Per noi di Dimar, sostenibilità significa anche valorizzare le persone attraverso **l'inclusione, la promozione delle competenze, la creazione di un ambiente di lavoro positivo** e la tutela dei bisogni individuali, di **salute** e anche di **benessere**. Siamo consapevoli che il **benessere dei lavoratori**, oltre a essere un valore di per sé, rappresenta uno degli elementi chiave per **il successo e la sostenibilità a lungo termine** di qualsiasi organizzazione.

Ci impegniamo quindi a garantire ai nostri dipendenti un luogo di lavoro in cui la **salute fisica**, il **benessere mentale** e la **soddisfazione** lavorativa siano sempre centrali, cercando di garantire un equilibrio sano tra vita professionale e personale. Per noi, promuovere il benessere dei lavoratori significa innanzitutto contribuire a creare un **ambiente di lavoro sano e positivo**, dove i nostri dipendenti possano sentirsi sicuri, apprezzati, e supportati.

Ognuno di questi aspetti genera benefici sulle persone, sia come individui sia come 'cittadini aziendali' della nostra organizzazione, creando un circolo virtuoso di valore continuo.

Vogliamo in questo modo portare il nostro contributo a un'evoluzione positiva del nostro settore e di tutto il sistema delle imprese: impegnarsi a garantire condizioni di lavoro dignitose, infatti, porta le aziende non solo a migliorare la qualità della vita dei propri dipendenti, ma a generare il **benessere delle comunità** in cui esse stesse operano: un impatto positivo che si estende oltre le mura aziendali, favorendo **una società più equa e sostenibile**.

## OCCUPAZIONE SICURA E FLESSIBILE

Per promuovere la soddisfazione dei lavoratori, in Dimar abbiamo cura di garantire anzitutto **un'occupazione stabile** attraverso i contratti a tempo determinato. Una strategia che riflette il nostro impegno a garantire ai dipendenti una maggiore sicurezza lavorativa.

I contratti a tempo indeterminato, infatti, non solo garantiscono ai lavoratori **maggiore sicurezza economica**, ma contribuiscono a creare un ambiente di lavoro più coeso e produttivo, favorendo la fidelizzazione del personale e la continuità aziendale.

Nella stessa ottica, i livelli retributivi applicati ai contratti di lavoro sono pienamente conformi a quanto previsto dalla contrattazione nazionale della Distribuzione Moderna Organizzata (DMO). Questo garantisce che i nostri dipendenti ricevano **una retribuzione equa e adeguata** alle loro mansioni. Evidenziando il nostro impegno a **riconoscere e premiare il valore** dei dipendenti, in alcuni casi i livelli di contrattazione collettiva vengono migliorati, grazie a negoziazioni separate che valorizzano ulteriormente **le competenze e l'impegno** dei dipendenti e contribuiscono a mantenere elevata la motivazione e la soddisfazione.

Applichiamo lo stesso approccio anche alle imprese che fanno parte della nostra **catena del valore**, in particolare ai **fornitori diretti** ai quali, in presenza di un contratto, richiediamo l'applicazione delle condizioni previste dalla contrattazione collettiva nazionale del lavoro (CCNL). Con il fine di salvaguardare tutti i diritti inerenti al lavoro, ai nostri fornitori diretti richiediamo in particolare che nei contratti con i loro dipendenti sia applicato il CCNL di riferimento dell'attività appaltata, oltre alla **clausola sociale di solidarietà**, con particolare attenzione al **mantenimento dell'occupazione**.

Con cadenza biennale, supportiamo inoltre i nostri fornitori diretti nella definizione di contratti integrativi di secondo livello e nell'incentivazione al lavoro full-time.

Sempre per promuovere il benessere delle nostre persone attraverso le condizioni lavorative, ci impegniamo anche a garantire una maggiore **flessibilità del lavoro**. Lo facciamo attraverso la **flessibilità oraria**, con particolare attenzione a offrire **orari agevolati per le madri** che lavorano negli uffici della sede centrale, e con l'inserimento in sede contrattuale della **clausola di elasticità di orario** per coloro che lavorano con orario part-time.

La prevalenza femminile e la percentuale molto elevata di dipendenti part-time all'interno dell'organico aziendale, ci consentono di compiere importanti passi verso il supporto alla **conciliazione tra vita lavorativa e familiare**, permettendo alle nostre dipendenti e ai nostri dipendenti di adattare il proprio impegno lavorativo alle esigenze personali e familiari.

*A riprova dell'efficacia delle misure adottate, nel 2023 non è stato segnalato alcun caso in materia di violazione dei diritti umani.*

## IL NOSTRO DIALOGO CONTINUO E TRASPARENTE

Per facilitare un **dialogo aperto e continuo**, in Dimar siamo costantemente impegnati nel supporto ai dipendenti, offrendo **ascolto attento e comunicazioni chiare e tempestive**. Le nostre persone sanno di poter contare su punti di riferimento affidabili in caso di necessità: possono consultare in qualsiasi momento l'ufficio Risorse Umane attraverso i canali a disposizione, quali **l'e-mail aziendale e l'intranet aziendale**, oltre ai canali informali che ciascun dipendente può utilizzare in qualsiasi momento. La presenza di **un ufficio HR centralizzato** favorisce inoltre un costante supporto e disponibilità all'ascolto, anche tramite aggiornamenti tempestivi via e-mail. Il dialogo aperto e continuo con i lavoratori si estende anche all'ascolto e comprensione delle problematiche personali, in un'ottica di soddisfazione e di equilibrio vita-lavoro.

In conformità alla normativa europea, recepita in Italia dal D.lgs. 24/2023, nel 2023 ci siamo inoltre dotati del **canale di whistleblowing** (si veda capitolo 4 "Temi di governance", paragrafo 4.1 "Condotta delle imprese", sotto-paragrafo 4.1.1. "Condotta responsabile: una questione di strumenti efficaci"). Per **whistleblowing** si intende una procedura che consente di segnalare eventuali irregolarità o illeciti nell'ambiente di lavoro **nella massima riservatezza e con garanzia di anonimato**, facilitando segnalazioni che, in caso contrario, potrebbero non emergere per timore di ritorsioni. Il sistema che abbiamo adottato consente a chiunque abbia un rapporto di lavoro con Dimar, dipendente e non, di effettuare una segnalazione attraverso la piattaforma indipendente presente nella sezione dedicata del sito aziendale (<https://www.dimar.it/>).

Sempre nel 2023, in vista dell'introduzione di questo nuovo canale, abbiamo previsto la diffusione di una breve **pillola informativa** per divulgare al nostro interno l'iter operativo della segnalazione. La pillola è stata pubblicata sull'intranet aziendale, nella sezione dedicata alla documentazione amministrativa, mentre l'attivazione della piattaforma e la relativa documentazione è stata comunicata attraverso l'invio di una mail ai singoli dipendenti.

In Dimar, ci impegniamo inoltre per un dialogo che sia trasparente all'interno dell'organizzazione. Per questo, curiamo una **newsletter trimestrale** rivolta a tutti i collaboratori, per favorire la conoscenza delle iniziative e dei progetti rivolti a tutti i dipendenti e ogni anno diffondiamo il nostro **Rapporto annuale** che riassume i principali risultati e le attività che abbiamo implementato durante l'anno con riferimento ai temi di sostenibilità sociale e ambientale.

Per alcune specifiche categorie di lavoratori, responsabili dell'attività di vendita, è previsto un ulteriore incontro annuale dove vengono condivisi dati di mercato, informazioni

sull'andamento dell'azienda e su tutti i nuovi progetti.

Noi di Dimar crediamo che **condivisione e coinvolgimento** siano la chiave per instaurare un dialogo continuo e trasparente: per questo promuoviamo la partecipazione alle decisioni d'impresa con strumenti come il **sondaggio** condotto per la scelta dell'ente a cui destinare la donazione natalizia che effettuiamo ogni anno.

Anche in questo campo, il nostro impegno non si esaurisce nel perimetro interno dell'organizzazione; ci attiviamo per mantenere un dialogo costante, il più possibile proficuo e trasparente, con **tutte le figure lungo la catena del valore**, responsabilizzando attività, capacità e attitudini personali delle figure di gestione e controllo. In particolare, ci interfacciamo con le figure responsabili delle attività all'interno della nostra catena del valore per coordinare ed eseguire le attività operative, e per risolvere problematiche o eventuali segnalazioni di danni a beni e strutture, che possono rappresentare una fonte di rischio per la salute e sicurezza dei lavoratori.

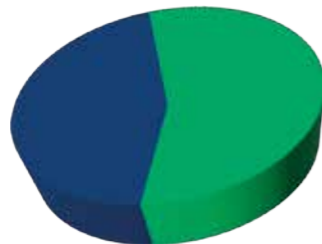
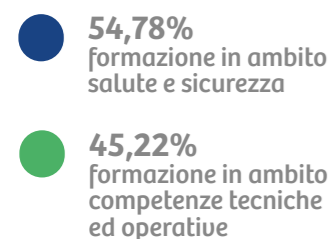
### 3.1.3 Investire nelle persone

*"Dimar si impegna a **valorizzare le capacità e le competenze** di ciascuna persona all'interno dell'organizzazione, mettendo a disposizione gli stessi idonei strumenti di formazione, aggiornamento e crescita professionale" da Codice Etico aziendale*

Nella nostra azienda consideriamo strategico **l'investimento in formazione** e, da diversi anni, applichiamo un approccio multidisciplinare. Un percorso proseguito in questa direzione anche nel 2023, con una proposta formativa che integra hard skill e soft skill avvalendosi anche di metodologie avanzate come le neuroscienze e il coaching.

Le iniziative che promuoviamo spaziano dalla conoscenza delle regole per la prevenzione di incidenti sul luogo di lavoro, allo sviluppo dei giovani talenti, arrivando all'aggiornamento delle competenze dei dipendenti.

#### Distribuzione ore medie di formazione erogate nel 2023



Nel 2023 sono state erogate **15.356 ore di formazione**, per un numero totale di 1.576 dipendenti formati. Il **96,89%** è rappresentato dalla categoria degli **impiegati**, compresi quelli all'interno dei nostri punti vendita. La formazione erogata nell'anno si è focalizzata su tematiche di particolare rilevanza per la parte operativa, soprattutto rispetto al tema della salute e sicurezza per il **54,78%** delle ore erogate (per un totale di **8.411 ore**) e delle competenze tecniche ed operative per il restante **45,22%** (per un totale di **6.945**).

Per quanto riguarda il tema della **salute e sicurezza**, i corsi di formazione sono erogati anche ai lavoratori esterni che prestano attività presso Dimar e ai lavoratori impiegati dai nostri fornitori, secondo quanto previsto dalla normativa di legge.

Inoltre, in Dimar ci avvaliamo di un processo di valutazione delle competenze e dello sviluppo professionale. Nel 2023, il processo ha interessato **la totalità dei dirigenti (100%) e dei quadri (100%)**, oltre a una limitata percentuale degli impiegati (8,10%).

Dimar partecipa alla proposta formativa della Centrale Selex

*In continuità con gli anni precedenti, nel 2023 Dimar ha partecipato all'iniziativa di formazione di Selex GC S.p.A., di cui fa parte. La Centrale Selex coordina importanti attività formative per tutte le sue associate, organizzando specifici seminari e giornate di studio.*

*Con cadenza annuale, vengono erogati seminari di aggiornamento, tra i quali specifiche giornate dedicate al tema della responsabilità d'impresa, che mirano a rafforzare le competenze e le abilità tecniche necessarie per cogliere le nuove sfide presentate da un settore in continua evoluzione come la Distribuzione Organizzata, caratterizzata da dinamismo e competitività.*

*Nello specifico, le giornate RSI organizzate nel 2023 dalla Centrale Selex hanno rivolto particolare attenzione al cambiamento climatico, anche in relazione agli scenari e ai futuri obblighi normativi e imposti dalla normativa CSRD.*

### 3.1.4 Inclusione e pari opportunità



In Dimar siamo fermamente convinti che la diversità sia una fonte di innovazione e di arricchimento. Promuoviamo **l'inclusione** e le **pari opportunità**, assicurando che ogni individuo abbia le stesse **possibilità di crescita**, indipendentemente dalle caratteristiche personali.

Il nostro impegno nel garantire pari opportunità per tutti, con particolare attenzione per l'empowerment delle donne, si esprime in un organico a prevalenza femminile, con **circa il 77%** di dipendenti donne. In particolare, sono donne il **77,75%** delle impiegate e il **67,67%** delle lavoratrici impegnate in attività ausiliarie, quale la pulizia dei punti vendita. Al momento non è presente alcuna posizione dirigenziale al femminile, ma è costituito da donne il **21,05%** del livello quadri, mentre nella composizione del Consiglio di amministrazione il 50% delle consigliere è donna (si veda capitolo 1 "Informazioni generali", paragrafo 1.3 "Una governance solida e trasparente", sotto-paragrafo 1.3.1 "Gli Organi di Amministrazione, Direzione e Controllo").

*"Dimar vieta qualsiasi forma di discriminazione, diretta o indiretta, in ragione del genere, della lingua, dell'etnia, dell'orientamento sessuale, della religione, delle opinioni politiche e delle condizioni personali e sociali" da Codice Etico aziendale.*

Il nostro impegno a garantire le pari opportunità tra uomini e donne si esprime anche nei livelli di retribuzione, che non presentano sostanziali discrepanze e, anzi, su base fissa risultano essere leggermente superiori per le donne, come riflesso delle mansioni svolte da queste ultime. Grazie a questo in Dimar il **gender pay gap** (per approfondimenti, si veda il box "Cos'è il Gender Pay Gap") calcolato sulla retribuzione contrattuale è positivo, complessivamente pari al **10,56%**. Quest'ultimo aumenta al 15,62% per le posizioni impiegate e al 20,48% per le posizioni quadro. Il medesimo andamento si può ritrovare anche calcolando il gender pay gap sulla retribuzione complessiva del dipendente (fisso e variabile).

## Cos'è il Gender Pay Gap

Il Gender Pay Gap è una misura che quantifica la differenza di retribuzione tra uomini e donne, espressa come percentuale del divario tra il salario medio degli uomini e quello delle donne. Questo indicatore è cruciale poiché mette in luce eventuali disparità salariali di genere, permettendo alle aziende di adottare misure correttive per promuovere l'uguaglianza. Il Gender Pay Gap rappresenta un passo essenziale per garantire trasparenza e equità nelle retribuzioni, assicurando che tutti i dipendenti ricevano un riconoscimento giusto e basato sul merito delle loro competenze e sul loro contributo professionale.

Promuoviamo un ambiente inclusivo anche **attraverso l'inserimento di persone che vivono situazioni di difficoltà e vulnerabilità**, con l'obiettivo di offrire loro un supporto che le aiuti a preservare la propria dignità. Nel 2023 è proseguito il progetto intrapreso da Dimar per **l'inserimento delle donne vittime di violenza, disabili e persone immigrate**, al fine di sostenerle verso una propria autonomia. Ogni inserimento è studiato su misura, grazie al supporto di centri e consorzi specializzati in attività di tutoraggio, con cui collaboriamo.

Per coltivare un ambiente che accolga tutte le persone, eroghiamo infine attività di **formazione specifica sui temi della Diversity & Inclusion**, in una logica di diffusione dei principi di uguaglianza e di contrasto alle discriminazioni di qualsiasi tipo.

Il percorso di inclusione presente in Dimar non si esaurisce nella fase di assunzione, ma prosegue in una logica di **accompagnamento e supporto costante**. A sostegno dei nostri collaboratori, nel 2023 è proseguita l'attività dello **sportello interculturale** per il supporto e la gestione delle pratiche previdenziali e assistenziali di coloro che per ragioni di lingua, competenze o di tempo non riescono a gestirsi autonomamente. Solo nel 2023, **40 persone** hanno usufruito dei servizi erogati dal nostro sportello interculturale.

Lo sportello è attivo presso il Cedis Dimar di Via San Rocco, a Roreto di Cherasco. L'attività di supporto è ampia e comprende **l'assistenza previdenziale** (come la gestione delle pratiche assegni familiari o delle pratiche presentate all'INPS), **l'assistenza fiscale** (come la guida alla presentazione del modello ISEE e la gestione delle pratiche per le detrazioni Irpef per famigliari a carico) e quella **economica** (come la gestione della presa in carico di un familiare trasferito in Italia, l'assistenza per l'utilizzo del fondo sanitario e per l'ottenimento dei bonus elargiti dall'INPS, tra cui l'AUU - Assegno Unico Universale, o il Bonus Nido).

## 3.1.5 La salute e sicurezza per Dimar

*"Dimar riconosce i principi di tutela della persona e della salute e sicurezza sul luogo di lavoro nel perseguimento della Mission Aziendale"* da Codice Etico aziendale.

In Dimar avere cura delle persone significa anche, e soprattutto, garantire un ambiente di lavoro sicuro. La nostra operatività è infatti caratterizzata da **numerose attività** fisiche, che spaziano dalla movimentazione di carichi pesanti alla gestione di macchinari taglienti. Implementare rigorose misure di sicurezza aiuta a prevenire infortuni e incidenti sul lavoro, proteggendo i dipendenti da rischi fisici. Per questo, disponiamo di **un sistema di gestione della sicurezza sul Lavoro** che copre il 100% dei lavoratori per il quale monitoriamo ciclicamente i rischi e forniamo una formazione periodica.

A presidio delle tematiche di salute e sicurezza, esattamente come stabilito dalla normativa vigente, la Direzione aziendale ha provveduto a nominare un Medico competente per i suoi dipendenti e un RSPP (Responsabile Servizio di Protezione e Prevenzione). Inoltre, i lavoratori ed i sindacati hanno identificato gli RLS (Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza) di zona o di punto vendita. Tutte le figure sono coordinate dall'Ufficio Sicurezza centralizzato, che gestisce le comunicazioni verso i punti vendita ed organizza formazioni in ambito sicurezza. Le visite mediche sono gestite dall'ufficio personale in collaborazione con la società esterna incaricata per la sorveglianza sanitaria.

Annualmente, come da normativa, la Direzione ed i delegati incontrano il Medico competente, l'RSPP e gli RLS per la riunione annuale al fine di discutere i punti previsti dall'art.35 del d. lgs. 81/08.

Oltre alle azioni di prevenzione, **monitoriamo** attentamente quanto accade nei luoghi di lavoro al fine di aggiornare in maniera continua i nostri processi, anche nel caso in cui emerga un rischio prima non contemplato. A testimonianza dell'efficacia delle procedure adottate, nonostante la pervasività delle attività potenzialmente a rischio, nel 2023 gli infortuni hanno interessato soltanto il **4,45% circa** dell'organico aziendale totale, per un totale di **191 infortuni**.

Di questi, **51 corrispondono a medicazioni e interventi di primo soccorso** mentre **141** corrispondono ad **infortuni non gravi<sup>11</sup>**, riconducibili principalmente ai reparti di lavorazione – in cui sono utilizzate affettatrici manuali o automatiche – e a contusioni, connesse ad operazioni di movimentazione merci che impiegano carichi pesanti.

Nel 2023 **l'indice di frequenza** degli incidenti è stato pari a **32,03** mentre l'indice di gravità è stato pari a **0,58**.

Il nostro impegno in quest'ambito è di ridurre ulteriormente questi indici, tendendo sempre più verso uno scenario di zero infortuni.

<sup>11</sup> Per infortuni non gravi si fa riferimento agli infortuni registrati che richiedono tra le 24 ore e i 180 giorni di recupero. Nel 2023, i giorni medi di recupero ammontano a circa 18 giorni.

## 3.2 ESRS S3: COMUNITÀ INTERESSATE

### 3.2.1 Il nostro impegno sociale

Noi di Dimar crediamo fermamente che le nostre attività comportino una **responsabilità sociale**, perché impegnandoci nelle nostre **operazioni quotidiane** possiamo contribuire a far sì che tutte le persone abbiano accesso alle risorse necessarie per una **vita dignitosa**. Siamo inoltre convinti che, in questo percorso, la comunità locale di cui **ci sentiamo parte integrante** sia il principale destinatario verso cui siamo in grado di identificare meglio le esigenze e sviluppare iniziative più efficaci, rispondendo ai bisogni in modo più puntuale.

Ecco perché abbiamo scelto di avvalerci in particolare della **collaborazione** degli attori del tessuto sociale di cui riconosciamo il forte valore.

La nostra azienda punta a comprendere le necessità delle comunità a cui vogliamo dare un contributo positivo. A questo scopo, mediante incontri ad hoc con l'insegna **Mercatò**, ogni anno coinvolgiamo nelle decisioni aziendali **diversi enti del territorio**: tra questi, associazioni sportive, enti caritativi, istituti scolastici e produttori locali.

Per assicurarci di essere sempre allineati ai reali bisogni della collettività, durante il periodo natalizio coinvolgiamo direttamente anche le **persone di Dimar**, che vivono in prima persona la comunità locale, nelle decisioni sull'allocatione del budget annuale per le donazioni economiche: ogni anno preselezioniamo quattro Onlus presenti sul territorio e le presentiamo ai nostri collaboratori, che esprimono una preferenza. L'importo della donazione a ciascun ente è proporzionale al numero di preferenze espresse. A tutte e quattro le Onlus preselezionate viene comunque destinata una donazione.

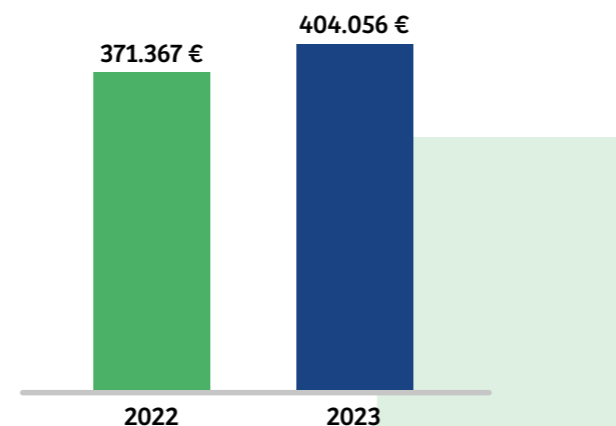
### GARANTIRE L'ACCESSO AL CIBO PER TUTTI

Noi di Dimar siamo consapevoli dell'impatto positivo che, in veste di realtà della distribuzione organizzata, possiamo generare per garantire l'accesso al cibo a tutti attraverso le **donazioni di generi alimentari**. Queste ultime sono essenzialmente di due tipi: quelle effettuate direttamente dai nostri punti vendita, per i prodotti ancora idonei al consumo, e quelle effettuate **dai nostri clienti**, per i quali ci poniamo come **intermediatore nella fase di raccolta** all'interno dei punti vendita.

Grazie a questo confronto, la nostra è una partecipazione attiva che copre ambiti differenti, dalle **donazioni alimentari** per garantire l'accesso al cibo per tutti, alle **sponsorizzazioni** a favore dello sport giovanile per il benessere sociale ed iniziative volte alla **valorizzazione del territorio**, come la promozione dell'**occupazione locale** e la **commercializzazione delle eccellenze territoriali**.

Nel 2023, il nostro impegno per il benessere della comunità locale è proseguito principalmente attraverso donazioni economiche e di beni alimentari, oltre alle sponsorizzazioni sportive per un valore complessivo di **404.056 euro**, in **crescita dell'8% rispetto al 2022**.

#### Valore delle donazioni e delle sponsorizzazioni nel biennio 2022-2023



## LA COLLABORAZIONE CON BANCO ALIMENTARE

Nel 2023 è proseguita la nostra collaborazione con Banco Alimentare, fondazione che dal 1989 è attiva in Italia per contrastare il problema della fame, dell'emarginazione e della povertà, oltre a promuovere la lotta allo spreco alimentare. La collaborazione di Dimar con Banco Alimentare si esprime in diverse attività, quali il progetto **Opera Buona**, la **donazione del Kit Alimentare** e l'**adesione alla Colletta Alimentare Nazionale**.

Il progetto **Opera Buona** è un'iniziativa di solidarietà nata in collaborazione con la **Fondazione Banco Alimentare Onlus**, volta a redistribuire i generi alimentari verso le persone in situazioni disagiate, evitando che i prodotti invenduti si traducano in spreco alimentare, con conseguenze negative sulla società e sull'ambiente. L'iniziativa consiste nella donazione da parte dei nostri punti vendita dei prodotti alimentari non più idonei alla vendita, ma ancora adatti al consumo, come i prodotti prossimi alla scadenza o i prodotti con confezioni integre ma che presentano piccoli difetti. L'iniziativa coinvolge le Onlus territoriali e le Caritas presenti nelle vicinanze dei nostri punti vendita, oltre alla **Fondazione Banco Alimentare Onlus** che coordina l'attività di distribuzione a livello territoriale in Piemonte e in Liguria, contribuendo a ridurre lo spreco alimentare ed a sostenere le persone in difficoltà.

Grazie a questa collaborazione, nel 2023, abbiamo donato **126.405 kg di beni alimentari**.

La collaborazione con Banco Alimentare è poi proseguita con l'iniziativa del **Kit Alimentare**, grazie al quale i clienti hanno avuto la possibilità di donare attraverso i propri punti fedeltà un pacco da **circa 3 kg** di cibo comprendente prodotti secchi (pasta, passata di pomodoro, scatolame, biscotti ecc.).

*Nel 2023, l'iniziativa ha avuto luogo nei punti vendita ad Insegna Mercatò e Maxisconto e ha registrato un totale di **9.770 kit donati** da parte dei clienti.*

Nel 2023, l'iniziativa ha avuto luogo nei punti vendita ad Insegna Mercatò e Maxisconto e ha registrato un totale di **9.770 kit donati** da parte dei clienti.

Infine, nel 2023 abbiamo aderito come ogni anno alla **Giornata Nazionale della Colletta Alimentare**, promossa da **Fondazione Banco Alimentare** insieme alle organizzazioni Banco Alimentare regionali per la raccolta di generi alimentari da destinare alle famiglie bisognose. L'iniziativa ha previsto la presenza nella giornata dedicata di volontari presso in tutti i punti vendita al dettaglio diretto, che si occupano di incentivare i clienti nel donare una parte della propria spesa alle persone in difficoltà.

*Nel 2023, grazie all'adesione a questa iniziativa, Dimar ha contribuito alla donazione di **89.435 kg di beni alimentari** da parte dei clienti.*

Nel 2023, grazie all'adesione a questa iniziativa, Dimar ha contribuito alla donazione di **89.435 kg di beni alimentari** da parte dei clienti.

I risultati che ogni anno raggiungiamo attraverso queste preziose collaborazioni sono condivisi internamente con le persone del nostro team, a partire da quelle che gestiscono direttamente la cessione della merce, nell'ottica di **coinvolgerli sempre più** e infondere uno **spirito proattivo** nella lotta alla fame e allo spreco alimentare.

*Grazie a questa collaborazione, nel 2023, abbiamo donato **126.405 kg di beni alimentari**.*

## FAVORIRE L'EDUCAZIONE ALLA CULTURA E ALLO SPORT

Il benessere della comunità locale passa anche attraverso l'educazione di tutte le persone verso lo sport e la cultura. Per questo sosteniamo le associazioni sportive del territorio (calcio, pallanuoto, basket, atletica), supportando le loro attività a favore di giovani e giovanissimi, e Associazioni culturali e di intrattenimento, per promuovere il valore dell'aggregazione sociale e della vicinanza tra le persone.

Aderiamo inoltre ai progetti proposti dalla Centrale Selex, come **Tutti in campo** e **Tutti per la Scuola**. Il progetto **Tutti in campo** fornisce attrezzature a titolo gratuito alle organizzazioni sportive dilettantistiche del territorio, quali associazioni (ASD) e società (SSD), grazie al coinvolgimento dei clienti dei punti vendita ad insegna Mercatò. Promosso dalle insegne Mercatò e Maxisconto, **Tutti per la Scuola** è volto invece a fornire gratuitamente alle scuole dell'infanzia e primarie materiali didattici e tecnologici. Le forniture sono rese possibili dalle donazioni di punti fedeltà da parte dei clienti, che scelgono le dotazioni da un catalogo di premi dedicato.

*Grazie alla partecipazione attiva dei nostri clienti nel 2023 sono state consegnate **9.000 attrezzature a circa 2.700 associazioni sportive del territorio nell'ambito del progetto Tutti in Campo**, mentre sono stati consegnati **1.370 premi alle scuole del territorio nell'ambito del progetto Tutti per la Scuola**.*

## IL NOSTRO SOSTEGNO ALLA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

In Dimar siamo consapevoli anche di quanto valorizzare il territorio e le sue eccellenze sia una **forma di responsabilità** per un'azienda che ha origini locali come la nostra.

Per questo promuoviamo attività interne ed esterne volte a valorizzare le persone della comunità locale, oltre ai produttori del territorio.

Lo facciamo promuovendo **l'occupazione locale**, attraverso la **collaborazione con enti di formazione, incontri con istituti superiori scolastici** del territorio e la partecipazione come azienda ai **career day nelle università del territorio**. L'obiettivo è instaurare rapporti duraturi che portino a opportunità lavorative in grado di **incentivare il benessere economico del territorio** in cui siamo presenti.

La promozione del benessere economico si esprime anche attraverso la **collaborazione con i produttori locali** per valorizzare le **eccellenze del territorio** attraverso una maggiore commercializzazione nei nostri punti vendita. Grazie a questa collaborazione, non solo riusciamo a destinare una parte della nostra spesa a supporto dell'economia locale, ma ci poniamo come promotore della cultura e tradizione alimentare. Questa volontà è alla base del **Progetto Da Noi a Noi** (si veda capitolo 4 "Temi di governance", paragrafo 4.1 "G.1 Condotta delle imprese", sotto-paragrafo 4.1.2 "I nostri fornitori"), progetto nato per valorizzare le produzioni locali provenienti da **Piemonte e Liguria**, che oggi conta **758 referenze** di prodotti locali, presenti in tutti i punti vendita delle insegne Mercatò.

*Per accrescere il nostro supporto in futuro prevediamo di instaurare rapporti di collaborazione con nuovi fornitori locali, aumentando i prodotti del territorio all'interno del nostro assortimento.*

## 3.3 ESRS S4: CONSUMATORI E UTILIZZATORI FINALI

### 3.3.1 Il nostro impegno per la soddisfazione dei clienti

Ogni cliente che sceglie i nostri punti vendita è importante per noi: sono i clienti che, con ogni loro azione, contribuiscono in modo diretto alla crescita e al successo dell'azienda. Attraverso i loro occhi possiamo comprendere meglio il valore il nostro impatto e migliorare giorno dopo giorno.

Per questo, in Dimar prestiamo grande attenzione ai nostri clienti, assicurandoci di offrire sempre un servizio **conveniente e di qualità** in tutti i punti vendita: l'obiettivo non è solo quello soddisfare le loro aspettative, ma anche quello di cercare di superarci, sempre.

### UN ASCOLTO CONTINUO

Consapevoli dell'importanza del **dialogo continuo con i nostri clienti** e del saper ascoltare e anticipare le loro esigenze, mettiamo a disposizione **canali di contatto** che consentono di comunicarci bisogni e desideri.

È possibile comunicare osservazioni, opinioni o reclami innanzitutto attraverso la **sezione dedicata del sito aziendale** (<https://www.dimar.it>) e anche, in modo ancora più diretto e innovativo, **sull'app MyMercatò** (si veda di seguito per maggiore approfondimento), oltre che in presenza, rivolgendosi al nostro team presente in tutti i punti vendita.

Tutte le comunicazioni o segnalazioni sono gestite al nostro interno. Nel caso del sito, la comunicazione viene ricevuta e gestita direttamente dall'ufficio marketing; nel caso del punto vendita, questa viene prima presa in carico dal responsabile di negozio e, in seguito, riportata al capo area, che collabora con il responsabile per gestire e risolvere qualsiasi problema.

In caso di comportamenti in contrasto con il nostro Codice Etico, ciascun cliente Dimar può inoltre effettuare una segnalazione avvalendosi del **canale whistleblowing presente sul sito aziendale in una sezione dedicata**.

Per rendere ancora più proficuo ed efficace il dialogo con i clienti, valutiamo con un approccio sistematico le **modalità e i risultati** del processo di comunicazione con il cliente. Per le comunicazioni o segnalazioni effettuate in negozio, analizziamo **la relazione redatta dai responsabili di negozio**, mentre per i reclami da sito web o da app valutiamo l'efficienza a partire dalla **durata in giorni** impiegata per completare la pratica e dalla **valutazione che il cliente esprime** in fase di chiusura.

Per analizzare l'efficacia delle nostre attività di ascolto, effettuiamo inoltre ogni anno **un'indagine reputazionale dell'insegna principale Mercatò**. Nel 2023 abbiamo ottenuto un grande risultato che ci ha confermato come il cliente colga appieno l'impegno che poniamo nelle nostre attività: l'insegna si è posizionata nella fascia reputazionale **"più che eccellente"** con un punteggio pari a 90,3 su 100. L'indagine è stata condotta nel mese di dicembre 2023 e ha coinvolto **2.859 clienti Mercatò<sup>12</sup>**, intervistati attraverso **incontri via web**. Le interviste sono condotte con cadenza annuale in modalità strutturata, per misurare e valutare in modo preciso e oggettivo i progressi raggiunti di anno in anno sui KPI predefiniti.

Secondo gli intervistati, il risultato di eccellenza riconosciuto al lavoro svolto da Dimar per l'insegna Mercatò è riconducibile alla **qualità del servizio e dei prodotti offerti**.

<sup>12</sup> Nell'ambito del campione analizzato, sono stati considerati 5 cluster di clienti possessori di Fidelity Card (Clienti Gold, Silver, Bronze, Irregolari e Monovisita) classificati sulla base della frequenza, della spesa media e dai giorni dell'ultimo acquisto.

In particolare, il servizio risulta eccellente grazie alla **piacevolezza e organizzazione dei punti vendita**, riconosciuta anche nella **disponibilità e gentilezza del team di assistenza alla vendita**. Non solo: i clienti hanno premiato anche la convenienza dei prodotti a marca presenti nei reparti freschi, tra cui i prodotti Da noi a noi, i prodotti "Fattoria delle cose buone" e i prodotti a marchio riconducibili a Dimar, oltre che l'ampia varietà e assortimento, in particolare con riferimento al reparto Salumi e Formaggi.

L'indagine reputazionale ha avuto inoltre la finalità di comprendere il posizionamento reputazionale anche rispetto alle principali insegne concorrenti attive nei territori in cui siamo presenti<sup>13</sup>, avvalendoci di un campione di **252 consumatori** situati tra il Piemonte e la Liguria<sup>14</sup>. Anche in questo caso, il risultato ha confermato la spesa nei punti vendita come driver reputazionale per il valore percepito dell'insegna Mercatò, e ha fatto emergere la panetteria e il reparto ortofrutta come ulteriori punti di forza.

### UN SERVIZIO INNOVATIVO E ACCESSIBILE

In Dimar siamo consapevoli che, accanto all'eccellenza di prodotti e servizi, **l'innovazione continua** è l'altra chiave per continuare a soddisfare le esigenze e le aspettative in costante evoluzione dei nostri clienti. In particolare, puntiamo sull'integrazione e **digitalizzazione** come strumento per offrire nuove modalità e opportunità di acquisto rapide, efficaci e ricche di informazioni aggiuntive.



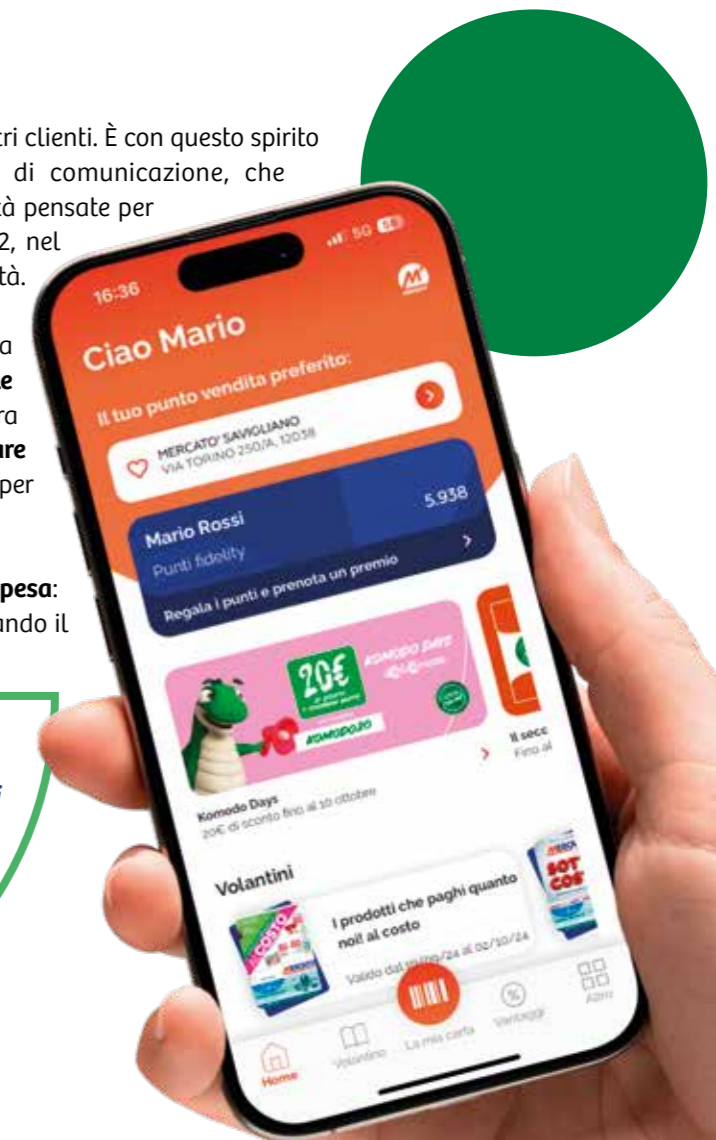
### APP MYMERCATÒ

Il nostro obiettivo è offrire ogni giorno "qualcosa in più" ai nostri clienti. È con questo spirito che proponiamo **l'app MyMercatò**: un nuovo strumento di comunicazione, che mette a disposizione in formato digitale numerose funzionalità pensate per semplificare il momento della spesa. Lanciata a ottobre 2022, nel 2023 l'app è stata consolidata con l'aggiunta di nuove funzionalità.

Tra le altre cose, oggi MyMercatò permette di presentare in cassa **la carta fedeltà in formato digitale** e di **monitorare in tempo reale il saldo punti** con un semplice clic, anche trasferendo su un'altra carta i punti. Dall'app è possibile **consultare il catalogo e prenotare i premi**, oltre alla possibilità di attivare lo **scontrino digitale** per avere sempre a disposizione gli scontrini degli ultimi tre mesi.

Un'apposita sezione è dedicata alla **creazione della lista della spesa**: qui il cliente può organizzare l'inserimento dei prodotti, sfogliando il volantino digitale e godere di vantaggi esclusivi.

*L'efficacia di questa soluzione innovativa è confermata dal riscontro ottenuto tra i nostri clienti: **il 96% degli utenti possessori di una carta fedeltà che hanno scaricato l'app la usa attivamente e, nel 2023 sono stati effettuati ben 125.341 nuovi download.***



### SERVIZIO SPESA&GO

Nella stessa linea si propone il Servizio **Spesa&Go**, che semplifica la fase di acquisto rendendo possibile l'opzione "fai da te": il cliente può effettuare l'autolettura dei codici a barre dei prodotti nel carrello e memorizzarli su un dispositivo, velocizzando la fase di passaggio in cassa. Una volta terminate le operazioni, il cliente può dirigersi direttamente nell'area con le casse automatiche ed effettuare il pagamento in modo comodo e veloce. Il servizio è attivo **in 25 punti vendita<sup>15</sup> ad insegna Mercatò** ed è disponibile per i clienti possessori della carta fedeltà.

*Nel 2023 il **21,62% dei nostri clienti ha scelto di utilizzare il servizio Spesa&Go** nella propria esperienza di acquisto presso i punti vendita ad insegna Mercatò.*



<sup>13</sup> Il benchmark è stato effettuato considerando Conad, Esselunga, Lidl ed Eurospin.

<sup>14</sup> Per la precisione, sono state coinvolte 252 persone provenienti dalla provincia di Imperia, Savona, Alessandria, Asti, Cuneo, Torino e Vercelli.

<sup>15</sup> Il servizio è attivo presso: Mercatò Local Cuneo via S.G.Bosco, Mercatò Local Manta, Mercatò Pianezza, Mercatò Torino via Botticelli, Mercatò Moncalieri, Mercatò Local Caraglio, Mercatò Settimo Torinese, Mercatò Chieri, Mercatò Riuoli, Mercatò Piovasasco, Mercatò Cisano sul Neva, Mercatò Torino via Sant'Ambrogio, Mercatò Extra Saluzzo, Mercatò Extra Alessandria, Mercatò Torino via Filadelfia, Mercatò Torino via Carrera, Mercatò Torino Strada della Pronda, Mercatò Torino via Pasteur, Mercatò Local Albenga, Mercatò Torino corso Brunelleschi, Mercatò Local Vallecrosia, Mercatò Extra Alba, Mercatò Big Cuneo, Mercatò Big Bra e Mercatò Big Alba.

## IL SERVIZIO E-COMMERCE

Inaugurato nel 2018, **CosìComodo** ([www.cosicomodo.it](http://www.cosicomodo.it)) è un portale per la spesa online che aggrega le offerte di varie insegne del Gruppo Selex. Il portale dà la possibilità di ordinare la spesa nella massima semplicità da casa, scegliendo tra una vasta selezione di prodotti, e di ritirarla in maniera facile e rapida nel punto vendita prescelto, grazie a un'opzione "clicca e ritira". In negozio, il personale si occupa di

raccolgere i prodotti e collocarli in un'area dedicata, garantendo un significativo risparmio di tempo per i clienti.

recheranno all'indirizzo indicato in tutta sicurezza.

Già attivo in **5 punti vendita** nei comuni di Torino e Cuneo, dal 2023 il servizio **Mercatò a Casa** è disponibile anche nei punti vendita ad insegna Mercatò Extra situati ad Alessandria ed Alba<sup>17</sup>. **Il servizio copre circa 60 CAP ed è gratuito per i clienti over 65**: una scelta che testimonia la volontà dell'azienda di facilitare ulteriormente la fase d'acquisto per chi possa incontrare difficoltà nel recarsi fisicamente presso i nostri punti vendita. La consegna gratuita è disponibile in tutti i punti vendita dell'insegna Mercatò che effettuano il servizio.

**Nel 2023 il servizio Mercatò Drive è stato utilizzato da 17.938 clienti.**

Per la spesa effettuata online, è inoltre disponibile sia il servizio di ritiro della spesa dal negozio con **Mercatò Drive**, sia il servizio di consegna a domicilio **Mercatò a Casa**.

Ritirando la spesa già preparata, **Mercatò Drive** rende più semplice la modalità di acquisto in negozio per chi la preferisce alla consegna a casa ma ha poco tempo, una mobilità ridotta, o semplicemente vuole evitare i luoghi affollati. Una volta effettuata la spesa online, il cliente può selezionare il

punto vendita e la fascia oraria. Inizialmente attivo in **16 punti vendita**<sup>16</sup>, nel 2023 il servizio è stato esteso al punto vendita Mercatò Extra di Alba (CN), raggiungendo complessivamente una **copertura su 17 punti vendita**.

Nel 2023 il servizio Mercatò Drive è stato utilizzato da 17.938 clienti.

**Mercatò a Casa** è un servizio di consegna della spesa a domicilio che rappresenta una soluzione ideale per le persone con mobilità ridotta, anziani, famiglie con bambini piccoli o chiunque desideri risparmiare tempo. Tra i numerosi vantaggi, la comodità di fare acquisti senza doversi spostare, la possibilità di pianificare la consegna in base ai propri impegni e la sicurezza di ricevere i prodotti direttamente a casa. Una volta completato l'ordine sulla piattaforma online **CosìComodo.it**, il cliente procede al checkout, dove è chiamato a scegliere una fascia oraria per la consegna. In seguito, la consegna sarà presa in carico dai nostri corrieri, che si

**Nel 2023 5.639 clienti hanno scelto il servizio Mercatò a Casa, tra i quali 950 clienti over 65 hanno potuto usufruire della consegna gratuita.**



## UN'OFFERTA SEMPRE PIÙ ATTENTA

In Dimar, l'attenzione per accrescere la soddisfazione del cliente si concretizza in scelte volte a garantire che i consumatori possano acquistare **prodotti di qualità a prezzi accessibili**, con una particolare attenzione ai **prodotti del territorio** che ci consente anche di **sostenere le economie locali**.

### PRODOTTI DELLA FILIERA "DA NOI A NOI"

Con oltre **600 prodotti locali** presenti nei punti vendita delle insegne Mercatò, i prodotti identificati con il marchio **Da Noi a Noi** rientrano all'interno di un progetto che Dimar porta avanti con orgoglio nella **valorizzazione dei produttori locali, della loro offerta e delle loro storie**.

La nostra vocazione ai prodotti del territorio è dettata dalla consapevolezza di conoscere a fondo i produttori locali e, di conseguenza, la storia di ogni prodotto, i luoghi di provenienza e i metodi di produzione, facendo particolare attenzione alle **eccellenze**. Con **Da Noi a Noi** ci poniamo l'obiettivo di garantire ai clienti **prodotti di qualità**, provenienti dal territorio circostante, del Piemonte o della Liguria, oltre a incentivare un mercato ecosostenibile e ridurre l'impatto ambientale dei trasporti, certificando produzioni e prodotti (per ulteriori informazioni si veda il Capitolo 4 "Temi di Governance", il sotto-paragrafo 4.1.2 "I nostri fornitori", in particolare la sezione "Da Noi a Noi: un marchio per una filiera sostenibile di qualità").



<sup>16</sup> Il servizio è attivo presso: Mercatò Pianezza via Pieve S.S.24, Mercatò Asti via Bra, Mercatò Savigliano via Torino, Mercatò Settimo Torinese, Mercatò Riuoli corso IV Novembre, Mercatò Torino via Sant'Ambragio, Mercatò Fossano via Ceresolia, Mercatò Cervasca via Monte Chersogno, Mercatò Cisano sul Neva via Benassea, Mercatò Torino via Virginia Angela Borrino, Mercatò Piossasco, Mercatò Big Bra via Don Orione, Mercatò Big Alba corso Canale, Mercatò Big Cuneo via G.Martino, Mercatò Extra Alessandria via Vecchia Torino e Mercatò Extra Saluzzo via Lattanzi. Nel 2023 il servizio è stato esteso al punto vendita Mercatò Extra di Alba (CN).

<sup>17</sup> Il servizio è attivo presso: Mercatò Torino via Sant'Ambragio, Mercatò Cervasca via Monte Chersogno, Mercatò Torino via Virginia Angela Borrino, Mercatò Extra Alessandria via Vecchia Torino e Mercatò Extra Alba corso Europa.

## I NOSTRI PRODOTTI A MARCHIO PRIVATO: LA FATTORIA DELLE COSE BUONE

Queste linee rientrano nella strategia Mercatò volta a offrire **prodotti esclusivi**, dedicati a chi intende **sperimentare il gusto della tradizione**: marchi speciali che si distinguono per storicità, tipicità, rigore: abbiamo selezionato eccellenze locali per offrire il meglio del territorio.

Nella nostra gamma di prodotti unici e di valore, **La Fattoria delle Cose Buone** propone, tra gli altri, latte, pasta, i tradizionali Baci di Dama o storiche torrefazioni di qualità, fino all'acqua minerale e gli amari del territorio.

Nel 2023, sono **137 le referenze di prodotti La Fattoria delle Cose Buone** in tutti i punti vendita nella rete Dimar, volte a valorizzare l'assortimento anche in termini di **qualità-prezzo**. Compresi in queste 137 referenze ci sono **48 referenze a marchio "La Fattoria delle Cose Buone - I deliziosi"**, che rappresenta il top di gamma (premium) all'interno della marca privata.



## I NOSTRI PRODOTTI GLUTEN-FREE

Nella maggior parte dei punti vendita al dettaglio del Piemonte è attiva la convenzione con il Servizio Sanitario Nazionale per la distribuzione di **prodotti alimentari per celiaci** attraverso l'utilizzo della Tessera Sanitaria. Il cliente celiaco ha a disposizione un importo caricato sulla tessera e i prodotti coperti vengono ceduti gratuitamente, quindi rimborsati a Dimar dalla ASL di riferimento. Questo permette ai clienti di vedere ampliata l'offerta dei prodotti acquistabili, rispetto a quelli generalmente offerti in farmacia, e a **prezzi più convenienti**.

*In quest'ambito, la strategia di Dimar punta ad allargare la vendita tramite Tessera Sanitaria anche ai punti vendita della regione Liguria. Sono in corso i test informatici e il convenzionamento con le ASL liguri.*



## CAMPAGNA SPESA DIFESA

In Dimar prestiamo grande attenzione anche alle esigenze economiche dei nostri clienti. Per questo, nel 2023 in tutti i punti vendita delle insegne Mercatò è proseguita la **Campagna SPESA DIFESA** Promossa dalla Centrale Selex, di cui la nostra azienda è socia, un'iniziativa che mira a difendere e sostenere il potere d'acquisto dei clienti.

L'iniziativa prevede l'applicazione di una politica di contenimento dei prezzi su **oltre 1.000 prodotti a Marchio Selex** presenti nei punti vendita a insegna Mercatò: i prodotti offerti spaziano dagli alimentari di uso quotidiano, quali pasta, tonno, caffè, biscotti, a quelli ricreativi come gelato o creme spalmabili, fino ai detersivi e prodotti per la cura della casa.



*Nel 2023 circa **2.795.106** prodotti sono stati venduti nell'ambito dell'iniziativa "Giorni contati".*

## INIZIATIVA GIORNI CONTATI

**Giorni Contati** è un'iniziativa che promuove la vendita di prodotti alimentari prossimi alla scadenza. Questo progetto nasce con lo specifico obiettivo di ridurre lo spreco alimentare, ma offre nello stesso tempo ai consumatori la possibilità di acquistare **prodotti di qualità a prezzi scontati**. L'iniziativa prevede in tutti i punti vendita l'applicazione di uno **sconto del 40%** sui prodotti prossimi alla scadenza, conciliando le esigenze economiche del cliente con quelle relative alla lotta allo spreco alimentare.



## L'ADESIONE AL PROGETTO TOO GOOD TO GO

Dimar è presente, con i punti vendita ad insegna Mercatò, anche su **TooGoodToGo**, un'app realizzata nel 2015 da una start-up danese che si pone come missione la lotta contro lo spreco alimentare e che, in pochi anni, si è diffusa in numerosi Paesi.

TooGoodToGo mette in contatto con un'ampia platea di potenziali consumatori gli esercizi commerciali con disponibilità di prodotti alimentari invenduti, freschi o vicini a scadenza, che altrimenti andrebbero sprecati a fine giornata. Attraverso l'app gli utenti possono acquistare a prezzi scontati delle confezioni già pronte, le cosiddette

**Surprise Bag**, ottenendo il duplice risultato di preparare pasti a prezzi contenuti mentre contribuiscono a ridurre gli sprechi alimentari.

L'iniziativa **TooGoodToGo** è attiva per 35 punti vendita di insegna Mercatò tra la provincia di Torino, Asti e Alessandria.

*Nel 2023 abbiamo salvato **14.583 Surprise Bag** grazie alla collaborazione dei nostri clienti.*

### 3.3.2 Il rispetto dei diritti del consumatore

Oltre che con la costante ricerca dell'eccellenza nei prodotti e nell'efficacia e cortesia del servizio, la nostra attenzione verso i clienti si concretizza anche in uno scrupoloso **rispetto dei diritti dei consumatori**, in tutti gli ambiti.

In particolare, siamo attenti da un lato alla salute, garantendo l'impegno a favore della sicurezza alimentare, e dall'altro al rispetto della sfera personale, in termini di tutela dei dati e di diritto a un'informazione chiara e trasparente.

#### GARANTIRE LA SICUREZZA ALIMENTARE

Siamo consapevoli che ogni prodotto alimentare che vendiamo porta con sé la responsabilità di assicurare **la salute e il benessere** dei nostri clienti. Per questo implementiamo ogni giorno rigorosi controlli che vanno ben oltre il semplice rispetto delle normative, avvalendoci di un **codice di autoregolamentazione** e **protocolli interni di sicurezza alimentare**.



#### Il nostro codice di autoregolamentazione d'igiene aziendale

*Il documento è un manuale di autocontrollo aziendale che regola le norme di igiene e sicurezza alimentare secondo il Regolamento (CE) 852/2004. Le principali aree di intervento includono l'igiene personale degli addetti, con regole precise per prevenire contaminazioni alimentari e l'igiene degli ambienti di lavoro, che richiede pulizia e sanificazione regolari delle superfici e attrezzature. Vengono definite le procedure per il ricevimento delle derrate, con controlli su scadenze e condizioni di trasporto e per la corretta conservazione degli alimenti, con particolare attenzione alla rotazione delle scorte e alla separazione degli alimenti in frigoriferi. Infine, il documento fornisce linee guida per la lavorazione degli alimenti e la prevenzione delle tossinfezioni alimentari, enfatizzando l'importanza di evitare la contaminazione e di seguire adeguati processi di cottura e conservazione.*



Nel dettaglio, ci impegniamo sia per la qualifica e monitoraggio dei fornitori (di cui si parlerà nel capitolo 4 "Temi di governance", paragrafo 4.1 "G1. Condotta delle Imprese", sotto-paragrafo 4.1.2 "I nostri fornitori"), sia nella corretta gestione dei prodotti all'interno dei punti vendita, assicurata attraverso l'attività sinergica di **figure interne**, come l'ufficio sicurezza e l'ufficio vendita, e **figure esterne**, come laboratori di analisi ed enti di controllo.

Per garantire ai clienti prodotti **freschi e sicuri**, nei punti vendita i sistemi di refrigerazione e congelamento sono monitorati costantemente per assicurare che gli alimenti siano conservati in modo corretto e a temperature appropriate, in particolare per mantenere freschi e sicuri per il consumo i prodotti deperibili, come latticini, carne e pesce. Il nostro team è inoltre impegnato nel controllo regolare delle date di scadenza e a rimuovere prontamente qualsiasi prodotto non conforme, riducendo al minimo il rischio di vendere prodotti non idonei al consumo.

Per garantire l'igiene dei reparti, viene applicato un sistema HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*) che prevede rigorosi protocolli con pulizie frequenti e programmate di tutte le aree, inclusi scaffali, banchi di vendita, frigoriferi e aree di preparazione degli alimenti, oltre a pratiche igieniche seguite attentamente dai team di reparto come il lavaggio delle mani, l'uso di guanti e mascherine quando necessario e l'utilizzo di detergenti e disinfettanti approvati per garantire un ambiente pulito e privo di contaminazioni.

A testimonianza della nostra rigorosa e costante attività di controllo, su decine di punti vendita e migliaia di referenze vendute, nel 2023 abbiamo rilevato soltanto 5 casi<sup>18</sup> di non conformità alla normativa di riferimento, mentre sono stati 155 i casi<sup>19</sup> in cui abbiamo preso misure su prodotti che, pur rimanendo idonei alla vendita, risultavano non conformi al nostro **codice di autoregolamentazione in materia di sicurezza alimentare**, che prevede parametri ancora più severi di quelli già previsti dalla stessa normativa italiana.



<sup>18</sup> I casi di non conformità alla normativa hanno riguardato il punto vendita di Chieri via Riva e Via Carrera per quanto concerne gli standard in materia di pulizia, il punto vendita di Asti sito in via Pilone per esposizione al sole delle casse di acqua e i punti vendita di Torino in via Leini e Carignano per temperatura non conforme.

<sup>19</sup> Le non conformità rilevate in autocontrollo riguardano prodotti e superfici analizzate che hanno determinato il superamento di limiti analitici, ma che non rappresentano un reale rischio per il consumatore. Le non conformità rilevate non hanno determinato il ritiro dei prodotti dal commercio, ma interventi di sanificazione straordinaria (superfici) e ricampionamenti dei nuovi prodotti. Le non conformità non hanno riguardato batteri patogeni.

## LA TUTELA DELLA PRIVACY

Ci impegniamo a proteggere non solo la salute dei nostri clienti, ma anche la loro sicurezza. Siamo consapevoli che i dati personali raccolti dai nostri clienti sono una responsabilità preziosa e delicata. Ogni volta che un cliente acquista un prodotto o utilizza uno dei nostri servizi, ci affida informazioni che meritano rispetto e protezione. È questa consapevolezza che ci spinge a fare sempre di più e meglio per garantire che i dati dei nostri clienti siano al sicuro.

Con questo spirito, abbiamo **rivisto e aggiornato le nostre politiche sulla privacy** e i nostri termini di servizio, per renderli più chiari e comprensibili. Questo impegno ha assunto una nuova forma con l'adozione del **GDPR (General Data Protection Regulation) 2016/679**, un regolamento europeo progettato per rafforzare la **sicurezza e la privacy dei dati personali**.

In Dimar, la tutela dei dati riguarda tutto ciò che deriva dalle **attività di vendita** (canale fisico e online) e che possa, singolarmente o in combinazione con altre informazioni, identificare un individuo attraverso informazioni di base (nome, cognome, indirizzo), dati di localizzazione, ad esempio attraverso GPS del dispositivo o dati finanziari come i dettagli bancari e di pagamento. Per assicurarci che i nostri clienti abbiano sempre il **controllo sulle loro informazioni personali**, ciascun cliente può conoscere le modalità in modo dettagliato su come i dati vengono raccolti, utilizzati e protetti (<https://www.dimar.it/privacy>).

In conformità al GDPR, abbiamo istituito all'interno dell'organizzazione il **Responsabile della Protezione dei Dati (DPO)**, che supervisiona l'implementazione e il rispetto delle normative. Il DPO non solo monitora costantemente le nostre operazioni di trattamento dei dati, ma funge anche da punto di contatto per le domande sulla privacy da parte dei clienti, che possono raggiungerlo nella sede del titolare del trattamento, oppure contattarlo all'indirizzo [dpo@dimar.it](mailto:dpo@dimar.it)

Per noi questa transizione non ha rappresentato solo una sfida operativa, ma anche e soprattutto un'opportunità per rafforzare il legame di fiducia con i nostri clienti, assicurando loro standard più elevati di tutela e protezione.

*A riprova dell'efficacia delle nostre politiche, nel 2023 Dimar ha registrato **0 casi di denunce** in materia di violazione della privacy dei clienti.*

## UNA COMUNICAZIONE CHIARA E TRASPARENTE

La trasparenza nella comunicazione con i clienti è fondamentale per **costruire e mantenere una relazione di fiducia**. Per questo in Dimar ci impegniamo a fornire **informazioni dettagliate, chiare e comprensibili**. Il nostro impegno si esprime in particolar modo per le tipologie di clientela più vulnerabili o sensibili, come soggetti intolleranti o allergici (celiaci, affetti da favismo), soggetti in stato di salute particolare (gravidanza, patologie particolari quali diabete, insufficienze renali, ecc.) e soggetti che effettuano particolari orientamenti alimentari (vegetariani, vegani, sportivi).

Per i prodotti destinati a queste persone con esigenze alimentari particolari, come i prodotti senza glutine, senza lattosio, offriamo informazioni dettagliate e facilmente accessibili e comunicazioni all'interno del punto vendita, per aiutare i clienti a identificare rapidamente e con sicurezza i prodotti che soddisfano le loro necessità alimentari.

Con la stessa chiarezza e trasparenza comunichiamo le informazioni sui nostri **prodotti biologici**.

Siamo anche consapevoli che i nostri clienti desiderano sapere **da dove provengono gli alimenti che acquistano**. Per questo comunichiamo chiaramente le origini dei nostri prodotti, in particolare per quelli freschi come frutta, verdura, carne e pesce.

Nel 2023, su migliaia di referenze commercializzate nei nostri numerosi punti vendita, è stato rilevato un solo caso di non conformità alla normativa in materia di informazione ed etichettatura di prodotti, per il quale Dimar ha debitamente onorato la sanzione.

4

# Temi di GOVERNANCE

BUSINESS ETHICS



I valori a cui  
ci ispiriamo  
ogni giorno

Il nostro Codice Etico esplicita e formalizza i valori cui si ispira il nostro agire quotidiano, consentendoci di condividerlo in modo trasparente con tutti i nostri stakeholder per farne uno strumento di miglioramento continuo:

- **Legalità:** intendiamo agire sempre nel rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti nei territori in cui operiamo, del Codice Etico e delle norme interne aziendali.
- **Uguaglianza e imparzialità:** ci impegniamo a rispettare i diritti fondamentali, garantendo pari opportunità. Non ammettiamo comportamenti discriminatori fondati su età, sesso, sessualità, salute, razza, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose.
- **Onestà, correttezza e integrità:** vogliamo impostare le relazioni con i nostri stakeholder nel rispetto delle regole di correttezza, lealtà, collaborazione, reciproco rispetto ed integrità.
- **Trasparenza:** ci impegniamo da sempre a far sì che il nostro operato nei confronti dei referenti esterni sia autorizzato, verificabile, registrato, legittimo, coerente e congruo.
- **Riservatezza:** tutti i nostri collaboratori si impegnano a mantenere confidenziali le informazioni di cui vengano a conoscenza e a non diffonderle al di fuori delle ragioni dell'ufficio.
- **Diligenza:** applichiamo la dovuta diligenza alla gestione della variabile fiscale e al corretto adempimento degli obblighi, oltre che alla gestione dei prodotti e dei dati.

## 4.1 ESRS G1: CONDOTTA DELLE IMPRESE

### 4.1.1 Condotta responsabile: una questione di strumenti efficaci

In Dimar siamo fortemente impegnati a svolgere la nostra attività **in maniera etica e sostenibile**.

Non solo ci impegniamo ogni giorno a seguire e diffondere valori come **la tutela della salute e della sicurezza**, o la **salvaguardia dell'ambiente**. Abbiamo anche delineato e implementato **una serie di strumenti** che ci consentono di farlo nella **maniera più efficiente ed efficace possibile**, in un'ottica di miglioramento continuo.

In particolare, per fare del nostro impegno verso una condotta responsabile **un patrimonio condiviso da tutti**, dal 2014 abbiamo redatto un **Codice Etico** dove sono definiti i valori e le regole che guidano e ispirano il nostro agire d'impresa. Al Codice riconosciamo un ruolo chiave nello sviluppo di una **coscienza etica aziendale** e di un **rapporto di fiducia** con i soggetti che interagiscono con noi. A questo scopo, il documento esplicita i nostri **doveri e responsabilità** nei confronti

di tutti coloro che entrano in contatto con la società, con le corrette modalità di esercizio delle funzioni e dei poteri attribuiti a ciascuna persona, ma anche i **comportamenti non etici**, consentendoci di riconoscerli e adottare appropriate misure correttive.

I valori contenuti nel Codice Etico sono quelli di cui vogliamo essere promotori all'interno e all'esterno di Dimar. Valori ricondotti a principi fondamentali quali **Legalità, Uguaglianza, Onestà e Correttezza, Imparzialità, Trasparenza, Riservatezza e Diligenza**, che ispirano quelle che abbiamo individuato all'interno dello stesso codice come **regole etico-comportamentali**, tra i quali sono comprese la tutela e valorizzazione della persona, la tutela della salute e sicurezza, dei dati e della libera concorrenza.

Per assicurarci che questi valori siano riconosciuti e condivisi anche da coloro con cui collaboriamo, nelle lettere di incarico e negli accordi negoziali sono presenti **apposite clausole** che richiedono **l'adesione del destinatario al nostro Codice Etico**, ad esempio un fornitore. In caso di violazione, è prevista la risoluzione del rapporto contrattuale, con l'eventuale applicazione di penali.

I nostri stakeholder possono segnalarci eventuali azioni o aspetti in contrasto con i valori e le regole etico-comportamentali. Attualmente, il canale ufficiale per presentare segnalazioni è il **canale whistleblowing** di cui ci siamo dotati nel 2014, con l'adozione del Codice Etico e del **Modello 231**.

Accanto a questo canale, per tutte le eventuali segnalazioni abbiamo predisposto un form dedicato nei nostri siti ([mymercato.it](http://mymercato.it) e [dimar.it](http://dimar.it)) e debitamente formato i box informazioni presso i punti vendita per gestire quelle effettuate in loco.

CODICE  
ETICO

## Come trattiamo le segnalazioni attraverso il canale di whistleblowing aziendale

Le segnalazioni vengono ricevute su una apposita piattaforma informatica, gestita da un Ufficio Whistleblowing.

L'ufficio agisce secondo una procedura predefinita. Nel caso la segnalazione riguardi una condotta illecita rilevante ai fini del Modello 231, viene informato l'Organismo di Vigilanza, che effettua indagini indipendenti.

Come primo passaggio, il segnalante riceve entro 7 giorni una conferma di presa in carico della segnalazione. In seguito, l'ufficio verifica l'ammissibilità rispetto al Modello 231 o al Codice Etico: se necessario, per l'indagine, vengono avanzate al segnalante ulteriori richieste di informazioni tramite la piattaforma. Se la segnalazione si conferma ammissibile, si individua l'area di competenza coinvolgendo l'Organismo di Vigilanza (OdV, si veda di seguito per maggiore approfondimento)

Per tutelare la persona e prevenire qualsiasi rischio di ripercussioni, proteggiamo gli informatori garantendo la possibilità di effettuare segnalazioni in modo anonimo sulla piattaforma di whistleblowing. Uno strumento fondamentale per mantenere un ambiente di lavoro trasparente e rispettoso, poiché incentiva le persone, all'interno e all'esterno dell'organizzazione, a segnalare eventuali irregolarità o comportamenti scorretti grazie all'anonimato e alla sicurezza che quest'ultimo garantisce.

Il **Modello di Organizzazione e Gestione** (detto anche **Modello 231**, in quanto adottato in conformità con il D.lgs. 231/01), si pone come obiettivo quello di prevenire la commissione dei reati. Il modello ci consente di individuare i rischi all'interno delle attività d'impresa, applicando **protocolli di prevenzione specifici**, volti a mitigarli. Si tratta a tutti gli effetti di **processi di controllo interno**, la cui efficacia è garantita dall'esistenza di un **Organismo di Vigilanza**, figura esterna dotata di autonomi poteri di iniziativa e di controllo, a cui è affidato il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza di quanto individuato all'interno del modello adottato.

Tra i diversi rischi, prestiamo particolare attenzione alla **prevenzione della corruzione**, di cui riconosciamo l'importanza per la molteplicità di relazioni e transazioni che caratterizzano un'organizzazione come la nostra. In particolare, in Dimar utilizziamo un **sistema di approvazione** delle fatture; il sistema si basa sull'emissione di un ordine per ogni servizio richiesto o, in alternativa, sul visto apposto sulla fattura ricevuta. Ciò garantisce che la persona che registra la fattura non approvi mai il pagamento della stessa, salvo in caso di pagabilità da contratto. Per gli acquisti di merce, ogni fattura deve corrispondere a un carico di merce presso un magazzino o un punto vendita. Ne deriva che il pagamento avviene quando la merce risulta effettivamente consegnata.

Il presidio delle attività di supervisione e il controllo è affidato all'**Ufficio della sicurezza sul patrimonio**. L'ufficio sicurezza del patrimonio è quello che si occupa della vigilanza sui punti vendita, sui cantieri e di tutto ciò che concerne i servizi di "global service" sui punti vendita. L'obiettivo è quello di prevenire e gestire le problematiche, anche ricorrendo al supporto di **consulenti esterni**. In caso di necessità, è previsto un coinvolgimento diretto anche degli organi di amministrazione, direzione e controllo. Grazie all'efficacia di questo sistema di presidi, nel 2023 sono stati registrati 0 casi di corruzione attiva e passiva.

Grazie all'efficacia di questo sistema di presidi, nel 2023 sono stati registrati **0 casi di corruzione attiva e passiva**.

## 4.1.2 I nostri fornitori

### UNA SELEZIONE DI PRODOTTI SEMPRE PIÙ ITALIANA



In Dimar ci avvaliamo di un'ampia gamma di fornitori: nel 2023, contiamo **1.906 fornitori di prodotti**, di cui l'**81,53%** appartiene al settore alimentare, registrando una crescita del 2,78% rispetto al 2022. La parte restante di fornitori appartiene al settore non alimentare (**18,47%**) e più precisamente alle categorie della cura della persona, cura della casa, tessile, piccoli elettrodomestici, giocattoli e bricolage.

Pressoché la totalità dei nostri fornitori – il **99,00%** – è di origine italiana. Questa scelta non solo favorisce l'economia nazionale, ma garantisce anche **la qualità e la tracciabilità** dei prodotti che offriamo. Affidandoci principalmente a fornitori italiani, possiamo mantenere standard elevati e supportare le imprese locali. La minima percentuale che non proviene dall'Italia (**1,00%**) arriva dalla **Francia e dalla Spagna**. Questa quota è **diminuita rispetto al 2022 (-13,63%)**, indicando una sempre maggiore focalizzazione sui fornitori italiani.

La scelta di privilegiare fornitori italiani si riflette anche nel **valore dei nostri acquisti** che, nel 2023, è stato destinato per il **99,50% a fornitori nazionali**. Oltre un quarto di questi acquisti nazionali, pari al **25,98%**, è rivolta ai fornitori del **Piemonte**, regione in cui è più concentrata la nostra attività. Questi risultati riflettono il nostro orientamento a preferire non solo i prodotti italiani ma, in particolare, quelli dai territori più vicini a noi.

Insieme ai valori a cui ci ispiriamo, questa molteplicità di

fornitori ci sprona a riconoscere ancora di più l'importanza di instaurare e mantenere **rapporti di cooperazione e fiducia con gli attori della filiera**. Coinvolgere i fornitori nel rispetto degli standard di qualità, ambientali e di sicurezza è essenziale per prevenire i rischi associati alle attività aziendali. Per questo, ci impegniamo a selezionare fornitori che non solo rispettino le normative vigenti, ma che **aderiscano anche alle nostre procedure interne**.



La valutazione dei fornitori si basa su diversi criteri: **competitività, qualità dei prodotti, solidità economica, condizioni economiche e adempimenti in materia di sicurezza e ambiente**. Fra gli altri requisiti, il fornitore è selezionato anche per la sua capacità di **garantire il rispetto del Codice Etico**, che condividiamo all'inizio della relazione commerciale.

A questo scopo, nelle lettere di incarico o negli accordi negoziali sono previste clausole specifiche volte a confermare l'obbligo del destinatario di conformarsi pienamente al Codice, oltre a prevedere, in caso di violazione, la risoluzione del rapporto contrattuale o l'applicazione di penali.

Oltre che per favorire l'economia locale, e quindi sostenere le comunità, la scelta di selezionare piccoli produttori locali riflette anche l'importanza che attribuiamo alla **sostenibilità della logistica**, considerando la **vicinanza geografica dei luoghi di produzione** rispetto ai nostri magazzini e ai nostri punti vendita: una scelta che, tra le altre cose, minimizza le emissioni nei trasporti delle merci.

## DA NOI A NOI: UN MARCHIO PER UNA FILIERA SOSTENIBILE DI QUALITÀ

**190**

FORNITORI  
APPARTENENTI  
ALLA FILIERA  
DA NOI A NOI

**1.282**

PRODOTTI DELLA  
FILIERA DA NOI A NOI,  
RELATIVI A 8 CATEGORIE  
MERCEOLOGICHE

**138**

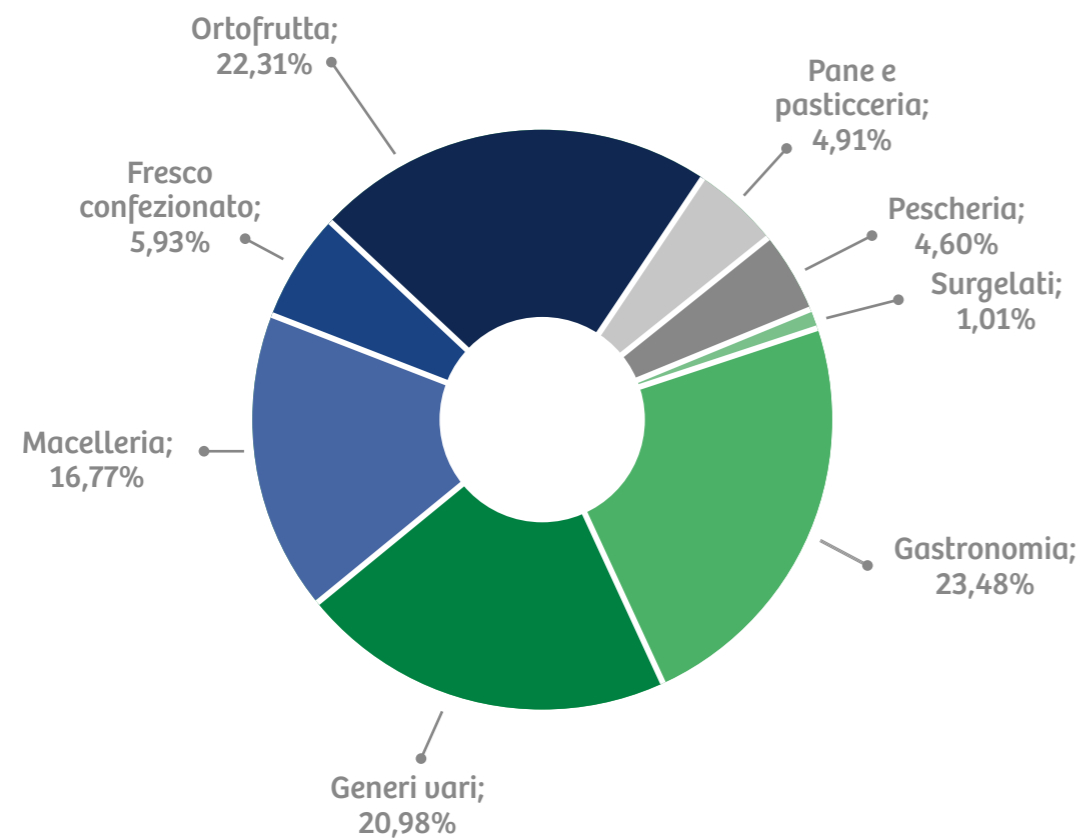
PRODOTTI CERTIFICATI  
DOP, DOC, IGP TRA  
I PRODOTTI  
DA NOI A NOI



**Da Noi a Noi** è il brand che, nell'offerta dei punti vendita a insegna Mercatò, identifica i prodotti di eccellenza del territorio di **Piemonte e Liguria** selezionati da noi di Dimar, grazie all'approfondita conoscenza dei produttori locali e, di conseguenza, della storia di ogni prodotto, dei luoghi di provenienza e dei metodi di produzione.

I prodotti locali del progetto **Da Noi a Noi** sono stati scelti non solo perché di qualità e affidabili, ma anche per premiare lo sforzo delle singole aziende di **adesione alle norme e ai marchi di tutela** giuridica di denominazione quali DOP, IGP e PAT. Solo per citare alcuni dei prodotti, la **Carne Bovina Piemontese** e le **Orate e Branzini di Porto Venere**, ma anche pani e paste tradizionali o formaggi, fino al miele e le bevande.

### Categorie di prodotti della filiera Da Noi a Noi



Un altro fine importante è promuovere un **mercato più ecosostenibile**: con questo progetto incentiviamo un commercio ecologico che riduce fortemente i costi di trasporto, energia e imballaggio, producendo meno inquinamento. Nell'ambito del progetto collaboriamo inoltre con **enti specializzati che controllano e certificano i processi produttivi**, per offrire ai nostri clienti la maggiore tranquillità possibile, ricambiando la fiducia che ripongono in noi ogni giorno.

La scelta di identificare i prodotti con uno specifico **marchio Da Noi a Noi** nasce anche per **raccontare l'eccellenza** del nostro territorio ed evidenziare quel **profondo legame di interrelazione** che si instaura fra produttori, distributori e consumatori. La qualità e la certificazione, secondo noi, **vanno comunicate** perché il valore di una tradizione gastronomica non vada persa.

Dal 2022, con l'insegna Mercatò prevediamo un'iniziativa di coinvolgimento di filiera grazie alla quale possiamo conoscere l'impegno per la sostenibilità perseguito dai fornitori a marchio **Da Noi a Noi**. I risultati della prima indagine, condotta nel 2022, sono confluiti in un report dedicato, **Bontà e Sostenibilità**, nel quale abbiamo raccontato le performance di sostenibilità dei fornitori appartenenti alla filiera dei prodotti **Da Noi a Noi**.



### Il report dei prodotti Da Noi a Noi

Nel corso del 2024 presenteremo e pubblicheremo la nuova edizione del report interamente dedicato al progetto "Da Noi a Noi". Il documento si pone come obiettivo quello di raccontare, nel concreto, il nostro impegno nella scelta e nella selezione di questi prodotti e lo traduce in numeri e obiettivi. Il documento andrà in continuità con quello già precedentemente pubblicato e disponibile online.



## UN RAPPORTO DI COSTANTE FIDUCIA

Per mantenere nel tempo la qualità dei nostri prodotti, in Dimar siamo consapevoli che non basta selezionare fornitori d'eccellenza, ma è importante anche instaurare con loro solidi e duraturi rapporti di fiducia.

Un approccio che, nella scelta di **fornitori locali e nazionali qualificati**, si riflette in particolare nell'adozione di specifici capitolati per gestire e monitorare le filiere di produzione. Lo facciamo soprattutto per quei fornitori del settore ittico e delle carni, valorizzando le filiere che rispettano requisiti di **benessere animale** più rigorosi rispetto alle normative standard. Inoltre, ci impegniamo a supportare progetti che migliorano le garanzie di qualità attraverso **filieri controllate**, che applicano **limiti più rigidi su contaminanti e residui farmaceutici** rispetto alla normativa vigente garantendo il rispetto della salute dei nostri clienti e al tempo stesso la tutela dell'ambiente.

Sempre nell'ottica di assicurarci che la qualità e la sicurezza che ricerchiamo per i nostri prodotti siano mantenute nel tempo, monitoriamo regolarmente l'attività dei nostri fornitori, eseguendo **audit e analisi** condotte dal nostro **ufficio sicurezza** in sinergia con l'**ufficio qualità** e avvalendoci di un **consulente esterno** per le attività di audit e di analisi del prodotto. Le attività di audit coinvolgono diversi partner scelti ogni anno tra fornitori dei prodotti finiti, dei prodotti provenienti da allevamenti (bovini, ovaiole, ittici), e dei prodotti di reparto (carne, pesce, ortofrutta, gastronomia, panetteria, pasticceria), sui fornitori dei prodotti a marca privata Dimar (prodotti "Fattoria delle cose buone" e prodotti a marchio riconducibili a Dimar) e sui fornitori di prodotti locali.

**NEL 2023 SONO STATI ESEGUITI 81 AUDIT, DI CUI 28 IN ALLEVAMENTI E 63 IN STABILIMENTI DI PRODUZIONE DEL FORNITORE. DI QUESTI, 34 AUDIT SONO STATI EFFETTUATI NELLO SPECIFICO NEI CONFRONTI DEI PRODOTTI A MARCHIO PRIVATO, PRINCIPALMENTE SITUATI TRA LA REGIONE PIEMONTE E LA REGIONE LIGURIA.**

*Per garantire una catena di fornitura controllata e responsabile, abbiamo previsto per il 2024 la stesura di capitolati di fornitura di carne e di linee guida per i prodotti ortofrutticoli, che interesseranno principalmente fornitori locali del territorio piemontese e ligure.*



In Dimar ricambiamo la professionalità dei nostri fornitori con la nostra **affidabilità**, impegnandoci a favore della loro sostenibilità economica e stabilità finanziaria.

Modalità e tempistiche di pagamento vengono **concordate dal fornitore commerciale con il nostro buyer di riferimento** in fase di chiusura del contratto e, in seguito, **applicate a ogni fattura** che riceviamo da quel fornitore. Secondo gli accordi presi e secondo la categoria merceologica, i tempi di pagamento possono variare da 5 a 90 giorni. Ogni pagamento deve essere pre-approvato dal buyer: mentre le fatture approvate vengono pagate **entro una settimana dalla scadenza**, quelle non pre-approvate, quindi non pagabili, vengono segnalate al buyer di riferimento per individuare il motivo della mancata approvazione, risolvere il problema e assolvere gli eventuali obblighi. Una controversia con il fornitore può portare a una temporanea sospensione del pagamento in attesa di chiarimenti.

Ci impegniamo inoltre ad **andare incontro alle esigenze di fornitori con necessità particolari**, che paghiamo puntualmente **il giorno esatto della scadenza**.

Stiamo inoltre implementando **controlli rigorosi nel nostro sistema** per garantire la piena conformità alle ultime normative anti-concorrenza sleale: l'applicazione rigorosa di queste politiche ci consente di contribuire attivamente a **contrastare pratiche commerciali scorrette**.

Per offrire ai nostri partner un ulteriore sostegno concreto, ci siamo dotati di un software specifico – **Plus Advance** – un sistema studiato per ottimizzare le condizioni di pagamento dei fornitori, per le fatture già approvate, evitando il ricorso al sistema bancario per l'anticipo delle fatture e, di conseguenza, riducendo sensibilmente il costo dell'indebitamento. Così facendo, perseguiamo un percorso di sostenibilità economica dei fornitori mitigando il rischio di "crisi di impresa" e valorizzando le loro realtà.

*A testimonianza dell'impegno a favore di un rapporto commerciale corretto, nel 2023 non si registra alcun **procedimento giudiziario** pendente per **ritardo di pagamento** da parte di Dimar.*





5

# APPENDICE

## 5.1 ANNEX

### Capitolo 2 - ESRS E1

| CONSUMI DI ENERGIA E MIX ENERGETICO  | u.m.       | 2022             | 2023             | Δ 2023-2022   |
|--|------------|------------------|------------------|---------------|
| Consumo di combustibile da carbone e prodotti del carbone  | Mwh        | 0                | 0                | ND            |
| Consumo di combustibile da petrolio grezzo e prodotti petroliferi                                      | Mwh        | 2.335,24         | 2.071,99         | -11,27%       |
| Consumo di combustibile da gas naturale  | Mwh        | 8.867,08         | 8.454,93         | -4,65%        |
| Consumo di combustibili da altre fonti non rinnovabili   | Mwh        | 0                | 0                | ND            |
| Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti fossili, acquistati o acquisiti | Mwh        | 67.397,13        | 63.760,34        | -5,40%        |
| <b>Consumo totale di energia da fonti fossili</b>  | <b>Mwh</b> | <b>78.599,46</b> | <b>74.287,25</b> | <b>-5,49%</b> |
| <b>Consumo totale di energia da fonti nucleari</b>   | <b>Mwh</b> | <b>0</b>         | <b>0</b>         | <b>ND</b>     |
| Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili                             | Mwh        | 2.871,52         | 3.396,45         | 18,28%        |
| <b>Consumo totale di energia da fonti rinnovabili</b>  | <b>Mwh</b> | <b>2.871,52</b>  | <b>3.396,45</b>  | <b>18,28%</b> |
| <b>Consumo totale di energia</b>   | <b>Mwh</b> | <b>81.470,98</b> | <b>77.683,70</b> | <b>-4,65%</b> |
| <b>Quota di fonti fossili sul consumo totale di energia</b>  | <b>%</b>   | <b>96,48%</b>    | <b>95,63%</b>    | <b>-0,88%</b> |
| <b>Quota di fonti nucleari sul consumo totale di energia</b>   | <b>%</b>   | <b>0</b>         | <b>0</b>         | <b>ND</b>     |
| <b>Quota di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia</b>  | <b>%</b>   | <b>3,52%</b>     | <b>4,37%</b>     | <b>24,05%</b> |

| EMISSIONI GHG                     | u.m.                | 2022      | 2023      | Δ 2023-2022 |
|-----------------------------------|---------------------|-----------|-----------|-------------|
| <b>Emissioni Scope 1</b>          |                     |           |           |             |
| Emissione Lordi di GES Scope 1    | t CO <sub>2eq</sub> | 25.503,09 | 20.460,09 | -19,77%     |
| <b>Emissioni Scope 2</b>          |                     |           |           |             |
| Scope 2 - Location Based          | t CO <sub>2eq</sub> | 20.816,19 | 19.683,34 | -5,44%      |
| Scope 2 - Market Based            | t CO <sub>2eq</sub> | 29.951,43 | 28.290,30 | -5,55%      |
| <b>Emissioni Scope 3</b>          |                     |           |           |             |
| Scope 3                           | t CO <sub>2eq</sub> | ND        | ND        | ND          |
| <b>Emissioni Totali</b>           |                     |           |           |             |
| Emissioni totali - Location Based | t CO <sub>2eq</sub> | 46.319,28 | 40.143,43 | -13,33%     |
| Emissioni totali - Market Based   | t CO <sub>2eq</sub> | 55.454,53 | 48.750,39 | -12,09%     |

### Capitolo 3 - ESRS S1

| 50a s1-6<br>50b s1-6<br>55a s1-7 | COLLABORATORI COMPLESSIVI PER CONTRATTO DI LAVORO E PER GENERE AL 31 DICEMBRE | 2023         |
|----------------------------------|---|--------------|
|                                  | <b>Totale dipendenti</b>  | <b>4.317</b> |
|                                  | Totale donne  | 3.329        |
|                                  | Totale uomini   | 988          |
|                                  | <b>di cui indeterminato</b>   | <b>3.901</b> |
|                                  | Donne   | 3.004        |
|                                  | Uomini  | 897          |
|                                  | <b>di cui determinato</b>   | <b>416</b>   |
|                                  | Donne   | 325          |
|                                  | Uomini  | 91           |
|                                  | <b>Totale altri collaboratori</b>   | <b>142</b>   |
|                                  | Donne   | 85           |
|                                  | Uomini  | 57           |
|                                  | <b>di cui somministrati</b>   | <b>52</b>    |
|                                  | Donne   | 29           |

| 50a s1-6<br>50b s1-6<br>55a s1-7 | COLLABORATORI COMPLESSIVI PER CONTRATTO DI LAVORO E PER GENERE AL 31 DICEMBRE | 2023      |
|----------------------------------|---|-----------|
|                                  | Uomini  | 23        |
|                                  | <b>di cui autonomi</b>  | <b>0</b>  |
|                                  | Donne   | 0         |
|                                  | Uomini  | 0         |
|                                  | <b>di cui collaboratori a progetto</b>  | <b>0</b>  |
|                                  | Donne   | 0         |
|                                  | Uomini  | 0         |
|                                  | <b>di cui agenti</b>  | <b>0</b>  |
|                                  | Donne   | 0         |
|                                  | Uomini  | 0         |
|                                  | <b>di cui stage</b>   | <b>90</b> |
|                                  | Donne   | 56        |
|                                  | Uomini  | 34        |

| 50b s1-6 | DIPENDENTI PER TIPOLOGIA D'IMPIEGO E PER GENERE AL 31 DICEMBRE | 2023         |
|----------|--|--------------|
|          | <b>Full time</b>   | <b>1.334</b> |
|          | Donne  | 668          |
|          | Uomini   | 666          |
|          | <b>Part time</b>   | <b>2.983</b> |
|          | Donne  | 2661         |
|          | Uomini   | 322          |
|          | <b>Totale dipendenti</b>                                       | <b>4.317</b> |
|          | Totale donne   | 3.329        |
|          | Totale uomini  | 988          |

|  | COLLABORATORI COMPLESSIVI PER INQUADRAMENTO E GENERE AL 31 DICEMBRE | 2023         |
|--|---|--------------|
|  | <b>Totale dirigenti</b>   | <b>4</b>     |
|  | Donne   | 0            |
|  | Uomini  | 4            |
|  | <b>Totale quadri</b>  | <b>19</b>    |
|  | Donne   | 4            |
|  | Uomini  | 15           |
|  | <b>Totale impiegati</b>   | <b>4.161</b> |
|  | Donne   | 3.235        |
|  | Uomini  | 926          |
|  | <b>Totale operai</b>  | <b>133</b>   |
|  | Donne   | 90           |
|  | Uomini  | 43           |
|  | <b>Totale dipendenti</b>  | <b>4.317</b> |
|  | Totale donne  | 3.329        |
|  | Totale uomini   | 988          |

| 50c s1-6 | NUOVI DIPENDENTI ASSUNTI, PER FASCIA D'ETÀ E GENERE AL 31 DICEMBRE | 2023       |
|----------|--|------------|
|          | <b>Sotto i 30 anni</b>   | <b>353</b> |
|          | Donne  | 216        |
|          | Uomini   | 137        |
|          | <b>Tra i 30 e i 50 anni</b>  | <b>321</b> |
|          | Donne  | 265        |
|          | Uomini   | 56         |
|          | <b>Oltre i 50 anni</b>   | <b>73</b>  |
|          | Donne  | 63         |
|          | Uomini   | 10         |

| 50c s1-6 | NUOVI DIPENDENTI ASSUNTI,<br>PER FASCIA D'ETÀ E GENERE AL 31 DICEMBRE | 2023       |
|----------|---|------------|
|          | <b>Totale dipendenti</b>  | <b>747</b> |
|          | Totale donne  | 544        |
|          | Totale uomini   | 203        |

| 50c s1-6 | DIPENDENTI CHE HANNO CESSATO IL RAPPORTO<br>DI LAVORO, PER FASCIA D'ETÀ E GENERE AL 31 DICEMBRE | 2023       |
|----------|---|------------|
|          | <b>Sotto i 30 anni</b>  | <b>291</b> |
|          | Donne   | 171        |
|          | Uomini  | 120        |
|          | <b>Tra i 30 e i 50 anni</b>   | <b>313</b> |
|          | Donne   | 245        |
|          | Uomini  | 68         |
|          | <b>Oltre i 50 anni</b>  | <b>83</b>  |
|          | Donne   | 66         |
|          | Uomini  | 17         |
|          | <b>Totale dipendenti</b>  | <b>687</b> |
|          | Totale donne  | 482        |
|          | Totale uomini   | 205        |

| 50c s1-6 | TASSI DI TURNOVER (ESPRESSO IN %)<br>PER GENERE E FASCIA D'ETÀ | 2023          |
|----------|--|---------------|
|          | <b>Tasso turnover complessivo</b>                              | <b>33,22%</b> |
|          | <b>Tasso di turnover in entrata</b>                            | <b>17,30%</b> |
|          | Donne  | 16,34%        |
|          | Uomini   | 20,55%        |
|          | <b>Sotto i 30 anni</b>   | <b>56,66%</b> |

| 50c s1-6 | TASSI DI TURNOVER (ESPRESSO IN %)<br>PER GENERE E FASCIA D'ETÀ | 2023          |
|----------|--|---------------|
|          | Donne  | 61,19%        |
|          | Uomini   | 38,81%        |
|          | <b>Tra i 30 e i 50 anni</b>                                    | <b>12,02%</b> |
|          | Donne  | 82,55%        |
|          | Uomini   | 17,45%        |
|          | <b>Oltre i 50 anni</b>   | <b>7,14%</b>  |
|          | Donne  | 86,30%        |
|          | Uomini   | 13,70%        |
|          | <b>Tasso di turnover in uscita</b>                             | <b>15,91%</b> |
|          | Donne  | 14,48%        |
|          | Uomini   | 20,75%        |
|          | <b>Sotto i 30 anni</b>   | <b>46,71%</b> |
|          | Donne  | 58,76%        |
|          | Uomini   | 41,24%        |
|          | <b>Tra i 30 e i 50 anni</b>                                    | <b>11,72%</b> |
|          | Donne  | 78,27%        |
|          | Uomini   | 21,73%        |
|          | <b>Oltre i 50 anni</b>   | <b>8,11%</b>  |
|          | Donne  | 79,52%        |
|          | Uomini   | 20,48%        |

| 60a s1-8 | PERCENTUALE DEI DIPENDENTI COPERTI DA ACCORDI<br>DI CONTRATTAZIONE COLLETTIVA AL 31 DICEMBRE | 2023           |
|----------|--|----------------|
|          | Totale dipendenti  | 4.317          |
|          | Numero di dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva                         | 4.317          |
|          | <b>Percentuale di dipendenti coperti</b>   | <b>100,00%</b> |

| 63a s1-8 | PERCENTUALE GLOBALE DI DIPENDENTI COPERTI DA RAPPRESENTANTI DEI LAVORATORI AL 31 DICEMBRE | 2023 |
|----------|---|------|
|          | Totale dipendenti   | 100% |

| 66 s1-9 | DIPENDENTI, PER FASCIA D'ETÀ E GENERE AL 31 DICEMBRE | 2023         |
|---------|--|--------------|
|         | <b>Sotto i 30 anni</b>                               | <b>623</b>   |
|         | Donne  | 425          |
|         | Uomini   | 198          |
|         | <b>Tra i 30 e i 50 anni</b>                          | <b>2.671</b> |
|         | Donne  | 2.124        |
|         | Uomini   | 547          |
|         | <b>Oltre i 50 anni</b>                               | <b>1.023</b> |
|         | Donne  | 780          |
|         | Uomini   | 243          |
|         | <b>Totale dipendenti</b>                             | <b>4.317</b> |
|         | Totale donne   | 3.329        |
|         | Totale uomini  | 988          |

| 66a s1-9 | COMPOSIZIONE DEL C.d.A. PER GENERE E FASCIA D'ETÀ AL 31 DICEMBRE | 2023     |
|----------|--|----------|
|          | <b>Sotto i 30 anni</b>   | <b>0</b> |
|          | Donne  | 0        |
|          | Uomini   | 0        |
|          | <b>Tra i 30 e i 50 anni</b>                                      | <b>0</b> |
|          | Donne  | 0        |
|          | Uomini   | 0        |
|          | <b>Oltre i 50 anni</b>   | <b>4</b> |

| 66a s1-9 | COMPOSIZIONE DEL C.d.A. PER GENERE E FASCIA D'ETÀ AL 31 DICEMBRE | 2023     |
|----------|--|----------|
|          | Donne  | 2        |
|          | Uomini   | 2        |
|          | <b>Totale</b>  | <b>4</b> |
|          | Totale donne   | 2        |
|          | Totale uomini  | 2        |

| 66a s1-9 | COMPOSIZIONE DEL C.d.A. PER GENERE E FASCIA D'ETÀ AL 31 DICEMBRE | 2023           |
|----------|--|----------------|
|          | <b>Sotto i 30 anni</b>   | <b>0,00%</b>   |
|          | Donne  | 0,00%          |
|          | Uomini   | 0,00%          |
|          | <b>Tra i 30 e i 50 anni</b>                                      | <b>0,00%</b>   |
|          | Donne  | 0,00%          |
|          | Uomini   | 0,00%          |
|          | <b>Oltre i 50 anni</b>   | <b>100,00%</b> |
|          | Donne  | 50,00%         |
|          | Uomini   | 50,00%         |
|          | <b>Totale</b>  | <b>100,00%</b> |
|          | Totale donne   | 50,00%         |
|          | Totale uomini  | 50,00%         |

| 79 s1-12;<br>80 s1-12 | PERCENTUALE DI PERSONE CON DISABILITÀ PRESENTI TRA I DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE | 2023       |
|-----------------------|--|------------|
|                       | Totale dipendenti  | 4.317      |
|                       | <b>Dipendenti appartenenti a categorie protette</b>                            | <b>192</b> |
|                       | Donne  | 146        |
|                       | Uomini   | 46         |

| 79 s1-12;<br>80 s1-12 | PERCENTUALE DI PERSONE CON DISABILITÀ PRESENTI TRA I DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE | 2023         |
|-----------------------|--|--------------|
|                       | <b>Percentuale di dipendenti con disabilità su totale</b>                      | <b>4,45%</b> |
|                       | Donne  | 76,04%       |
|                       | Uomini   | 23,96%       |

"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 AL 31 DICEMBRE | 2023         |
|-----------|---|--------------|
|           | Totale dipendenti   | 4.317        |
|           | <b>Dipendenti che hanno partecipato a revisione periodica</b>   | <b>360</b>   |
|           | Donne   | 131          |
|           | Uomini  | 229          |
|           | <b>Percentuale di dipendenti che hanno partecipato a revisione periodica</b>  | <b>8,34%</b> |
|           | Donne   | 36,39%       |
|           | Uomini  | 63,61%       |

| 83b s1-13 | ORE DI FORMAZIONE MEDIE PER CATEGORIA DI DIPENDENTE E PER GENERE | 2023         |
|-----------|--|--------------|
|           | <b>Ore formazione medie erogate ai dirigenti</b>                 | <b>1,00</b>  |
|           | Donne  | -            |
|           | Uomini   | 1,00         |
|           | <b>Ore formazione medie erogate a quadri</b>                     | <b>11,42</b> |
|           | Donne  | 10,00        |
|           | Uomini   | 11,80        |
|           | <b>Ore formazione medie erogate a impiegati</b>                  | <b>3,55</b>  |
|           | Donne  | 2,97         |
|           | Uomini   | 5,58         |

| 83b s1-13 | ORE DI FORMAZIONE MEDIE PER CATEGORIA DI DIPENDENTE E PER GENERE | 2023        |
|-----------|--|-------------|
|           | <b>Ore formazione medie erogate a operai</b>                     | <b>2,81</b> |
|           | Donne  | 1,57        |
|           | Uomini   | 5,42        |
|           | <b>Ore formazione erogate a impiegati</b>                        | <b>3,56</b> |
|           | Donne  | 2,94        |
|           | Uomini   | 5,65        |

| 88a s1-14 | PERCENTUALE DI DIPENDENTI COPERTI DAL SISTEMA DI GESTIONE DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA | 2023        |
|-----------|--|-------------|
|           | <b>Totale dipendenti</b>   | <b>100%</b> |

| 88b s1-14<br>88c s1-14<br>88d s1-14 | INFORTUNI DEI DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE  | 2023       |
|-------------------------------------|--|------------|
|                                     | <b>Infortuni registrabili</b>  | <b>192</b> |
|                                     | di cui occorsi al personale dipendente   | 192        |
|                                     | di cui a lavoratori esterni  | 0          |
|                                     | <b>Di cui medicazioni e first aid</b>  | <b>51</b>  |
|                                     | di cui occorsi al personale dipendente   | 51         |
|                                     | di cui a lavoratori esterni  | 0          |
|                                     | <b>di cui infortuni con conseguenze non gravi (tra 24h e 180 giorni di assenza dal lavoro)</b> | <b>141</b> |
|                                     | di cui occorsi al personale dipendente   | 141        |
|                                     | di cui a lavoratori esterni  | 0          |
|                                     | <b>di cui infortuni con conseguenze gravi (oltre 180 giorni di assenza dal lavoro)</b>         | <b>0</b>   |
|                                     | di cui occorsi al personale dipendente   | 0          |
|                                     | di cui a lavoratori esterni  | 0          |

| 88b s1-14<br>88c s1-14<br>88d s1-14 | INFORTUNI DEI DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE | 2023         |
|-------------------------------------|---|--------------|
|                                     | <b>Decessi sul lavoro</b>               | <b>0</b>     |
|                                     | di cui occorsi al personale dipendente  | 0            |
|                                     | di cui a lavoratori esterni             | 0            |
|                                     | <b>Tasso di infortuni registrabili</b>  | <b>32,03</b> |
|                                     | di cui occorsi al personale dipendente  | 23,52        |
|                                     | di cui a lavoratori esterni             | 0            |

| 88e s1-14 | GIORNI DI RECUPERO RELATIVI AGLI INFORTUNI OCCORSI AI DIPENDENTI AL 31 DICEMBRE | 2023         |
|-----------|---|--------------|
|           | <b>Totale giorni di recupero</b>  | <b>3.447</b> |
|           | Dirigenti   | 0            |
|           | Quadri  | 0            |
|           | Impiegati   | 3.103        |
|           | <i>di cui a donne</i>   | 2.705        |
|           | <i>di cui a uomini</i>  | 398          |
|           | Operai  | 344          |
|           | <i>di cui a donne</i>   | 268          |
|           | <i>di cui a uomini</i>  | 76           |

| 93a,b s1-15 | NUMERO E PERCENTUALE DI DIPENDENTI CHE HANNO AVUTO DIRITTO E CHE HANNO USUFRUITO DI CONGEDI PER MOTIVI FAMILIARI* PER GENERE AL 31 DICEMBRE | 2023       |
|-------------|---|------------|
|             | <b>Dipendenti aventi diritto a congedi parentali</b>  | <b>455</b> |
|             | Donne   | 414        |
|             | Uomini  | 41         |
|             | <b>Dipendenti che hanno usufruito a congedi parentali</b>   | <b>415</b> |
|             | Donne   | 396        |

| 93a,b s1-15 | NUMERO E PERCENTUALE DI DIPENDENTI CHE HANNO AVUTO DIRITTO E CHE HANNO USUFRUITO DI CONGEDI PER MOTIVI FAMILIARI* PER GENERE AL 31 DICEMBRE | 2023          |
|-------------|---|---------------|
|             | Uomini  | 19            |
|             | <b>Percentuale dipendenti aventi diritto a congedi parentali</b>  | <b>10,54%</b> |
|             | Donne   | 90,99%        |
|             | Uomini  | 9,01%         |
|             | <b>Percentuale dipendenti aventi diritto che hanno usufruito di congedi parentali</b>   | <b>91,21%</b> |
|             | Donne   | 95,42%        |
|             | Uomini  | 4,58%         |

\* Per i congedi sono stati inseriti i congedi parentali a cui i dipendenti hanno avuto diritto e usufruito.

| 97a s1-16 | DIVARIO RETRIBUTIVO DI GENERE*, ESPRESSO IN PERCENTUALE RISPETTO AL LIVELLO RETRIBUTIVO MEDIO DEI LAVORATORI DI SESSO MASCHILE AL 31 DICEMBRE | 2023          |
|-----------|---|---------------|
|           | <b>COMPONENTE FISSA</b>   |               |
|           | <b>Gender pay gap complessivo</b>   | <b>10,56%</b> |
|           | Livello Quadro - Gender pay gap   | 20,48%        |
|           | Livello Impiegato - Gender pay gap  | 15,62%        |
|           | Livello operaio - Gender pay gap  | 3,25%         |
|           | <b>COMPONENTE TOTALE (FISSA + VARIABILE)</b>  |               |
|           | <b>Gender pay gap complessivo</b>   | <b>9,05%</b>  |
|           | Livello Quadro - Gender pay gap   | 30,65%        |
|           | Livello Impiegato - Gender pay gap  | 14,29%        |
|           | Livello operaio - Gender pay gap  | 3,21%         |

\* Il divario retributivo, o anche "gender pay gap" è definito come la differenza tra i livelli retributivi medi corrisposti ai lavoratori di sesso femminile e a quelli di sesso maschile. Il Gender Pay Gap è stato calcolato sulle posizioni di quadro, impiegato e operaio poiché nel 2023 non sono presenti donne all'interno della categoria contrattuale dei Dirigenti.

| 97b 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) AL 31 DICEMBRE | 2023  |
|-----------|---|-------|
|           |   | 11,31 |

## 5.2 CONTENT INDEX

Con l'approvazione della **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, Dimar S.p.A. sarà tenuta a rendicontare le proprie performance di sostenibilità a partire dall'anno fiscale 2025 secondo i nuovi Standard di rendicontazione emananti dall'EFRAG, gli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**. In modo volontario, l'azienda ha deciso di anticipare le richieste dell'obbligo normativo e di prepararsi a questa sfida pubblicando un Bilancio di Sostenibilità ispirato a questi Standard, per assumere sempre più **consapevolezza** circa le informative quali-quantitative richieste da questo framework.

### ESRS Content Index

| ESRS 2 - INFORMAZIONI GENERALI  | RIFERIMENTO NEL TESTO  | NOTE  |
|---|--|---|
| BP-1 Criteri generali per la redazione della dichiarazione della sostenibilità  | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.2 Il nostro modello di business, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione. Appendice | La dichiarazione di sostenibilità riguarda la società Dimar S.p.A., differentemente dall'ambito di consolidamento utilizzato nel bilancio civilistico che include anche la società CEDIS RORETO S.r.L.  |
| BP-2 Informativa in relazione a circostanze specifiche  | Appendice  |   |
| GOV-1 Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo  | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Una governance solida e trasparente. Appendice, sezione Annex Capitolo 3               |   |
| GOV-2 Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Una governance solida e trasparente  | Ad oggi Dimar non dispone di un processo strutturato interno rispetto alla formazione / informazione degli organi di amministrazione, direzione e controllo sulle questioni di sostenibilità. Gli organi di amministrazione, direzione e controllo sono tuttavia allineati su tutte le decisioni aziendali. |
| GOV-3 Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione  | Appendice  | Attualmente Dimar non dispone di alcun sistema di incentivazione legato alle prestazioni di sostenibilità.  |
| GOV-4 Dichiarazione sul dovere di diligenza   | -  | Attualmente Dimar non redige la dichiarazione sul dovere di diligenza. Il documento verrà integrato con l'introduzione dell'obbligo normativo.  |
| GOV-5 - Gestione del rischio e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità   | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione   | L'elenco dei rischi legati alle questioni di sostenibilità è legato al processo di valutazione degli impatti, rischi ed opportunità. L'elenco dei rischi risultati come rilevanti è presente nelle tabelle del Capitolo 1.  |

| ESRS 2 - INFORMAZIONI GENERALI   | RIFERIMENTO NEL TESTO  | NOTE  |
|--|--|---|
| SBM-1 Strategia, modello aziendale e catena del valore   | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.2 Il nostro modello di business, 1.3 Il processo di rendicontazione. Appendice, sezione Annex Capitolo 3 |   |
| SBM-2 Interessi e opinioni dei portatori di interessi  | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione   | Dimar ha identificato i suoi stakeholder rilevanti in base alla loro capacità di influenzare o essere influenzati dagli obiettivi, dagli impatti e dalle performance dell'azienda stessa. L'approfondimento circa il coinvolgimento con i singoli portatori di interesse viene approfondito in maniera più dettagliata nel Capitolo 3 (ESRS S1, ESRS S3) e 4 (ESRS G1). |
| SBM-3 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale   | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione   | Dimar rimanda la compilazione degli effetti finanziari attuali e attesi dei rischi e delle opportunità rilevanti con l'introduzione dell'obbligo normativo  |
| IRO-1 Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione   | Per un maggiore approfondimento circa le tematiche emerse come materiali, si rimanda al Capitolo 2 (ESRS E1, ESRS E5), al Capitolo 3 (ESRS S1, ESRS S3, ESRS S4) e al Capitolo 4 (ESRS G1).   |
| IRO-2 Obblighi di informativa degli ESRS oggetto della dichiarazione sulla sostenibilità dell'impresa      | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione, Appendice, Content Index   |   |

| ESRS E1 - CAMBIAMENTI CLIMATICI   | RIFERIMENTO AL TESTO  | NOTE   |
|---|---|--|
| E1-1 Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici  | -   | Dimar non dispone attualmente di un piano di transizione dei cambiamenti climatici |
| ESRS 2 SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione<br>Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni | -  |

| ESRS E1 - CAMBIAMENTI CLIMATICI   | RIFERIMENTO AL TESTO  | NOTE   |
|---|---|--|
| ESRS 2 IRO-1 – Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati al clima | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione  | -  |
| E1-2 – Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi                                  | -   | Dimar attualmente non dispone di politiche a riguardo      |
| E1-3 – Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici   | Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni                                     | -  |
| E1-4 – Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi                                  |   | Dimar attualmente non ha formalizzato obiettivi a riguardo |
| E1-5 – Consumo di energia e mix energetico  | Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni Appendice, sezione Annex Capitolo 2 |  |
| E1-6 – Emissioni lorde di GES di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES  | Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.1 ESRS E1: Cambiamento climatico ed emissioni Appendice, sezione Annex Capitolo 2 |  |
| E1-9 – Effetti finanziari attesi di rischi fisici e di transizione rilevanti e potenziali opportunità legate al clima               | -   | -  |

| ESRS E5 - USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE   | RIFERIMENTO AL TESTO   | NOTE   |
|---|--|--|
| ESRS 2 IRO-1 – Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione             |  |
| E5-1 – Politiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare  | -  | Dimar attualmente non dispone di politiche a riguardo      |
| E5-2 – Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare   | Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.2 ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare |  |
| E5-3 – Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare  |  | Dimar attualmente non ha formalizzato obiettivi a riguardo |

| ESRS E5 - USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE   | RIFERIMENTO AL TESTO   | NOTE |
|---|--|------|
| E5-4 – Flussi di risorse in entrata   | Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.2 ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare |      |
| E5-5 – Flussi di risorse in uscita  | Capitolo 2 Temi ambientali, paragrafo 2.2 ESRS E5: Uso delle risorse ed economia circolare |      |
| E5-6 – Effetti finanziari attesi derivanti da impatti, rischi e opportunità connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare | -  | -    |

| ESRS S1 - FORZA LAVORO PROPRIA   | RIFERIMENTO AL TESTO  | NOTE  |
|--|---|---|
| ESRS 2 SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori d'interessi  | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione<br>Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.1 La nostra squadra   |   |
| ESRS 2 SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale                | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione<br>Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria  |   |
| S1-1 – Politiche relative alla forza lavoro propria  | -   | Dimar attualmente non dispone di politiche a riguardo |
| S1-2 – Processi di coinvolgimento dei lavoratori propri e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti               | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione<br>Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il benessere che genera benessere                           |   |
| S1-3 – Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il benessere che genera benessere, sotto-paragrafo 3.1.4 Inclusione e pari opportunità, sotto-paragrafo 3.1.5 La salute e sicurezza per Dimar |   |

| ESRS S1 - FORZA LAVORO PROPRIA   | RIFERIMENTO AL TESTO  | NOTE  |
|--|---|---|
| S1-4 – Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria  |   |
| S1-5 – Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti   |   | Dimar attualmente non ha formalizzato obiettivi a riguardo  |
| S1-6 – Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa   | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.1 La nostra squadra<br>Appendice, sezione Annex<br>Capitolo 3   |   |
| S1-7 – Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa   | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.1 La nostra squadra<br>Appendice, sezione Annex<br>Capitolo 3   |   |
| S1-8 – Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale   | Appendice, sezione Annex<br>Capitolo 3  | Il 100% dei dipendenti è coperto da accordi di contrattazione collettiva. A tutti è applicato il C.C.N.L. Distribuzione Moderna Organizzata         |
| S1-9 – Metriche della diversità  | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.1 La nostra squadra, sotto-paragrafo 3.1.4 Inclusion e pari opportunità<br>Appendice, sezione Annex<br>Capitolo 3 |   |
| S1-10 – Salari adeguati  | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il benessere che genera benessere   | Al 100% dei dipendenti è applicato il C.C.N.L. Distribuzione Moderna Organizzata  |
| S1-11 – Protezione sociale   | Per il congedo parentale, si faccia riferimento all'appendice, sezione Annex<br>Capitolo 3  | Al 100% dei dipendenti è applicato il C.C.N.L. Distribuzione Moderna Organizzata che contempla al suo interno anche i temi della protezione sociale |
| S1-12 – Persone con disabilità   | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.4 Inclusion e pari opportunità<br>Appendice, sezione Annex<br>Capitolo 3  |   |

| ESRS S1 - FORZA LAVORO PROPRIA  | RIFERIMENTO AL TESTO  | NOTE  |
|---|---|---|
| S1-13 – Metriche di formazione e sviluppo delle competenze                  | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.3 Investire nelle persone<br>Appendice, sezione Annex<br>Capitolo 3   | Il 100% dei dipendenti appartenenti al livello Dirigenti e al livello Quadri ha ricevuto una revisione periodica delle prestazioni e dello sviluppo della carriera nel corso del 2023 |
| S1-14 – Metriche di salute e sicurezza                                      | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.5 La salute e sicurezza per Dimar<br>Appendice, sezione Annex<br>Capitolo 3   |   |
| S1-15 – Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata      | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.2 Il benessere che genera benessere, sotto-paragrafo 3.1.4 Inclusion e pari opportunità<br>Appendice, sezione Annex<br>Capitolo 3 | Il 91,21% dei dipendenti aventi diritto al congedo parentale ne ha usufruito nel 2023   |
| S1-16 – Metriche di retribuzione (diario retributivo e retribuzione totale) | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.4 Inclusion e pari opportunità<br>Appendice, sezione Annex<br>Capitolo 3  |   |
| S1-17 – Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani      | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.1 ESRS S1: Forza lavoro propria, sotto-paragrafo 3.1.4 Inclusion e pari opportunità<br>Appendice, sezione Annex<br>Capitolo 3  |   |

| ESRS S3 - COMUNITÀ INTERESSATE  | RIFERIMENTO AL TESTO   | NOTE |
|---|--|------|
| ESRS 2 SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori d'interessi   | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione<br>Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S3: Comunità interessate |      |
| ESRS 2 SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione<br>Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S3: Comunità interessate |      |

| ESRS S3 -<br>COMUNITÀ INTERESSATE   | RIFERIMENTO<br>AL TESTO  | NOTE   |
|---|--|--|
| S3-1 – Politiche relative alle comunità interessate   | -  | Dimar attualmente non dispone di politiche a riguardo      |
| S3-2 – Processi di coinvolgimento delle comunità interessate in merito agli impatti   | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione<br>Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S3: Comunità interessate |  |
| S3-4 – Interventi su impatti rilevanti sulle comunità interessate e approcci per gestire i rischi rilevanti e conseguire opportunità rilevanti per le comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S3: Comunità interessate   |  |
| S3-5 – Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti                                    |  | Dimar attualmente non ha formalizzato obiettivi a riguardo |

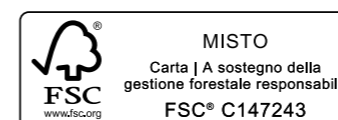
| ESRS S4 - CONSUMATORI<br>ED UTILIZZATORI FINALI   | RIFERIMENTO<br>AL TESTO  | NOTE   |
|---|--|--|
| S4-3 – Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni   | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali, sotto-paragrafo 3.3.1<br>Il nostro impegno per la soddisfazione dei clienti, sotto-paragrafo 3.3.2<br>Il rispetto dei diritti del consumatore |  |
| S4-4 – Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni | Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali  |  |
| S4-5 – Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti  |  | Dimar attualmente non ha formalizzato obiettivi a riguardo |

| ESRS S4 - CONSUMATORI<br>ED UTILIZZATORI FINALI   | RIFERIMENTO<br>AL TESTO   | NOTE  |
|---|---|---|
| ESRS 2 SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori d'interessi   | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione<br>Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali |   |
| ESRS 2 SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione<br>Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali |   |
| S4-1 – Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali   | -   | Dimar attualmente non dispone di politiche a riguardo |
| S4-2 – Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti              | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione<br>Capitolo 3 Temi sociali, paragrafo 3.2 ESRS S4: Consumatori e utilizzatori finali |   |

| ESRS G1 -<br>CONDOTTA DELLE IMPRESE   | RIFERIMENTO<br>AL TESTO  | NOTE |
|---|--|------|
| ESRS 2 GOV-1 – Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo   | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 La governance di Dimar, sotto-paragrafo 1.3.1 Gli organi di amministrazione, direzione e controllo             |      |
| ESRS 2 IRO-1 – Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti | Capitolo 1 Informazioni generali, paragrafo 1.3 Il processo di rendicontazione   |      |
| G1-1 – Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese   | Capitolo 4 Temi di governance, paragrafo 4.1 ESRS G1: Condotta delle imprese, sotto-paragrafo 4.1.1 Condotta responsabile: una questione di strumenti efficaci |      |
| G1-2 – Gestione dei rapporti con i fornitori  | Capitolo 4 Temi di governance, paragrafo 4.1 ESRS G1: Condotta delle imprese, sotto-paragrafo 4.1.2 I nostri fornitori   |      |

| ESRS G1 -<br>CONDOTTA DELLE IMPRESE                                   | RIFERIMENTO<br>AL TESTO   | NOTE   |
|---|---|--|
| G1-3 – Prevenzione e individuazione della corruzione attiva e passiva | Capitolo 4 Temi di governance, paragrafo 4.1<br>ESRS G1: Condotta delle imprese, sotto-paragrafo 4.1.1 Condotta responsabile: una questione di strumenti efficaci |  |
| G1-4 – Casi accertati di corruzione attiva o passiva                  | Capitolo 4 Temi di governance, paragrafo 4.1<br>ESRS G1: Condotta delle imprese, sotto-paragrafo 4.1.1 Condotta responsabile: una questione di strumenti efficaci | Nel 2023 Dimar non ha registrato casi di corruzione attiva o passiva   |
| G1-6 – Prassi di pagamento  | Capitolo 4 Temi di governance, paragrafo 4.1<br>ESRS G1: Condotta delle imprese, sotto-paragrafo 4.1.2 I nostri fornitori   | Nel 2023 Dimar non ha registrato alcun procedimento giudiziario relativo a ritardi di pagamento verso i suoi fornitori |

Con il supporto di ALTIS Advisory, spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore



**dimar** S.p.A.

[www.dimar.it](http://www.dimar.it)