NEL CUORE DELL'ITALIA

Relazione di impatto 2024

Indice

1) **Lettera agli stakeholders**
   Una riflessione sul percorso dell'anno e sul valore condiviso generato

2) **Guida alla lettura della Relazione**
   Come è strutturato il documento e cosa aspettarsi nella lettura

3) **Il nostro percorso verso la sostenibilità**
   Evoluzione organizzativa e adesione al movimento delle Società Benefit

4) **L'impegno statutario**
   Le finalità di beneficio comune inserite nello statuto e il loro significato per noi

5) **Il beneficio comune per CRAI**
   Valutazione dell'impatto generato, azioni intraprese e risultati raggiunti rispetto agli obiettivi di beneficio comune

6) **Obiettivi e Impegni per il 2025**
   Le sfide future e i traguardi che intendiamo raggiungere nel prossimo anno

1) LETTERA AGLI STAKEHOLDERS

Cari Stakeholder,
oggi è un momento importante per CRAI, un'occasione in cui abbiamo l'opportunità di condividere con voi per la prima volta il racconto del nostro impegno verso la sostenibilità e il bene comune. Con questa prima Relazione di Impatto, vogliamo offrirvi uno sguardo sul percorso avviato e, soprattutto, su come intendiamo portarlo avanti, con l'obiettivo di essere un'impresa che fa la differenza nel mondo.
Questa Relazione nasce da un cammino intrapreso a maggio 2024, quando abbiamo scelto di diventare Società Benefit. È il punto di partenza di un impegno che vogliamo sviluppare con trasparenza e continuità, rendendo concreti i nostri valori e costruendo un impatto sempre più solido e duraturo.

Siamo convinti che oggi le imprese debbano essere misurate non solo per i risultati economici, ma anche per l'impatto che hanno sulle persone, sulle comunità e sull'ambiente. In questo contesto, la nostra visione si concretizza in un modello di impresa che mette al centro la sostenibilità, un valore fondamentale per la crescita e la prosperità di tutti.

Questa relazione non è un semplice documento, ma rappresenta un ulteriore step di un percorso avviato con l'introduzione del progetto CraiFutura a fine 2022, una strategia ambiziosa che ci ha portato a rinnovarci profondamente, rafforzando il legame con il nostro territorio e con chi ogni giorno ci sceglie.
Non solo un cambiamento organizzativo, ma un impegno concreto che abbraccia tutti gli aspetti della nostra attività, dalla responsabilità sociale alla sostenibilità ambientale, e che trova oggi una nuova espressione con il nostro status di Società Benefit.

Diventare Società Benefit non è stata una scelta di forma, ma una dichiarazione di intenti: siamo convinti che le imprese possano e debbano essere motori di un cambiamento positivo.
È per questo che il nostro impegno è stato formalizzato non solo a parole, ma attraverso un atto giuridico che sancisce il nostro impegno a creare valore per tutti i portatori di interesse, senza dimenticare mai la nostra responsabilità verso il territorio e le persone con cui interagiamo quotidianamente.

In questa Relazione di Impatto troverete le azioni che abbiamo intrapreso per raggiungere gli obiettivi di beneficio comune, ma anche le sfide che ci attendono. Ogni decisione, ogni scelta, ogni investimento è pensato per generare un impatto positivo che non sia solo immediato, ma che contribuisca alla creazione di un futuro più equo, inclusivo e sostenibile.
Tra i traguardi più significativi che ci attendono nel 2025, vogliamo condividere con orgoglio un passo fondamentale per la nostra identità e il nostro impegno verso l'etica d'impresa: la sottoscrizione il 7 marzo 2025 del Protocollo di Legalità con il Ministero dell'Interno. Un atto concreto che rafforza la nostra determinazione a operare nel rispetto della legalità, prevenendo ogni forma di infiltrazione criminale e promuovendo una cultura d'impresa fondata sull'integrità, sulla trasparenza e sul rispetto delle regole.

Giangiacomo Ibba

2) GUIDA ALLA LETTURA DELLA RELAZIONE

La presente Relazione di Impatto è stata redatta ai sensi della Legge italiana 28 dicembre 2015 n. 208, commi 376-384, che prevede per le Società Benefit l'obbligo di rendicontare annualmente i risultati ottenuti rispetto alle finalità di beneficio comune dichiarato nel proprio Statuto.

Questo documento ha l'obiettivo di offrire una rendicontazione trasparente, strutturata e accessibile del percorso intrapreso da CRAI Secom S.p.A. Società Benefit (di seguito anche "CRAI") nel corso del 2024 in ambito ambientale, sociale e di governance (ESG), con particolare riferimento ai progetti, alle iniziative e ai risultati legati alle finalità statutarie di beneficio comune.

Operando nel settore della Grande Distribuzione Organizzata, siamo consapevoli della complessità e dell'estensione del nostro impatto lungo l'intera catena del valore: dalle filiere produttive ai punti vendita, fino ai consumatori finali e alle comunità locali. Per questo motivo, la rendicontazione delle finalità di beneficio comune ha richiesto il coinvolgimento diretto di numerosi referenti aziendali, ciascuno responsabile di specifiche aree e progetti, al fine di presentare una visione completa, concreta e misurabile dell'impegno di CRAI.

Questa prima Relazione di Impatto rappresenta la naturale evoluzione del percorso di sostenibilità avviato nel 2023 con la pubblicazione del primo report volontario di sostenibilità.

Il documento è pensato per essere uno strumento trasparente e accessibile a tutti gli stakeholder: collaboratori, fornitori, clienti, enti del territorio, partner istituzionali e azionisti. Ogni sezione della Relazione mira a offrire una lettura chiara, con un equilibrio tra dati qualitativi e indicatori misurabili.

La rendicontazione è frutto di un processo strutturato in quattro fasi principali:

1) Identificazione dei process-owner

Sono stati identificati all'interno dell'organizzazione i responsabili delle attività collegate alle finalità di beneficio comune, con il compito di monitorarne l'andamento e contribuire alla definizione degli indicatori di risultato.

2) Raccolta e analisi dei dati

È stato implementato un sistema interno di raccolta e verifica dei dati, volto a garantire la tracciabilità, l'affidabilità e la coerenza con il principio di trasparenza. I KPI selezionati, di natura sia qualitativa che quantitativa, sono stati scelti per misurare in modo efficace i risultati ottenuti.

3) Valutazione dell'impatto complessivo

I dati raccolti sono stati utilizzati anche per misurare l'impatto complessivo di CRAI tramite lo standard internazionale Benefit Impact Assessment (BIA), uno strumento di valutazione utilizzato anche per supportare le aziende nei percorsi di certificazione B Corp.

4) Redazione della Relazione

In coerenza con gli obblighi normativi, la Relazione è stata curata con il supporto trasversale delle diverse funzioni aziendali, con l'obiettivo di offrire una visione completa e integrata del nostro impegno.

La Relazione è organizzata per aree tematiche, con un focus specifico sulle finalità statutarie, le azioni realizzate nel 2024 e gli obiettivi fissati per il 2025. Rappresenta, nel suo insieme, un ulteriore passo nel nostro percorso di integrazione della sostenibilità nella strategia di lungo termine di CRAI, a beneficio delle persone, delle comunità e del pianeta.

3) IL NOSTRO PERCORSO VERSO LA SOSTENIBILITA'

Il percorso verso la sostenibilità di CRAI si è strutturato negli ultimi anni in modo sempre più consapevole e integrato, fino a trovare un'espressione concreta nel progetto **CraiFutura**, avviato a fine 2022. Questo piano rappresenta una tappa fondamentale nella trasformazione del nostro modello organizzativo, con l'obiettivo di rafforzare la coesione interna e valorizzare la rete dei punti vendita come fulcro della nostra identità e leva principale per la creazione di valore sul territorio.

All'interno di questo processo evolutivo si inserisce la scelta strategica di diventare Società Benefit nel 2024, formalizzando a livello statutario l'impegno del Gruppo a generare un impatto positivo sulle persone, sulle comunità e sull'ambiente. Una scelta che rappresenta la naturale prosecuzione della nostra storia: da oltre cinquant'anni, infatti, CRAI è vicina ai bisogni delle famiglie italiane, dei piccoli produttori e dei territori in cui opera.

L'adozione del modello Benefit consolida e rende ancora più visibile la nostra visione d'impresa, che si fonda su un equilibrio armonico tra sostenibilità economica, responsabilità sociale e tutela ambientale. In parallelo, abbiamo rafforzato il nostro approccio ESG, dotandoci di una governance dedicata alla sostenibilità, avviando un primo esercizio di rendicontazione volontaria e introducendo strumenti per la misurazione dell'impatto, con l'obiettivo di garantire sempre maggiore trasparenza e tracciabilità.

Abbiamo scelto di aderire ad **Assobenefit**, l'Associazione Nazionale delle Società Benefit, punto di riferimento per le imprese italiane che adottano un modello orientato al bene comune. L'adesione ci consente di contribuire attivamente alla promozione di una nuova cultura d'impresa, partecipando a un confronto costruttivo con istituzioni, aziende e stakeholder, e favorendo la diffusione di pratiche virtuose capaci di generare un cambiamento positivo e duraturo.

4) L'IMPEGNO STATUTARIO

Con deliberazione dell'Assemblea Straordinaria del 8 maggio 2024, CRAI Secom S.p.A. ha modificato il proprio oggetto sociale, assumendo la qualifica giuridica di Società Benefit, in conformità alla Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (Commi 376-384). Nello specifico, all'articolo 4.2 dello Statuto, sono state definite le finalità di beneficio comune che l'azienda si propone di perseguire nel corso delle proprie attività.

Che cos'è una Società Benefit

Le Società Benefit sono una nuova forma giuridica di impresa, introdotta in Italia con la legge 28 dicembre 2015, n. 208 (commi 376-383 e allegati 4 – 5) ed entrata in vigore dal primo gennaio 2016.

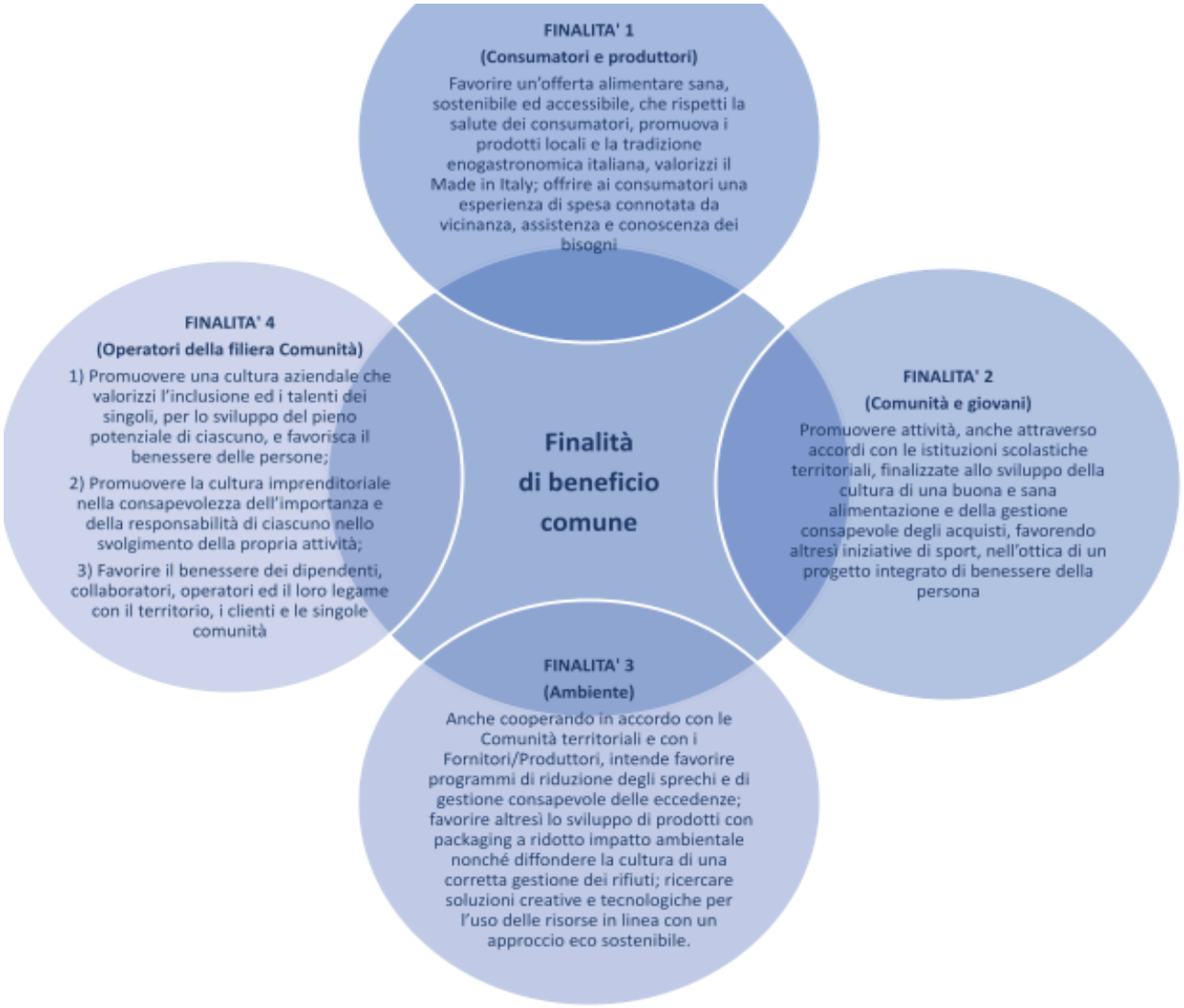
Le Società Benefit si contraddistinguono per l'obiettivo di creare valore tanto per gli shareholder quanto per gli stakeholder, con un'attenzione particolare alla comunità, al territorio e alla biosfera.

La normativa vigente stabilisce che le Società Benefit debbano dotarsi di uno statuto che espliciti il beneficio comune perseguito, dove, con «beneficio comune» la legge intende il perseguimento di uno o più effetti positivi o la riduzione di effetti negativi. Ogni anno le SB debbono presentare una relazione di impatto, in cui siano documentati gli obiettivi e le azioni per il perseguimento del beneficio comune, la valutazione dell'impatto generato ed i nuovi obiettivi per l'esercizio successivo.

La gestione di una Società Benefit implica un bilanciamento tra gli interessi economici degli azionisti e il benessere collettivo. Per questo motivo, gli amministratori devono designare uno o più referenti responsabili dell'impatto aziendale, i quali si occupano della pianificazione e monitoraggio delle azioni orientate al perseguimento di tali finalità.

Come previsto dallo statuto, CRAI concilia gli obiettivi economici tipici di un'impresa a scopo di lucro con finalità di beneficio comune, operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori, ambiente e attività culturali e sociali, nonché con enti, associazioni e altri portatori di interesse. Il nostro modello di impresa riflette un paradigma evoluto, in cui l'obiettivo di profitto si integra con la missione di generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente.

Per garantire il corretto perseguimento degli obiettivi di sostenibilità e trasparenza, CRAI Secom S.p.A. ha nominato il Dott. Michele Poliseno, membro del Consiglio di Amministrazione, come Responsabile d'Impatto. In questo ruolo, il Dott. Poliseno è incaricato di monitorare e gestire l'impatto sociale, ambientale ed economico delle attività aziendali, assicurando che gli obiettivi di beneficio comune siano perseguiti in modo efficace e rendicontato annualmente, contribuendo alla definizione delle strategie e alla trasparenza delle azioni intraprese.



5) IL BENEFICIO COMUNE PER CRAI

Valutazione dell'Impatto generato

La valutazione dell'impatto economico, sociale e ambientale è un elemento fondamentale per una Società Benefit, in quanto consente di misurare l'efficacia delle azioni intraprese e orientare il miglioramento continuo del modello d'impresa. Non solo risponde a un obbligo normativo, ma rappresenta anche uno strumento strategico per monitorare e ottimizzare il percorso di sostenibilità, assicurando trasparenza e responsabilità verso tutti gli stakeholder.

Per la misurazione dell'impatto, CRAI ha adottato il Benefit Impact Assessment (BIA), uno strumento riconosciuto a livello internazionale e sviluppato da B-Lab, ente no-profit che ha definito lo standard globale per la valutazione dell'impatto sociale, ambientale ed economico. Questo approccio permette di valutare e comunicare l'impatto in modo oggettivo, chiaro e comparabile, attraverso un processo di autovalutazione articolato in cinque aree di impatto: governance, lavoratori, comunità, ambiente e clienti. L'autovalutazione

fornisce a CRAI una visione oggettiva del proprio impatto, utilizzando dati qualitativi e quantitativi, rendendo così il percorso di responsabilità sociale e ambientale trasparente e tracciabile.

Grazie a questa valutazione, CRAI ha potuto identificare i propri punti di forza e le aree di miglioramento, in linea con gli obiettivi di beneficio comune previsti dal nostro statuto e dalle normative vigenti. Inoltre, l'analisi dell'impatto attraverso il BIA segna l'inizio di un percorso di miglioramento continuo, assicurando che la Società prosegua il suo sviluppo verso un modello d'impresa integrato con i principi di sostenibilità economica, sociale e ambientale.

I principali punti di forza emersi dall'analisi del BIA riguardano l'impegno di CRAI nella sostenibilità e nella responsabilità sociale, con particolare focus sul benessere dei lavoratori, l'equità salariale, e l'impegno nella trasformazione in Società Benefit, che integra formalmente le performance sociali e ambientali nel processo decisionale. Inoltre, l'azienda ha messo in atto politiche di salute e sicurezza sul lavoro, con una forte attenzione alla parità di genere e al benessere dei dipendenti. A livello comunitario, supportiamo attivamente iniziative locali e promuoviamo pratiche etiche nei confronti dei fornitori. Continuiamo a rafforzare il nostro impegno verso la sostenibilità ambientale, con particolare attenzione alla misurazione delle emissioni e all'adozione di pratiche operative sempre più responsabili. Il nostro punteggio in quest'area è stato influenzato dai numerosi cambi di sede avvenuti nel corso del 2024, che hanno temporaneamente limitato la possibilità di implementare azioni strutturate e continuative in materia ambientale. A partire dal 2025, tuttavia, ci siamo stabiliti in un nuovo edificio dotato di certificazioni ambientali e progettato secondo criteri di efficienza energetica e ridotto impatto ambientale. Questo passaggio rappresenta un punto di svolta che ci consente di consolidare e ampliare il nostro percorso verso una maggiore sostenibilità. Infine, garantiamo elevati standard di qualità e trasparenza nei servizi offerti ai clienti, con un focus particolare sulla protezione dei dati personali e sulla loro soddisfazione.

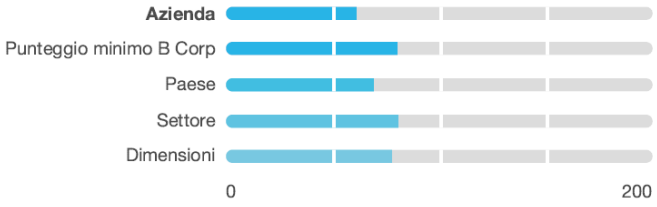
Il punteggio complessivo ottenuto da CRAI nell'analisi del BIA è pari a 60,8/200. È importante sottolineare che tale punteggio si basa su un'autovalutazione interna, non verificata da una terza parte indipendente, e rappresenta il risultato del periodo di rendicontazione di questa Relazione di Impatto.

Il nostro impegno nei prossimi anni sarà focalizzato sul miglioramento delle performance sociali e ambientali, con l'obiettivo di incrementare progressivamente il punteggio complessivo e rafforzare il nostro impegno come Società Benefit. Questo impegno, seppur avviato da pochi mesi, ha già visto azioni pianificate e messe in atto durante l'anno 2024, e continuerà a evolversi con determinazione e continuità.

La compilazione di questo questionario BIA ha rappresentato un'importante occasione per sensibilizzare i collaboratori, aumentando la consapevolezza delle aree di impatto su cui concentrarsi per ottimizzare la nostra performance e continuare a perseguire obiettivi di responsabilità sociale e ambientale.

CRAI Secom S.p.A.

Data di fine dell'anno fiscale **31 Dec 2024**



Punteggio parziale

Governance

In questa sezione si valuta la missione complessiva dell'azienda, l'etica, la trasparenza e la governance. Si analizzano le pratiche decisionali in termini di responsabilità, la capacità di integrarsi con gli stakeholder e come l'azienda consideri l'impatto sociale, ambientale ed economico nelle proprie scelte strategiche.

Governance

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.

La performance in questa sezione si è rivelata complessivamente positiva, con un risultato significativo rappresentato dalla modifica statutaria e dalla trasformazione in Società Benefit. Questo passo rafforza l'impegno legale e vincolante ad integrare le performance sociali e ambientali nel processo decisionale aziendale, consolidando la responsabilità verso gli stakeholders. A partire dal 2023, abbiamo avviato la pubblicazione annuale, su base volontaria, del bilancio di sostenibilità, nel quale riportiamo informazioni dettagliate sulle performance sociali e ambientali, corredate da una descrizione approfondita dei programmi e delle iniziative in corso.

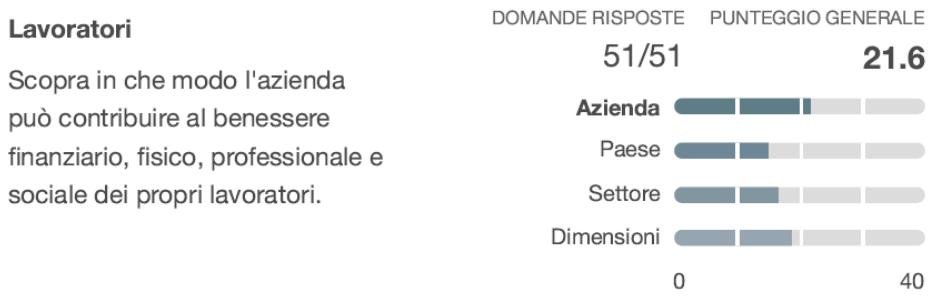
Per rafforzare ulteriormente la governance etica e conforme, abbiamo implementato il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOGC) ai sensi del D.Lgs. 231/01, integrato con il Codice Etico e la nomina di un Organismo di Vigilanza, che garantiscono trasparenza e rispetto delle normative.

Le aree che necessitano di miglioramento riguardano principalmente una maggiore integrazione delle performance sociali e ambientali nelle decisioni strategiche e nella struttura della governance, nonché

l'espansione dei programmi formativi per sviluppare competenze specifiche in materia di sostenibilità tra i collaboratori.

Lavoratori

In questa sezione si misura l'impatto dell'azienda sui propri lavoratori, considerando compensi, benefit, opportunità di crescita professionale e benessere complessivo. L'obiettivo è valutare come l'azienda contribuisca al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri dipendenti, promuovendo un ambiente di lavoro inclusivo, equo e favorevole alla loro evoluzione.



La performance della nostra azienda nell'area Lavoratori del B-Impact Assessment (BIA) risulta complessivamente allineata con i benchmark di riferimento, con risultati significativi in diversi ambiti chiave. In particolare, l'analisi ha evidenziato l'efficacia dei processi e dei meccanismi adottati per monitorare e ridurre i rischi legati alla salute, alla sicurezza e al benessere dei nostri lavoratori. La nostra attenzione al benessere economico si traduce in una retribuzione che supera il salario di sussistenza, garantendo ai nostri dipendenti un livello di vita dignitoso. Per il calcolo del salario di riferimento, utilizziamo il benchmark di WageIndicator per la Regione Lombardia, confermando l'impegno verso una politica salariale equa e sostenibile.

Un ulteriore punto di forza della nostra azienda riguarda i benefici aggiuntivi offerti ai lavoratori, come la presenza di bonus erogati a una percentuale compresa tra il 75% e il 99% dei dipendenti, la copertura sanitaria privata integrativa, e l'assicurazione contro disabilità e incidenti. Questi strumenti supportano il benessere fisico e psicologico dei lavoratori, favorendo un ambiente di lavoro protetto e orientato al sostegno della persona.

Abbiamo implementato una politica scritta di sicurezza e salute sul lavoro, che mira a minimizzare incidenti e infortuni. La sicurezza è parte integrante del processo di pianificazione aziendale e coinvolge attivamente i lavoratori, dalla pianificazione della sicurezza alla gestione delle risorse e alla realizzazione di audit. Inoltre, organizziamo regolari corsi di formazione in materia di salute e sicurezza, e le procedure di sicurezza sono facilmente accessibili a tutti, inclusi i lavoratori non manageriali e i visitatori.

Un ulteriore aspetto significativo è il tasso di abbandono dei lavoratori, che risulta essere prossima allo 0% per i salariati a tempo pieno e part-time, evidenziando un forte impegno verso la fidelizzazione dei dipendenti. I nostri tassi di soddisfazione del personale sono superiori rispetto ai parametri di riferimento del settore, e monitoriamo costantemente il grado di coinvolgimento dei lavoratori tramite strumenti specifici, come il questionario introdotto nel 2024 in collaborazione con l'Università di Cagliari.

Continueremo a monitorare e migliorare costantemente le politiche e le pratiche in questo ambito per rispondere sempre meglio alle esigenze dei nostri dipendenti e agli standard del settore.

Comunità

In questa sezione si misura l'impatto dell'azienda sul contesto sociale, sia nelle comunità locali che nella società nel suo complesso. Si valuta l'impegno dell'azienda in termini di diversità, inclusione e responsabilità sociale, con particolare attenzione ai servizi e agli investimenti per la comunità. Inoltre, si considera l'impatto che l'azienda genera lungo l'intera catena di fornitura, evidenziando come essa contribuisca in modo positivo e sostenibile al benessere sociale.

Nell'area Comunità del B-Impact Assessment, la nostra azienda ha ottenuto risultati significativi che riflettono il nostro impegno verso la promozione di una crescita inclusiva e responsabile. Un dato di particolare rilevanza è che più del 60% dei nostri lavoratori sono donne, con una percentuale del 30% di donne in posizioni manageriali, a conferma dell'impegno per la parità di genere e l'inclusione a tutti i livelli aziendali.

Inoltre, quasi il 100% del nostro costo del venduto, comprensivo delle attività a valore aggiunto, proviene da fornitori e compagnie registrate a livello nazionale o dai cittadini dei luoghi ove sono situate le attività del gruppo, rafforzando il nostro impegno verso lo sviluppo economico locale e la creazione di valore nel contesto territoriale in cui siamo inseriti.

Abbiamo sviluppato un programma formale di supporto e formazione per i fornitori selezionati, volto a garantire che le loro pratiche siano allineate con i nostri standard sociali e ambientali. L'azienda valuta regolarmente le necessità di formazione dei propri fornitori, cercando di migliorare continuamente la qualità e l'impatto delle relazioni commerciali.

Inoltre, per risolvere conflitti e reclami, disponiamo di un meccanismo formale che garantisce trasparenza e un'adeguata gestione delle problematiche. La nostra azienda è anche attivamente coinvolta in iniziative di settore, collaborando con altri attori per definire e promuovere standard sociali e ambientali che possano elevare le pratiche dell'intera industria.

Infine, partecipiamo attivamente a tavoli di discussione e dialoghi pubblici su tematiche sociali e ambientali, rafforzando la nostra posizione come attore responsabile e propositivo nel contesto sociale e ambientale.

Ambiente

In questa sezione si misura l'impatto ambientale dell'azienda, con particolare attenzione alla gestione sostenibile delle risorse naturali. Si valutano gli impatti generati su temi ambientali rilevanti come aria, acqua, clima, territorio e biodiversità, analizzando l'efficienza e le pratiche adottate lungo l'intera catena di produzione e distribuzione, con l'obiettivo di minimizzare l'impronta ecologica complessiva.

Nell'ambito dell'area Ambiente del B-Impact Assessment, la valutazione della nostra performance evidenzia un'opportunità di miglioramento, sebbene il nostro impatto ambientale diretto non risulti particolarmente elevato, considerando che non svolgiamo attività produttiva. La nostra azienda non è classificata come energivora, ma l'impatto ambientale diretto si manifesta principalmente attraverso i rifiuti generati, il consumo di energia elettrica e le attività legate ai trasporti.

A partire dal 2023, abbiamo intrapreso un'importante iniziativa per misurare le nostre emissioni di gas serra (GHG), in particolare quelle relative agli Scope 1 e 2, che costituiscono il nostro impegno verso la riduzione dell'impatto ambientale e la maggiore consapevolezza delle nostre emissioni dirette. Rispettiamo le normative ambientali e siamo costantemente impegnati a promuovere l'uso consapevole delle risorse, sviluppando e programmando azioni specifiche per ridurre l'impatto sull'ecosistema.

Un elemento che ha inciso negativamente sulla nostra valutazione riguarda l'assenza di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA), uno strumento che ci consentirebbe di monitorare costantemente l'impatto ambientale delle nostre operazioni e di adottare pratiche più mirate e efficaci. Inoltre, come precedentemente riportato, il nostro punteggio in quest'area è stato influenzato dai numerosi cambi di sede avvenuti nel corso del 2024, che hanno temporaneamente limitato la possibilità di implementare azioni strutturate e continuative in materia ambientale. A partire dal 2025, tuttavia, ci siamo stabiliti in un nuovo edificio dotato di certificazioni ambientali e progettato secondo criteri di efficienza energetica e ridotto impatto ambientale.

Guardando al futuro, è fondamentale avviare una valutazione più approfondita dell'impronta ambientale lungo l'intera catena del valore, in particolare la catena di approvvigionamento delle merci dai Fornitori e di distribuzione delle stesse ai Soci, con particolare attenzione alla minimizzazione dello spreco alimentare.

Clienti

In questa sezione si misura l'impatto dei prodotti e servizi sui clienti finali, con particolare attenzione alla qualità, alla trasparenza e all'etica nel marketing. Si valutano anche la protezione della privacy, la gestione dei canali di feedback e l'attenzione all'esperienza complessiva del cliente, garantendo che l'azienda costruisca un rapporto di fiducia e soddisfazione duraturo.

Nel contesto dell'area Clienti, il B-Impact Assessment evidenzia una serie di buone pratiche adottate dalla nostra azienda per garantire la qualità dei prodotti e servizi offerti, nonché per tutelare la privacy e la soddisfazione dei nostri clienti. In particolare, siamo impegnati a offrire garanzie contrattuali e politiche di protezione sui nostri prodotti, assicurando che i clienti possiedano i diritti necessari per tutelare i propri acquisti. L'azienda ha implementato meccanismi formali di controllo della qualità che, insieme ai processi di raccolta e analisi dei feedback, consentono di monitorare costantemente il livello di soddisfazione della nostra clientela.

Per quanto riguarda la gestione dei reclami, ci impegniamo a rispondere a tutte le richieste entro un mese dalla loro ricezione, offrendo anche supporto in tempo reale, al fine di garantire una gestione tempestiva e risolutiva delle problematiche sollevate. Abbiamo inoltre istituito un programma formale per raccogliere e incorporare i risultati dei test e i riscontri dei clienti nella progettazione e miglioramento dei nostri prodotti e servizi, in modo da garantire continui miglioramenti basati su valutazioni dirette da parte della clientela.

La sicurezza dei dati dei clienti è un'altra area di particolare attenzione: abbiamo sviluppato politiche chiare e trasparenti sull'uso dei dati personali, in conformità al GDPR. Tutti i dati sensibili sono trattati con la massima riservatezza, e la privacy è inclusa nei processi di gestione dei rischi aziendali. Inoltre, forniamo ai clienti la possibilità di decidere come i loro dati vengono utilizzati, informandoli dettagliatamente su come vengono raccolti, conservati e condivisi.

Il monitoraggio regolare della soddisfazione dei clienti è parte integrante della nostra strategia. I risultati dei sondaggi di soddisfazione sono condivisi internamente per stimolare il miglioramento continuo. Inoltre, siamo attivamente impegnati a valutare i risultati indiretti ottenuti dai clienti attraverso l'utilizzo dei nostri prodotti, cercando sempre di ridurre gli effetti negativi e aumentare quelli positivi.

Azioni intraprese e risultati raggiunti rispetto agli obiettivi di beneficio comune

Come precedentemente menzionato, CRAI Secom S.p.A. Società Benefit ha ampliato il proprio oggetto sociale, introducendo nello Statuto quattro finalità specifiche di beneficio comune che guidano la nostra attività. Questi obiettivi sono perseguiti attraverso una pianificazione annuale delle azioni, sempre in linea con i nostri valori e la nostra missione aziendale.

Per il 2024, ci siamo impegnati a illustrare come le nostre pratiche e attività abbiano contribuito concretamente al raggiungimento delle finalità di beneficio comune. Grazie a un impegno costante, la Società ha conseguito gran parte degli obiettivi prefissati, attuando con successo le iniziative pianificate per il periodo di riferimento.

La tabella che segue fornisce nel dettaglio le principali iniziative sviluppate e implementate da CRAI, evidenziando il loro allineamento con le finalità statutarie e l'impatto delle attività progettuali. Ogni azione descritta è associata a un obiettivo preciso, che riflette l'impegno di CRAI nell'affrontare temi come la sostenibilità, la qualità, il benessere dei collaboratori e la valorizzazione delle eccellenze locali.

La finalità di ciascuna azione è descritta in modo da fornire un quadro chiaro dell'efficacia delle iniziative introdotte, con un focus sugli impatti tangibili e le attività progettuali che hanno reso possibile il raggiungimento di questi traguardi.

Azione	Obiettivo	Finalità statutaria	Progettualità
Sviluppo referenze a marchio CRAI per un'alimentazione sana e sostenibile	*Favorire un'offerta alimentare sana, sostenibile ed accessibile, che rispetti lo salute dei consumatori*	1	Nel 2024, CRAI ha arricchito la sua offerta con 18 nuove referenze a marchio proprio, suddivise come segue: - Filiere di produzione primaria (5 referenze): 2 referenze di pollo senza antibiotici e tre referenze artiche - Linea Vitamina D (1 referenza): Una bevanda all'avena arricchita con vitamina D3, sviluppata in collaborazione con un team medico-scientifico per garantire un apporto efficace e sicuro; - Linea Sport (10 referenze): 8 Barrette Proteiche (proteine 30% al gusto cacao e al gusto mandorla e al gusto ciaccolata, proteine 50% coockies, vegana alla mandorla e vegana alla nocciola, proteine 33% gusto arachidi/caramello e gusto nocciola, * e un reidratante in polvere e un gel energetica, formulati per soddisfare le esigenze nutrizionali degli sportivi. La linea è stata progettata con il supporto di un team sportiva (PPR Performance) e scientifica. Inoltre, due Filiere di alta gamma, il "Panettone di Alta Pasticceria" e il "Riso Carnaroli Classico Invecchiato", sono stati entrambi premiati agli European Private Label Awards 2024.
Sviluppo di garanzie qualitative dei fornitori locali (standard IFS FOOD LOCAL)	*Rafforzamento della filiera locale responsabile e tracciabile*	1	CRAI ha avviato un'iniziativa volta a garantire elevati standard qualitativi tra i fornitori locali, adottando la norma IFS Food. Questa norma internazionale valuta la capacità dei produttori alimentari di fornire prodotti sicuri, autentici e di qualità, conformi alle normative vigenti e alle specifiche dei clienti. Il progetto è stato avviato come pilota con un fornitore selezionato, al fine di testare e ottimizzare l'implementazione della norma. Successivamente, l'iniziativa sarà estesa ad altri fornitori locali, rafforzando l'intera filiera. Questa collaborazione con IFS ha permesso lo sviluppo e la sperimentazione pratica della norma IFS Food Local, specificamente concepita per le esigenze dei fornitori locali. L'adozione della norma IFS Food Local implica una valutazione approfondita dei processi produttivi, garantendo che i fornitori rispettino criteri rigorosi in termini di sicurezza alimentare, qualità del prodotto e conformità alle normative. Questo approccio assicura ai consumatori prodotti alimentari sicuri e di alta qualità, rafforzando la fiducia nel marchio CRAI e valorizzando le eccellenze locali.
Sviluppo progetto qualità ortofrutta	*Promuovere un'offerta alimentare sana, sostenibile e accessibile, che tuteli la salute dei consumatori, valorizzi i prodotti locali e rafforzi la tradizione enogastronomica italiana*	1	Nel 2024 CRAI ha implementato, e messo a disposizione di punti vendita e Ce.Di., un importante progetto dedicato al miglioramento della qualità dell'ortofrutta, con l'obiettivo di rafforzare la costanza qualitativa nei reparti e la percezione di valore da parte dei Clienti. Il progetto, sviluppato per supportare le figure chiave coinvolte nella selezione e nella gestione dell'assortimento ortofrutticola, ha previsto la definizione delle caratteristiche distintive di tre segmenti di vendita (1° prezzo, mainstream e premium), la creazione di schede tecnico-merceologiche di prodotto e la loro condivisione lungo tutta la filiera (fornitori, buyer, addetti al controllo qualità in piattaforma). A partire da gennaio, il programma ha inclusa sessioni formative progressive e mirate, per un totale di oltre 40 ore, rivolte ai buyer ortofrutta e agli operatori dei CeDi e dei punti vendita, con focus sui requisiti normativi e sulle filiere di valore delle principali referenze stagionali. Il progetto ha previsto inoltre attività di affiancamento pratico nella gestione dei controlli qualità e della corretta rotazione del prodotto a scaffale, contribuendo a diffondere un approccio più consapevole e professionale alla qualità.
Adesione Associazione Planet Life Economy Foundation (PLEF)	*Promuovere attività finalizzate allo sviluppo di una cultura di buono e sano alimentazione e alla gestione consapevole degli acquisti, nell'ambito di un progetto integrato volto al benessere completo della persona*	2	La Planet Life Economy Foundation (PLEF) è un'associazione senza scopo di lucro che, dal 2008, promuove strategie d'impresa sostenibili, favorendo l'incontro tra università, imprese e società civile attraverso attività di networking, progetti e formazione. Nel 2024 CRAI ha confermato il proprio impegno verso uno sviluppo più equo e sostenibile aderendo all'associazione PLEF (Planet Life Economy Foundation) e contribuendo concretamente alla realizzazione del terzo rapporto B-BES dedicato al Comune di Vittorio Veneto, vincitore del Premio Bezzo 2023 grazie al programma formativo sull'alimentazione sostenibile promosso dall'Istituto "A. Beltrame". Il progetto, sviluppato in collaborazione con PLEF, AIQUAV e AREGAI, ha permesso di analizzare le dodici dimensioni del Benessere Equo e Sostenibile (BES) su scala comunale, integrando dati statistici nazionali e locali con una ricerca qualitativa condotta attraverso interviste alla popolazione, con particolare attenzione al rapporto tra benessere soggettivo e alimentazione. Il sostegno di CRAI SOCIAL, della Cooperativa CODE' CRAI OVEST e di altri soci PLEF ha reso possibile l'elaborazione completa del rapporto, favorendo una lettura approfondita del contesto territoriale e promuovendo un approccio innovativo alla valutazione del benessere nelle comunità locali. Questo lavoro, oltre a rafforzare il legame tra impresa, scuola e comunità, rappresenta un esempio concreto di come CRAI intenda contribuire alla crescita culturale e alla consapevolezza sociale dei territori in cui opera.
Partnership con Too Good To Go	*Riduzione degli sprechi e gestione consapevole delle eccedenze*	3	CRAI promuove presso Soci, imprenditori e clienti un'importante collaborazione con Too Good To Go, un'azienda certificata B Corp a impatto sociale, con l'obiettivo di ridurre lo spreco alimentare all'interno della rete dei nostri punti vendita. Nel 2024, grazie ai 177 punti vendita attivi del Gruppo CRAI e al contributo dei clienti, sono state salvate 47.445 Surprise Bag, evitando l'emissione di circa 128.101 kg di CO_2 in atmosfera.
Raccolta e riciclo bottiglie di plastica	*Diffondere la cultura di una corretta gestione dei rifiuti*	3	CRAI ha avviato una collaborazione con CORIPET, un consorzio dedicato al riciclo delle bottiglie in plastica PET. In diversi punti vendita di proprietà dei Soci e di imprenditori affiliati, tra cui Sardegna, Veneto, Friuli, Marche, Emilia Romagna e Toscana, sono stati installati ecocompattatori, che permettono ai clienti di restituire le bottiglie in PET per il riciclo. Utilizzando l'app CORIPET, i clienti accumulano punti che possono essere convertiti in buoni sconto da utilizzare presso i negozi CRAI.
Adesione all'associazione Donne del Retail	*Promuovere la cultura dell'inclusione*	4	Nel 2024, CRAI Secom ha rafforzato il proprio impegno verso l'inclusione e la parità di genere aderendo all'Associazione Donne del Retail, un'organizzazione senza scopo di lucro dedicata a promuovere una cultura aziendale inclusiva nel settore retail. Questo passo si inserisce in una strategia più ampia volta a valorizzare il talento femminile e garantire pari opportunità all'interno dell'azienda. Attualmente, la sede di Milano di CRAI vanta una forza lavoro composta per quasi il 60% da donne, con una politica di parità retributiva tra i sessi. L'adesione all'Associazione Donne del Retail offre alle dipendenti e ai dipendenti di CRAI l'opportunità di partecipare a convegni, seminari e incontri di approfondimento su temi quali l'inclusione, l'empowerment femminile e l'equità retributiva. Questo impegno riflette la volontà di CRAI di essere un catalizzatore di cambiamento positivo nel settore retail, promuovendo attivamente l'uguaglianza di genere e creando un ambiente di lavoro che celebri la diversità e l'inclusione.
Board dei Giovani	*Valorizzare i giovani come leva di innovazione, promuovendo una cultura aziendale sostenibile e attenta alla crescita del capitale umano*	4	CRAI crede fortemente che l'innovazione parta dalle persone. Per questo è stato creato il Board dei Giovani, un progetto che coinvolge 12 talenti under 35 provenienti da tutte le aree strategiche dell'azienda che hanno il compito di affiancare l'Amministratore Delegato nello sviluppo di iniziative capaci di generare valore economico, sociale e ambientale, portando una visione nuova e concreta del cambiamento. Il Board si è riunito per la prima nel 2024, avviando un percorso di confronto continuo con il Comitato Strategico e alimentato da ricerca e innovazione. Ogni divisione aziendale è rappresentata, garantendo pluralità di competenze e punti di vista. La selezione è riservata ai giovani che si sono distinti per risultati e impegno, dal III livello impiegato fino al ruolo di Quadro. Ogni due anni, il Board viene rinnovato per mantenere viva la spinta creativa e l'apertura a nuove prospettive. Inoltre, CRAI apre la porta anche all'autocandidatura di giovani talenti tra i 23 e i 25 anni: fino a due posti sono riservati a chi, pur non rispondendo ai criteri di selezione, dimostra di avere idee, entusiasmo e voglia di mettersi in gioco. La scelta, condivisa tra i membri del Board e l'AD, è guidata dalla volontà di valorizzare il merito, la motivazione e la conoscenza del contesto aziendale. Per CRAI, innovare non significa solo aggiornare l'offerta, ma ripensare il modello di business in chiave evolutiva, con il coraggio di ascoltare chi ha lo sguardo rivolto al futuro.
Implementazione dell'analisi del clima aziendale e di gestione della soddisfazione dei collaboratori	*Promuovere il benessere delle persone e coltivare un ambiente di lavoro positivo, capace di stimolare soddisfazione, motivazione e coinvolgimento*	4	Nel corso del 2024, CRAI ha avviato un'importante collaborazione con l'Università di Cagliari per realizzare un'indagine sul clima aziendale e sulla soddisfazione dei collaboratori della sede centrale. Attraverso la somministrazione di un questionario validato scientificamente, il progetto ha avuto lo scopo di raccogliere feedback significativi e utili per indirizzare azioni correttive mirate. La partecipazione è stata eccezionale, con oltre l'80% dei dipendenti che ha scelto di rispondere, dimostrando un forte impegno e interesse nei confronti del miglioramento dell'ambiente di lavoro. Per garantire la massima affidabilità, l'Università di Cagliari ha applicato metodologie avanzate di raccolta e analisi dei dati, assicurando che i risultati fossero rappresentativi e utili per l'organizzazione. A tal proposito, si è voluto rassicurare i partecipanti sulla totale riservatezza delle risposte, che sono state trattate in modo anonimo e utilizzate esclusivamente per finalità di miglioramento aziendale. Questo approccio consente di ottenere spunti concreti per il benessere dei dipendenti e per la crescita dell'azienda, individuando opportunità di intervento per un futuro più inclusivo e performante. Il questionario, oltre a raccogliere opinioni, è stato visto come un'opportunità per i lavoratori di influire direttamente sul processo di cambiamento, con l'obiettivo di identificare e attuare proposte di miglioramento. Le informazioni raccolte saranno utilizzate nel 2025 per sviluppare azioni correttive specifiche, al fine di migliorare le aree più sensibili emerse durante l'indagine.
Accademia CRAI in collaborazione con Università di Parma	*Sviluppo delle competenze per valorizzare il talento e sostenere la crescita professionale continua*	4	Nel corso del 2024, CRAI ha implementato un'Accademia Imprenditori, Soci e Collaboratori, in collaborazione con l'Università di Parma, con l'obiettivo di offrire percorsi formativi avanzati all'organizzazione di sede e sui diversi territori. Questa iniziativa mira a sviluppare competenze professionali e personali, favorendo la crescita continua delle persone del Gruppo Crai e l'integrazione di nuove conoscenze.

6) OBIETTIVI E IMPEGNI PER IL 2025

Nel 2025, CRAI Secom S.p.A. Società Benefit continuerà a perseguire i principi che definiscono la nostra identità, concentrandosi su obiettivi ambientali, sociali e di governance.

Questo approccio guiderà l'introduzione di politiche interne volte al miglioramento continuo, con particolare attenzione alla qualità dei nostri servizi, alla responsabilità sociale e alla gestione ambientale. Allo stesso modo, continueremo a sviluppare iniziative che, attraverso la nostra rete di soci e imprenditori, amplificheranno l'impatto positivo della nostra attività.

Gli obiettivi per il prossimo anno sono chiari e concreti: rafforzare il nostro impegno verso un modello di business responsabile, capace di generare un impatto positivo duraturo per le persone, l'ambiente e le comunità.

Le azioni che intraprenderemo riguarderanno il miglioramento continuo dei processi interni, l'incremento dell'efficienza delle risorse e la promozione dell'inclusività e dell'equità. Ogni risultato sarà misurato in termini di impatti concreti, con l'obiettivo di generare benefici tangibili per i nostri clienti, collaboratori e territori.

Consumatori e produttori

- Potenziare lo sviluppo di prodotti a marchio all'interno delle linee dedicate a offrire ai clienti un'assortimento sano e sostenibile;
- Sviluppare referenze a marchio all'interno del progetto "Offerta Conveniente", finalizzato a garantire accessibilità e costanza qualitativa;
- Sostenere i Produttori Locali nello sviluppo e mantenimento delle garanzie qualitative dei prodotti inseriti negli assortimenti dei diversi Territori;
- Avviare il progetto di miglioramento della qualità dell'ortofrutta, volto a ottimizzare la filiera interna di approvvigionamento e controllo, con l'intento di potenziare le performance dei reparti Ortofrutta e incrementare la soddisfazione dei clienti.

Giovani e Comunità

- Collaborare con Università e Istituzioni Scolastiche locali per sviluppare insieme percorsi educativi dedicati alla promozione dei temi ESG;
- Partecipare attivamente a convegni, seminari, workshop per promuovere la cultura dell'inclusione e delle pari opportunità;
- Sviluppare progettualità valoriali per rafforzare la visione CRAI, promuovere un'identità aziendale condivisa e definire un linguaggio comune, generando valore sui territori in modo coerente con i nostri principi.

Ambiente

- Avviare nuove collaborazioni a supporto dei punti vendita per monitorare le eccedenze alimentari e adottare soluzioni innovative volte a ridurre gli sprechi;
- Incentivare la raccolta e il riciclo presso i punti vendita;
- Implementare il progetto packaging per i prodotti a marchio, con l'obiettivo di incrementare la percentuale di imballaggi riciclati e/o a minor impatto ambientale, collaborando con i fornitori per individuare ulteriori aree di miglioramento e ridurre l'impatto ecologico.

Collaboratori, operatori della filiera e Comunità di riferimento

- Avviare interventi di miglioramento prioritari per consolidare il rapporto tra benessere dei collaboratori e performance aziendali, partendo dai risultati dell'analisi del clima aziendale;
- Sviluppare ed erogare percorsi formativi nell'ambito dell'Accademia CRAI, con il supporto dell'Università di Parma;
- Sviluppare programmi di supporto ed inclusione per i collaboratori di sede;
- Avviare programmi di formazione e sensibilizzazione dei collaboratori della sede Crai sulle tematiche ESG e sul percorso Società Benefit;
- Definire un Protocollo Quadro di Legalità, finalizzato a prevenire i rischi di infiltrazioni criminali nel settore della grande distribuzione.