

3 Capitale sociale e relazionale





*Il cliente merita di ricevere
esattamente ciò che gli abbiamo
promesso.*

Philip B. Crosby

In questo capitolo



Numeri chiave

3.1	La comunicazione aziendale	38
3.2	La catena di fornitura	39
3.3	I partner commerciali	40
3.4	La Fondazione Megamark	41
3.5	Il contributo del Gruppo alla comunità	42

Temi materiali

Rispetto della legalità per i partner,
Soddisfazione della clientela, Reputazione
aziendale

SDGs Interessati



26,9mld

QUOTA DI MERCATO ESD ITALIA
nel 2021

+320

PRODOTTI LOCALI
riferibili a Puglia, Campania e Molise

300.000

FOLLOWERS
sui canali social del Gruppo

48

BORSE DI STUDIO EROGATE
per un valore complessivo di 74.500 euro

3.1

La comunicazione aziendale

Il continuous engagement dei client è un aspetto chiave del modello di business del Gruppo Megaholding. La creazione di valore economico è strettamente legata alla capacità del Gruppo di comunicare in maniera efficace e tempestiva con i propri clienti, i quali rappresentano i principali destinatari delle iniziative commerciali effettuate negli anni. La progressiva transizione verso un modello di business sostenibile è stata, infatti, supportata dall'apprezzamento degli stakeholder, i quali hanno contribuito attivamente alla definizione del posizionamento dei marchi commerciali.

I punti vendita rappresentano il primo punto di contatto tra il Gruppo e il consumatore. A tal proposito, il Gruppo ha attivato processi di Customer Relationship Management (CRM) finalizzati a raccogliere feedback da parte di coloro che scelgono i punti vendita del Gruppo Megaholding. La raccolta sistematica di tali informazioni ha permesso di guidare alcune tra le principali scelte commerciali che hanno caratterizzato il più recente passato, tra cui quelle relative all'ampliamento della gamma di prodotti ad impatto sociale ed ambientale.

Il coinvolgimento dei clienti è avvenuto anche attraverso la predisposizione di canali di dialogo digitali, i quali hanno permesso di valutare in maniera tempestiva il gradimento dei clienti rispetto alle iniziative e alle scelte condotte dal Gruppo. In particolare, la comunicazione istituzionale è stata veicolata attraverso il ricorso ad alcuni tra i principali social media, i quali hanno permesso di condurre campagne di comunicazione in grado di intercettare le diverse categorie di persone che quotidianamente scelgono i punti vendita del Gruppo.

A ciascun canale social corrisponde, infatti, una specifica categoria di clientela, la quale necessita di informazioni differenti per numero e contenuti. La comunicazione social ha riguardato il Gruppo e le sue partecipate, oltre che la Fondazione Megamark. Inoltre, le campagne social hanno riguardato anche i singoli marchi, i quali godono di una propria riconoscibilità all'interno del settore della GDO.

Canali del Gruppo



in

9k followers



6 contenuti video

I canali di dialogo della Fondazione Megamark



f

13k followers



2k followers



100+ contenuti video

I canali di dialogo dei marchi



167k followers



120k followers



23k followers



84k followers

Infine, i social sono stati utilizzati anche nell'ambito delle campagne di comunicazione relative alla diffusione del contributo fornito dal Gruppo allo sviluppo sostenibile. Nello specifico, le piattaforme social sono state utilizzate allo scopo di divulgare i contenuti dell'IAR 2020 attraverso contenuti multimediali maggiormente fruibili da parte dell'utenza. In via sperimentale, il Gruppo Megaholding ha pubblicato la versione video del proprio IAR 2020, una scelta che rappresenta un elemento di forte innovazione nell'ambito dei processi di accountability.



3.2 La catena di fornitura

102-9 102-10 204-1 308-1 417-1

La commercializzazione di prodotti a basso impatto ambientale e ad elevato impatto sociale avviene mediante la stipula di partnership con operatori in possesso di caratteristiche compatibili con la vision del Gruppo Megaholding. Il controllo a valle della catena di fornitura permette, infatti, di certificare i prodotti commercializzati all'interno dei punti vendita sin dalla fase relativa all'approvvigionamento degli stessi. Tale scelta permette, quindi, di intervenire sulla catena di fornitura attraverso l'individuazione di criteri minimi di selezione, il cui mancato rispetto comporta

l'impossibilità da parte dei fornitori di operare con il Gruppo.

La scelta ha comportato la predisposizione di un albo fornitori che vede nel 2021 un incremento complessivo nell'anno di n. 189, a fronte di n. 125 del 2018. Tale incremento è stato, inoltre, supportato dall'individuazione di specifici fornitori di prodotti biologici e a chilometro zero. Inoltre, sono stati inseriti all'interno della catena di fornitura anche fornitori in possesso di elevati standard sociali, i quali hanno permesso di avviare progettualità altamente innovative.

189
**OPERATORI
ALBO
FORNITORI**

Fornitori

2021	189
2020	196
2019	149
2018	125

← **GRAFICO**
Nuovi fornitori del Gruppo Megamark

Il progetto IAMME è un chiaro esempio di come il Gruppo abbia tenuto conto anche di tale aspetto nell'ambito della definizione della propria catena di fornitura. La progettualità, avviata nel 2019, ha permesso di ampliare la gamma di prodotti offerti all'interno dei supermercati attraverso prodotti riferibili a realtà produttive che contribuiscono attivamente alla lotta al caporalato, una tra le principali criticità evidenziate dalle Nazioni Unite nell'ambito delle proprie politiche di sviluppo sostenibile. Inoltre, sempre nell'ambito dei progetti etici,

il Gruppo è anche promotore dell'iniziativa "aMano Libera", la quale prevede la commercializzazione di prodotti da forno realizzati da detenuti o ex detenuti che intendono ricollocarsi all'interno della comunità.

Infine, le politiche legate alla catena di fornitura prevedono la valorizzazione delle eccellenze locali. A partire dal 2019, il Gruppo ha inserito all'interno della propria offerta oltre 900 prodotti locali riferibili ai territori della Puglia, della Campania e del Molise.

**Prodotti
locali**
→

+320
Prodotti
nel 2021

+350
Prodotti
nel 2020

+300
Prodotti
nel 2019



3.3

I partner commerciali

102-13

23,1%
**QUOTA DI
 MERCATO
 ESD Italia 2021**

Il Gruppo Megaholding aderisce al Gruppo Commerciale Selex dal 1996, gruppo leader nella GDO che nel 2021 ha registrato un fatturato pari a 16,70 miliardi di euro. Nel corso degli anni, la partnership con Selex ha visto una progressiva crescita del network, sino a giungere all'attuale configurazione che ha visto l'ingresso nel gennaio 2021 di SUN - Supermercati Uniti Nazionali, con le sue 5 Imprese Associate, e CDS - Centro Distribuzione Supermercati, portando a 18 le imprese associate. Con l'allargamento della compagine sociale, Selex diventa la seconda realtà della distribuzione moderna organizzata nazionale con una rete commerciale composta da 3.229 punti di vendita, di cui 86 Cash&Carry e 23 PetShop.

Il Gruppo Selex, nei rapporti con le industrie di marca opera attraverso la Centrale di acquisto e marketing ESD Italia che rappresenta una rete commerciale formata da 5.860 punti vendita (circa 4,7 milioni di mq di superficie), presenti capillarmente in tutto il territorio nazionale. Le principali attività di EMD consistono nella

realizzazione di accordi commerciali con le grandi industrie a livello europeo e lo sviluppo di attività nel settore delle marche private. Un fatturato al consumo 2021 stimato in 26,9 miliardi di euro, pari a una quota di mercato del 23,1% cresciuta di 1,6 punti percentuali sul 2020. Sono questi i numeri con cui ESD Italia, la più grande centrale di negoziazione della distribuzione moderna organizzata italiana ha festeggiato i 20 anni l'11 novembre 2021.

Nata nel 2001, ESD si distingue per longevità ed è costituita da una compagine sociale ormai stabile dal 2015: Acqua & Sapone, Agorà Network, Aspiag Service, Selex Gruppo Commerciale, Sun. ESD Italia opera sullo scenario internazionale attraverso la Centrale EMD, la principale alleanza al dettaglio europea dei rivenditori indipendenti, con una quota di mercato europea del 14% ed un giro d'affari di 140 miliardi di euro. EMD riunisce 11 Soci protagonisti del commercio alimentare indipendente presenti in 19 Paesi con 55.000 punti di vendita e 60.000 mq di superficie complessiva.

GRAFICO →
 KPI ESD Italia e Selex

ESDItalia
 EFFICIENZA E SERVIZI PER LA DISTRIBUZIONE

SELEX
 GRUPPO COMMERCIALE

Fatturato

€**26,9**mld

€**16,70**mld

Punti vendita

5.860

3.229 al dettaglio

86 Cash&Carry

23 PetShop

3.4

La Fondazione Megamark



La **Fondazione Megamark** è l'organizzazione non lucrativa di utilità sociale (onlus), valore ed espressione dell'impegno sociale del Gruppo Megaholding. Grazie al sostegno derivante dal reinvestimento di parte degli utili prodotti dal Gruppo, è stato possibile, nel tempo, realizzare iniziative di beneficenza, diffondere nelle scuole la cultura della corretta alimentazione, valorizzare il territorio e l'ambiente finanziando progetti e idee provenienti dal terzo settore. Tante nel tempo le azioni concrete e i fondi stanziati per migliorare il benessere della comunità. Oggi la Fondazione Megamark è diventata una grande realtà che genera e sostiene iniziative utili per l'ambiente in cui il Gruppo opera

Con questo scopo nasce il concorso "Orizzonti Solidali", che ha celebrato la nona edizione (2021/2022) erogando oltre 280 mila euro dei 250 mila euro messi a budget, aperto a tutte le associazioni, onlus e cooperative sociali attive sul territorio pugliese in favore di chi ha più bisogno. Nel corso dell'ultimo decennio, il bando "Orizzonti Solidali" ha contribuito al finanziamento di 86 progetti per un valore complessivo pari a 1.547.136 euro.

Inoltre, per i figli dei collaboratori è stato pensato il concorso "Giovani Talenti" per premiare quanti raggiungono ottimi risultati scolastici e per permettere ai più bravi di proseguire nel proprio cammino formativo. Dal 2011 sono state consegnate 236 borse di studio per un valore di 474.250 euro.

Nello specifico, sono state previste quattro differenti categorie di possibili destinatari di tali

interventi, ovvero:

- A. Neodiplomati
- B. Neolaureati – Laurea Triennale
- C. Neolaureati – Laurea Magistrale
- D. Laureati che si iscrivono a corsi post lauream

A partire dal 2016, la Fondazione organizza un concorso letterario annuale avente lo scopo di sostenere l'editoria attraverso l'erogazione di premi da destinare ad autori emergenti. Nell'ambito della 6ª edizione dell'iniziativa, il premio è andato al romanzo d'esordio della giovanissima Maddalena Fingerle "Lingua Madre" (ed. Italo Svevo). A lei il premio di 5.000 euro messo a disposizione dalla onlus che ha assegnato un riconoscimento di 2.000 euro agli altri finalisti: "I Pellicani" (Ed. Miraggi) di Sergio La Chiusa, "Il medesimo mondo" (Ed. Bollati Boringhieri) di Sabrina Ragucci, "Tutti gli appuntamenti mancati" (Ed. Bompiani) di Alice Zanotti e "Uccidi l'unicorno" (Ed. Il Saggiatore) di Gabriele Sassone e 1.000 euro alla menzione speciale di Giulio Mozzo con "Le Ripetizioni" (Ed. Marsilio).

Infine, la Fondazione Megamark pubblica annualmente il proprio bilancio di missione, i cui contenuti vanno a rappresentare lo specifico contributo fornito alle sfide globali declinate all'interno dell'Agenda 2030. Per l'anno 2021, il **Bilancio di Missione 2021** ha previsto l'individuazione di specifici contributi riguardo a 7 dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, i cui contenuti spaziano da tematiche strettamente riconducibili al core business del Gruppo ad aspetti riguardanti l'economia ed il sociale.



**Premio
Fondazione
Megamark**

83

**ROMANZI
IN GARA nel 2021**
pubblicati da oltre
50 case editrici

**Orizzonti
Solidali**

14

**PROGETTI
nel 2021**
per un valore
complessivo di
280.000 euro



**Giovani
talenti**



48

borse di studio
2021

236

borse di studio
dal 2011

3.5

Il contributo del Gruppo alla comunità

102-12 413-1 408-1

Come precedentemente evidenziato, il Gruppo contribuisce allo sviluppo dei territori in cui opera per il tramite delle proprie iniziative e di quella della Fondazione Megamark. Inoltre, il Gruppo collabora da sempre con diverse associazioni di volontariato attive sul territorio che si occupano della gestione di mense e strutture ricettive per i senza fissa dimora e/o i bisognosi. A queste realtà devolvono alimenti e generi di prima necessità per fronteggiare la crescente richiesta di pasti caldi e viveri per le fasce più deboli. In altri casi organizza, in collaborazione con enti no profit locali, raccolte alimentari all'interno della propria rete vendita.

Nel corso degli anni, la Fondazione Megamark, concepita per sostenere i collaboratori, ha indirizzato nel tempo le proprie iniziative anche verso le comunità esterne. Tale scelta deriva dalla crescente consapevolezza circa la necessità di operare attraverso un approccio etico in grado di restituire ai territori parte di quanto generato dal Gruppo. I numeri della Fondazione confermano tale approccio. Dalla sua costituzione, infatti, la Fondazione ha destinato oltre 2 milioni di euro al finanziamento di attività a supporto delle comunità. Di seguito, si riporta una breve analisi delle principali progettualità che hanno caratterizzato il più recente passato.

€2mln
erogati a
supporto delle
comunità

€74.500
erogati nel 2021
a sostegno dei
giovani meritevoli

Sostegno alla crescita e alla formazione dei giovani del territorio

L'undicesima edizione del bando "Giovani Talenti" è sicuramente quella fino al 2021, con il numero più alto di iscrizioni al concorso. L'iniziativa è riservata ai figli meritevoli dei collaboratori del Gruppo, prevede l'erogazione di borse di studio per sostenere i ragazzi nel loro percorso di studi. Nel 2021 sono state consegnate 48 borse di studio per un totale complessivo di 74.500 euro. In questa edizione è stata modificata una tipologia di premio; infatti, il finanziamento previsto per gli universitari iscritti al primo anno in regola con gli esami e con la media del 27, è stato sostituito con una borsa di studi per le lauree triennali. Cambia anche la modalità di iscrizione al bando che avviene dal 2021 unicamente online compilando un modulo direttamente sul sito dalla Onlus.

Lotta al caporalato

Continua anche nel 2021 il progetto "Iamme" di cui crescono le vendite. I prodotti "Iamme - Liberi di scegliere" sono prodotti etici realizzati con la certificazione dell'associazione No Cap per dire stop al caporalato. L'iniziativa del Gruppo Megamark continua sulla strada della legalità per garantire ai braccianti regolari contratti di lavoro, alloggi dignitosi, trasporti sicuri. Tutto questo si trasforma in pelati, passate, sughi e altri prodotti freschi del banco ortofrutta e prende forma sugli scaffali dei negozi del Gruppo; prodotti coltivati, raccolti e confezionati senza caporali nel rispetto del lavoro e dei diritti dei lavoratori.

Sostegno alla crescita del territorio nel segno della legalità

Non si ferma il progetto "aMano libera" sostenuto dal Gruppo per dare un'altra possibilità ai ragazzi detenuti ed ex detenuti del progetto "Senza Sbarre" un'iniziativa che profuma di solidarietà e che trova il suo compimento sugli scaffali dei negozi del Gruppo dove sono in vendita i taralli "aMano Libera". La produzione dei taralli ha l'obiettivo di insegnare un mestiere ai ragazzi ospiti dell'associazione "Amici di san Vittore Onlus" in un programma alternativo alla detenzione perché, insegnando loro un lavoro, possano avere la possibilità di tornare a percorrere la strada della legalità.

Sostegno alla crescita culturale del Paese

Si è tenuta nel 2021 la 6ª edizione del concorso letterario "Premio Fondazione Megamark - Incontri di Dialoghi", promosso dalla Onlus per sostenere gli autori esordienti e per diffondere l'amore per la lettura. Il bando è aperto alle case editrici di tutta Italia ed è riservato agli autori che hanno pubblicato il loro primo romanzo. Nel 2021 hanno partecipato al concorso 83 libri inviati da oltre 50 case editrici. La cinquina, scelta dalla giuria degli esperti composta da 6 personalità del mondo della comunicazione, del giornalismo e della cultura, era così composta:

"Lingua Madre" di Maddalena Fingerle (ed. Italo Svevo), "I Pellicani" di Sergio La Chiusa (ed. Miraggi), "Il medesimo mondo" di Sabrina Ragucci (ed. Bollati Boringhieri), "Tutti gli appuntamenti mancanti" di Alice Zanotti (ed. Bompiani) e "Uccidi l'unicorno" di Gabriele Sassone (ed. Il Saggiatore). Menzione speciale della giuria degli esperti per Giulio Mozzi al suo esordio nella narrativa con *Le ripetizioni* (ed. Marsilio). Ha vinto la 6ª edizione del Premio Megamark Maddalena Fingerle che si è aggiudicata un premio di 5.000 euro mentre agli altri finalisti un premio di 2.000 euro e 1.000 euro alla menzione speciale.

Sostegno al territorio

Riparte a marzo 2021 la 9ª edizione del concorso riservato alle organizzazioni del terzo settore con un budget di 250 mila euro per sostenere e finanziare progetti da sviluppare in Puglia nell'ambito dell'assistenza, della sanità, della cultura e dell'ambiente. L'edizione del 2021 ha visto la partecipazione di 268 associazioni che hanno presentato progetti innovativi e interessanti. Ad ottobre sono stati proclamati i 14 vincitori per un finanziamento complessivo di 280 mila euro. A supporto delle comunità colpite dall'emergenza economica a seguito della pandemia, la Fondazione Megamark ha donato, inoltre, oltre 60mila euro in buoni spesa per le famiglie più povere della città metropolitana.



**gruppo
megaholding**



Gruppo Megaholding S.r.l.

S.P. Trani-Andria km. 1,050

76125 Trani (BT)

Tel. 0883.404.111

contatti@megamark.it