FG HOLDING

Casi tigre tigre AMICO
GRUPPO Gabrielli

FG gallerie

Bilancio di *sostenibilità* 2025

Valore che resta



Bilancio di *sostenibilità* 2025



FG HOLDING

oasi tigre tigre AMICO
GRUPPO Gabrielli

FG gallerie





Lettera agli stakeholder 7
Criteri per la rendicontazione 9

Chi siamo 11
I nostri valori 12
La nostra storia 14
La Governance 16
La Governance della sostenibilità 19
Le società del Gruppo 22
Magazzini Gabrielli S.p.A. 22
F.G. Gallerie Commerciali S.p.A. 24
I numeri del Gruppo 26
Strategia e sostenibilità 28
Relazioni con i fornitori 28
Centralità dei clienti 28
Relazioni con i dipendenti 28
Gestione energetica degli asset 28
Aree geografiche 28
La Catena del valore 30
Attività a monte 30
Attività dirette 30
Attività a valle 30
Gli Stakeholder 32
La Doppia Materialità 33
Il processo di Doppia Materialità 33
Analisi del contesto 33
Consolidamento della Doppia Materialità 33
Mappatura e valutazione degli impatti 34
Mappatura e valutazione dei rischi e delle opportunità 34
I risultati: gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti 36

ESRS E1 Cambiamenti climatici 46
L'impegno del Gruppo nella gestione dei cambiamenti climatici 47
Il consumo di energia e il mix energetico 57
Le emissioni GHG 58
ESRS E2 Inquinamento 60
Attività del Gruppo connesse al tema dell'inquinamento 60
ESRS E3 Acque e risorse marine 62
Utilizzo delle risorse idriche nelle attività del Gruppo 62
Il consumo idrico 64
ESRS E4 Biodiversità ed ecosistemi 65
Approccio del Gruppo ai temi della biodiversità e degli ecosistemi 65
ESRS E5 Uso delle risorse ed economia circolare 68
Le pratiche del Gruppo nella gestione delle risorse 68
Le risorse in entrata 70
Le risorse in uscita 72

ESRS S1 Forza lavoro propria 74
Il dialogo con la forza lavoro propria 75
Gestione di impatti, rischi ed oppurtunità relativi alla forza lavoro propria 76
Le nostre persone 78
ESRS S2 Lavoratori nella catena del valore 83
Il dialogo con i lavoratori della catena del valore 83
Gestione di impatti, rischi ed opportunità relativi ai lavoratori della catena del valore 84
ESRS S3 Comunità interessate 85
Il dialogo con le comunità interessate 85
Gestione di impatti, rischi e opportunità relativi ai rapporti con le comunità interessate 86
ESRS S4 Consumatori e utilizzatori finali 94
Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali 94
Il dialogo con i consumatori e gli utilizzatori finali 95
Approccio del Gruppo alla tutela dei consumatori e degli utilizzatori finali 96

ESRS G1 Condotta delle imprese 102
Il ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo 103
L'impegno del Gruppo in materia di cultura d'impresa e condotta responsabile 104
La prevenzione e l'individuazione della corruzione attiva e passiva 106
Il rapporto con i fornitori 107

ESRS 2 Informativa in relazione a circostanze specifiche 111
ESRS 2 Obblighi di informativa egli ESRS oggetto della dichiarazione sulla sostenibilità dell'impresa 112

Indice



1963 *i Magazzini Gabrielli arrivano a San Benedetto del Tronto*

Introduzione

Lettera agli stakeholder

Cari Stakeholder,
presentiamo questo Bilancio di Sostenibilità con la consapevolezza che rendicontare, per noi, significa raccontare un percorso: l'evoluzione di una realtà che continua a crescere restando fedele alle proprie radici, al territorio in cui opera e alle persone che, ogni giorno, ne guidano lo sviluppo.

In un contesto economico, sociale e ambientale in costante mutamento, l'attenzione agli impatti ESG sta diventando sempre più il fulcro delle nostre scelte strategiche e operative. È da sempre il nostro modo di fare impresa: un modello che coniuga lo sviluppo economico con la tutela delle comunità, la cura delle relazioni e l'uso responsabile delle risorse.

Nel corso dell'anno abbiamo accelerato le attività di efficientamento energetico, la riduzione degli impatti ambientali e il perfezionamento dei processi, con l'obiettivo di proiettare la nostra operatività verso un futuro a basse emissioni. Parallelamente, abbiamo rinnovato l'impegno nella lotta allo spreco alimentare, nella ridistribuzione delle eccedenze e nel sostegno a progetti sociali e solidali, consolidando una rete di cooperazione con le istituzioni, le associazioni locali e il Terzo Settore.

Le persone rimangono al centro della nostra visione. Sicurezza, formazione, benessere, qualità del lavoro e valorizzazione dei talenti sono i pilastri su cui poggia un'organizzazione solida, capace di affrontare le sfide del presente. Con la stessa attenzione coltiviamo il dialogo con clienti, fornitori e partner, convinti che una catena del valore responsabile nasce solo dalla trasparenza e dalla qualità delle relazioni.
Tra le evoluzioni più significative dell'esercizio spicca il rafforzamento della governance di sostenibilità interna. Con l'istituzione del Comitato Sostenibilità e del Sustainability Hub, abbiamo strutturato un presidio organico dei temi d'impatto, favorendo l'integrazione dei fattori ESG nei processi decisionali.

Questo bilancio ha rappresentato anche l'occasione di cimentarsi nel primo esercizio di analisi di Doppia Materialità, uno strumento che ci permette di mappare in modo scientifico rischi, opportunità e impatti, consolidando un approccio orientato alla prevenzione e al miglioramento continuo.

Questo Bilancio restituisce la fotografia di un impegno che appartiene alla nostra storia, ma che guarda con decisione al futuro.
È in questa visione che trova una sintesi perfetta il nome che abbiamo scelto per questa edizione, *"Il valore che resta"*: un'espressione che racchiude la nostra volontà di tradurre i nostri princìpi in scelte quotidiane capaci di generare benefici concreti, duraturi e profondamente radicati per le persone e per i territori in cui operiamo. Desideriamo esprimere il nostro più sentito ringraziamento a tutti coloro che, ogni giorno, rendono possibile questo cammino: azionisti, amministratori, collaboratori, clienti, fornitori, partner e istituzioni. Il valore che costruiamo nasce anche dal contributo di ciascuno di loro e dalla volontà condivisa di promuovere uno sviluppo più consapevole, inclusivo e sostenibile.

Con responsabilità e fiducia, continueremo a lavorare per contribuire alla crescita dei nostri business, nel rispetto dei valori che ci contraddistinguono impegnandoci a trasformare ogni scelta in un'opportunità di sviluppo condiviso.

Cesira Gabrielli
Presidente F.G. Holding S.p.A.

Laura Gabrielli
Presidente esecutivo Magazzini Gabrielli S.p.A.

Barbara Gabrielli
Presidente F.G. Gallerie Commerciali S.p.A.

Criteri per la rendicontazione

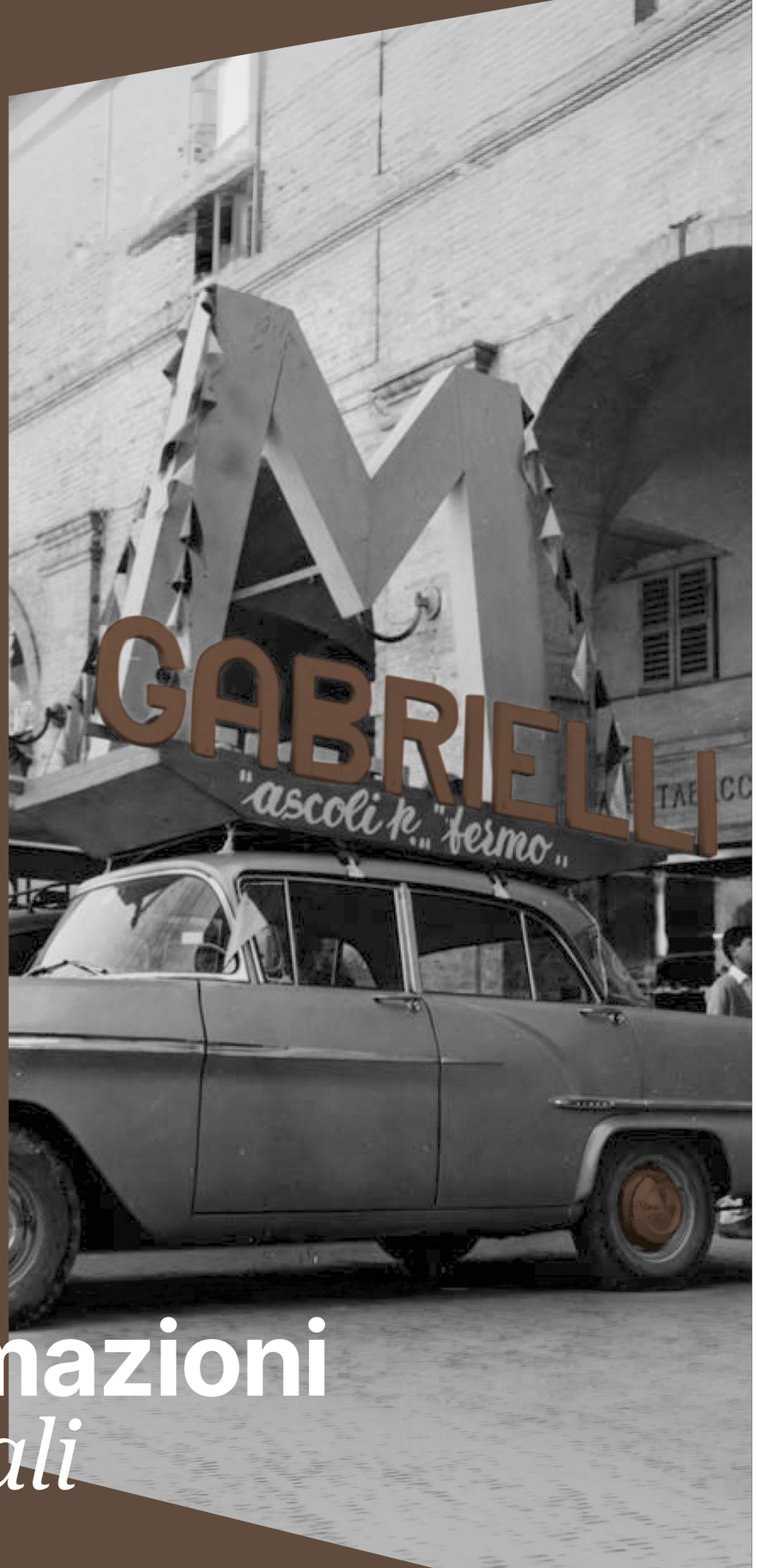
Un documento costruito secondo il principio della Doppia Materialità per una visione completa e responsabile

Il perimetro del Bilancio di Sostenibilità 2025 coincide con quello del Bilancio Consolidato di F.G. Holding S.p.A. e comprende le società Magazzini Gabrielli S.p.A. e F.G. Gallerie Commerciali S.p.A. Nel presente documento, le tre società sono identificate congiuntamente come “Gruppo”. Il periodo di rendicontazione considerato va dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025.

Il documento è modellato sulle indicazioni della Direttiva europea Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), recepita nell’ordinamento italiano con il Decreto Legislativo 125/2024 e si ispira agli European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Pubblicato su base volontaria, rappresenta una tappa significativa del percorso del Gruppo e riflette la volontà di assumere un ruolo proattivo e trasparente nel comunicare i propri impatti e le proprie responsabilità verso persone, ambiente, territori e comunità.

In questa fase, alcuni elementi ripresi dal framework ESRS risultano ancora in corso di definizione, dunque il documento presenta le informazioni qualitative e quantitative disponibili alla data di redazione, in un contesto di progressivo allineamento agli standard di riferimento. Coerentemente con tale impostazione, nei capitoli successivi non vengono sottolineati gli elementi attualmente non presenti, ma le informazioni rendicontate mirano a fornire una rappresentazione veritiera del modello di business, delle performance, delle pratiche adottate e dei principali impatti, rischi ed opportunità ambientali, sociali e di governance dell’azienda.

Il Gruppo, nella preparazione del presente Bilancio, ha incluso informazioni legate all’intera catena del valore (per dettagli si rimanda ai paragrafi seguenti). Questo approccio è utilizzato innanzitutto nell’analisi di Doppia Materialità degli impatti, rischi e opportunità (di seguito anche “IRO”), all’interno della quale è specificamente indicato se questi fanno riferimento alle attività aziendali o alla sua catena del valore (per i dettagli, si veda il paragrafo La Doppia Materialità).



1959 *il primo Grande Magazzino a prezzo unico a insegna Gabrielli a Fermo*

Informazioni *generali*

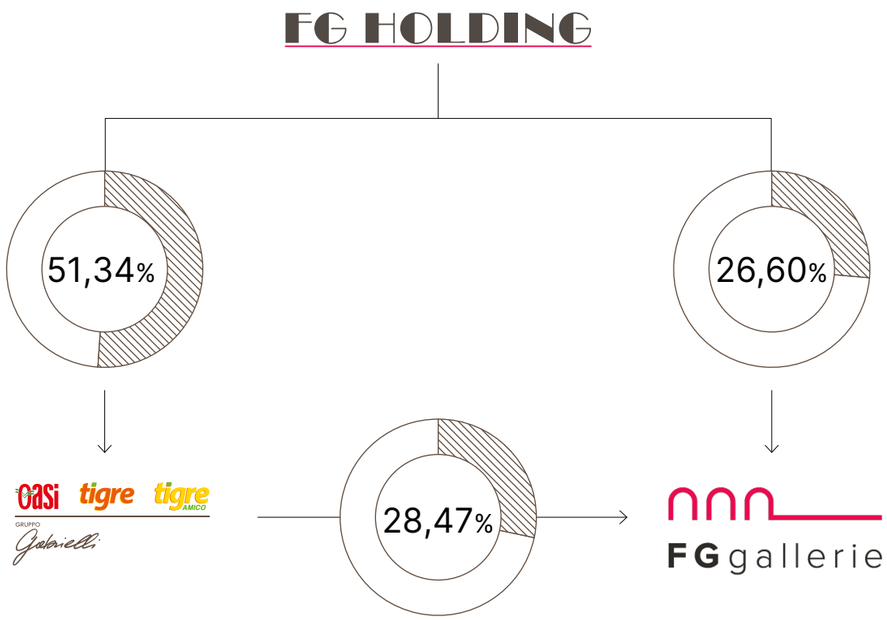
Chi siamo

La struttura, i valori e la visione che guidano la crescita del Gruppo nel territorio

Il Gruppo opera nel settore della Grande Distribuzione Organizzata e nella gestione di centri e parchi commerciali.
È composto da una società capogruppo **F.G. Holding S.p.A.**, che ha funzioni di indirizzo, direzione e coordinamento, e da due società operative - **Magazzini Gabrielli S.p.A**, che gestisce attività di acquisto e distribuzione di beni di largo consumo - e **F.G. Gallerie Commerciali S.p.A.**, specializzata nello sviluppo e nella gestione di centri commerciali e immobili a destinazione retail.

Il Gruppo ha come obiettivo la valorizzazione e lo sviluppo delle realtà che lo compongono, promuovendo una crescita sinergica e sostenibile nel tempo, e mira a rafforzare la propria presenza nei mercati di riferimento attraverso innovazione continua, efficienza operativa e un forte senso di responsabilità verso tutti gli stakeholder, ponendo al centro l'integrità e la creazione di valore duraturo.
Presente nel territorio del Centro Italia, nelle regioni Marche, Abruzzo, Molise, Umbria e Lazio, e nello stato di Città del Vaticano, al 31 dicembre 2025 conta 2.831 dipendenti e ricavi consolidati di euro 1.323 milioni.

Di seguito si riporta la struttura societaria



I nostri valori

L’identità del Gruppo, fondata su una solida tradizione di professionalità e valorizzazione del capitale umano, riconosce nella correttezza etica il principio guida di ogni azione.

Ciascuna società dispone di un proprio Codice Etico, punto di riferimento per i comportamenti di tutti gli stakeholder. I Codici Etici* sono mutuati da un insieme di principi e valori comuni definiti dalla capogruppo F.G. Holding S.p.A. Tali principi orientano le scelte strategiche e operative, accompagnano il percorso di crescita sostenibile nel lungo periodo ed esprimono l’identità condivisa del Gruppo.

Environmental Social Governance

Informazioni ambientali



AMBIENTE

Le società promuovono una gestione responsabile degli impatti ambientali, impegnandosi nel miglioramento continuo delle performance, nell’efficienza dei processi e nell’adozione di tecnologie a basso impatto.

Informazioni sociali



PERSONE E DIRITTI

Le società riconoscono nelle persone il principale motore di sviluppo, promuovendo inclusione, pari opportunità e valorizzazione del merito. Contrastano ogni forma di discriminazione e garantiscono condizioni di lavoro sicure, nel rispetto dei diritti umani.

COMUNITÀ E TERRITORIO

Il Gruppo favorisce relazioni trasparenti con le istituzioni e sostiene iniziative sociali, culturali ed educative, contribuendo allo sviluppo sostenibile dei territori in cui opera.

Etica di business



GOVERNANCE E INTEGRITÀ

Le società operano nel rispetto delle normative vigenti, adottando principi di legalità, trasparenza, correttezza e riservatezza. Promuovono una cultura aziendale basata su responsabilità, etica professionale e tutela degli stakeholder.

RESPONSABILITÀ ECONOMICA

Il Gruppo persegue una crescita equilibrata, tutelando gli interessi di soci e creditori e garantendo solidità, affidabilità e creazione di valore nel tempo.

* Nel prosieguo del presente Bilancio di Sostenibilità, ogni riferimento testuale al “Codice Etico” (al singolare) è da intendersi come richiamo ai rispettivi Codici Etici adottati da ciascuna società del Gruppo.

La nostra storia

1892

Michele Gabrielli
apre il primo emporio
dando vita ad una piccola
realtà commerciale
nella città di Ascoli Piceno.

1953

La nipote di Michele
Gabrielli, Celsira,
insieme al marito
Pietro Gabrielli,
trasformano l'emporio
in un grande Magazzino,
aprendo all'espansione
commerciale
dell'azienda.

1959

Viene inaugurato a Fermo il primo
Grande Magazzino a prezzo unico
ad insegna "Gabrielli".
Nel 1963 viene inaugurata la filiale
di San Benedetto del Tronto e a seguire
Lanciano, Jesi e Civitanova Marche.

1967

Viene introdotto per
la prima volta il reparto
alimentari nella filiale
di Civitanova Marche,
una scelta determinante,
che porta negli anni 70
all'individuazione del settore
alimentare quale core
business dell'azienda.

1970

I fratelli Michele, Luciano e Giancarlo
subentrano definitivamente alla guida
dell'azienda, a seguito della scomparsa
del padre Pietro, e fondano
la **Magazzini Gabrielli S.p.A.**

1978

Viene ridefinito il format
di vendita e nasce
ad Ascoli Piceno il primo
supermercato
ad insegna **"Tigre"**
concepito per la spesa
di prossimità e per
garantire la freschezza
quotidiana dei prodotti.

tigre

1980

L'azienda prosegue il suo percorso
evolutivo, espandendosi nelle Marche,
Abruzzo, Lazio, Umbria e Molise
e ampliando il proprio modello
distributivo, inaugurando nel 1980
il primo punto vendita
in **franchising**.

1990

Lo spirito imprenditoriale
dei soci fondatori e l'esigenza
di diversificazione portano
alla nascita di un business
diverso dalla GDO, incentrato
sullo sviluppo e sulla gestione
di immobili dedicati al Retail
specializzato. Nascono le prime
società immobiliari, ognuna
a identificare una galleria commerciale
sotto l'insegna "La Fontana".

2000

Nasce una nuova
insegna commerciale,
apre a Lanciano
il primo superstore
"OASI" che identifica
le grandi superfici.

oasi

2001

La quarta generazione
entra nella governance
delle società.

2001

Apre il Centro
Commerciale Battente
ad Ascoli Piceno,
oggi fiore
all'occhiello
del Gruppo.

2003

Viene inaugurato
il centro commerciale
"Girasole" a Campiglione
di Fermo e a seguire
il primo parco commerciale
a Tolentino.

2006

Nasce
F.G.HOLDING SRL
capogruppo
con funzione
di direzione
e coordinamento.

FG HOLDING

2012

In un'ottica
di riorganizzazione
e miglior coordinamento
degli asset, tutte
le società immobiliari
vengono fuse nella
società di gestione
**F.G. GALLERIE
COMMERCIALI SRL.**

FG gallerie

2014

**F.G. GALLERIE
COMMERCIALI SRL**
viene trasformata
in S.p.A.

2019

F.G. HOLDING SRL,
viene trasformata
in S.p.A.

2023

Grazie allo sviluppo
interno e alle
acquisizioni la rete
supera i 300 punti
vendita nelle cinque
regioni di riferimento.

oasi tigre tigre AMICO
GRUPPO Gabrielli

2025

Il percorso
di consolidamento
e sviluppo
raggiunge l'apice
con l'inaugurazione
del punto vendita
Tigre Annona
in Vaticano,
un'apertura
unica
e straordinaria
la prima fuori
dai confini
nazionali.

tigre ANNONA



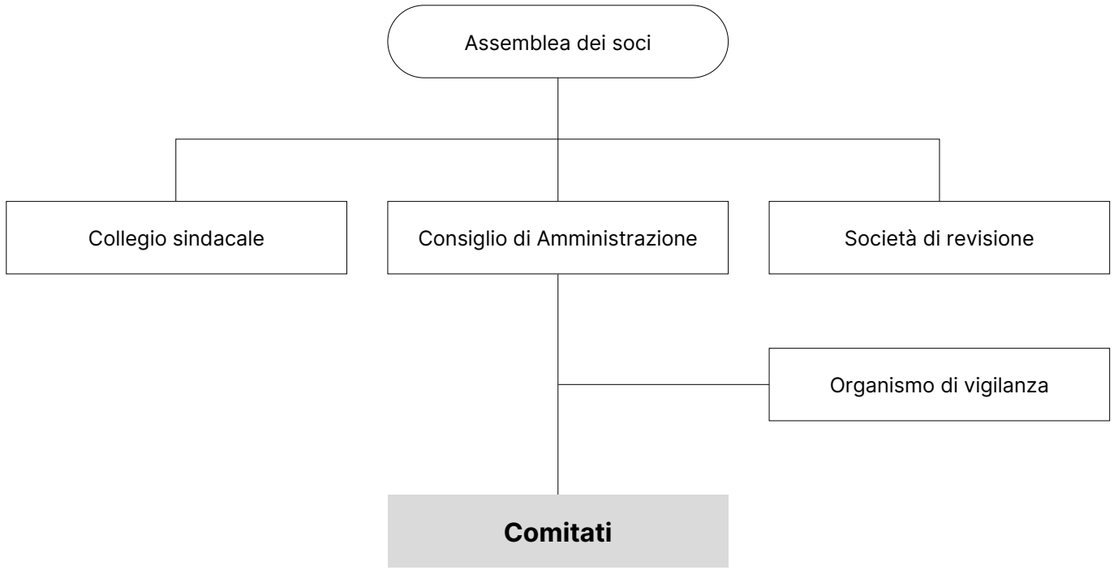
La Governance

Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo, informazioni fornite e questioni di sostenibilità da questi affrontate

Tutte le società del Gruppo adottano un sistema di amministrazione e controllo di tipo tradizionale, articolato in Assemblea dei Soci, Consiglio di Amministrazione (CdA) e Collegio Sindacale. La revisione legale dei conti è affidata, su base volontaria, a una società di revisione esterna, pur non ricorrendo i presupposti normativi previsti per le società quotate.

Ciascuna delle tre società ha inoltre istituito un proprio Organismo di Vigilanza incaricato di monitorare l'efficace attuazione e l'osservanza sia dei rispettivi Modelli di Organizzazione, Gestione e Controllo adottati ai sensi del D.lgs. 231/01 che dei principi e dei valori contenuti nel Codice Etico.

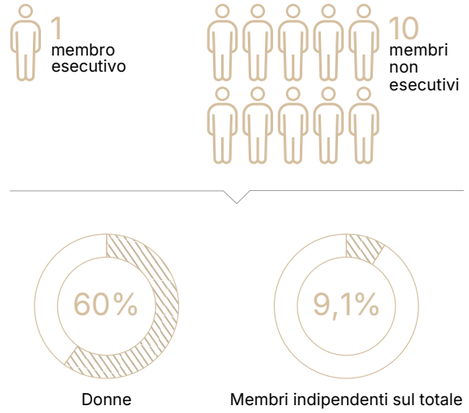
Di seguito si rappresenta la struttura organizzativa della Capogruppo:



- Comitato **Strategico di Gruppo e Rapporto con i Soci**
- Comitato **Amministrazione e Finanza**
- Comitato **Risk management ed auditing**
- Comitato **Parità di Genere**
- Comitato **Sostenibilità**

CDA FG HOLDING SPA

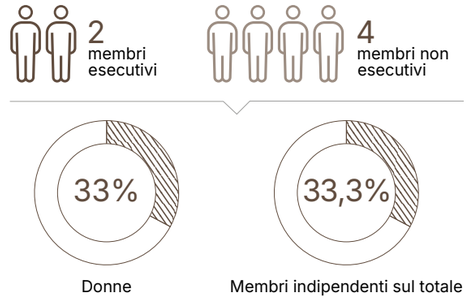
- Presidente ***CESIRA GABRIELLI***
- Consigliere delegato ***Carlo Cantalamessa***
- Vicepresidente Vicario ***MONICA GABRIELLI***
- Vicepresidente ***STEFANIA GABRIELLI***
- Consiglieri:
  - Giancarlo Gabrielli
  - Luciano Gabrielli
  - Valeria Gabrielli
  - Laura Gabrielli
  - Roberta Gabrielli
  - Luca Gabrielli
  - Massimiliano Bruni



Il Collegio Sindacale della Capogruppo è composto da un Presidente, due Sindaci e due Sindaci supplenti

CDA MAGAZZINI GABRIELLI SPA

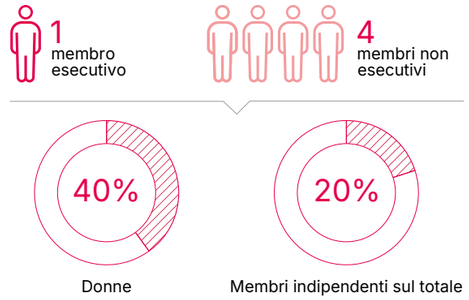
- Presidente esecutivo ***LAURA GABRIELLI***
- Vicepresidente ***ROBERTO MASI***
- Consigliere con delega ***LUCIANO GABRIELLI***
- Consiglieri:
  - Luca Gabrielli
  - Roberta Gabrielli
  - Giuseppe Mondavi



Il Collegio Sindacale è composto da un Presidente, due Sindaci effettivi e due Sindaci supplenti

CDA FG GALLERIE COMMERCIALI SPA

- Presidente ***BARBARA GABRIELLI***
- Vicepresidente ***LUCA GABRIELLI***
- Amministratore Delegato ***CLAUDIO CAMPANELLI***
- Consiglieri:
  - Laura Gabrielli
  - Francesco Della Cioppa



Il Collegio Sindacale è composto da un Presidente, due Sindaci effettivi e due Sindaci supplenti



La governance del Gruppo ad oggi può contare sull'istituzione di diversi comitati che vengono nominati dal CdA della Capogruppo F.G. Holding S.p.A.:

COMITATO STRATEGICO DI GRUPPO E RAPPORTO CON I SOCI
Esso ha compiti propositivi in relazione a materie particolarmente sensibili e di rilievo economico, finanziario e strategico di Gruppo. Svolge funzioni consultive, propositive e di supporto per il CdA nella definizione delle linee strategiche;

COMITATO AMMINISTRAZIONE E FINANZA
Il Comitato ha compiti di uniformare e collegare le attività delle società del Gruppo in materia di Amministrazione e Finanza;

COMITATO RISK MANAGEMENT ED AUDITING
Tale comitato si colloca nel più ampio ambito del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi e ha l'obiettivo di supportare il CdA, mediante parere preventivi allo stesso rilasciati e lo svolgimento di un'attività istruttoria, nella definizione del sistema predetto (anche con riferimento all'identificazione dei principali rischi aziendali) e dei relativi indirizzi, nella valutazione periodica dell'adeguatezza del sistema stesso;

COMITATO PARITÀ DI GENERE
Ha il compito di supportare il CdA nella definizione della Politica della Parità di Genere, di redigere, attuare e mantenere monitorato il piano strategico sulla parità di genere, monitorare lo sviluppo normativo e legislativo di pertinenza che può applicarsi al Gruppo, suggerire esigenze formative, costituire interfaccia con stakeholder esterni, organizzare incontri periodici di aggiornamento in merito alla tematica di parità di genere;

COMITATO SOSTENIBILITÀ
A tale Comitato è stato affidato il compito di supervisionare le questioni di sostenibilità connesse all'esercizio dell'attività d'impresa e alle sue dinamiche di interazione con tutti gli stakeholder. Per maggiori dettagli si rimanda a quanto riportato nei paragrafi successivi.

La Governance della sostenibilità

La supervisione degli impatti, dei rischi e delle opportunità di sostenibilità è affidata al Consiglio di Amministrazione della Capogruppo e al Comitato Sostenibilità

Il CdA di F.G. Holding S.p.A. esercita funzioni di direzione e coordinamento industriale e finanziario per le società controllate, orientando la gestione verso l'ottimizzazione complessiva e la giusta allocazione delle risorse finanziarie. Nell'ambito delle proprie funzioni, il CdA promuove l'integrazione delle tematiche ESG nei processi decisionali e mantiene la responsabilità finale dell'approvazione del Bilancio di Sostenibilità.

A supporto delle proprie attività, il CdA ha istituito il Comitato Sostenibilità, al quale sono attribuite funzioni consultive, propositive e di monitoraggio. In particolare, il Comitato Sostenibilità:

- si occupa di individuare una linea di indirizzo strategico da sottoporre al CdA che integri la sostenibilità nei processi di business al fine di assicurare la creazione di valore sostenibile nel tempo per gli azionisti e per tutti gli altri stakeholder;
- supporta il CdA nella valutazione degli impatti, rischi e opportunità (IRO) connessi ai temi di sostenibilità, valida l'analisi di doppia materialità del Gruppo, al contempo favorendo la diffusione di una cultura aziendale orientata alla sostenibilità, quale leva competitiva e fattore distintivo del Gruppo;
- promuove l'adozione di standard evoluti di rendicontazione e controllo, in linea con best practice nazionali e internazionali ed esamina preventivamente il Bilancio di Sostenibilità;
- assicura il coordinamento delle iniziative ESG e favorisce l'allineamento operativo tra le diverse società del Gruppo;
- sulla base degli aggiornamenti periodici ricevuti dal Sustainability Hub in merito alla gestione degli impatti, rischi e opportunità rilevanti (IRO), formula indirizzi e raccomandazioni al CdA, monitorando al contempo il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità.

COMITATO SOSTENIBILITÀ

4 membri esecutivi

50% Donne

I membri del comitato rappresentano sia la Capogruppo che le società controllate:

- il Presidente (Consigliere Delegato CdA F.G. Holding S.p.A.);
- il Presidente CdA Magazzini Gabrielli S.p.A;
- il Presidente CdA F.G. Gallerie Commerciali S.p.A.;
- il CFO di Magazzini Gabrielli S.p.A.

Il Comitato si è dotato inoltre di una segreteria operativa che coordina anche il "Sustainability Hub" (di seguito anche "Hub"), gruppo di lavoro nato con l'obiettivo di facilitare l'operato degli organi amministrativi e di controllo sulla gestione degli ambiti di sostenibilità.

Composto da un referente identificato in ogni Direzione aziendale, l'Hub, ha il triplice compito di:

supportare le attività di predisposizione dell'informativa di sostenibilità, comprese le attività di valutazione della Doppia Materialità;

promuovere e implementare iniziative e progettualità legate agli ambiti di sostenibilità rilevanti e supportarne il monitoraggio delle performance;

segnalare tempestivamente al Comitato Sostenibilità eventi e informazioni rilevanti.

L'assetto di governance adottato riflette l'impegno del Gruppo verso una progressiva integrazione delle tematiche di sostenibilità nei processi aziendali, riconoscendone il ruolo strategico per la resilienza e la creazione di valore nel lungo periodo.

Il CdA di F.G. Holding S.p.A. è costantemente aggiornato sulle tematiche ESG attraverso flussi informativi periodici e attivati anche al verificarsi di eventi rilevanti, quali aggiornamenti normativi o evoluzioni nelle analisi di materialità, trasmessi dal Comitato Sostenibilità, che assicurano un adeguato livello di consapevolezza in merito agli sviluppi normativi, agli IRO rilevanti e allo stato di avanzamento delle iniziative.
I componenti del Comitato Sostenibilità e le figure coinvolte nella gestione operativa partecipano a iniziative di formazione e aggiornamento, anche su base volontaria, contribuendo alla diffusione interna delle competenze attraverso la condivisione strutturata delle conoscenze acquisite.
Il Comitato può inoltre avvalersi sia del supporto di consulenti esterni che delle competenze specialistiche presenti nel Sustainability Hub, queste ultime maturate anche grazie al contributo derivante dalla partecipazione di alcuni dei suoi membri a iniziative di sistema, quali il Team di Responsabilità Sociale d'Impresa di Selex.
In ultimo, la presenza della Direzione Comunicazione, rappresentata da un membro del top management, rafforza il presidio sulle attività di reporting e sulla gestione delle tematiche ESG, in virtù delle competenze maturate negli anni nella redazione di Bilanci sociali e nello sviluppo di iniziative di sostenibilità, e acquisite con la partecipazione ad attività formative specifiche sul tema.

FOCUS

La nascita del Comitato Sostenibilità

L'istituzione del Comitato Sostenibilità risponde all'esigenza di dotare l'organizzazione di un organo promotore in grado di presidiare le tematiche di sostenibilità, stimolare l'evoluzione delle scelte strategiche e supportare la definizione di processi e procedure che integrino tali aspetti in modo strutturato. In molte aree operative, questo percorso è già in atto: diverse scelte strategiche, derivanti dalle fondamenta del modello di business del Gruppo, riflettono principi di sostenibilità, pur non essendo ancora formalizzate come tali. Ne sono esempio l'adozione sistematica di soluzioni ad alta efficienza energetica nei punti vendita, l'attenzione alla parità di genere e alle pari opportunità previste nel Codice Etico e la continua ricerca di tecnologie e processi a minore impatto ambientale e sociale.



Nel 2025 il Gruppo ha avviato un processo strutturato di identificazione, valutazione e gestione degli impatti negativi e dei rischi per le persone e per l'ambiente, attraverso l'introduzione dell'analisi di Doppia Materialità. Tale evoluzione si inserisce in un approccio già consolidato nelle prassi aziendali, orientato alla prevenzione e mitigazione degli impatti negativi, in coerenza con i principi espressi nel Codice Etico.
Per maggiori dettagli circa le principali attività legate alla gestione dei temi materiali si rimanda ai capitoli successivi, riferiti ai temi specifici di sostenibilità, in cui sono descritte le iniziative del Gruppo per mitigare gli impatti negativi e i rischi collegati.

Come dimostrato dai valori presenti nel Codice Etico, dai progressi svolti in ambito dell'identificazione dei rischi rilevanti di sostenibilità, della definizione della struttura di governance e della costituzione dei diversi comitati e organi di controllo citati nei precedenti paragrafi, il Gruppo prosegue nel rafforzamento continuo del proprio sistema di controllo interno, nella sua più ampia concezione.

In tale contesto, e in coerenza con il percorso di rafforzamento del Sistema di Governo Societario e del Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi (SCIGR), il Gruppo ha istituito nei primi mesi del 2026 una funzione centrale di Internal Auditing, con il compito di supportare gli organi di governo nella corretta valutazione, prevenzione e trasparenza informativa dei rischi, in coordinamento con gli indirizzi strategici approvati dal CdA della Capogruppo.

L'Internal Auditing sarà incaricato della predisposizione e dell'implementazione dei piani di audit, nonché del monitoraggio e della rendicontazione agli organi di governo in merito all'idoneità del SCIGR, inclusi i processi di gestione dei rischi di sostenibilità e le relative misure di mitigazione.
Infine, con il progressivo consolidamento della maturità del processo di reporting, il Gruppo intende introdurre nei prossimi esercizi specifici presidi di controllo anche a supporto della reportistica periodica in ambito di sostenibilità.

Nel 2025
il Gruppo svolge l'analisi di Doppia Materialità per gestire impatti e rischi ESG

Le società del Gruppo

Magazzini Gabrielli S.p.A.

MISSION

Soddisfiamo i bisogni quotidiani delle persone e delle loro famiglie, offrendo un'esperienze di acquisto unica e soluzioni differenziate e mirate. Siamo un'azienda familiare della grande distribuzione, interprete del territorio e delle sue specificità, che garantisce ad ogni cliente professionalità, qualità e freschezza.

VISION

Vogliamo essere il Gruppo distributivo più vicino ai BI-SOGNI delle persone.



Magazzini Gabrielli S.p.A è un'azienda familiare italiana operante nel settore della grande distribuzione organizzata (GDO), che gestisce un portafoglio multicanale di negozi (superstore, supermercati, superette e libero servizio) a vocazione alimentare. È presente nelle regioni Marche, Abruzzo, Molise, Umbria, Lazio e nello stato di Città del Vaticano.

L'Azienda organizza direttamente attività di acquisto di beni di largo consumo da fornitori di merce che operano a livello nazionale e locale. Razionalizzando le risorse in complessi processi aziendali la merce è rivenduta nei punti vendita a gestione diretta e nei punti vendita dei propri clienti affiliati.
Alla logistica è assegnato il cruciale compito dell'armonizzazione dei flussi legati alla movimentazione delle merci, garantendo da un lato il ricevimento e lo stoccaggio, dall'altro l'approvvigionamento dei negozi.
La pluriennale presenza nei territori di appartenenza permette di conoscere a fondo le esigenze della clientela di riferimento e dunque di modulare un'offerta commerciale aderente alle sue esigenze.

La rete di vendita si articola come segue:

78 punti vendita diretti divisi nei seguenti canali:
- 31 punti vendita del canale Oasi;
- 47 punti vendita del canale Tigre.

244 punti vendita in gestione indiretta e in affiliazione così ripartiti:
- 105 affiliati ad insegna Tigre;
- 139 affiliati ad insegna Tigre Amico.

FOCUS

Le insegne di Magazzini Gabrielli S.p.A.

Le insegne si distinguono per un'identità fortemente vocata alla ricerca costante della freschezza ed ad un forte radicamento sul territorio.

"Oasi", superstore di grandi dimensioni, circa 2500 mq, che offrono un ricco assortimento di prodotti garantendo convenienza tutti i giorni.

"Tigre", il negozio di prossimità o di quartiere, con una superficie compresa tra i 500 ed i 1.500 mq.

"Tigre Amico", il negozio di fiducia per la spesa di tutti i giorni, con una superficie inferiore ai 400 mq.

225.449 m²
Superficie di vendita

322
Punti vendita di cui
78 diretti
244 in gestione indiretta e affiliazione

1.177
Casse

8
Piattaforme logistiche

3.123.830 Kwh
Energia autoprodotta da impianti fotovoltaici

Al 31.12.2025 la rete di vendita è dunque composta da 31 punti vendita ad insegna **Oasi**, 152 punti vendita a insegna **Tigre** e 139 punti vendita a insegna **Tigre Amico**, per un totale complessivo di **322 punti vendita**.
Per assicurare la qualità elevata dei prodotti offerti e garantire la soddisfazione del consumatore finale, preservando al contempo la competitività, Magazzini Gabrielli S.p.A. si impegna a selezionare fornitori in grado di garantire elevati standard qualitativi, costruendo relazioni solide, trasparenti e vantaggiose per entrambe le parti.

La contrattazione con i diversi fornitori avviene principalmente in tre distinte aree di competenza, a seconda della tipologia del partner contrattuale.

La trattativa con i fornitori a carattere nazionale è svolta dalla centrale di servizio **ESD Italia** alla quale l'azienda è legata per il tramite del gruppo **SELEX**, di cui fa parte da dicembre 2020.

Le trattative con i fornitori che concorrono alla produzione dei **prodotti a marchio Consilia**, brand sinonimo di qualità e credibilità con circa 2.000 referenze in numerose categorie merceologiche, di proprietà del consorzio SUN, è svolta nella centrale SELEX.
Il terzo livello di contrattazione avviene localmente e direttamente tramite il lavoro della Direzione acquisti dell'azienda, e si focalizza su instaurare rapporti con i fornitori che hanno un carattere locale e che sono espressione del territorio di riferimento.
Rientra proprio in questa ultima categoria di contrattazione l'offerta dei prodotti a marchio di proprietà esclusiva dell'azienda.
I prodotti **Fatti Buoni**, marchio che valorizza le eccellenze italiane della tradizione, ed I prodotti **Selezione Qualità**, marchio storico riservato ai prodotti freschi e freschissimi da filiera italiana sono espressione del legame e dell'ascolto del territorio. Le trattative per questa tipologia di articoli vengono svolte in esclusiva dalla Magazzini Gabrielli S.p.A., proprietario unico degli stessi.

Le società del Gruppo

F.G. Gallerie Commerciali S.p.A.

MISSION

Progettiamo, sviluppiamo e gestiamo luoghi di attrazione e di incontro al servizio dei partner commerciali e della comunità, interpretando e anticipando i trend del mercato. Offriamo ai partner commerciali opportunità di business all'interno di strutture moderne, accoglienti e sostenibili e ai visitatori una «shopping experience» in continua evoluzione.

VISION

Siamo un'organizzazione che crea valore attraverso lo sviluppo e la gestione di investimenti immobiliari. La nostra forza sta nella capacità di integrazione dell'area commerciale con quella dei servizi. Il nostro obiettivo è perseguire l'innovazione e la sostenibilità sociale, economica e ambientale.



F.G. Gallerie Commerciali S.p.A. opera nello sviluppo e nella gestione di investimenti immobiliari a destinazione commerciale, contribuendo alla valorizzazione del patrimonio del Gruppo.

La Società crea valore offrendo ai partner commerciali opportunità di business all'interno di strutture moderne, accoglienti e orientate alla sostenibilità. Gli spazi gestiti sono progettati per offrire un'esperienza completa, che va oltre la dimensione dello shopping e integra aspetti sociali e relazionali. I luoghi sono concepiti per favorire l'incontro e la fruizione in un contesto caratterizzato da comfort, qualità e attenzione all'accoglienza. L'obiettivo è valorizzare e accrescere nel tempo il valore degli asset immobiliari gestiti, contribuendo allo sviluppo economico e alla vitalità dei territori in cui la Società opera.

Ad oggi, tra i principali centri e parchi commerciali gestiti figurano: Battente Shopping&More (Ascoli Piceno), Il Girasole (Fermo), La Fontana (Lanciano), La Fontana (San Benedetto del Tronto), La Fontana (Termoli), Perugia Olmo e Tolentino Retail Park, oltre ad ulteriori strutture, per un totale di 13 asset e circa 140.000 mq di superfici affittate. Il portafoglio immobiliare è ben distribuito nelle regioni Marche, Abruzzo, Molise e Umbria. Il complesso più rilevante è quello di Ascoli Piceno, che comprende oltre 75 attività commerciali, un parco commerciale esterno e un ulteriore parco con tre medie strutture, inaugurato nel 2022.

Oltre alla gestione operativa dei centri commerciali, la Società svolge attività di marketing e animazione commerciale, attraverso l'organizzazione di eventi e iniziative dedicate alla customer experience, nonché attività di gestione locativa finalizzate all'ottimizzazione del turnover degli spazi e alla definizione di un mix merceologico performante.Il perimetro delle nostre attività si estende a una rete di operatori commerciali che operano in sinergia all'interno dei nostri spazi. Tale ecosistema comprende operatori del settore servizi (quali palestre, uffici postali, lavanderie), della ristorazione e del retail.



FOCUS

Le strutture commerciali di F.G. Gallerie Commerciali S.p.A.

CENTRO COMMERCIALE
Struttura unitaria composta da una galleria coperta sulla quale si affacciano più esercizi commerciali e di servizio, gestita in modo coordinato e caratterizzata da spazi condivisi per i visitatori.

PARCO COMMERCIALE
Aggregazione di più punti vendita, generalmente con accessi indipendenti e aree di parcheggio comuni, sviluppata su un'unica area e organizzata attorno a una gestione coordinata degli spazi esterni.

15.207.399
Ingressi totali

13
Strutture → **7** Centri commerciali | **6** Retail park

31
Immobili commerciali

140.000 m²
Affitati

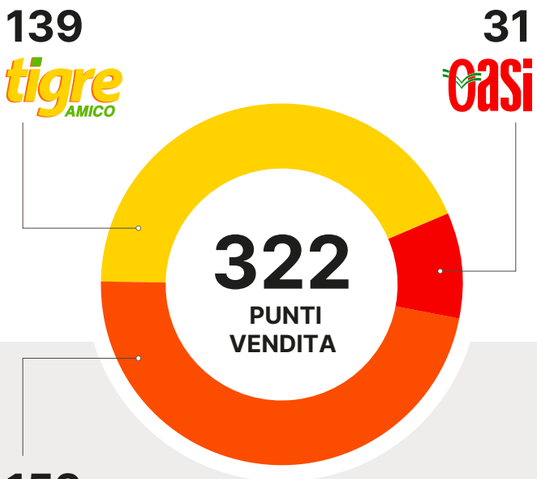
1.136.143 Kwh
Energia autoprodotta da impianti fotovoltaici

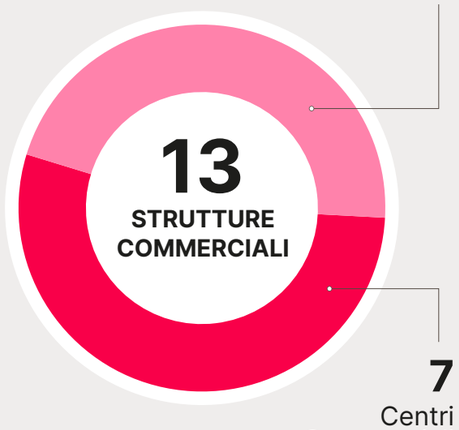
I numeri del Gruppo

2.831
Numero dipendenti

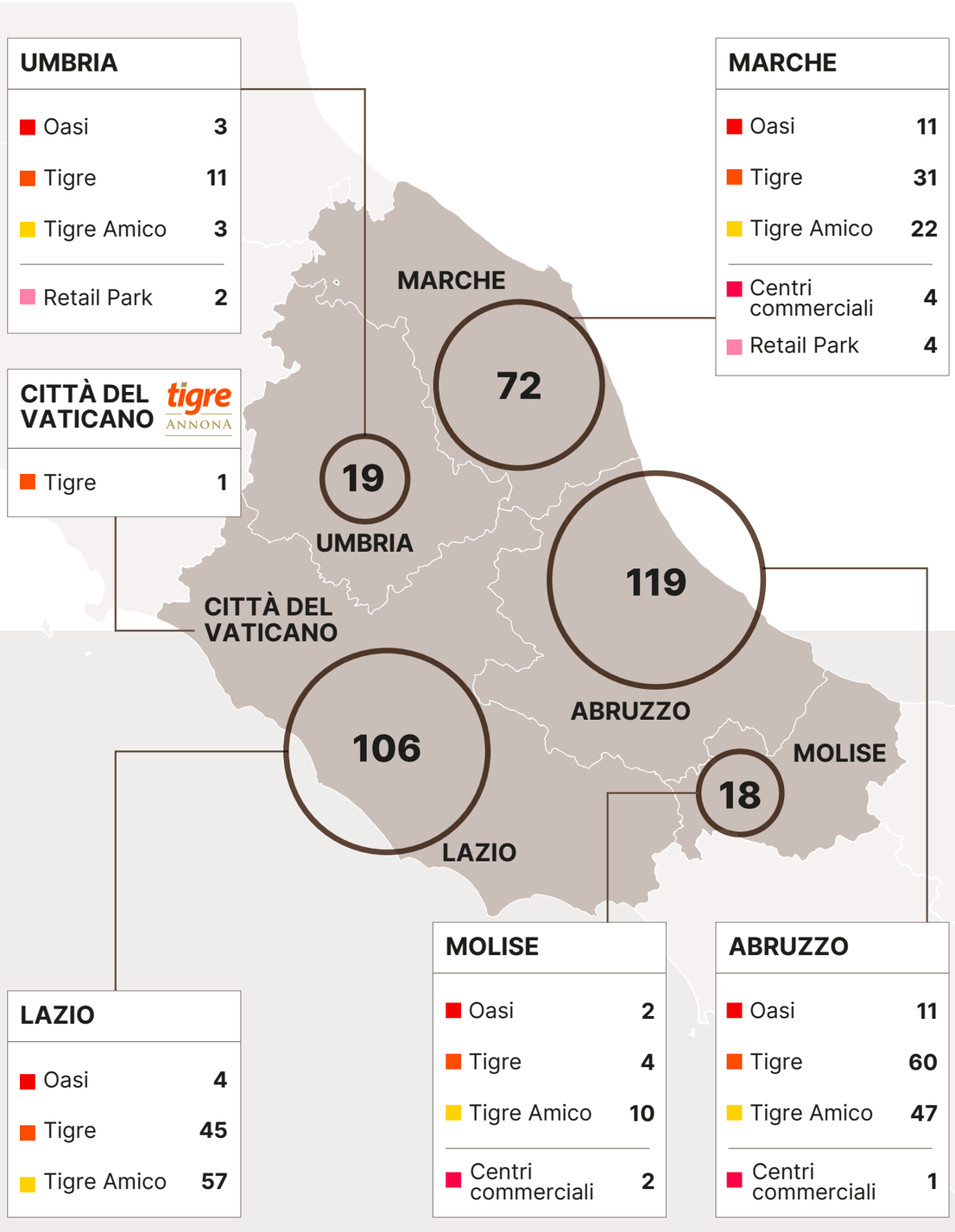
1,33 mld
Ricavi consolidati

4.259.973 Kwh
Energia autoprodotta
da impianti fotovoltaici









Strategia e sostenibilità

In coerenza con i suoi pilastri valoriali, il Gruppo ha da sempre implicitamente identificato una serie di indirizzi strategici che si connettono alle questioni di sostenibilità rilevanti all'interno dei modelli di business delle sue società, pur non disponendo ancora di una strategia di sostenibilità formalmente definita e corredata da target quantitativi.

Seguendo tali indirizzi, il Gruppo sta lavorando per orientare progressivamente la propria strategia verso un modello di sviluppo volto a integrare in modo strutturato le dimensioni ambientale e sociale all'interno delle decisioni di business.

Queste scelte riflettono la volontà di sviluppare un approccio consapevole e graduale alla sostenibilità, orientato alla gestione degli impatti, rischi ed opportunità e al miglioramento delle performance nel medio-lungo periodo. Per i dettagli di quanto realizzato ad oggi, si rimanda ai capitoli tematici successivi.

In un'ottica futura di miglioramento continuo, all'interno del Gruppo sono presenti una serie di progetti, in corso di valutazione o già avviati, che si legano con le questioni di sostenibilità rilevanti, come, ad esempio, l'ampliamento del perimetro della certificazione ISO 50001:2018, l'ottenimento della certificazione BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) per alcuni siti di F.G. Gallerie Commerciali S.p.A. e infine l'ottenimento della certificazione Uni PDR 125:2022 per la parità di genere.

Relazioni con i fornitori

Per il Gruppo, la valorizzazione dei fornitori locali rappresenta un elemento strategico competitivo volto a sostenere l'economia del territorio, promuovere la qualità delle filiere e contribuire alla riduzione delle emissioni legate al trasporto merci, grazie alla prossimità tra produttori e centri distributivi. Contribuire allo sviluppo del territorio costituisce un impegno forte anche in ambito non commerciale, infatti, per quanto riguarda l'acquisizione di tutti i servizi di supporto al business delle diverse società, la scelta anche in questi casi è rivolta a favorire a parità di condizioni l'esperienza e la professionalità di fornitori locali.

Centralità dei clienti

La centralità del cliente costituisce un pilastro fondamentale del Gruppo. Ciascuna società monitora e interpreta l'evoluzione delle abitudini di acquisto e orienta la propria offerta per rispondere in maniera puntuale sia ai bisogni emergenti in termini di assortimento e di elevato livello di servizio nei punti vendita, grazie anche a numerosi controlli sulla merce e sui fornitori, che di contesti moderni, funzionali e sostenibili nei propri spazi commerciali, capaci di fungere da poli di attrazione e interazione. L'obiettivo del Gruppo è di elevare lo standard della shopping experience. Sono inoltre attive iniziative di fidelizzazione, come programmi a punti, promozioni e scontistiche dedicate, sia all'interno dei punti vendita che di alcune gallerie commerciali. Il Gruppo dedica infine particolare attenzione alla tutela della privacy dei clienti tramite presidi adeguati al trattamento dei dati personali.

Relazioni con i dipendenti

Il Gruppo attribuisce grande importanza alla salute e sicurezza dei propri dipendenti promuovendo un ambiente di lavoro sicuro che favorisce la diversità e le pari opportunità. Le società offrono, infatti, percorsi di formazione continua, anche oltre quelli previsti dalla legge, attività pratiche sul campo e opportunità di crescita professionale.

Gestione energetica degli asset

Il Gruppo considera fondamentale contenere il proprio impatto ambientale in un'ottica di rispetto dell'ambiente.
A tale proposito, per ogni punto vendita e galleria commerciale sceglie di installare impianti e tecnologie di ultima generazione, al fine di contenere i consumi, pur garantendo la migliore esperienza di acquisto per i clienti.

Aree geografiche

Nelle regioni in cui opera, il Gruppo mira a rafforzare il proprio ruolo di riferimento per la comunità locale, promuovendo pratiche di acquisto responsabile e sostenendo la filiera produttiva del territorio. Particolare attenzione è rivolta, inoltre, allo studio delle specificità territoriali per lo sviluppo di strutture e mix di offerta che, in linea con i trend emergenti, si configurino come luoghi di incontro per la comunità, assolvendo a una duplice funzione commerciale e sociale.

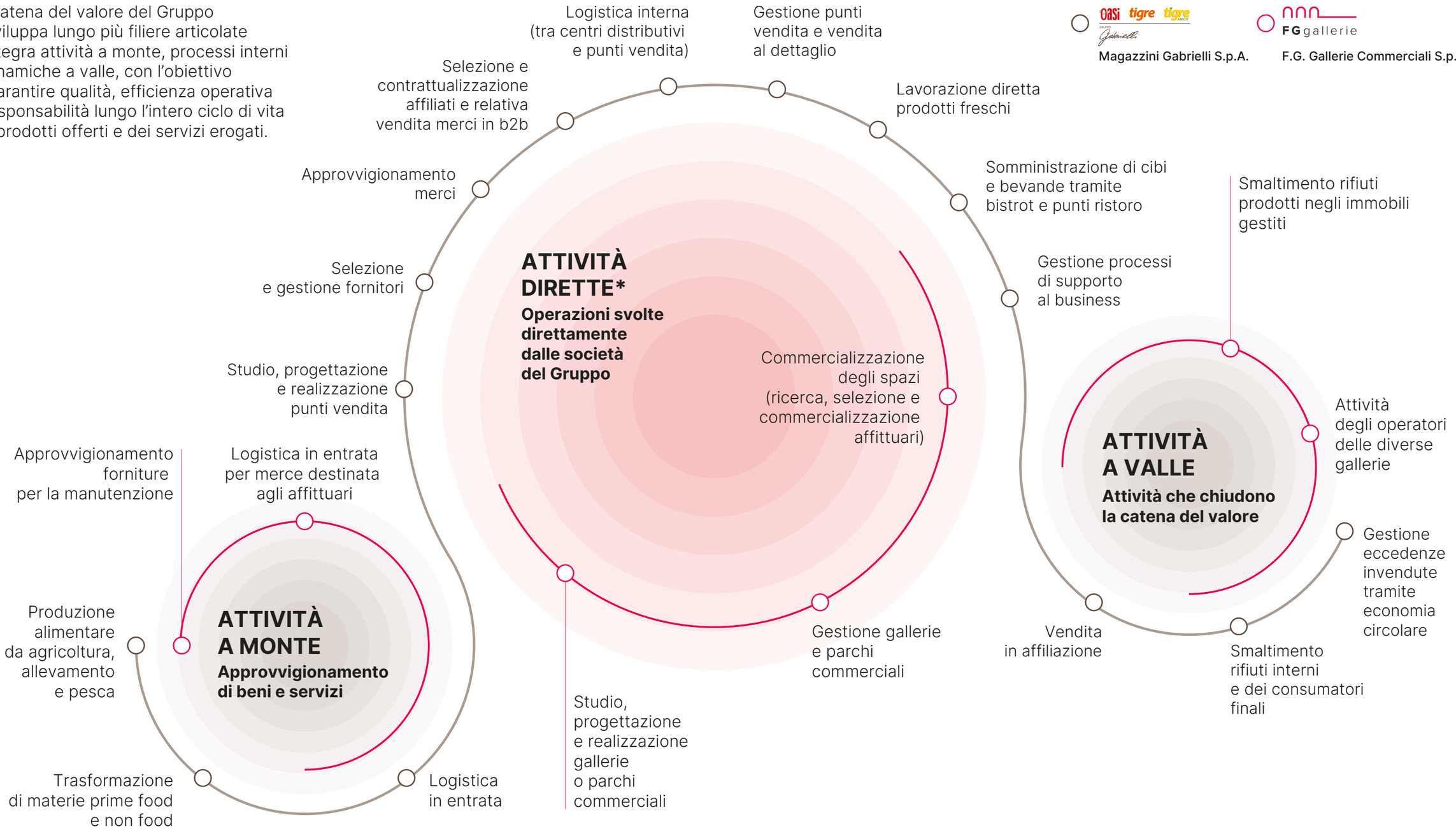


La catena del valore

La catena del valore del Gruppo si sviluppa lungo più filiere articolate e integra attività a monte, processi interni e dinamiche a valle, con l'obiettivo di garantire qualità, efficienza operativa e responsabilità lungo l'intero ciclo di vita dei prodotti offerti e dei servizi erogati.

Magazzini Gabrielli S.p.A.

F.G. Gallerie Commerciali S.p.A.



*Comprendono anche amministrazione, finanza, gestione del personale, IT, marketing e comunicazione

Gli Stakeholder

Nello svolgimento delle proprie attività, il Gruppo si relaziona con una pluralità di stakeholder, le cui aspettative ed esigenze possono influenzare significativamente le strategie di business e la creazione di valore nel lungo termine. Sebbene non ancora all'interno di un processo di stakeholder engagement strutturato e integrato in un framework strategico di sostenibilità, il Gruppo ha mappato i propri interlocutori chiave, con i quali si relaziona attraverso canali di coinvolgimento di seguito rappresentati. I feedback degli stakeholder tramite i direttori di funzione vengono periodicamente rappresentati all'Organo Direttivo. Oltre ai canali di segnalazione specifici rappresentati, vanno considerati anche i canali istituzionali pubblici messi a disposizione dal Gruppo in ambito del Codice Etico e della Whistleblowing Policy.

STAKEHOLDER	CANALI DI ASCOLTO
Dipendenti	• Struttura di rappresentanza sindacale dei lavoratori; • Strutture HR e Sicurezza sul lavoro; • Possibilità di richiedere attività formative specifiche in base ai propri bisogni; • Presenza di supporto psicologico presso i punti vendita.
Comunità locali	• Possibilità di indirizzare al Gruppo proposte di iniziative da sostenere; • Supporto in ambito di iniziative sociali; • Eventi ed iniziative organizzati presso le strutture del Gruppo; • Rapporti di collaborazione attiva con scuole e università del territorio.
Consumatori finali	• Indagini di mercato; • Numero verde e form online di servizio clienti; • Punti di ascolto nei negozi.
Fornitori	• Dialogo con funzione Acquisti; • Visite ai fornitori.
Affiliati	Riunioni tra affiliati e funzioni del Gruppo
Affittuari	Dialogo con responsabili delle gallerie commerciali
Pubblica amministrazione	Confronti con i responsabili delle nuove aperture
Sindacati	• Incontri periodici di confronto; • Tavoli di trattativa sindacale.
Associazioni di categoria	• Scambi di informazioni; • Partecipazione a conferenze e presentazioni pubbliche.
Centrale di acquisto	Partecipazione agli incontri del Team Responsabilità Sociale d'Impresa
Istituti finanziari	Incontri e confronti in ambito di attività di business
Competitor	Contatti attraverso associazioni di categoria e partecipazione a convegni

La Doppia Materialità

Il processo di Doppia Materialità

Considerando quanto previsto dalla normativa Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) e dalle Linee guida *EFRAG IG 1 – Materiality Assessment Implementation Guidance*, il Gruppo ha condotto un'analisi di Doppia Materialità finalizzata a identificare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità (IRO) connessi alle proprie attività e alla catena del valore. In particolare, l'analisi ha considerato, da un lato, gli impatti positivi e negativi, effettivi o potenziali, che il Gruppo genera o ai quali contribuisce sulle persone e sull'ambiente (Materialità di Impatto) e, dall'altro, i rischi e le opportunità derivanti dalle tematiche di sostenibilità che influenzano, o che si può ragionevolmente prevedere influenzeranno, lo sviluppo del Gruppo, la sua situazione patrimoniale e finanziaria, i risultati economici, i flussi di cassa, l'accesso ai finanziamenti o il costo del capitale nel breve, medio e lungo periodo (Materialità Finanziaria).
Come illustrato nel precedente paragrafo dedicato alla Catena del Valore, la relativa mappatura ha rappresentato un presupposto essenziale per lo svolgimento dell'analisi di Doppia Materialità. Il processo di mappatura e valutazione degli impatti, rischi ed opportunità si è articolato secondo diverse fasi, di seguito presentate.

Analisi del contesto

È stata condotta un'analisi approfondita del contesto operativo del Gruppo, estesa all'intera catena del valore – sia a monte che a valle – e ai principali macro-trend in ambito sostenibilità. Tale attività ha incluso una valutazione delle principali pressioni legislative del settore, l'analisi di fonti specialistiche per definire gli impatti su ambiente e persone, sia diretti che indiretti (tra cui SASB Standards, British International Investment, OECD), un benchmark delle pratiche adottate da aziende comparabili del settore e dei principali competitors, oltre che una ricognizione dei documenti interni rilevanti.

L'analisi del settore e del business model del Gruppo è stata inoltre arricchita e completata tramite il coinvolgimento delle principali funzioni aziendali.

La Doppia Materialità

Mappatura e valutazione degli impatti

In seguito all'analisi del contesto, sono stati mappati gli impatti del Gruppo (effettivi e potenziali, positivi e negativi) legati alle tematiche ambientali, sociali e di governance, lungo l'intera catena del valore. Tali impatti sono stati identificati sulla base dalle risultanze dell'analisi di contesto, delle informazioni che i responsabili di funzione hanno inizialmente condiviso, delle questioni di sostenibilità npresenti in Appendice B dell'ESRS 1, AR 16. Tutti gli impatti identificati sono stati valutati sulla base dei seguenti parametri:

- magnitudo, parametro composto dalla combinazione di:
  - scala di gravità, ovvero la gravità dell'impatto;
  - portata, ovvero l'ampiezza dell'impatto in termini di fasi della catena del valore in cui l'impatto si realizza;
  - carattere di irrimediabilità, ovvero la facilità con cui è possibile rimediare agli effetti dell'impatto. Tale variabile è applicabile solo per gli impatti negativi;
- probabilità di accadimento nel breve, medio e lungo periodo. Gli impatti effettivi sono considerati in atto nel breve periodo. Per la valutazione della probabilità è stato adottato un approccio "gross", non considerando, quindi, eventuali presidi che il Gruppo ha introdotto per minimizzare gli effetti degli impatti.

Le soglie adottate per ogni criterio risultano essere quali-quantitative e fanno riferimento a scale 1-5, per le variabili di magnitudo, e 0-1 per la probabilità. Gli impatti, sulla base delle valutazioni, sono stati suddivisi tra non rilevanti e rilevanti.

Mappatura e valutazione dei rischi e delle opportunità

Anche l'individuazione dei rischi e delle opportunità legate alle questioni di sostenibilità è stata effettuata a partire dalle risultanze dell'analisi di contesto, delle informazioni che i responsabili di funzione hanno inizialmente condiviso, delle questioni di sostenibilità presenti in Appendice B dell'ESRS 1, AR 16, degli impatti mappati nella fase precedente. L'attività ha inoltre previsto una mappatura delle dipendenze da risorse naturali e sociali che possano: a) influire sulla capacità del Gruppo di continuare a utilizzare o ottenere le risorse necessarie per le proprie attività, b) incidere sulla capacità di fare affidamento sui rapporti necessari nelle proprie attività aziendali a condizioni accettabili. La valutazione dei rischi e delle opportunità è stata svolta sulla base dei seguenti parametri:

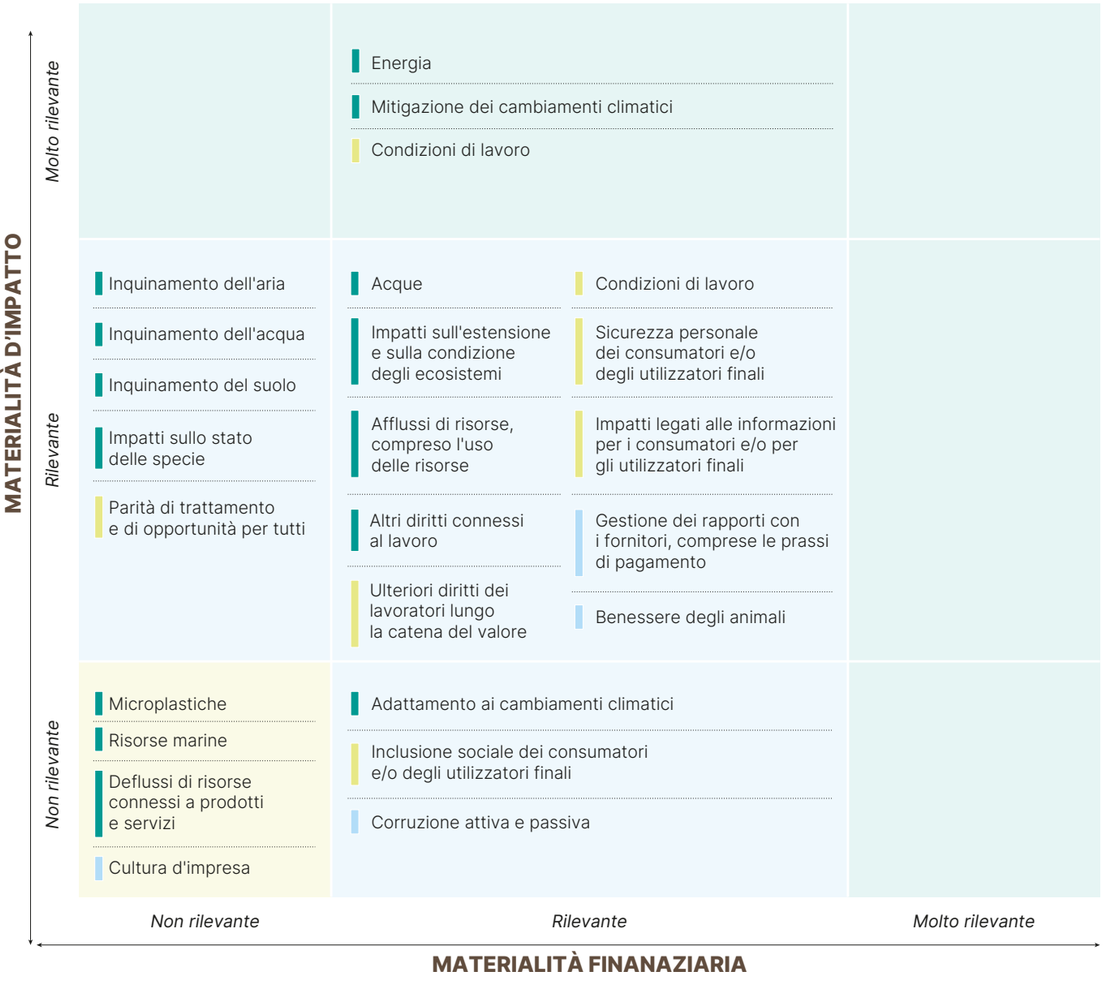
- magnitudo, ovvero l'entità dei possibili effetti finanziari legati al rischio o all'opportunità;
- probabilità di accadimento nel breve, medio e lungo periodo.

Le soglie adottate per ogni criterio risultano essere quali-quantitative e fanno riferimento ad una scala 1-5 per la magnitudo e 0-1 per la probabilità. I rischi e le opportunità sono stati, infine, distinti tra rilevanti e non rilevanti.

Consolidamento della Doppia Materialità

Per definire le questioni di sostenibilità rilevanti per il Gruppo, gli IRO rilevanti sono stati associati a questioni di sostenibilità rilevanti.

Doppia Materialità - *La matrice*



I risultati finali della Doppia Materialità sono stati sottoposti alla validazione dei direttori di funzione e, dopo l'integrazione dei loro commenti, sono stati validati dal Comitato Sostenibilità il 2 ottobre 2025. La lista degli impatti, dei rischi e delle opportunità rilevanti è stata presentata al Consiglio di Amministrazione, in sede di approvazione del Bilancio di Sostenibilità, in data 31 luglio 2026.

L'analisi di Doppia Materialità ha rappresentato per il Gruppo il primo esercizio di valutazione strutturata dei rischi e delle opportunità di sostenibilità. Come accennato in precedenza, è intenzione del Gruppo far sì che tale esercizio venga progressivamente integrato in maniera strutturata all'interno della pianificazione strategica e del sistema di gestione dei rischi aziendali.

La Doppia Materialità

I risultati: gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti

In considerazione della copertura degli argomenti trattati, dei 66 IRO totali inizialmente mappati, 46 sono stati valutati rilevanti e ricondotti a 23 questioni di sostenibilità ESRS da rendicontare. Di seguito si riporta la lista degli impatti, dei rischi e delle opportunità (IRO) rilevanti con i seguenti dettagli:

- topic di riferimento al quale l'IRO viene ricondotto ai fini della rendicontazione;
- nome e descrizione dell'IRO;
- per gli impatti, viene indicato se l'effetto che l'azienda ha sull'ambiente e sulle persone, incluso i diritti umani, è effettivo o potenziale;
- per i rischi e le opportunità, si indica se questi sono stati mappati a partire da un impatto di sostenibilità o se da una dipendenza del Gruppo;
- orizzonte temporale: si riferisce al lasso di tempo entro il quale si manifesta l'effetto dell'IRO;
- disaggregazione: indicazione se l'IRO è valido per tutto il Gruppo o per specifici business;
- fase della catena del valore: indica il punto della catena del valore dove ricade l'impatto, il rischio o l'opportunità.

FOCUS

IRO rilevanti

28 impatti

12 rischi

6 opportunità



Lista impatti rilevanti

TOPIC	IMPATTI	DESCRIZIONE	EFFETTIVO OPOTENZIALE	ORIZZONTE TEMPORALE	DISAGGREGAZIONE	FASE DELLA CATENA DEL VALORE
E1 - Cambiamenti climatici	**Consumo diretto di risorse energetiche**	Il consumo di risorse energetiche presso i negozi, i depositi e i parchi commerciali del Gruppo influisce negativamente sulla disponibilità delle risorse stesse, in maniera specifica per le fonti fossili	Effettivo	Breve, medio, lungo	Gruppo	Proprie attività
	Consumo di risorse energetiche lungo la value chain	Il consumo di risorse energetiche lungo la catena del valore del Gruppo a monte e a valle influisce negativamente sulla disponibilità delle risorse stesse, in maniera specifica per le fonti fossili	Effettivo	Breve, medio, lungo	Gruppo	Attività a monte; Attività a valle
	Contributo diretto al cambiamento climatico	Le attività presso i negozi, i depositi e i parchi commerciali del Gruppo comportano la produzione e l'emissione di gas effetto serra in atmosfera, i quali contribuiscono al cambiamento climatico	Effettivo	Breve, medio, lungo	Gruppo	Proprie attività
	Contributo indiretto al cambiamento climatico	Lo svolgimento delle attività lungo la value chain del Gruppo comporta la produzione e l'emissione in atmosfera di gas effetto serra, contribuendo al cambiamento climatico	Effettivo	Breve, medio, lungo	Gruppo	Attività a monte; Attività a valle
E2 - Inquinamento	**Inquinamento upstream delle risorse idriche**	Magazzini Gabrielli S.p.A., in qualità di azienda che acquista e trasforma prodotti alimentari, può contribuire indirettamente al rischio di inquinamento idrico. Se non gestiti correttamente, i processi di lavorazione possono infatti comportare il rilascio di sostanze potenzialmente nocive nelle acque	Potenziale	Medio	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Attività a monte
	Inquinamento upstream del suolo	L'uso intensivo di sostanze chimiche in agricoltura e la gestione non sostenibile dei reflui zootecnici possono compromettere la qualità del suolo, causandone l'inquinamento e l'alterazione della composizione chimico-biologica	Potenziale	Medio	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Attività a monte
	Inquinamento dell'aria per la lavorazione di materie prime e il trasporto	Il rilascio di sostanze inquinanti nell'aria ha effetti negativi a livello locale sulla qualità dell'aria stessa, sulla salute pubblica e sugli ecosistemi	Potenziale	Medio	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Attività a monte

TOPIC	IMPATTI	DESCRIZIONE	EFFETTIVO OPOTENZIALE	ORIZZONTE TEMPORALE	DISAGGREGAZIONE	FASE DELLA CATENA DEL VALORE
E3 - Acque e risorse marine	**Elevato consumo di risorsa idrica in agricoltura e allevamento**	L'industria agro-alimentare consuma grandi quantità di acqua, influendo negativamente sulla disponibilità della risorsa per le persone e per gli eco-sistemi, in maniera più rilevante dove le aree sono esposte ad elevato stress idrico	Potenziale	Medio	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Attività a monte
	Utilizzo di risorsa idrica per la gestione dei negozi	Il Gruppo preleva risorse idriche dalla rete comunale per lo svolgimento delle attività produttive, influendo negativamente sulla disponibilità della risorsa per le persone e per gli ecosistemi, in maniera più rilevante dove le aree sono esposte ad elevato stress idrico e nei centri cittadini ad elevata densità abitativa	Potenziale	Medio	Gruppo	Attività proprie
E4 - Biodiversità ed ecosistemi	**Riduzione della biodiversità dovuta all'attività agricola**	Per rispondere alle richieste del mercato (alta resa, uniformità, resistenza alla lavorazione e alla logistica), i produttori agricoli e zootecnici, potrebbero usare sementi standardizzate e poche razze animali selezionate dalle grandi industrie. Questa scelta, fatta spesso per motivi economici e di efficienza, comporta la scomparsa di varietà locali e razze tradizionali, riducendo così la biodiversità agricola	Potenziale	Lungo	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Attività a monte
E4 - Biodiversità ed ecosistemi	**Degradazione del suolo a causa di agricoltura intensiva**	Per soddisfare la crescente domanda di prodotti agricoli e zootecnici su larga scala, in diverse aree del mondo si ricorre alla deforestazione, abbattendo foreste per fare spazio a coltivazioni estensive come soia, palma e foraggio, utilizzate sia per il consumo umano che, soprattutto, per la produzione di mangimi destinati all'allevamento intensivo. In altri casi, le foreste vengono eliminate per creare nuove aree di pascolo	Potenziale	Lungo	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Attività a monte

TOPIC	IMPATTI	DESCRIZIONE	EFFETTIVO OPOTENZIALE	ORIZZONTE TEMPORALE	DISAGGREGAZIONE	FASE DELLA CATENA DEL VALORE
E5 - Economia circolare	**Scorretta gestione dei rifiuti diretti**	La gestione non responsabile dei rifiuti può comportare il proliferarsi di discariche, sversamenti nell'ambiente e inquinamento di terreni e acque	Potenziale	Medio	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Attività proprie
	Contributo al foodwaste a monte	Durante la produzione i fornitori si possono trovare a dover scartare alcuni prodotti ancora consumabili, in caso di scadenze molto brevi, cancellazione di ordini o richieste estetiche. Inoltre, durante il trasporto, possono verificarsi ritardi, problemi logistici o condizioni di conservazione non adatte, che rovinano i prodotti e li rendono non più vendibili, aumentando così lo spreco lungo la filiera	Potenziale	Breve	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Attività a monte
	Sfruttamento di risorse per il packaging e per la manutenzione degli edifici	Imballaggi monouso in plastica, carta, cartone e alluminio, utilizzati per proteggere, trasportare e presentare i prodotti, e i materiali per l'edilizia possono richiedere l'estrazione e la trasformazione di risorse vergini, causandone il consumo e riducendone la disponibilità	Potenziale	Breve, medio, lungo	Gruppo	Attività a monte
S1 - Forza lavoro propria	**Mancato sviluppo delle competenze dei dipendenti**	Il mancato accrescimento delle competenze dei dipendenti può impedire un'efficace adattabilità alle innovazioni tecnologiche, ai nuovi sistemi di gestione e alle procedure digitali o automatizzate introdotte nei punti vendita, nei magazzini e nella logistica. Ciò può incidere negativamente sulla motivazione e sul coinvolgimento dei dipendenti	Potenziale	Medio	Gruppo	Attività proprie
	Mancata promozione del benessere dei dipendenti	La richiesta di tempi di lavoro flessibili può incidere negativamente sul benessere dei dipendenti, alimentando insoddisfazione e demotivazione. Ciò può contribuire alla creazione di un clima organizzativo meno positivo e collaborativo	Potenziale	Medio	Gruppo	Attività proprie
	Mancata tutela dell' occupazione	L'impiego di lavoratori interinali, la presenza di contratti a termine che potrebbero non essere rinnovati, assieme alla crescente spinta verso l'automazione di certe mansioni possono creare instabilità occupazionale e compromettere il benessere dei dipendenti	Potenziale	Medio	Gruppo	Attività proprie

TOPIC	IMPATTI	DESCRIZIONE	EFFETTIVO OPOTENZIALE	ORIZZONTE TEMPORALE	DISAGGREGAZIONE	FASE DELLA CATENA DEL VALORE
S1 - Forza lavoro propria	**Esposizione dei dipendenti a rischi per la salute e la sicurezza**	All'interno del Gruppo, non si esclude la possibilità del verificarsi di infortuni accidentali o l'insorgenza di malattie professionali, soprattutto nei reparti che richiedono maggiori attività manuali. Tali eventi possono incidere sulla qualità della vita dei dipendenti in maniera più o meno definitiva	Effettivo	Breve	Gruppo	Attività proprie
	Mancato rispetto della diversità dei dipendenti	Il verificarsi di casi di discriminazione e mancate pari opportunità tra i dipendenti del Gruppo può provocare un impatto negativo sul benessere dei lavoratori e creare ostacoli al raggiungimento dell'uguaglianza sociale	Potenziale	Medio	Gruppo	Attività proprie
	Mancata tutela dei diritti dei lavoratori	Differenze nelle condizioni di lavoro, mancanza di un dialogo costruttivo tra dipendenti e management, insieme a situazioni di molestie sul posto di lavoro, possono avere un impatto negativo sul benessere dei lavoratori e creare ostacoli al raggiungimento dell'uguaglianza sociale	Potenziale	Medio	Gruppo	Attività proprie
S2 - Lavoratori nella catena del valore	**Condizioni di salute e sicurezza non adeguate dei lavoratori lungo la value chain**	Una gestione inadeguata della salute e della sicurezza sul lavoro dei lavoratori della value chain comporta un impatto negativo significativo su di essi, con possibili conseguenze quali infortuni, affaticamento e riduzione del benessere lavorativo	Potenziale	Breve	Gruppo	Attività a monte; Attività a valle
	Mancata tutela dei diritti dei lavoratori lungo la value chain	I diritti umani dei lavoratori a monte della catena del valore, soprattutto quelli impiegati nell'agricoltura e nell'allevamento, possono essere oggetto di abuso, comportando per le persone l'essere sottopagati, orari di lavoro eccessivi, condizioni di lavoro precarie, mancanza di contratti regolari e scarsa protezione della salute e sicurezza sul lavoro, mettendo in pericolo il benessere delle persone	Potenziale	Breve, medio	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Attività a monte

TOPIC	IMPATTI	DESCRIZIONE	EFFETTIVO OPOTENZIALE	ORIZZONTE TEMPORALE	DISAGGREGAZIONE	FASE DELLA CATENA DEL VALORE
S3 - Comunità interessate	**Contributo alla soddisfazione dei bisogni del territorio**	Il Gruppo, con una forte presenza nel Centro Italia, offre l'accesso alle risorse alimentari e a generi di prima necessità anche a piccole comunità del territorio, favorendone il benessere e lo sviluppo della società locale	Potenziale	Breve	Gruppo	Attività a valle
	Supporto allo sviluppo sociale e al benessere delle comunità	La scelta di business di rifornirsi da fornitori del territorio e di affidare la distribuzione a valle ad imprenditori affiliati favorisce lo sviluppo sociale e il benessere dei player coinvolti, spesso piccoli imprenditori e le loro famiglie, sostenendo così le comunità di riferimento e la valorizzazione delle filiere locali	Potenziale	Breve, medio	Gruppo	Attività a monte; Attività a valle
S4 - Consumatori e utilizzatori finali	**Danni alla salute e alla sicurezza dei clienti**	La non corretta conservazione dei prodotti, la mancata gestione delle scadenze, come anche eventuali incidenti dei consumatori finali all'interno degli asset del Gruppo, possono avere conseguenze dirette negative sulla sicurezza e sicurezza dei consumatori	Potenziale	Breve	Gruppo	Attività proprie
	Episodi di violazione della privacy dei clienti	Nel caso in cui il Gruppo non dovesse mettere in atto procedure e controlli volti a salvaguardare la privacy e i dati sensibili, potrebbero verificarsi episodi di data breach con conseguenti impatti negativi sulla sicurezza dei propri clienti	Potenziale	Breve, medio	Gruppo	Attività proprie
G1 - Condotta delle imprese	**Preferenza verso i fornitori locali**	La preferenza per i fornitori locali riduce l'impatto ambientale legato ai trasporti, grazie alla diminuzione delle distanze tra produzione e punto vendita, e promuove una maggiore trasparenza e tracciabilità nella filiera	Potenziale	Breve, medio	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Attività a valle
	Mancata tutela del benessere animale	Condizioni di allevamento e acquacoltura intensivi e pratiche di macellazione non rispettose possono causare sofferenze e compromettere la qualità della vita degli animali, e, di conseguenza, portare a problemi di qualità e sicurezza alimentare	Potenziale	Breve, medio	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Attività a valle

Lista rischi ed opportunità rilevanti

TOPIC	IMPATTO/ DIPENDENZA DI ORIGINE	RISCHIO/ OPPORTUNITÀ	DESCRIZIONE	DISAGGREGAZIONE	ORIZZONTE TEMPORALE	FASE DELLA CATENA DEL VALORE
E1 - Cambiamenti climatici	Impatto - Consumo diretto di risorse energetiche	**Opportunità economica di costi energetici stabili**	Attraverso la transizione da caldaie a gas naturale a pompe di calore, l'introduzione di sensori automatici per la regolazione dell'illuminazione all'interno dei punti vendita, la sottoscrizione di nuovi contratti PPA e l'ampliamento degli impianti fotovoltaici, il Gruppo può da un lato limitare i consumi e dell'altro mantenere contenuta la fluttuazione dei costi energetici, componente rilevante per la redditività del Gruppo, favorendo la fornitura di energia elettrica a prezzo fisso da fonti rinnovabili per un periodo di lungo termine. Ciò consente di ridurre l'esposizione alla volatilità dei mercati energetici e di promuovere l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili	Gruppo	Breve, medio, lungo	Attività proprie
	Dipendenza - Materiali e prodotti in entrata	**Rischio operativo ed economico legato al cambiamento climatico con impatti negativi sulla produttività agricola e sulla disponibilità di prodotti alimentari**	Il cambiamento climatico e le variazioni metereologiche possono ridurre la produttività dei terreni agricoli, compromettere le colture e incidere negativamente sull'allevamento. Questo riduce la quantità e la qualità dei prodotti alimentari disponibili sul mercato. Per Magazzini Gabrielli S.p.A., questo rischio si traduce in difficoltà nel garantire un'offerta costante e diversificata di prodotti, oltre che in un potenziale aumento dei costi di approvvigionamento	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Medio, lungo	Attività a monte
	Dipendenza - Asset del Gruppo	**Rischio operativo ed economico di danni fisici agli immobili e alle infrastrutture aziendali causati da eventi legati al cambiamento climatico**	Nel caso di misure di adattamento agli scenari climatici futuri non sufficienti, eventi ambientali estremi possono causare l'interruzione delle attività del Gruppo, un rischio operativo legato ai costi da sostenere per la manutenzione e il ripristino delle strutture e, nel caso di danneggiamenti ai sistemi di refrigerazione, ulteriori costi per garantire la corretta conservazione dei prodotti deperibili con misure straordinarie. Inoltre, si genera un rischio economico dovuto alla possibile riduzione del valore di mercato degli immobili e delle infrastrutture colpite, incidendo negativamente sul patrimonio aziendale	Gruppo	Medio, lungo	Attività proprie
E3 - Acque e risorse marine	Impatto - Elevato consumo di risorsa idrica in agricoltura e allevamento	**Rischio di interruzioni nella catena di fornitura dovute alla carenza di risorse idriche**	L'interruzione delle attività dei fornitori per indisponibilità di risorse idriche comporta un rischio operativo ed economico di limitazione della presenza di alcuni prodotti sugli scaffali, con conseguenti effetti negativi sui costi di approvvigionamento, sul fatturato aziendale e un possibile indebolimento della posizione competitiva dell'azienda sul mercato	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Medio, lungo	Attività a monte
E5 - Economia circolare	Dipendenza - Materiali e prodotti in entrata	**Opportunità economica connessa ad una efficace gestione delle scorte**	Le soluzioni avanzate di monitoraggio delle scorte generano l'opportunità di migliorare l'efficienza operativa dei depositi e degli ordini di approvvigionamento, ridurre le perdite economiche legate all'invenduto o alla scadenza dei prodotti. Inoltre, in questo modo si riducono gli scarti alimentari ed è possibile valorizzare i prodotti vicino alla scadenza in corner appositi, per favorirne la vendita	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Breve, medio, lungo	Attività proprie
	Dipendenza - Dipendenti	**Opportunità operativa connessa al basso turnover dei dipendenti**	L'elevata retention del personale consente di disporre di dipendenti formati, che sviluppano un percorso di carriera internamente al Gruppo, evitando costi di ricerca e capitalizzando gli investimenti in formazione nel tempo	Gruppo	Medio, lungo	Attività proprie
S1 - Forza lavoro propria	Impatto - Mancata tutela dei diritti dei lavoratori	**Rischio operativo e reputazionale per mancato rispetto dei diritti dei lavoratori**	Il mancato rispetto dei diritti dei lavoratori di Magazzini Gabrielli S.p.A. può comportare un rischio operativo per interruzioni delle attività a causa di assenteismo e scioperi, oltre che la richiesta di aumenti salariali. Inoltre, la percezione del mancato rispetto dei diritti dei lavoratori può causare danni rilevanti all'immagine dell'azienda, sia presso i consumatori sia presso investitori e comunità locali	Gruppo	Medio, lungo	Attività proprie
	Impatto - Esposizione dei dipendenti a rischi per la salute e la sicurezza	**Rischio economico, operativo e reputazionale per il mancato rispetto delle misure di salute e sicurezza**	La mancata tutela delle misure di salute e sicurezza per i dipendenti può danneggiare significativamente la reputazione di Magazzini Gabrielli S.p.A., generando sfiducia tra dipendenti, clienti e stakeholder esterni. Inoltre, l'azienda potrebbe incorrere in sanzioni economiche in caso di inadeguatezza di sistemi di gestione della salute e della sicurezza	Gruppo	Breve, medio, lungo	Attività proprie
S2 - Lavoratori nella catena del valore	Impatto - Mancata tutela dei diritti dei lavoratori lungo la value chain	**Rischio reputazionale per violazione dei diritti dei lavoratori lungo la catena del valore**	La mancata tutela dei diritti dei lavoratori nella catena di fornitura, della logistica e dei lavoratori nei negozi affiliati può esporre l'azienda a significativi rischi reputazionali, come denunce da parte di ONG, media o stakeholder istituzionali, oltre che la minor fiducia da parte dei consumatori finali e potenziale ricaduta negativa sulle vendite	Gruppo	Breve, medio, lungo	Attività a monte; Attività a valle

TOPIC	IMPATTO/ DIPENDENZA DI ORIGINE	RISCHIO/ OPPORTUNITÀ	DESCRIZIONE	DISAGGREGAZIONE	ORIZZONTE TEMPORALE	FASE DELLA CATENA DEL VALORE
S3 - Comunità interessate	Impatto - Supporto allo sviluppo sociale e al benessere delle comunità	**Opportunità economica e reputazionale di rafforzare la propria brand reputation tra le comunità**	Magazzini Gabrielli S.p.A. può rafforzare la propria brand reputation grazie alla percezione positiva da parte delle comunità locali in cui opera, legata all'impatto sociale, economico e ambientale generato dalle sue attività. L'impegno nel sostenere il territorio, promuovere l'occupazione locale, collaborare con fornitori locali e realizzare iniziative sociali o ambientali, contribuisce a consolidare il legame di fiducia con i cittadini e a posizionare l'azienda come attore responsabile e vicino alle esigenze del territorio	Gruppo	Medio, lungo	Attività proprie
S4 - Consumatori e utilizzatori finali	Dipendenza - Consumatori finali	**Rischio reputazionale ed economico dovuto alla perdita di dati sensibili dei clienti**	Il mancato rispetto da parte del Gruppo delle normative in materia di protezione dei dati personali (come aggiornamenti del GDPR, direttive europee sulla cybersecurity, o normative nazionali) può comportare la violazione dei dati sensibili dei clienti. Ciò espone l'azienda a sanzioni economiche rilevanti, contenziosi legali e una perdita significativa di fiducia da parte dei consumatori, con potenziali impatti negativi sulla reputazione del brand	Gruppo	Breve, medio, lungo	Attività proprie; Attività a valle
	Impatto - Distribuzione di prodotti non conformi dovuta ad un'errata etichettatura	**Rischio economico e reputazionale dovuto a poca trasparenza di comunicazione con i clienti**	Una comunicazione non trasparente da parte dell'azienda può generare una perdita di fiducia da parte dei clienti. Una percezione di opacità o incoerenza può comportare danni reputazionali, riduzione della fidelizzazione, calo delle vendite e maggiore esposizione a critiche da parte di media o associazioni di tutela dei consumatori	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Medio, lungo	Attività proprie; Attività a valle
	Impatto - Danni alla salute e alla sicurezza dei clienti	**Rischio reputazionale ed economico per la scorretta conservazione dei prodotti durante il trasporto**	Il trasporto dei prodotti freschi, se non effettuato correttamente dai fornitori, dai trasportatori e da altri partner per la consegna a domicilio può compromettere la salubrità dei prodotti, sia in entrata, presso i negozi, che dopo la consegna ai consumatori finali, in caso di spesa a domicilio. I prodotti non conformi in entrata possono comportare una perdita economica per Magazzini Gabrielli S.p.A. e, rispetto ai consumatori finali, potrebbero causare danni alla salute dei consumatori, con potenziali effetti reputazionali negativi, sotto forma di perdita di fiducia	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Breve, medio, lungo	Attività a valle

TOPIC	IMPATTO/ DIPENDENZA DI ORIGINE	RISCHIO/ OPPORTUNITÀ	DESCRIZIONE	DISAGGREGAZIONE	ORIZZONTE TEMPORALE	FASE DELLA CATENA DEL VALORE
S4 - Consumatori e utilizzatori finali	Impatto - Danni alla salute e alla sicurezza dei clienti	**Rischio economico connesso alla discontinuità della catena del freddo**	La segnalazione di prodotti non conformi per il mancato freddo da parte dei consumatori finali, può comportare costi con cui rimediare all'evento e l'erosione della fiducia con il cliente	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Breve	Attività proprie
	Dipendenza - Affiliati	**Opportunità strategica e reputazionale connessa alla scelta di operare tramite affiliazione**	Lo strumento dell'affiliazione permette di offrire i prodotti di Magazzini Gabrielli S.p.A. anche dove sarebbe diseconomico operare direttamente, rispondendo alla domanda dei consumatori. Inoltre, garantisce la diffusione delle insegne di Magazzini Gabrielli S.p.A. nel territorio, producendo sinergicamente effetti reputazionali positivi per la società, la quale sarà maggiormente riconosciuta dai consumatori	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Medio, lungo	Attività proprie; Attività a valle
G1 - Condotta delle imprese	Impatto - Preferenza verso i fornitori locali	**Opportunità strategica di incremento delle vendite grazie all'offerta di prodotti locali**	L'esclusività di fornitori locali nella catena di approvvigionamento di Magazzini Gabrielli S.p.A., soprattutto per i prodotti a marchio, consente all'azienda di offrire ai consumatori prodotti freschi, stagionali e di alta qualità, con una forte identità territoriale. Questa scelta risponde a una crescente sensibilità del pubblico verso l'origine dei prodotti, la trasparenza della filiera e il sostegno all'economia locale. Rafforzando il legame tra azienda e territorio, Magazzini Gabrielli S.p.A. può accrescere la fiducia nel marchio, migliorare la percezione di responsabilità sociale e differenziarsi positivamente rispetto ai concorrenti	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Medio, lungo	Attività proprie
	Dipendenza - Fornitori	**Rischio reputazionale connesso al mancato presidio del benessere animale**	Se un fornitore viene coinvolto in pratiche che violano gli standard di benessere animale, Magazzini Gabrielli S.p.A. potrebbe subire un danno reputazionale che si traduce in perdita di clienti sensibili ai temi etici e ambientali, riduzione delle vendite di prodotti associati al fornitore, boicottaggi o campagne negative sui social media e da parte di associazioni animaliste	Magazzini Gabrielli S.p.A.	Medio, lungo	Attività a monte; Attività proprie
	Dipendenza - Fornitori Dipendenti Management	**Rischio legale, economico e reputazionale legato a episodi di corruzione**	Eventuali episodi di corruzione, anche se isolati o riferiti a singoli dipendenti o fornitori, possono comportare gravi conseguenze legali, danni reputazionali e una perdita di fiducia da parte di clienti, partner e stakeholder istituzionali	Gruppo	Breve	Attività proprie



1964
il Giro d'Italia si vede nei Magazzini Gabrielli

Informazioni *ambientali*

ESRS E1
Cambiamenti climatici

FOCUS

Gli impatti, i rischi e le opportunità del Gruppo legati ai cambiamenti climatici

Rispetto all'analisi di Doppia Materialità, gli IRO rilevanti relativi ai cambiamenti climatici comprendono:

Consumo diretto di risorse energetiche;

Consumo di risorse energetiche lungo la value chain;

Contributo diretto al cambiamento climatico;

Contributo indiretto al cambiamento climatico;

Opportunità economica di costi energetici stabili;

Rischio operativo ed economico legato al cambiamento climatico con impatti negativi sulla produttività agricola e sulla disponibilità di prodotti alimentari;

Rischio operativo ed economico di danni fisici agli immobili e alle infrastrutture aziendali causati da eventi legati al cambiamento climatico.

Nell'analisi sono stati considerati sia rischi climatici fisici che transizionali. Tali rischi possono manifestarsi attraverso effetti negativi sugli asset del Gruppo, inclusi immobili aziendali, magazzini, centri di distribuzione, punti vendita e aree agricole della catena del valore. Tra tutti i fenomeni, si sottolinea la centralità dei rischi fisici acuti, riconducibili al potenziale verificarsi di eventi meteorologici estremi — quali alluvioni, ondate di calore o periodi di siccità.

L'impegno del Gruppo nella gestione dei cambiamenti climatici

Il Gruppo adotta un approccio strutturato e responsabile nella gestione dei consumi energetici, integrando tali obiettivi nella gestione operativa e nelle decisioni strategiche.

LA POLITICA ENERGETICA

L'impegno del Gruppo si concretizza, innanzitutto, nella presenza di un Sistema di Gestione dell'Energia conforme alla UNI CEI EN ISO 50001 da parte di Magazzini Gabrielli S.p.A., il quale include i punti vendita a gestione diretta e si fonda sulla Politica energetica, documento volto all'utilizzo virtuoso delle fonti energetiche per ottenere un miglioramento dell'efficienza energetica e la riduzione dei costi associati, sia da parte dell'azienda che, per quanto possibile, da parte dei fornitori e dei clienti.

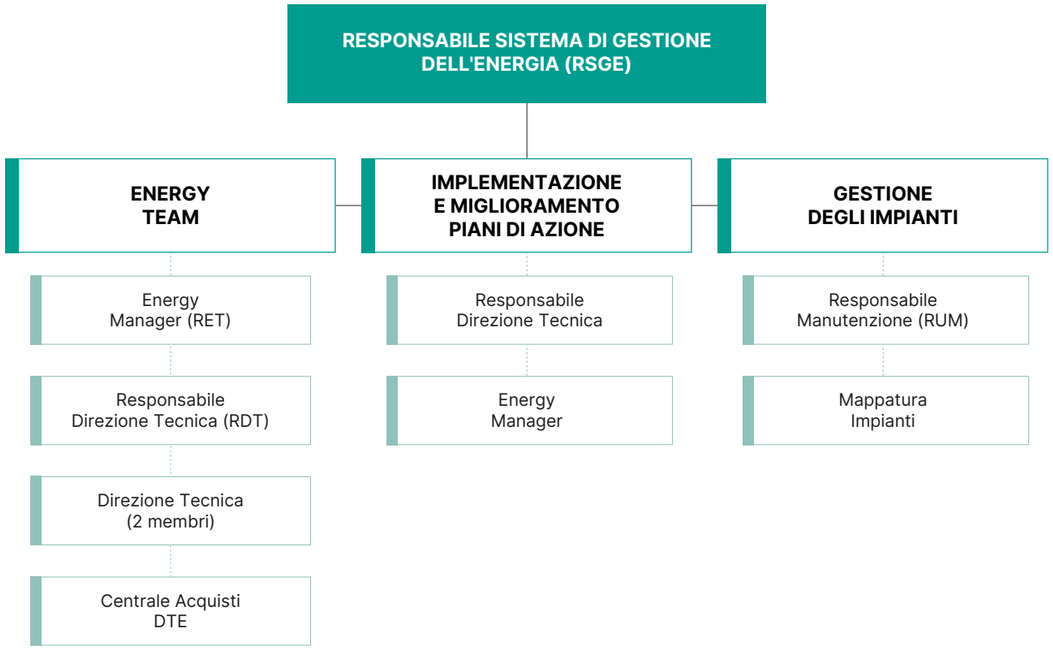
POLITICA
Politica energetica

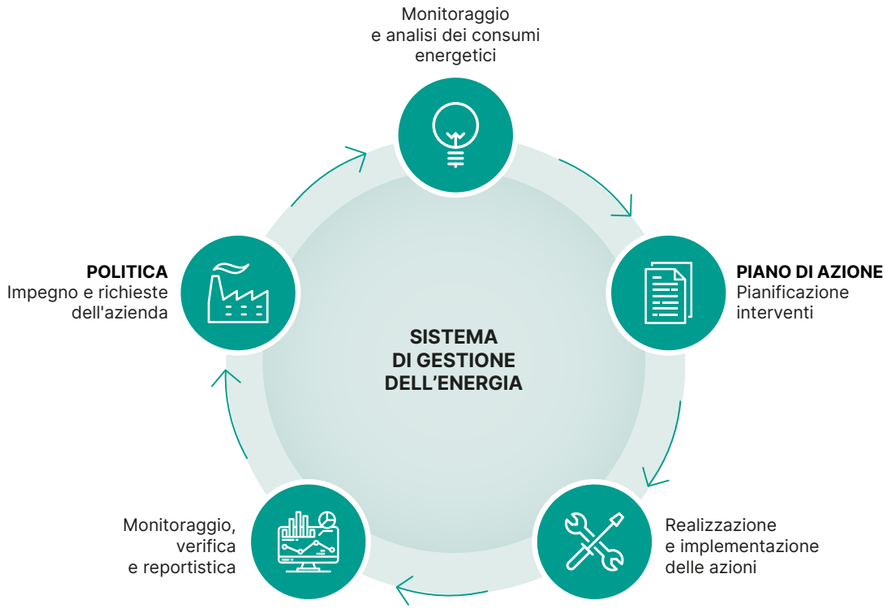
IRO DI RIFERIMENTO
- Consumo diretto di risorse energetiche;
- Consumo di risorse energetiche lungo la value chain;
- Opportunità economica di costi energetici stabili.

La Politica è volta al miglioramento continuo dell'efficienza energetica, al contenimento dei consumi e alla promozione dell'uso di energia prodotta da fonti rinnovabili certificate e di investimenti per l'autoproduzione di energia rinnovabile, nonché all'integrazione di criteri energetici nei processi di approvvigionamento. Nell'ambito di tale sistema, Magazzini Gabrielli S.p.A. monitora in modo sistematico i consumi energetici, definisce obiettivi e target di performance. Inoltre, promuove il rispetto dei requisiti normativi applicabili e la sensibilizzazione delle parti interessate, inclusi fornitori e clienti, rispetto all'adozione di comportamenti virtuosi orientati alla riduzione dei consumi. Tali attività contribuiscono alla gestione degli impatti, rischi e opportunità (IRO)sia diretti sia indiretti lungo la value chain, con particolare riferimento all'utilizzo delle risorse energetiche e al mantenimento della stabilità dei costi.
La Politica è soggetta a un processo di monitoraggio da parte della Direzione in sede di Riesame del Sistema di Gestione dell'Energia ed è aggiornata periodicamente per rimanere allineata alle evoluzioni del contesto regolatorio e normativo, agli standard internazionali e alle migliori pratiche.

La governance del Sistema di Gestione dell'Energia è affidata a un Energy Team, composto dall'Energy Manager, dal Responsabile Direzione Tecnica, da due membri della Direzione Tecnica e da un membro della funzione Centrale Acquisti DTE. Al Team, coordinato dal Responsabile del Sistema di Gestione dell'Energia (SGE) designato dalla Direzione, competono l'implementazione e il miglioramento del Sistema, l'implementazione, il monitoraggio e il miglioramento dei Piano di Azione previsti, nonché la diffusione della Politica Energetica e degli obiettivi associati all'interno dell'organizzazione e verso l'esterno. Inoltre, in tutti i punti vendita sono promosse e condivise linee guida operative volte a favorire un uso efficiente dell'energia. Tali indicazioni, rivolte a tutto il personale, definiscono comportamenti e buone pratiche da adottare quotidianamente al fine di ottimizzare i consumi e contribuire al miglioramento delle performance energetiche.

ORGANIGRAMMA SISTEMA GESTIONE PER L'ENERGIA (SGE)





SISTEMA DI GESTIONE DELL'ENERGIA

Nel 2025, Magazzini Gabrielli S.p.A. ha ottenuto la certificazione ISO 50001 sul proprio Sistema di Gestione, consolidando, così, l'approccio del Gruppo al miglioramento continuo delle proprie prestazioni energetiche. Tale Sistema è sottoposto a periodici audit interni, che favoriscono il corretto funzionamento e la conformità ai requisiti della norma. In particolare, Magazzini Gabrielli S.p.A., ha intrapreso un percorso di efficientamento energetico e rinnovamento tecnologico degli impianti, contribuendo, anche alla progressiva riduzione delle proprie emissioni GHG di Scope 1 e 2.

Inoltre, la Società si è dotata di un Piano di Azione e Miglioramento per il Sistema di Gestione dell'Energia relativo al biennio 2025-2026, approvato nella sua versione più recente nel corso del 2025. Il Piano è definito sulla base dell'analisi dei consumi energetici, attraverso il confronto con gli andamenti storici, con benchmark di settore e con le principali best practice di riferimento, al fine di individuare aree di intervento e orientare l'adozione di soluzioni tecnologiche e gestionali ad elevata efficacia.

Le azioni individuate negli anni precedenti riguardano, da un lato, l'adozione di tecnologie più efficienti, come la sostituzione delle lampade con sistemi LED e il rinnovo degli impianti frigoriferi, e, dall'altro, interventi di ottimizzazione operativa. Questi ultimi sono perseguiti sia attraverso l'attività di un gruppo di lavoro dedicato all'analisi in campo degli impianti — finalizzata a rilevare inefficienze e obsolescenze — sia mediante iniziative formative rivolte al personale, con l'obiettivo di ridurre gli sprechi. Parallelamente, è stato promosso il ricorso a fonti rinnovabili, tramite l'installazione e il revamping di impianti fotovoltaici.

Dal 2023 al 2025 l'azienda si è dotata di strumenti digitali, circa 1.000 multimetri, che consentono di monitorare i consumi da remoto e di strutturare un sistema di gestione dell'energia sempre più avanzato, capace di individuare i comparti più energivori e gestirli con maggiore efficacia. Parallelamente, è stata introdotta una piattaforma digitale, che consente di visualizzare in tempo reale i dati raccolti dai multimetri, conservarne lo storico e confrontare le performance energetiche nel tempo, tra sedi diverse e per singolo comparto operativo. Infine, è stato attivato un sistema di

monitoraggio delle temperature interne in 14 siti considerati prioritari, utile per verificare e correggere da remoto eventuali deviazioni dai setpoint programmati, grazie all'utilizzo della piattaforma EcoStruxure BMS di Schneider Electric.

In aggiunta alle politiche sopra descritte di efficientamento energetico di tutti gli asset esistenti, la Società adotta delle procedure in merito alle attività di progettazione di nuovi impianti che prevede la valutazione sistematica delle opportunità di miglioramento delle prestazioni energetiche. In questo quadro, il Sistema di Gestione dell'Energia prevede anche lo svolgimento annuale di specifici corsi di formazione rivolti al personale dell'Ufficio Tecnico e dell'Ufficio Manutenzioni, con l'obiettivo di rafforzare le competenze necessarie per una gestione efficace dell'energia e per la corretta attuazione delle procedure operative.

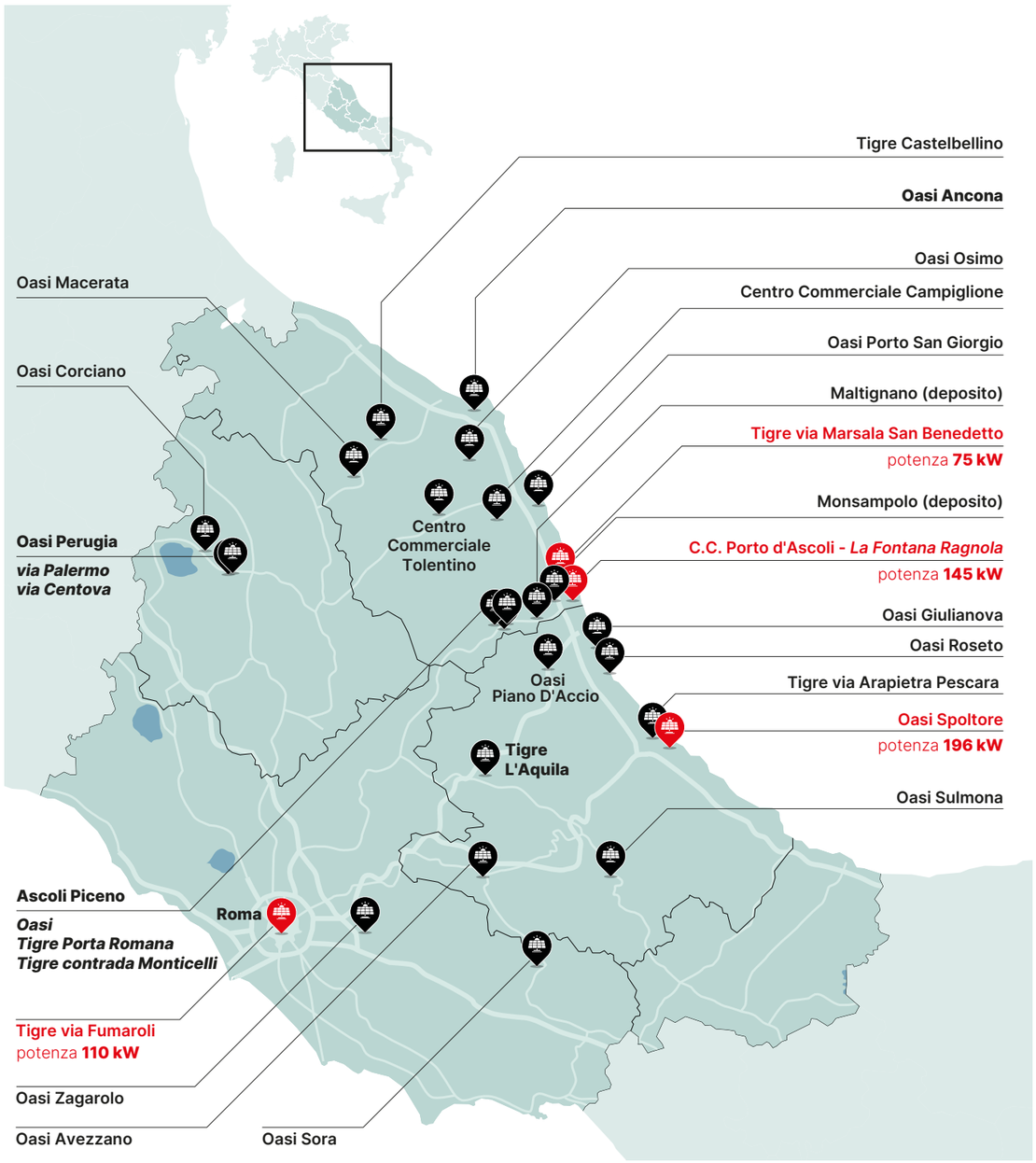
In generale, comuni a tutto il Gruppo, sono state definite alcune regole di buona pratica per il risparmio energetico. In particolare, per quanto riguarda l'illuminazione, è previsto lo spegnimento delle luci ogni volta che si lascia un locale tecnico o un magazzino e alla chiusura dei punti vendita. In tema di climatizzazione, le direttive aziendali raccomandano che le temperature non superino i 19°C in inverno ma non siano inferiori ai 27°C in estate.



FOTOVOLTAICO

Il Gruppo utilizza impianti fotovoltaici dal 2011, installati presso le strutture di F.G. Gallerie Commerciali S.p.A. e di Magazzini Gabrielli S.p.A., per un totale complessivo di 30 impianti.

Nel corso del 2025 Magazzini Gabrielli S.p.A. ha ulteriormente ampliato la propria capacità di autoproduzione energetica installando quattro nuovi impianti fotovoltaici (di seguito indicati in rosso):





IMPIANTI FRIGO

Al fine di contenere uno dei comparti energivori maggiori, ovvero i sistemi di refrigerazione, Magazzini Gabrielli S.p.A. ha installato banchi frigo dotati di sistemi di refrigerazione transcritici[1] a CO_2 (ovvero che utilizzano anidride carbonica come fluido refrigerante). A differenza degli impianti tradizionali, l'utilizzo della tecnologia transcritica a CO2 permette di ottenere elevata efficienza energetica, ridotte emissioni climalteranti e migliori prestazioni di recupero del calore, grazie alle elevate temperature di scarico del refrigerante. L'energia termica recuperata permette di coprire una quota significativa del fabbisogno termico degli edifici, contribuendo sia alla riduzione dei consumi energetici complessivi sia alla diminuzione delle emissioni climalteranti. Tale energia viene riutilizzata, ad esempio, per riscaldare l'acqua utilizzata nei servizi igienici all'interno delle gallerie commerciali.

POWER PURCHASE AGREEMENT

Inoltre, a giugno 2025 Magazzini Gabrielli S.p.A. ha sottoscritto con Iberdrola Clienti Italia S.r.l. un contratto di fornitura di energia elettrica (PPA – Power Purchase Agreement): un accordo di lungo termine finalizzato a garantire condizioni di approvvigionamento stabili, che permette di contenere l'esposizione alla volatilità dei prezzi del mercato. Il PPA contribuisce, inoltre, a favorire l'approvvigionamento da fonti rinnovabili, in linea con la strategia aziendale e con l'obiettivo di incrementare l'autoproduzione da fonti rinnovabili, supportando il percorso di transizione energetica del Gruppo. Si tratta di un'azione strutturale che comporta investimenti e un impegno contrattuale di lungo periodo, con effetti diretti sulle emissioni di Scope 2 (market-based) e un impatto positivo sulla stabilità dei costi energetici complessivi del Gruppo. La finalizzazione dell'accordo e la sua attivazione è prevista nel 2026.

1 Tali sistemi operano in condizioni transcritiche, cioè oltre il punto critico della CO_2 (31 °C e 73 bar). A differenza degli impianti tradizionali, l'utilizzo della tecnologia transcritica a CO_2 cicli subcritici tradizionali, in cui il fluido condensa, nei sistemi transcritici il refrigerante supera il proprio punto critico e non condensa, ma viene raffreddato in un gas cooler anziché in un classico condensatore.

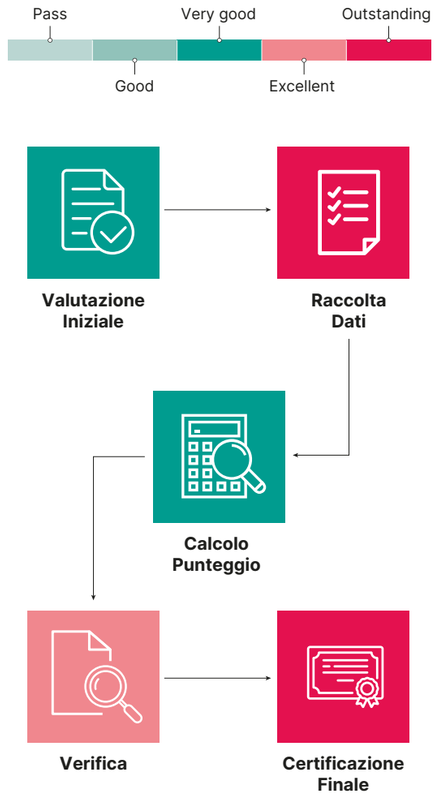
CERTIFICAZIONE BREEAM

Per quanto riguarda F.G. Gallerie Commerciali S.p.A., nel 2025 la Società sta lavorando al processo di certificazione BREEAM, standard di certificazione degli edifici su base volontaria istituito nel Regno Unito nel 1990 con lo scopo di valutare la performance ambientale degli immobili. Il giudizio viene assegnato prendendo in considerazione differenti fattori ambientali ed ottenendo un punteggio su scala:

- PASS
- GOOD
- VERY GOOD
- EXCELLENT
- OUTSTANDING

Nel 2025 è stata realizzata una analisi di pre-assessment per i centri commerciali Il Girasole e Battente Shopping&More, la quale ha mostrato che per entrambi i centri i criteri deli livello PASS sono soddisfatti. Tuttavia, la Società mira ad ottenere il livello VERY GOOD nel 2026, tramite la realizzazione di piani di manutenzione straordinaria già definiti. Il percorso di adeguamento prevede un avanzamento graduale, con un'attenzione particolare alla regolazione degli orari e delle temperature di funzionamento degli impianti, in un'ottica di efficientamento progressivo. A tendere la Società mira ad estendere la certificazione su tutti gli immobili gestiti e ad ottenere il livello EXCELLENT.

PROCESSO DI CERTIFICAZIONE BREEAM



EFFICIENTAMENTO ENERGETICO DI F.G. GALLERIE COMMERCIALI S.P.A.

Inoltre, sempre nel merito delle gallerie commerciali, al fine di contenere il consumo energetico, l'iniziativa più importante in atto da diversi anni riguarda la sostituzione del parco macchine (pompe di calore e rooftop), per cui è previsto un piano di investimenti pluriennali. Si ricorda anche che è in corso la sostituzione dei corpi illuminanti, con LED a basso consumo, giunta quasi a completamento. In tutti i centri commerciali sono presenti colonnine per la ricarica delle auto elettriche.

ADATTAMENTO CLIMATICO

Oltre alle misure di mitigazione, il Gruppo monitora l'evoluzione delle condizioni climatiche e i loro effetti sulle attività operative, utilizzando indicatori come i gradi-giorno per valutare eventuali impatti sui consumi e sui sistemi di conservazione.

ATTIVITÀ FUTURE

Guardando ai prossimi anni, il Gruppo ha pianificato una serie di interventi, tra cui la sostituzione parziale della flotta aziendale con veicoli full hybrid entro il 2026. Inoltre, nel corso del 2026 il Gruppo prevede di ottenere la certificazione Eurovent per la maggior parte dei propri banchi frigo: un programma volontario europeo che verifica in modo indipendente le prestazioni dichiarate dei prodotti del settore HVACR[2], assicurando che apparecchiature quali banchi frigoriferi, unità di trattamento dell'aria e sistemi di climatizzazione garantiscano livelli di efficienza ed emissioni conformi agli standard tecnici europei. L'ottenimento della certificazione consentirà al Gruppo di utilizzare il marchio ECP (Eurovent Certified Performance) per i banchi plugin e remoti a marchio COSTAN e BONNET NEVE fino a luglio 2026, attestando la trasparenza e l'affidabilità delle prestazioni energetiche di una delle principali componenti energivore dei punti vendita.

OBIETTIVI DI CONTENIMENTO DEI CONSUMI

Sulla base del monitoraggio delle prestazioni energetiche, per Magazzini Gabrielli S.p.A. sono predisposte delle graduatorie di efficienza energetica per negozio, che consentono di definire le strategie di intervento, considerando sia i risparmi energetici ottenibili e la fattibilità economica degli interventi.
In questo senso, nel 2025 sono stati definiti diversi obiettivi relativi alla diminuzione dei consumi energetici per le sedi riportate nella tabella seguente. Per le sedi interessate, sono state individuate specifiche attività con cui raggiungere i consumi attesi; il progresso delle performance viene monitorato attraverso misurazioni trimestrali dei consumi di ciascun punto vendita. Rispetto agli obiettivi fissati nel 2025, la prima attività di sorveglianza è programmata per aprile 2026.

In aggiunta agli obiettivi presentanti, la Società intende realizzare attività formativa all'intero personale, non solo a coloro che ricoprono un ruolo nella gestione energetica del Gruppo, per promuovere maggiore consapevolezza su sprechi energetici e sull'importanza di ridurlo. Parallelamente, il Gruppo sta valutando l'avvio di un percorso finalizzato all'ottenimento della certificazione ISO 14001, che potrà contribuire al miglioramento delle prestazioni ambientali e alla riduzione delle emissioni di CO_2.

I target presentati contribuiscono alla gestione degli IRO:

- consumo diretto di risorse energetiche;
- consumo di risorse energetiche lungo la value chain;
- opportunità economica di costi energetici stabili.

Inoltre, la realizzazione delle attività individuate per raggiungere i target energetici permette di ottenere indirettamente dei risultati anche rispetto alle emissioni GHG di Scope 1 e 2, risultando, quindi, gestito anche l'impatto Contributo diretto al cambiamento climatico.

OBIETTIVO	TARGET	ATTIVITÀ	SCADENZA	MONITORAGGIO
Riduzione consumo di energia elettrica	**SEDE: OASI DI CASTELFIDARDO (ANCONA)**			
	Riduzione consumi energetici -14%	Realizzazione di un impianto fotovoltaico	31.12.2026	Report misurazione trimestrale
	SEDE: CENTRO COMMERCIALE "LA FONTANA RAGNOLA S.R.L." (SAN BENEDETTO DEL TRONTO)			
	Riduzione consumi energetici -18%	Realizzazione di un impianto fotovoltaico	31.12.2026	Report misurazione trimestrale
	SEDE: SUPERMERCATO TIGRE S. IPPOLITO AD ISERNIA			
	Riduzione consumi energetici -35%	Revamping dell'impianto di illuminazione	31.12.2026	Report misurazione trimestrale
	Riduzione consumi energetici -4%	Rinnovo dell'impianto frigorifero	31.12.2026	Report misurazione trimestrale
	SEDE: SUPERMERCATO TIGRE IN VIA MARSALA A SAN BENEDETTO DEL TRONTO			
	Riduzione consumi energetici -10%	Realizzazione di un impianto fotovoltaico	31.12.2026	Report misurazione trimestrale
	SEDE: OASI IN PIAZZA CADUTI A JESI (ANCONA)			
	Riduzione consumi energetici -11%	Realizzazione di un impianto fotovoltaico	31.12.2026	Report misurazione trimestrale
	Riduzione consumi energetici -0,2%	Inserimento di banchi frigo	31.12.2026	Report misurazione trimestrale
	Riduzione consumi energetici -3,5%	Integrazione degli impianti di condizionamento in un sistema di supervisione e controllo centralizzato	31.12.2026	Report misurazione trimestrale
	SEDE: OASI DI PORTO SAN GIORGIO (FERMO)			
	Riduzione consumi energetici -2,8%	Sostituzione del trasformatore	31.12.2026	Report misurazione trimestrale
	Riduzione consumi energetici -5,2%	Sostituzione delle centrali frigorifere e dei banchi frigo	31.12.2026	Report misurazione trimestrale

2 Heating, Ventilation, Air Conditioning and Refrigeration.

CONSUMI ENERGETICI TOTALI (MWH)	2025 (totale gruppo)	2025 – di cui ad alto impatto climatico
Consumo di combustibili da carbone e prodotti del carbone	-	-
Consumo di combustibili da petrolio greggio e prodotti petroliferi	2.536	2.444
Consumo di combustibili da gas naturale	-	-
Consumo di combustibili da altre fonti non rinnovabili	-	-
Consumo di energia elettrica, calore, vapore o raffrescamento da fonti fossili, acquistati o acquisiti	61.231	58.092
Consumo totale di energia da fonti fossili	**63.767**	**60.536**
Quota % di fonti fossili sul consumo totale di energia	90%	91%
Consumo totale di energia da fonti nucleari	**3.037**	**2.881**
Quota % di fonti nucleari sul consumo totale di energia	4%	4%
Consumo di combustibili da fonti rinnovabili, compresa la biomassa (che include anche i rifiuti industriali e urbani di origine biologica), i biocarburanti, il biogas, l'idrogeno da fonti rinnovabili	-	-
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti rinnovabili, acquistati o acquisiti	-	-
Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili	3.793	2.956
Consumo totale di energia da fonti rinnovabili	**3.793**	**2.956**
Quota % di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia	5%	4%
Consumo totale di energia	**70.597**	**66.373**
Intensità energetica (MWh/k€)	-	0,051

RICONCILIAZIONE RICAVI NETTI DA ATTIVITÀ IN SETTORI AD ALTO IMPATTO CLIMATICO CON LA VOCE NEL BILANCIO (EURO)	
Ricavi netti derivanti da attività in settori ad alto impatto climatico utilizzati per calcolare l'intensità energetica	1.309.358.940
Ricavi netti (altro)	13.927.647
Ricavi netti totali (bilancio)	1.323.286.587



Il consumo di energia e il mix energetico

Nell'anno 2025, il Gruppo attesta un consumo energetico totale di 70.597 MWh, di cui la quota principale da fonte fossile (90%). Il 5% dei consumi del Gruppo proviene da energia elettrica autoprodotta da impianti fotovoltaici. Grazie agli impianti fotovoltaici installati presso i siti del Gruppo, nel 2025 sono stati prodotti in totale 4.260 MWh di energia da fonte rinnovabile.

Nella tabella in pagina sono rappresentati i consumi e il mix energetico a livello di Gruppo e per le società appartenenti a settori ad alto impatto climatico. Per Magazzini Gabrielli S.p.A., che rientra tra quelle appartenenti ai settori ad alto impatto climatico[3], viene fornita una rappresentazione dettagliata del consumo energetico e relativo mix, con particolare attenzione alla disaggregazione dell'energia proveniente da fonti fossili.

La voce relativa ai consumi di combustibili derivati dal petrolio greggio e da altri prodotti petroliferi si riferisce ai consumi della flotta aziendale del Gruppo, costituita da veicoli diesel, benzina e ibridi.
I consumi di energia elettrica, nonché di calore, vapore o raffrescamento da fonti fossili acquistati o acquisiti, includono l'elettricità prelevata dalla rete e attribuibile a fonti fossili, calcolata sulla base del mix residuale al netto della quota nucleare.

Il consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorso a combustibili comprende invece la quota di energia elettrica consumata proveniente da impianti fotovoltaici installati presso le sedi del Gruppo.
L'intensità energetica, calcolata come rapporto tra consumo totale e ricavi netti, entrambi riferiti ai soli settori ad alto impatto climatico, si attesta pari a 0,051 MWh/kEuro.

Il denominatore dell'indice comprende i ricavi da vendite di Magazzini Gabrielli S.p.A. al 31/12/2025, così come riportati all'interno del Bilancio di esercizio alla voce A1 del Conto Economico della Società (1.309.358.940 kEuro).

Le metriche sul consumo energetico del Gruppo fanno riferimento a tutti i siti del Gruppo. I dati provengono da bollette, multimetri e letture dei contatori.
Le stesse fonti di informazione sono utilizzate per alimentare del Sistema di Gestione dell'energia certificato ISO 50001 per Magazzini Gabrielli S.p.A.

L'energia di origine nucleare, ossia la parte di elettricità da rete prodotta da impianti nucleari, è calcolata applicando al totale dell'energia elettrica acquistata il Residual Mix nazionale pubblicato da AIB 2024; la quota rimanente è considerata interamente prodotta da fonti fossili, con approccio conservativo.

La conversione in MWh è stata realizzata tramite i fattori di conversione forniti dal database DEFRA 2025 (Department For Environment, Food and Rural Affairs), prendendo in considerazione il potere calorifico netto.

3 Tale società è classificata come operante in un settore ad alto impatto climatico poiché il suo codice NACE ricade nella sezione G – Commercio all'ingrosso, una delle sezioni comprese tra A e H, nonché L, indicate nell'Annex I del Regolamento (CE) n. 1893/2006, così come richiamato dal Regolamento Delegato (UE) 2022/1288.

Le emissioni GHG

Nel 2025 le emissioni GHG dirette Scope 1 si attestano pari a 3.950 tonCO_2.
Mentre le emissioni indirette legate all'energia elettrica Scope 2 pari a:

- 20.480 tonCO_{2e} secondo l'approccio Location Based;
- 28.355 tonCO_2e secondo l'approccio Market Based.

EMISSIONI GHG LORDE DI SCOPE 1

Le emissioni di Scope 1 sono espresse in tonnellate metriche di CO_2 equivalente, e sono state calcolate utilizzando come fonte il database DEFRA 2025 (Department For Environment, Food and Rural Affairs). Il calcolo è stato realizzato sulla base delle linee guida fornite dal *Greenhouse Gas Protocol*, seguendo in particolare le indicazioni riportate nel *Corporate Accounting and Reporting Standard*. Nel calcolo sono considerate — e convertite in CO_2 equivalente — le perdite di gas refrigeranti, tra cui gli idroclorofluorocarburi (HCFC) impiegati negli impianti di refrigerazione per il freddo alimentare e altri gas tecnici. La quantificazione delle emissioni associate a tali gas avviene applicando i rispettivi Potenziali di Riscaldamento Globale (GWP – Global Warming Potential). Il GWP confronta l'impatto sul clima di ciascun gas con quello di una massa equivalente di anidride carbonica (GWP = 1). Per la determinazione dei valori, il Gruppo utilizza i fattori riportati nel VI Rapporto dell'Intergovernamental Panel on Climate Change (IPCC), adottando un approccio metodologico allineato alle più diffuse pratiche internazionali.

EMISSIONI GHG LORDE DI SCOPE 2

Sono espresse in tonnellate metriche di CO_2 equivalente e rendicontate in forma disaggregata distinguendo tra il metodo Location-Based e il metodo Market-Based. Per il metodo Location-Based, il Gruppo applica i fattori dal database Confronti internazionali 2024 (dati 2022). Per il metodo Market-Based, sono stati adottati i fattori emissivi pubblicati da AIB 2024 relativi al residual mix della Nazione interessata.
L'intensità emissiva, calcolata come rapporto tra emissioni lorde totali e ricavi netti, si attesta pari a 0,015 tonCO_2e/kEuro con approccio Location-based e 0,024 tonCO2e/kEuro con approccio Market-based. Il denominatore dell'indice comprende i ricavi da vendite del Gruppo al 31/12/2025, così come riportati all'interno della voce A1 del Conto Economico del Bilancio di esercizio Consolidato della F.G. Holding S.p.A. chiuso al 31/12/2025 (1.323.286.587 kEuro).

LEGENDA

Location-Based: Calcolato in base alla media delle emissioni della rete elettrica nazionale (dove si trova fisicamente la struttura).
Market-Based: Calcolato in base al mix energetico specifico contrattualizzato con il fornitore (scelte di mercato dell'azienda).

EMISSIONI GHG [tonCO_2E]	2025
Emissioni GHG lorde Scope 1	3.950
Emissioni GHG lorde Scope 2 Location Based	16.530
Emissioni GHG lorde Scope 2 Market Based	28.355
Emissioni GHG lorde totali Location Based	20.480
Emissioni GHG lorde totali Market Based	32.305
Intensità delle emissioni GHG lorde totali Location Based (tonCO_2e/k€)	0,015
Intensità delle emissioni GHG lorde totali Market Based (tonCO_2e/k€)	0,024

RICONCILIAZIONE RICAVI NETTI USATI PER CALCOLARE INTENSITÀ EMISSIVA CON LA VOCE NEL BILANCIO (EURO)	
Ricavi netti utilizzati per calcolare l'intensità emissiva	1.323.286.587
Ricavi netti (altro)	0
Ricavi netto totali (bilancio)	1.323.286.587



ESRS E2
Inquinamento

FOCUS

Gli impatti, i rischi e le opportunità del Gruppo legati all'inquinamento

Sulla base dei risultati dell'analisi, sono stati individuati i seguenti impatti rilevanti, legati alla fase a monte della catena del valore, connessi all'inquinamento in aria, nel suolo e nell'acqua:

Inquinamento upstream delle risorse idriche;

Inquinamento upstream del suolo;

Inquinamento dell'aria per la lavorazione di materie prime e il trasporto.



Attività del Gruppo connesse al tema dell'inquinamento

In ambito dell'analisi di Doppia Materialità, il Gruppo ha identificato la tematica dell'inquinamento per le attività a monte della propria catena del valore come rilevante.

Tra i beni commercializzati da Magazzini Gabrielli S.p.A., nel 2025 figurano anche prodotti certificati provenienti da filiera biologica per un totale di 254 referenze, come dettagliato nel capitolo ESRS E5 – Uso delle risorse ed economia circolare, paragrafo Le risorse in entrata. La certificazione biologica garantisce che diversi aspetti della produzione e trasformazione dei beni alimentari avvengano secondo pratiche volte a minimizzare l'impatto ambientale, contribuendo in particolare alla riduzione dell'inquinamento del suolo, dell'aria e delle risorse idriche. Infatti, le pratiche agricole e di allevamento biologiche prevedono l'assenza di pesticidi e fertilizzanti chimici e azotati di sintesi, nonché una forte limitazione nell'utilizzo di fitosanitari.

Nel contesto dei rischi di inquinamento del suolo, il Gruppo, integra la tutela dell'ambiente anche nel processo di costruzione immobiliare. Si riconosce che la protezione del suolo e delle risorse idriche sia essenziale per preservare gli ecosistemi locali e la salute delle comunità in cui operiamo. Per questo motivo, prima di ogni nuovo insediamento, ove necessario, si effettuano studi ambientali volti ad identificare eventuali passività storiche dei terreni: l'obiettivo operativo è la riconversione di siti industriali o commerciali dismessi attraverso procedure di bonifica e messa in



sicurezza, assicurando la conformità ai limiti di legge stabiliti per la specifica destinazione d'uso e l'abbattimento dei rischi sanitari e ambientali.

BONIFICA SPOLTORE

Nel 2025, il Gruppo ha completato il risanamento ambientale del sito di Spoltore, trasformando un'area ex-industriale in un nuovo spazio commerciale sicuro. La bonifica, condotta sulla base di analisi tecniche sistematiche, ha permesso di rimuovere contaminazioni storiche (organiche e inorganiche) in terreni e acque sotterranee. L'approccio adottato ha privilegiato il trattamento in situ per minimizzare l'impronta di carbonio legata al trasporto di materiali, affiancato da un piano di monitoraggio costante che assicura il rispetto dei limiti di legge e la tutela delle matrici ambientali nel lungo periodo.

BONIFICA PORTO SAN GIORGIO

Nel 2025, ai fini della progettazione del punto vendita di Porto San Giorgio Branella, è stato predisposto il piano di bonifica per la presenza di un Ex fornace, mirato alla completa rimozione e smaltimento di materiali contenenti amianto (MCA) in matrice compatta.
I numeri dell'operazione testimoniano l'ampiezza della sfida raccolta:

- sono stati rimossi oltre 11.000 mq di coperture in cemento-amianto, per un totale di circa 180 tonnellate di materiale messo in sicurezza;
- sono stati bonificati integralmente i sistemi di aerazione, trattando oltre 1.250 mq di condotte interne.

Tutto il processo di smaltimento dei materiali è certificato dai FIR, assicurando tracciabilità completa di tutta l'operazione.

ESRS E3
Acque e risorse marine

FOCUS

Gli impatti, i rischi e le opportunità del Gruppo legati alle risorse idriche

Sulla base dei risultati dell'analisi di Doppia Materialità, sono stati individuati i seguenti impatti e rischi rilevanti connessi alle risorse idriche e marine:

Utilizzo di risorsa idrica per la gestione dei negozi;

Elevato consumo di risorsa idrica in agricoltura e allevamento;

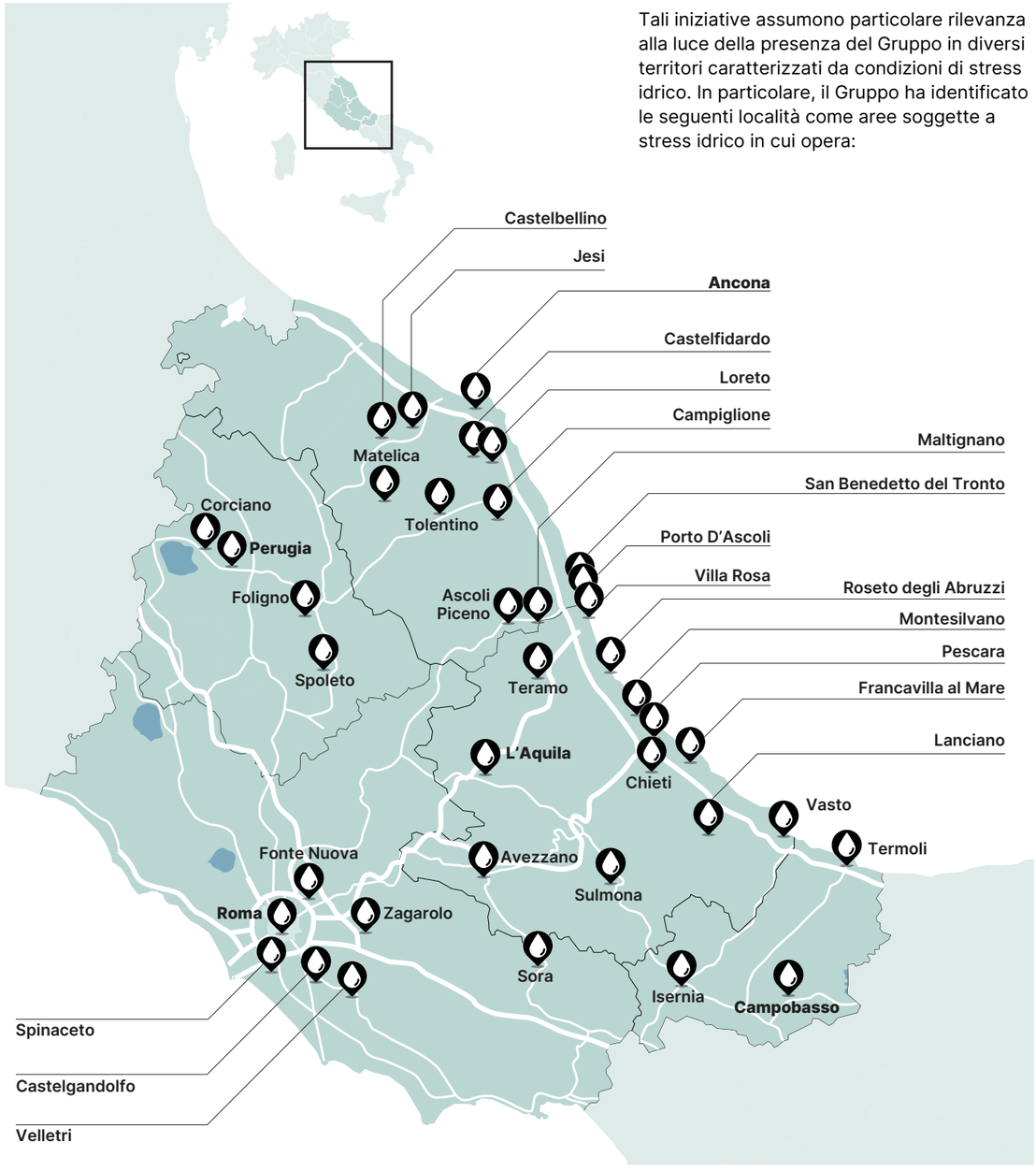
Rischio di interruzioni nella catena di fornitura dovute alla carenza di risorse idriche.

Utilizzo delle risorse idriche nelle attività del Gruppo

Consapevole che il consumo di acqua è strettamente connesso alla tipologia di attività svolta, il Gruppo distingue le proprie aree operative tra attività a limitato utilizzo della risorsa idrica e attività caratterizzate da una maggiore intensità di consumo.
Nella maggior parte dei punti vendita, infatti, l'utilizzo dell'acqua è prevalentemente legato ai servizi generali, quali i servizi igienici e le attività di pulizia ordinaria. Incrementi più significativi dei consumi si registrano invece in presenza dei reparti pescheria, che richiedono un maggiore impiego di acqua per le attività operative e di mantenimento degli standard igienico-sanitari.
Anche i depositi logistici presentano specifiche esigenze di utilizzo della risorsa idrica. In particolare, nel deposito dei freschi dotato di reparto carni — ambito nel quale il Gruppo esercita un pieno controllo operativo — l'acqua viene impiegata sia per le attività quotidiane di pulizia sia per il lavaggio delle cassette destinate all'ortofrutta, effettuato mediante apposite attrezzature. Il lavaggio dell'ortofrutta viene invece svolto direttamente presso le filiali.
Alla luce di tali caratteristiche operative, il Gruppo articola la propria gestione idrica attraverso attività di monitoraggio dei prelievi e l'adozione di sistemi orientati all'efficienza e alla riduzione degli sprechi.
In occasione di acquisizioni di terreni destinati all'apertura di nuovi punti vendita, il Gruppo realizza, laddove necessario, pozzi per il prelievo diretto di acqua di falda. L'acqua prelevata viene successivamente accumulata in apposite cisterne e destinata principalmente all'irrigazione delle aree verdi e all'alimentazione degli impianti antincendio, contribuendo a ottimizzare l'utilizzo della risorsa idrica.

Tra le principali iniziative adottate si segnala inoltre l'implementazione di sistemi di recupero del calore dagli impianti frigoriferi, finalizzati principalmente al miglioramento dell'efficienza energetica ma in grado di generare anche benefici indiretti nella gestione della risorsa idrica, grazie all'utilizzo del calore recuperato per il riscaldamento dell'acqua sanitaria.
Presso le sedi di F.G. Gallerie Commerciali S.p.A. sono stati inoltre installati sistemi di erogazione controllata dell'acqua nei servizi igienici, contribuendo alla riduzione dei prelievi complessivi e promuovendo un utilizzo più efficiente della risorsa.

Tali iniziative assumono particolare rilevanza alla luce della presenza del Gruppo in diversi territori caratterizzati da condizioni di stress idrico. In particolare, il Gruppo ha identificato le seguenti località come aree soggette a stress idrico in cui opera:



Attualmente il monitoraggio dei consumi avviene principalmente attraverso l'analisi dei dati annuali riportati nelle bollette, affiancata dall'adozione di alcune buone pratiche operative. In un'ottica di miglioramento continuo, il Gruppo sta progressivamente rafforzando i propri processi di gestione della risorsa idrica, con l'obiettivo di avviare un percorso preliminare volto a creare le condizioni necessarie per l'ottenimento della certificazione ISO 14001 del Sistema di Gestione Ambientale.

CONSUMI IDRICI	U.D.M	2025
Prelievi idrici totali	m^3	156.905
di cui da aree a stress idrico	*m^3*	*91.467*
Scarichi idrici totali	m^3	156.905
di cui da aree a stress idrico	*m^3*	*91.467*
Consumo idrico totale	**m^3**	**-**
di cui da aree a stress idrico	*m^3*	-
Totale di acqua riciclata e riutilizzata	**m^3**	**-**
Totale di acqua immagazzinata	**m^3**	**-**

Il consumo idrico

Nella tabella in questa pagina sono presentati i consumi idrici del Gruppo nel 2025.

I prelievi idrici rendicontati si riferiscono esclusivamente ai volumi di acqua approvvigionati tramite acquedotto. Tali volumi sono stati determinati sulla base delle letture dei contatori rilevate all'inizio e alla fine del periodo di rendicontazione[4], effettuate con cadenza mensile. Con riferimento a F.G. Gallerie Commerciali S.p.A., sono stati esclusi dal perimetro di rendicontazione i consorzi degli operatori in Molise e nelle Marche, in quanto non gestiti dal Gruppo.
Nel caso in cui il dato relativo all'esercizio 2025 non fosse disponibile, a causa della chiusura dei contatori prima del termine dell'anno, i volumi di acqua prelevata sono stati oggetto di stima. Quando possibile, la stima è stata effettuata sulla base della superficie dei punti vendita; qualora tale approccio non risultasse applicabile, si è fatto ricorso a una proporzione basata sui prelievi medi annui e sul numero di mesi di effettiva operatività dei contatori nel periodo di rendicontazione.

Nel totale dei prelievi idrici sono stati inclusi anche i volumi di acqua prelevati da tre pozzi ad uso esclusivo per l'irrigazione delle aree verdi presso alcuni punti vendita del Gruppo. In particolare, per i pozzi localizzati a Monsampolo (AP), i dati sono stati stimati sulla base dei prelievi registrati nell'esercizio precedente, mentre per il pozzo di Maltignano (AP) sono stati utilizzati i dati puntuali relativi al periodo di rendicontazione.
Con riferimento agli scarichi idrici, il Gruppo non dispone attualmente di un sistema strutturato di monitoraggio dei volumi di acqua restituiti all'ambiente a seguito delle proprie attività operative. Ciò è coerente con la natura delle attività svolte, che non richiedono il possesso di autorizzazioni per scarichi industriali, prevedendo esclusivamente l'utilizzo della pubblica fognatura. In assenza di dati misurati e adottando un approccio prudenziale, è stato pertanto assunto che l'intero volume di acqua prelevata venga scaricato.
Sulla base di tale assunzione metodologica, i consumi idrici netti del Gruppo, definiti come differenza tra i prelievi idrici e gli scarichi idrici, risultano pari a zero per il periodo di rendicontazione. Di conseguenza, anche l'indicatore di intensità idrica risulta nullo.
Ai fini dell'identificazione delle aree operative del Gruppo potenzialmente esposte a stress idrico, è stato utilizzato il tool *Aqueduct Water Risk Atlas*[5]. L'analisi è stata condotta applicando il filtro relativo al parametro *"water stress"*, al fine di valutare il livello di pressione sulle risorse idriche nelle aree geografiche in cui il Gruppo opera.
Sono stati considerati rilevanti, ai fini della rendicontazione, i prelievi idrici effettuati in aree classificate dal tool Aqueduct con livello di stress idrico *"High"* ed *"Extremely High"*, soglie adottate come criterio di riferimento per l'individuazione delle aree soggette a stress idrico significativo.

4 I dati esposti non sono validati da un ente terzo.

5 Aqueduct Water Risk Atlas.

ESRS E4
Biodiversità ed ecosistemi

FOCUS

Gli impatti, i rischi e le opportunità legati alla biodiversità e agli ecosistemi

Gli IRO materiali legati alla biodiversità e agli ecosistemi emersi dalla analisi di Doppia Materialità sono:

Riduzione della biodiversità agricola;

Degradazione del suolo a causa di agricoltura intensiva.

Il Gruppo ha realizzato una analisi sulla localizzazione dei propri siti e sulla tipologia delle attività svolte, per valutare l'eventuale presenza di impatti diretti su ecosistemi o aree sensibili per la biodiversità[6]. Poiché le sedi del Gruppo risultano prevalentemente localizzate in contesti urbani e/o commerciali, non risultano casi con caratteristiche di particolare sensibilità dal punto di vista della biodiversità.

Per i rischi, sono stati considerati sia quelli di natura fisica che di transizione, oltre che a quelli sistemici.

Approccio del Gruppo ai temi della biodiversità e degli ecosistemi

Nel corso del 2025, il Gruppo ha condotto per la prima volta l'analisi di Doppia Materialità, che ha portato all'identificazione della biodiversità e degli ecosistemi come questione di sostenibilità materiale. Tale risultato ha contribuito ad accrescere la consapevolezza del Gruppo in merito alla rilevanza di questo ambito e al suo potenziale collegamento con la strategia e il modello di business.

In particolare, la rilevanza del tema è emersa in relazione alle attività a monte della catena del valore; infatti, le principali dipendenze del Gruppo riguardano le attività agricole a monte, che si basano sulla disponibilità e qualità degli ecosistemi e dei servizi ecosistemici, quali la fertilità del suolo, la biodiversità agricola e i cicli naturali. Il Gruppo riconosce che le proprie scelte di approvvigionamento e le relazioni con i fornitori possono contribuire a generare impatti indiretti e rischi sulla biodiversità e sugli ecosistemi, influenzando anche la resilienza del proprio modello di business.

6 Screening preliminare della localizzazione delle proprie sedi rispetto alle sensibili per la biodiversità, tramite la consultazione delle cartografie ufficiali Natura 2000 (le quali comprendono Zone Speciali di Conservazione, ZSC, e Zone di Protezione Speciale, ZPS).



Piantumazione alberi

A livello operativo, sia per Magazzini Gabrielli S.p.A. che per F.G. Gallerie Commerciali S.p.A., in occasione dell'apertura di nuovi punti vendita è prevista la piantumazione di alberi nelle aree di parcheggio, misura che contribuisce alla ricostituzione della copertura arborea e al miglioramento della qualità ambientale delle aree interessate.

A questa iniziativa si affianca la scelta del Gruppo di operare attraverso una filiera prevalentemente localizzata in Italia, elemento che consente un maggiore controllo sui processi di approvvigionamento e sulla tracciabilità delle materie prime, riducendo l'esposizione a rischi connessi alla deforestazione, alla conversione del suolo e alla trasformazione degli ecosistemi naturali. In aggiunta, alcuni fornitori del reparto pescheria possiedono la certificazione Aquaculture Stewardship Council (ASC), standard internazionale che definisce requisiti specifici per la gestione sostenibile degli impianti di acquacoltura. La certificazione pone particolare attenzione agli impatti sugli ecosistemi circostanti, alla tutela della qualità delle acque, all'utilizzo efficiente delle risorse e alla prevenzione di pressioni sulle specie locali. I prodotti certificati sono pertanto gestiti nel rispetto di rigorosi criteri ambientali, supportati da attività di monitoraggio, misure di mitigazione degli impatti e sistemi di tracciabilità lungo l'intera filiera.



Progetto di biomonitoraggio ambientale

Nel corso del 2025, Magazzini Gabrielli S.p.A. ha avviato un progetto di biomonitoraggio ambientale in collaborazione con due fornitori del territorio, l'Azienda Agricola Giorgio Poeta di Fabriano e l'Azienda Agricola La Golosa di Montelparo (FM). L'iniziativa è stata implementata presso il sito dell'Azienda Agricola La Golosa, con l'obiettivo di contribuire alla tutela della biodiversità e al monitoraggio delle performance ambientali dell'area coinvolta.

Il progetto, sviluppato attraverso l'utilizzo di apiari con Apis mellifera ligustica e attività di monitoraggio di specifici indicatori ambientali, rappresenta un ulteriore passo nel percorso di attenzione verso l'ambiente, gli ecosistemi locali e la valorizzazione delle filiere territoriali. Le attività operative sono state avviate nel 2026 e prevedono un monitoraggio periodico finalizzato a valutare nel tempo l'evoluzione degli indicatori ambientali e i benefici generati anche in termini di supporto all'impollinazione e alla conservazione della biodiversità.



Progetto Curiosando sotto il mare

Nell'ambito delle iniziative dedicate alla sensibilizzazione ambientale e alla promozione di comportamenti responsabili, F.G. Gallerie Commerciali S.p.A. ha realizzato l'evento "Curiosando sotto il mare", in collaborazione con l'associazione "Libertas Centro Nazionale Sportivo". L'iniziativa, svoltasi all'interno della galleria commerciale Girasole di Campiglione di Fermo, ha proposto un percorso educativo e divulgativo guidato da biologi marini ed esploratori subacquei, attraverso attività interattive, workshop e momenti narrativi dedicati alla scoperta del mondo sottomarino.

L'evento ha approfondito temi legati alla tutela degli ecosistemi marini, con particolare attenzione al rispetto dell'ambiente, all'impatto dell'inquinamento da plastiche e agli effetti del cambiamento climatico, promuovendo al contempo la conoscenza delle principali caratteristiche della vita marina, quali la catena alimentare, le correnti e le diverse specie di conchiglie. L'iniziativa si inserisce nel più ampio impegno del Centro Commerciale volto a sensibilizzare il pubblico sui temi della sostenibilità ambientale e della riduzione dell'impatto delle attività umane sugli ecosistemi marini. L'evento è stato promosso attraverso una comunicazione integrata che ha incluso materiali informativi interni, filodiffusione, comunicato stampa, canali social, sito web e app del Centro.

ESRS E5
Uso delle risorse ed economia circolare

FOCUS

Gli impatti, i rischi e le opportunità del Gruppo legati all'economia circolare

Sulla base dei risultati dell'analisi di Doppia Materialità, sono stati individuati i seguenti impatti e opportunità rilevanti connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare:

Scorretta gestione dei rifiuti diretti;

Contributo al foodwaste a monte;

Sfruttamento di risorse per il packaging e per la realizzazione degli edifici;

Opportunità economica connessa ad una efficace gestione delle scorte.

Le pratiche del Gruppo nella gestione delle risorse

Il Gruppo opera tramite prassi consolidate orientate alla riduzione dei rifiuti prodotti, a una gestione efficiente delle scorte e alla limitazione dello spreco alimentare.

GESTIONE DELLE SCORTE

La gestione delle scorte rappresenta un elemento centrale del sistema di utilizzo efficiente delle risorse del Gruppo. Tutti i prodotti che non vengono immediatamente destinati alla vendita vengono classificati come scorte di magazzino, a condizione che presentino una data di scadenza sufficientemente lontana da consentirne la corretta conservazione e rotazione.

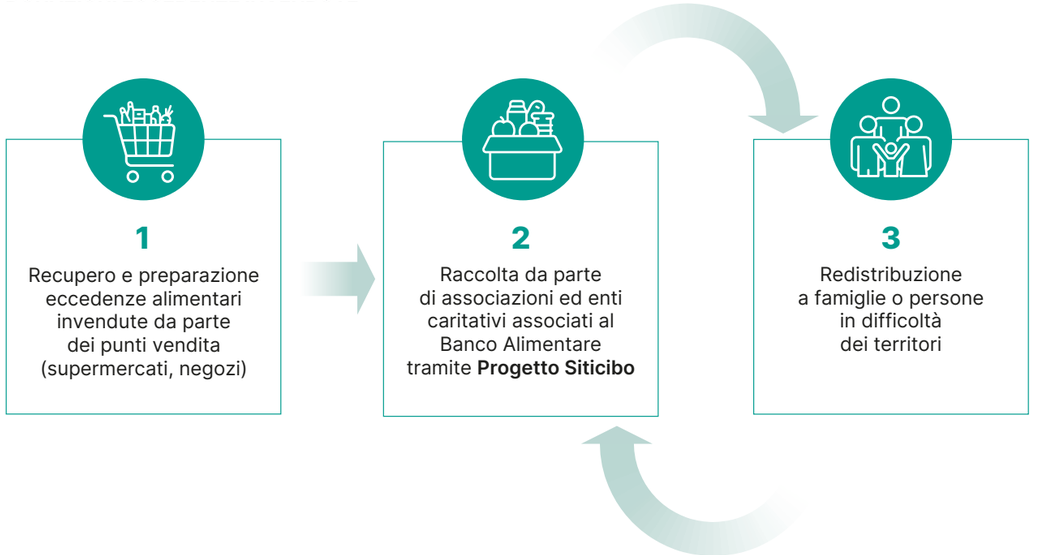
La gestione delle scorte avviene secondo il principio FIFO (First In, First Out), al fine di garantire che i prodotti con data di scadenza più prossima vengano prelevati e commercializzati prioritariamente, minimizzando così il rischio di deperimento e di spreco alimentare.

Magazzini Gabrielli S.p.A. effettua un monitoraggio settimanale delle giacenze, sia in termini quantitativi sia rispetto alla capacità potenziale di assorbimento da parte dei punti vendita.
In un'ottica di progressivo miglioramento, il Gruppo sta valutando l'implementazione di strumenti digitali avanzati che consentano di automatizzare la raccolta degli ordini di approvvigionamento dei singoli negozi, la disponibilità delle merci a magazzino e la gestione delle scadenze, ottimizzando i livelli di stock, migliorando la gestione della vita utile residua dei prodotti e aumentando l'efficienza della catena logistica.
Tra le attività che il Gruppo implementa ai fini del controllo qualità dei prodotti in entrata (per cui si rimanda al capitolo ESRS S4, paragrafo *L'impegno del Gruppo in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali per i dettagli*), si ricorda che il monitoraggio effettuato in entrata per tutte le merci e la mappatura degli eventuali casi di non conformità permettono di efficientare i processi di approvvigionamento.

SPRECO ALIMENTARE

Nel contesto delle attività logistiche, il Gruppo applica misure di conservazione e gestione degli alimenti coerenti con i principi del sistema HACCP, con particolare attenzione al mantenimento della qualità dei prodotti e alla prevenzione dei rischi igienicosanitari. Per ridurre il rischio di "mancato freddo" e la conseguente produzione di rifiuti alimentari, sono adottate specifiche misure di controllo della temperatura durante il trasporto e la conservazione, inclusa la limitazione dell'apertura dei portelloni e l'utilizzo di gruppi elettrogeni quali sistemi di alimentazione ausiliari per gli impianti frigoriferi nei punti vendita. Nei negozi, i prodotti prossimi alla scadenza vengono valorizzati attraverso l'esposizione in aree dedicate e proposti ai clienti mediante scontistiche mirate. I prodotti non più vendibili ma ancora idonei al consumo vengono destinati alla donazione, in particolare tramite la collaborazione con con la Fondazione Banco Alimentare ETS nell'ambito del progetto *Siticibo*. Nel 2025 sono stati donati circa 54.270 kg di prodotti alimentari, con il coinvolgimento di 19 punti vendita. A ciò si aggiunge l'accordo avviato con l'Elemosineria Apostolica per la donazione di eccedenze invendute.

DONAZIONI ECCEDENZE INVENDUTE



54.270 kg di prodotti alimentari donati

19 punti vendita coinvolti

GESTIONE DEI RIFIUTI

Il Gruppo organizza la raccolta dei rifiuti in modo differenziato in base alla loro tipologia. La gestione di questi è regolata da una procedura dedicata che affronta anche aspetti strettamente connessi alla sicurezza alimentare, ambito centrale per la prevenzione degli sprechi e la tutela della salute dei clienti. In questo contesto, particolare attenzione è riservata al trattamento dei cosiddetti "mancato freddo": i prodotti interessati vengono rimossi dai frigoriferi, raccolti separatamente e sottoposti a verifiche specifiche da parte di periti qualificati in ambito delle perizie assicurative. Analoga modalità di gestione è prevista per i prodotti alimentari scaduti, danneggiati o comunque non idonei alla vendita. I rifiuti classificati come urbani ai sensi del Decreto Legislativo 116/2020 e, in conformità agli allegati L-quater e L-quinquies, vengono gestiti tramite conferimento in contenitori idonei, chiudibili e facilmente sanificabili, posizionati nelle aree operative. La raccolta è effettuata dal servizio pubblico o, ove necessario o strategico, da operatori terzi autorizzati, anche al fine di ottimizzare i costi legati alla TARI e migliorare l'efficienza del servizio. Accanto a questi, si registrano anche rifiuti derivanti dalle lavorazioni interne svolte nei punti vendita, in particolare i Sottoprodotti di Origine Animale (SOA) generati dai reparti freschi, nonché i RAEE (Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche) legati all'utilizzo e alla sostituzione di attrezzature e dispositivi tecnologici a supporto delle attività operative. Nei punti vendita sono inoltre messi a disposizione dei clienti contenitori per la raccolta di batterie esauste e, nei negozi che vendono apparecchiature elettroniche, il servizio di raccolta RAEE. Nelle gallerie commerciali sono presenti aree dedicate alla raccolta differenziata, pur restando la responsabilità in capo ai singoli affittuari.
In coerenza con l'approccio operativo descritto e con le prassi adottate lungo la gestione dei flussi di prodotto, il Gruppo monitora alcuni indicatori funzionali alla valutazione del proprio modello di offerta. Tra questi rientra, ad esempio, l'incidenza dei prodotti a marchio proprio sulle vendite, considerata rilevante nell'ottica di un presidio diretto delle caratteristiche qualitative e delle scelte di packaging associate. Nell'ambito delle iniziative per la gestione dei rifiuti, il Gruppo ha standardizzato l'utilizzo di shopper cassa interamente biodegradabili e compostabili, certificate "OK Compost INDUSTRIAL" in conformità alla norma **UNI EN ISO 13432**. La materia prima impiegata è di origine 100% italiana e il prodotto incorpora circa il 20% di materiale rigenerato derivante da sottoprodotti di lavorazione.
Tale scelta contribuisce alla riduzione dei rifiuti non recuperabili e favorisce il reinserimento delle risorse nei cicli produttivi.

Le risorse in entrata

In considerazione del settore di attività del Gruppo, l'organizzazione gestisce un elevato numero di flussi in entrata, riconducibili alle merci commercializzate e agli asset necessari allo svolgimento delle attività. La prima categoria incorpora una elevata complessità operativa, riconducibile al fatto che vengono gestite categorie merceologiche eterogenee riconducibili a due macro tipologie: da un lato si collocano i prodotti cosiddetti "duri", di cui fanno parte i prodotti alimentari in scatola a lunga conservazione, le bevande, gi articoli per la cura della persona e cura della casa e i prodotti del comparto "bazar" (elettronica, abbigliamento, casalinghi, ...); dall'altro rientrano i prodotti freschi come salumi e latticini e freschissimi quali ortofrutta, carne e pesce.

I prodotti commercializzati si possono ulteriormente distinguere in base al produttore: è necessario differenziare tra quelli realizzati da produttori terzi e quelli a marchio proprio della Magazzini Gabrielli S.p.A. In questo ambito, Magazzini Gabrielli S.p.A. commercializza due linee distintive — Selezione Qualità e Fatti Buoni.
Sui prodotti in entrata realizzati da terzi, la definizione delle caratteristiche di circolarità dei materiali ricade nella sfera di responsabilità del produttore originario. Attualmente, le procedure del Gruppo non prevedono una rilevazione e un monitoraggio sistematico di questi specifici indicatori ambientali al momento dell'ingresso merce. Diversamente, l'approccio applicato ai prodotti



a Marchio del Distributore prevede il pieno controllo operativo sulle specifiche tecniche. La Società ne governa direttamente l'intera fase di sviluppo, in sinergia con i partner industriali selezionati.
Accanto ai prodotti destinati alla vendita, i flussi in entrata del Gruppo comprendono anche una pluralità di materiali funzionali allo svolgimento delle attività operative e commerciali. Tra questi rientrano gli imballaggi che accompagnano i prodotti lungo la catena logistica, quali bancali in legno, plastiche e film plastici, carta e cartone, cassette, i quali costituiscono una componente strutturale dei processi di movimentazione e stoccaggio delle merci.
Ulteriori materiali in ingresso sono rappresentati dagli elementi necessari all'allestimento e al funzionamento dei punti vendita, tra cui le scaffalature, gli espositori, le casse e le celle e i banchi frigoriferi. A questi si aggiungono strumenti metrici, come le bilance prezzatrici, nonché impianti di diversa natura, inclusi quelli per l'illuminazione, il riscaldamento e il raffrescamento degli ambienti, oltre a macchinari produttivi specifici in funzione della tipologia di reparto interno.
Le attività del Gruppo richiedono inoltre l'utilizzo continuativo di risorse naturali ed energetiche. In particolare, all'interno degli edifici viene impiegata acqua sia per le lavorazioni interne e le operazioni di pulizia, sia per usi civili nei servizi igienici presenti nei negozi e nelle gallerie commerciali. Analogamente, il funzionamento delle strutture e delle attrezzature è garantito dall'impiego di diversi vettori energetici, il cui utilizzo e relativo impatto ambientale sono descritti in maggior dettaglio nel capitolo ESRS E1 – Cambiamenti climatici.
Nel 2025 il peso totale dei prodotti e dei materiali tecnici e biologici in entrata presso Magazzini Gabrielli S.p.A. si attesta pari a 309.460 tonnellate. Il dato fa riferimento alle merci transitate per i tre depositi della Società di prodotti duri per i primi undici mesi dell'anno, ottenuti tramite estrazioni dai sistemi gestionali interni[7]. La tabella seguente mostra le quantità di materiali in entrata del 2025.

MATERIALI IN ENTRATA	U.D.M	2025
Biologici	ton	294.072
Tecnici	ton	15.388
Totale	**ton**	**309.460**

All'interno dell'assortimento commercializzato dalla Magazzini Gabrielli S.p.A. trova spazio anche un'offerta articolata di prodotti biologici. Complessivamente, sono state identificate 254[8] referenze classificate

7 Le metriche presentate non sono validate da un'entità terza.

8 Il dato comprende anche gli affiliati.

come biologiche[9], distribuite su un insieme eterogeneo di categorie merceologiche. La presenza risulta particolarmente significativa in alcune aree chiave dell'offerta, quali la drogheria alimentare, che rappresenta il 6,2% delle referenze, l'ortofrutta (5,1%) e le carni (7,9%). Si fonda sull'adozione di pratiche agricole e di allevamento conformi ai requisiti previsti dai regolamenti europei in materia di produzione biologica. Tali pratiche contribuiscono alla riduzione dell'impiego di pesticidi e fertilizzanti chimici e supportano lo sviluppo di sistemi alimentari più sostenibili. In questo ambito si inserisce anche una specifica linea biologica all'interno dei prodotti a marchio Consilia gestiti dalla centrale di acquisto SELEX, che rafforza ulteriormente il presidio su questa tipologia di offerta.

Magazzini Gabrielli S.p.A. commercializza inoltre
195 referenze
caratterizzate da certificazioni di qualità e origine, quali:

- Denominazione di Origine Controllata (DOC);
- Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG;
- Denominazione di Origine Protetta (DOP);
- Identificazione Geografica Protetta (IGP);
- Indicazione Geografica Tipica (IGT).

Queste certificazioni garantiscono non solo la tracciabilità delle materie prime, ma anche il rispetto di disciplinari produttivi che contribuiscono alla valorizzazione delle tradizioni locali e del patrimonio culturale ed enogastronomico dei territori di provenienza. La maggior parte di tali referenze rientra nelle categorie delle bevande e dei prodotti freschi, includendo produzioni che rispondono a requisiti elevati in termini di qualità, sicurezza alimentare e tutela delle filiere tradizionali.

Per quanto riguarda invece la scelta del packaging dei prodotti a marchio, la Società adotta un approccio basato sulla valutazione caso per caso della fattibilità tecnica ed economica dell'utilizzo di materiali secondari e di soluzioni riciclabili o riutilizzabili. Tali valutazioni tengono conto, in particolare, dei vincoli normativi applicabili ai materiali destinati al contatto con gli alimenti, con riferimento al Regolamento MOCA (CE n. 1935/2004), che definisce i requisiti di sicurezza e idoneità per i materiali e gli oggetti a contatto con i prodotti alimentari.

Le risorse in uscita

PRODOTTI E MATERIALI

Operando prevalentemente nel settore della Grande Distribuzione Organizzata, Magazzini Gabrielli S.p.A. è in grado di incidere direttamente sulle caratteristiche dei materiali in uscita in relazione ai prodotti a marchio proprio. In tali casi, la Società valuta l'adozione di determinati materiali tenendo conto della tipologia di prodotto, delle specifiche esigenze di conservazione e della fattibilità tecnica ed economica, con l'obiettivo di individuare soluzioni compatibili con il proprio modello operativo. Come già esplicitato in precedenza nel paragrafo "Le risorse in entrata", per i prodotti realizzati da fornitori terzi, le caratteristiche legate alla circolarità dei materiali risultano generalmente definite dal produttore stesso e, allo stato attuale, la Società non effettua un monitoraggio sistematico di tali attributi. Sono tuttavia previste specifiche clausole contrattuali per alcune categorie di prodotti, in particolare quelli di natura tecnologica. In tali casi, Magazzini Gabrielli S.p.A. assume un ruolo attivo nel facilitare la riparazione dei prodotti qualora richiesta dal consumatore: la Società provvede infatti a inoltrare il prodotto alla società intermediaria incaricata della gestione del postvendita o al Centro di Assistenza Tecnica (CAT) autorizzato dal fornitore, ovvero direttamente al fornitore stesso.

9 Prodotti che presentano logo di terza parte certificante, ad esempio, con Marchio EU per i prodotti che contengono almeno il 95% di ingredienti biologici, e la certificazione rilasciata da ICEA (Istituto per la Certificazione Etica ed Ambientale).

RIFIUTI

La tipologia dei rifiuti prodotti dal Gruppo riflette in larga misura il settore di attività in cui opera. Nel complesso, si tratta prevalentemente di rifiuti riconducibili agli imballaggi e alle frazioni alimentari.
La componente principale dei rifiuti generati è infatti costituita dai materiali di packaging quali:

- **CARTA**
- **CARTONE**
- **PLASTICA**
- **MATERIALI MISTI**

utilizzati lungo le diverse fasi di movimentazione, stoccaggio e vendita dei prodotti.

Nel corso del 2025 sono state prodotte 6.314,08 tonnellate di rifiuti. Di questi, il 2% è destinato a smaltimento (ovvero 115,18 tonnellate).

Solamente 0,80 tonnellate di rifiuti prodotti risultano essere pericolosi. Infine, considerando le attività che il Gruppo porta avanti, non sono presenti rifiuti radioattivi.

I dati riportati nella tabella seguente riguardano i rifiuti prodotti da tutti i punti vendita a gestione diretta e dai tre depositi di duri di Magazzini Gabrielli S.p.A e provengono direttamente dai fornitori del servizio di gestione dei rifiuti, dalle quarte copie dei FIR (Formulario di identificazione rifiuto) rilasciate dai fornitori del servizio. Per i rifiuti pericolosi, sono state prese in considerazione le informazioni che confluiscono nella dichiarazione MUD (Modello Unico di Dichiarazione Ambientale).
Per alcuni codici CER come imballaggi in plastica, materiali misti e per la carta da raccolta differenziata è stato necessario operare una stima realizzata sulla base dati dell'anno 2024.

RIFIUTI PRODOTTI	U.D.M	NON PERICOLOSI	PERICOLOSI	TOTALE
Totale rifiuti prodotti	**ton**	**6.313,28**	**0,80**	**6.314,08**
Rifiuti non destinati allo smaltimento	**ton**	**6.198,10**	**0,80**	**6.198,90**
Preparazione per il riutilizzo	ton	-	-	-
Riciclo	ton	60,03	0,80	60,83
Altre operazioni di recupero	ton	6.1308,07	-	6.138,07
Rifiuti destinati allo smaltimento	**ton**	**115,18**	**-**	**115,18**
Incenerimento	ton	-	-	-
Smaltimento in discarica	ton	-	-	-
Altre operazioni di smaltimento	ton	115,18	-	115,18



L'eleganza e il sorriso delle commesse dei Magazzini Gabrielli

Informazioni *sociali*

ESRS S1
Forza lavoro propria

FOCUS

Gli impatti, i rischi e le opportunità del Gruppo legati alla forza lavoro propria

Sulla base dei risultati dell'analisi di Doppia Materialità, gli IRO rilevanti risultano:

Mancato sviluppo delle competenze dei dipendenti;

Mancata promozione del benessere dei dipendenti;

Esposizione dei dipendenti a rischi per la salute e la sicurezza;

Mancato rispetto della diversità dei dipendenti;

Mancata tutela dei diritti dei lavoratori;

Mancata tutela dell'occupazione;

Rischio economico, operativo e reputazionale per il mancato rispetto delle misure di salute e sicurezza;

Rischio operativo e reputazionale per mancato rispetto dei diritti dei lavoratori;

Opportunità operativa connessa al basso turnover dei dipendenti.

Il Gruppo non ha rilevato operazioni esposte a rischi significativi di lavoro forzato o lavoro minorile, in considerazione del fatto che il proprio perimetro operativo è interamente nazionale e inserito in un contesto normativo e regolamentare ritenuto idoneo a presidiare e prevenire tali fattispecie di rischio.

Il dialogo con la forza lavoro propria

I processi decisionali del Gruppo e le modalità di gestione degli impatti sociali integrano attivamente gli interessi e le prospettive della forza lavoro. Tale approccio si fonda sulla consapevolezza che l'evoluzione del modello di business e le scelte strategiche aziendali determinano ricadute dirette sulle condizioni operative, sulla salute e sicurezza, sull'inclusione e sullo sviluppo delle competenze delle persone. Il coinvolgimento dei lavoratori e dei loro rappresentanti avviene attraverso un sistema di dialogo e ascolto che comprende le consultazioni sindacali - attive nel corso dell'anno e in particolare in occasione di operazioni straordinarie come trasferimenti d'azienda, aperture o chiusure di sedi - nonché il confronto periodico con la Direzione Risorse Umane, le strutture operative e le figure dedicate alla salute e sicurezza (RLS, funzione Salute e Sicurezza e RSPP). Tale confronto è supportato anche da una riunione annuale specificamente dedicata al monitoraggio delle tematiche di salute e sicurezza e dell'andamento infortunistico.
A questi presidi si affiancano percorsi formativi iniziali e periodici su Codice Etico, Modello 231, Regolamento Interno e salute e sicurezza sul lavoro, oltre a canali istituzionali pubblici di segnalazione e ascolto come quelli previsti dal Codice Etico e dalla Whistleblowing Policy.
Le informazioni e i feedback raccolti attraverso tali strumenti sono analizzati dalle funzioni competenti e, ove rilevanti, integrati nelle decisioni aziendali e nello sviluppo di iniziative e progetti mirati, anche in ambito di parità di genere e inclusione, come, ad esempio, l'avvio di un percorso di certificazione UNI PdR 125.

Il Gruppo pone attenzione agli impatti negativi relativi alla forza lavoro propria e adotta in base agli ambiti di riferimento procedure e prassi operative strutturate nei processi di gestione delle risorse umane, della salute e della sicurezza sul lavoro, e del Modello 231.

Gestione di impatti, rischi ed opportunità relativi alla forza lavoro propria

IL CODICE ETICO

Le società del Gruppo hanno definito i propri impegni in materia di diritti umani, inclusi i diritti del lavoro, attraverso il Codice Etico, il quale rappresenta il principale riferimento per la gestione della forza lavoro propria. All'interno del Codice sono rappresentati i principi di legalità, correttezza, rispetto della dignità della persona, pari opportunità e tutela dell'integrità fisica e morale, in coerenza con i princìpi sanciti dalle Dichiarazione Universale dei Diritti Umani. Tali elementi rappresentano valori fondamentali e inderogabili per l'intero Gruppo.
Il Gruppo adotta un approccio di tolleranza zero nei confronti di qualsiasi condotta che possa determinare violazioni dei diritti umani, inclusi comportamenti idonei a causare danni all'integrità personale, forme di sfruttamento, coercizione, riduzione in stato di soggezione, molestie o abusi di qualsiasi natura. Particolare attenzione è riservata alla tutela dei minori: Il Gruppo ripudia e contrasta ogni forma di sfruttamento, diretto o indiretto, e ogni comportamento lesivo dei diritti dei minori.
Parallelamente, il Codice Etico ribadisce i doveri dei dipendenti rispetto alla tutela della salute e sicurezza, richiedendo comportamenti responsabili nell'utilizzo delle attrezzature, nella prevenzione dei rischi e nella segnalazione tempestiva di eventuali situazioni di pericolo.
Nella tabella seguente si riportano gli IRO di riferimento interessati dal Codice.
La responsabilità dell'attuazione e dell'aggiornamento quest'ultimo è in capo al Consiglio di Amministrazione di Gruppo.

POLITICA

Codice Etico

IRO DI RIFERIMENTO

- Mancato sviluppo delle competenze dei dipendenti;
- Mancata promozione del benessere dei dipendenti;
- Esposizione dei dipendenti a rischi per la salute e sicurezza;
- Mancato rispetto della diversità dei dipendenti;
- Mancata tutela dei diritti dei lavoratori;
- Rischio economico e reputazionale di violazione di dati sensibili dei dipendenti (Privacy);
- Rischio operativo e reputazionale per mancato rispetto dei diritti dei lavoratori;
- Rischio economico, operativo e reputazionale per il mancato rispetto delle misure di salute e sicurezza;
- Opportunità operativa legata ad un maggiore coinvolgimento dei dipendenti.

Per dare applicazione pratica a quanto previsto nel Codice Etico, le società del Gruppo applicano un sistema strutturato di regolamenti interni che disciplinano comportamenti, responsabilità e modalità organizzative in specifici ambiti:

- il Regolamento di Punto Vendita, il quale definisce le norme di condotta per il personale operativo, regolando comportamenti, relazioni e criteri di utilizzo delle attrezzature;
- il Regolamento Privacy, che mira a garantire la tutela dei dati personali;
- i Regolamenti relativi alla sicurezza informatica e all'uso delle risorse digitali, i quali si occupano della protezione dei sistemi informativi, della corretta gestione delle dotazioni tecnologiche e della prevenzione di accessi non autorizzati.

Attraverso il Codice Etico le società del Gruppo esprimono la propria visione in merito all'eliminazione di ogni forma di discriminazione, incluse molestie e abusi, e alla promozione delle pari opportunità, della diversità e dell'inclusione all'interno della propria forza lavoro. Tali princìpi si applicano ai processi di assunzione, alla gestione delle risorse umane e, più in generale, a tutte le decisioni che influiscono sulle relazioni con i propri collaboratori. La politica di non discriminazione, citata nel Codice Etico si riferisce esplicitamente a molteplici fattori, tra cui l'età, il genere, la sessualità, lo stato di salute, la razza, il colore della pelle, l'aspetto fisico, la nazionalità, le opinioni politiche e le credenze religiose. Il Gruppo ripudia qualsiasi forma di discriminazione fondata su tali caratteristiche, in coerenza con la normativa applicabile e con i principi di equità, obiettività e imparzialità.

DIVERSITÀ E INCLUSIONE

Il Gruppo riconosce l'importanza di valorizzare le diversità presenti all'interno dell'organizzazione e ha assunto specifici impegni a favore dell'inclusione e delle pari opportunità, con particolare riferimento alla promozione dell'empowerment femminile. A tal fine, mantiene processi orientati allo sviluppo della parità uomodonna, al rafforzamento di una governance rappresentativa di entrambi i sessi, alla gestione non discriminatoria del personale e alla garanzia dell'equità remunerativa. L'approccio inclusivo si estende anche alla genitorialità, al fine di creare condizioni di lavoro eque e rispettose per i dipendenti alle prese con i compiti genitoriali. Nel 2025 le società del Gruppo hanno aggiornato il Codice Etico introducendo principi specifici in materia di parità e hanno avviato il percorso verso la certificazione UNI PdR 125. Questo approccio consente una gestione più strutturata delle tematiche di equità, inclusione e riduzione del gender gap, anche in considerazione della maggiore incidenza del lavoro parttime tra le lavoratrici.

SALUTE E SICUREZZA

Rispetto alle attività operative che il Gruppo porta avanti, trova luogo un insieme di presidi finalizzati a prevenire, mitigare e, ove necessario, rimediare a impatti negativi sulla propria forza lavoro. Tali azioni sono integrate nei processi delle funzioni Risorse Umane, gestione della Salute e della Sicurezza sul Lavoro (SSL) e di governance aziendale in generale, in coerenza con il quadro gestionale e con gli indirizzi definiti dalle politiche interne. In materia di tutela della salute e sicurezza sul lavoro, il Gruppo attua misure preventive e correttive che includono la formazione obbligatoria in fase di ingresso, aggiornamenti periodici, addestramenti specifici per i gruppi antincendio e di primo soccorso, la fornitura e il controllo dell'utilizzo dei dispositivi di protezione individuale (DPI), la sorveglianza sanitaria e il monitoraggio continuo dei rischi mediante Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) e audit SSL. In caso di infortunio o di evento avverso, vengono effettuate analisi tecniche da parte delle funzioni competenti, individuate e implementate azioni correttive e, qualora emergano comportamenti negligenti, adottati provvedimenti disciplinari in linea con quanto previsto dal Regolamento interno, a supporto del miglioramento continuo del sistema di gestione.

Riconoscimento di
Azienda che promuove salute nei luoghi di lavoro

Nel 2025 F.G. Gallerie Commerciali S.p.A. e F.G. Holding S.p.A. hanno ottenuto il **riconoscimento di "Azienda che promuove salute nei luoghi di lavoro"** nell'ambito della Rete WHP (Workplace Health Promotion), promossa dal Servizio Sanitario Regionale e coordinata dall'AST di Ascoli Piceno.

Il riconoscimento è stato conseguito grazie all'adozione di un insieme strutturato di iniziative finalizzate alla promozione di stili di vita sani e alla diffusione della cultura della prevenzione. Tra queste, la promozione di corrette abitudini alimentari e la promozione dell'attività fisica e della mobilità attiva, anche mediante l'invito all'uso delle scale e a modalità di spostamento sostenibili. Le iniziative sono state integrate da convenzioni con palestre del territorio e da attività di comunicazione interna tramite bacheche dedicate alla salute.
Il riconoscimento WHP ha inoltre consentito di valorizzare tali interventi anche nell'ambito INAIL, rafforzandone la coerenza con i più elevati standard di gestione in materia di salute e sicurezza sul lavoro e tutela ambientale (Health, Safety & Environment – HSE), nonché con le logiche di miglioramento continuo.
Per il 2026 le società del Gruppo prevedono il mantenimento del marchio WHP e il rafforzamento delle iniziative esistenti, con

particolare attenzione alla prevenzione dei comportamenti additivi e alla diffusione della cultura della salute organizzativa. È inoltre previsto l'avvio di tale percorso per Magazzini Gabrielli S.p.A., con l'obiettivo di estendere progressivamente il modello alle diverse società del perimetro aziendale.

Con riferimento allo **sviluppo professionale** e alla generazione di impatti positivi per la forza lavoro, il Gruppo adotta un modello formativo articolato che comprende un welcome kit digitale, corsi e-learning su Regolamento interno, Codice Etico e salute e sicurezza, affiancamenti operativi, percorsi dedicati ai ruoli di punto vendita, l'organizzazione dell'Accademia dei mestieri (per le competenze necessarie ai reparti dei freschissimi) e programmi manageriali per i direttori. Inoltre, quando si attivano percorsi di sviluppo interno di carriera, il Gruppo crea anche specifici Development center, per la valutazione del potenziale di crescita e dei candidati sia interni, che esterni.

In ambito di **benessere e welfare**, il Gruppo mette a disposizione dei lavoratori e dei loro familiari, convenzioni e scontistiche, anche tramite una piattaforma online dedicata, che include uno sconto del 10% sulla spesa per il dipendente e un familiare convivente.

Le azioni sopra descritte, sebbene non integrate all'interno di un piano strategico di sostenibilità, sono valutate in termini di efficacia in ambito dei processi aziendali all'interno dei quali sono svolte. Si citano a titolo di esempio i processi di valutazione di efficacia delle iniziative formative o le verifiche svolte dalla funzione Sicurezza sul Lavoro, le eventuali segnalazioni ricevute in ambito dei canali ufficiali e i confronti svolti con la forza lavoro in ambito delle attività quotidiane.

Le nostre persone

Di seguito sono presentati i principali dati relativi al personale del Gruppo la cui forza lavoro opera esclusivamente in Italia e i valori riportati nelle tabelle che seguono fanno riferimento al numero di dipendenti al 31 dicembre 2025.
Nel corso del 2025, il Gruppo impiegava complessivamente 2.831 **dipendenti**, di cui il 97% con contratto a tempo indeterminato. La componente femminile rappresenta il 58% della forza lavoro totale.
Nello stesso periodo, il tasso di turnover si è attestato al 5% evidenziando un'elevata stabilità occupazionale.

DIPENDENTI PER GENERE E PER CONTRATTO	UOMINI	DONNE	ALTRO	TOTALE
Totale dipendenti	**1.184**	**1.647**	**0**	**2.831**
Dipendenti a tempo indeterminato	1.130	1.609	0	2.739
Dipendenti a tempo determinato	54	38	0	92
Dipendenti a orario variabile	0	0	0	0

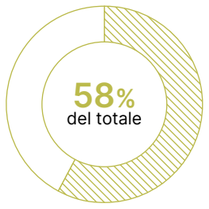
DIPENDENTI PER GENERE E PER REGIME ORARIO	UOMINI	DONNE	ALTRO	TOTALE
Totale dipendenti	**1.184**	**1.647**	**0**	**2.831**
Dipendenti a tempo pieno	1.012	483	0	1.495
Dipendenti a tempo parziale	172	1.164	0	1.336

TURNOVER PERSONALE	U.D.M	UOMINI	DONNE	ALTRO	TOTALE
Numero totale di dipendenti che hanno lasciato l'impresa nell'anno	n	71	64	0	135
Tasso di turnover dei dipendenti nell'anno	%	6%	4%	0	5%

Contratti a tempo indeterminato



Componente femminile





Il tasso di avvicendamento è calcolato come il rapporto tra il numero di dipendenti cessati durante l'anno di rendicontazione e il numero totale di dipendenti alla fine del periodo di rendicontazione. Si considerano come usciti i dipendenti che hanno terminato il rapporto di lavoro per pensionamento, risoluzione consensuale, dimissioni spontanee, licenziamenti, mancato superamento del periodo di prova e decessi in servizio.
Le tabelle che seguono illustrano la **composizione per genere** dell'alta dirigenza nel 2025 — intesa come dirigenti e quadri che riportano direttamente agli organi di Amministrazione e Controllo — nonché la distribuzione dei dipendenti per genere e fascia di età nello stesso periodo.

INFORMAZIONI SULLA DIVERSITÀ DEL PERSONALE	U.D.M	UOMINI	DONNE	ALTRO	TOTALE
Alta dirigenza	n	42	8	0	50
	%	84%	16%	0	100%

INFORMAZIONI SULLA DIVERSITÀ DEL PERSONALE PER ETÀ	U.D.M	UOMINI	DONNE	ALTRO	TOTALE
Dipendenti < 30 anni	n	75	64	0	139
	%	6%	4%	0	5%
Dipendenti 30-50 anni	n	626	953	0	1.579
	%	53%	58%	0	56%
Dipendenti > 50 anni	n	483	630	0	1.113
	%	41%	38%	0	39%
Totale	**n**	**1.184**	**1.647**	**0**	**2.831**

LAVORATORI NON DIPENDENTI	UOMINI	DONNE	ALTRO	TOTALE
Lavoratori autonomi	3	1	0	4
Lavoratori interinali	334	615	0	949
Totale lavoratori non dipendenti	**337**	**616**	**0**	**953**

Il perimetro occupazionale del Gruppo comprende anche **lavoratori non dipendenti** che contribuiscono allo svolgimento delle attività operative.
La tabella precedente presenta il numero dei lavoratori non dipendenti del Gruppo al 31 dicembre 2025. In particolare, tra i lavoratori autonomi rientrano i consulenti esterni, mentre il personale interinale è costituito prevalentemente da ruoli di vendita.

Il Gruppo opera esclusivamente esclusivamente in Italia e applica a tutta la propria forza lavoro i **contratti collettivi** nazionali di riferimento (CCNL Terziario, Distribuzione e Servizi). Tali contratti si applicano all'intera popolazione dei dipendenti (100%) e anche a tutti i lavoratori non dipendenti (100%), garantendo un sistema omogeneo di tutele e diritti.

Sul fronte del dialogo sociale, il Gruppo si avvale di una rete strutturata di Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) e mantiene relazioni sindacali consolidate. Il confronto con le rappresentanze dei lavoratori avviene in modo formale in occasione di operazioni rilevanti, quali acquisizioni, nuove aperture, chiusure di punti vendita o restituzioni di rami d'azienda. Nel corso del 2025, il 58% dei dipendenti risulta coperto da rappresentanti dei lavoratori.

In coerenza con il quadro contrattuale e le pratiche illustrate nei paragrafi precedenti, tutti i dipendenti del Gruppo percepiscono un **salario adeguato**, definito in linea con quanto previsto dai Contratti Collettivi Nazionali di riferimento applicati. Questo approccio garantisce condizioni economiche eque e coerenti con gli standard del settore, contribuendo al benessere e alla stabilità della forza lavoro.

A tali tutele economiche si affianca un sistema articolato di **protezione sociale**, che assicura una copertura completa per tutti i dipendenti. La forza lavoro risulta infatti integralmente tutelata in caso di malattia, infortuni sul lavoro, disoccupazione, congedi parentali e pensione, sia attraverso i sistemi obbligatori INPSINAIL, sia mediante i meccanismi di protezione previsti dai CCNL applicati.
In questo contesto, tutti i dipendenti hanno inoltre diritto a usufruire di **congedi per motivi familiari**, secondo quanto stabilito dalla contrattazione collettiva applicata. I dati riportati in tabella (in fondo alla pagina) mostrano sia il numero di dipendenti che, nel corso del 2025, avevano diritto ad accedere a tali congedi, sia coloro che ne hanno effettivamente fatto uso almeno una volta.
Nel 2025, il 21% dei dipendenti ha usufruito di congedi per motivi familiari.

In linea con il proprio impegno in materia di inclusione e rispetto della diversità, il Gruppo presta attenzione anche alla presenza di **persone con disabilità** all'interno della propria organizzazione.
Nel 2025, le persone con disabilità rappresentano il 4% della forza lavoro. Nell'identificazione dei dipendenti con disabilità, il Gruppo si conforma a quanto previsto dalla normativa italiana, considerando i lavoratori rientranti nelle categorie definite dall'articolo 1 della Legge 68 del 12 marzo 1999, recante le *"Norme per il diritto al lavoro dei disabili"*.
Più in generale, il concetto di disabilità è inteso secondo quanto previsto dal D.Lgs. 62/2024, che la definisce come una duratura compromissione fisica, mentale, intellettiva, del neurosviluppo o sensoriale che, in interazione con barriere di diversa natura, può limitare la piena ed effettiva partecipazione delle persone ai diversi contesti di vita su base di uguaglianza con gli altri.

CONGEDI PER MOTIVI FAMILIARI	U.D.M	UOMINI	DONNE	ALTRO	TOTALE
Totale dipendenti	**n**	**1.184**	**1.647**	**0**	**2.831**
Totale dipendenti aventi diritto a congedi per motivi familiari	n	1.184	1.647	0	2.831
	%	100%	100%	100%	100%
Totale dipendenti che hanno usufruito di congedi per motivi familiari nell'anno	n	189	405	0	594
	%	16%	25%	0%	21%

	UOMINI	DONNE	ALTRO	NON COMUNICATO	TOTALE
Percentuale di persone con disabilità	4%	4%	-	-	4%

VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE	U.D.M	UOMINI	DONNE	ALTRO	TOTALE
Dipendenti che hanno partecipato a revisioni periodiche delle prestazioni e dello sviluppo della carriera	%	45%	28%	0	35%
Operai	%	0%	0%	0%	0%
Impiegati	%	43%	28%	0%	34%
Quadri	%	100%	100%	0%	100%
Dirigenti	%	75%	0%	0%	64%
Lavoratori non-dipendenti che hanno partecipato a revisioni periodiche delle prestazioni e dello sviluppo della carriera	%	7%	9%	0	8%

ORE DI FORMAZIONE	U.D.M	UOMINI	DONNE	ALTRO	TOTALE
Ore di formazione dei dipendenti per genere	n	26.691,5	13.846,50	0	40.538
	Pro-capite	22,54	8,41	0	14,32
Operai	Pro-capite	0	0	0	0
Impiegati	Pro-capite	22,65	8,39	0	14,24
Quadri	Pro-capite	23,98	15,88	0	22,63
Dirigenti	Pro-capite	8,96	1	0	7,82
Ore di formazione dei lavoratori non-dipendenti per genere	n	5.552	9.411,5	0	14.963,5
	Pro-capite	16,47	15,28	0	15,7

Nel quadro delle iniziative a supporto della valorizzazione delle persone e dello sviluppo professionale, il Gruppo monitora la diffusione di processi strutturati di **valutazione delle prestazioni** e dei percorsi di crescita.
Nel 2025, il 35% dei dipendenti ha partecipato a revisioni periodiche delle prestazioni e dello sviluppo della carriera. Con riferimento ai lavoratori non dipendenti, la percentuale si attesta invece all'8%.
Le percentuali sono calcolate come rapporto tra il numero di persone coinvolte nei processi di revisione e il numero complessivo di dipendenti e non dipendenti.

La **formazione** rappresenta uno degli strumenti chiave attraverso cui il Gruppo sostiene lo sviluppo delle competenze e la crescita professionale delle proprie persone.
Nel corso del 2025, il Gruppo ha erogato in media 14,32 ore di formazione per dipendente. Il dato è calcolato come rapporto tra il numero complessivo di ore di formazione offerte e completate dai dipendenti del Gruppo, distinto per genere nell'anno di rendicontazione, e il numero totale di dipendenti delle medesime società, sempre suddiviso per genere, al 31 dicembre 2025.

La tutela della salute e della sicurezza è un ambito centrale nell'organizzazione delle attività del Gruppo.

Nel 2025, il 100% dei lavoratori risulta coperto da un sistema di gestione della salute e della sicurezza strutturato internamente, sviluppato nel rispetto della normativa italiana vigente.
La copertura riguarda sia i dipendenti sia i lavoratori non dipendenti, garantendo un approccio omogeneo e coerente alla prevenzione dei rischi e alla tutela delle persone coinvolte nelle attività del Gruppo.

	CATEGORIA DIPENDENTI	%
Percentuale di lavoratori propri coperti dal sistema di gestione della salute e della sicurezza dell'impresa in base a prescrizioni giuridiche e/o norme od orientamenti riconosciuti	Dipendenti	100%
	Non dipendenti	100%
Percentuale di lavoratori propri coperti da un sistema di gestione della salute e della sicurezza basato su prescrizioni giuridiche e/o norme od orientamenti riconosciuti e che è stato oggetto di audit interno e/o audit o certificazione a cura di un soggetto esterno nell'anno	Dipendenti	100%
	Non dipendenti	100%

Nel corso del 2025, il Gruppo non ha registrato decessi riconducibili a infortuni sul lavoro né a malattie professionali, a conferma dell'attenzione rivolta alla tutela della salute e della sicurezza delle persone.
Gli **infortuni** sul lavoro registrabili sono stati complessivamente 78, rilevati secondo i criteri previsti dallo standard ESRS S1 e in linea con le regole interne di classificazione degli eventi. Dal conteggio sono esclusi gli infortuni in itinere. Il tasso di infortuni registrabile è calcolato come rapporto tra il numero di infortuni sul lavoro e il totale delle ore lavorate nell'anno, pari a 4.048169, moltiplicato per 1.000.000. Nel 2025 tale indicatore si attesta a 19,27.

Con riferimento alle **malattie professionali**, nel corso dell'anno ne sono state riconosciute 31. Le giornate complessive di assenza dovute a infortuni sul lavoro o malattie professionali ammontano a 2.907. Il calcolo esclude le giornate di assenza per infortuni in itinere, salvo i casi in cui il trasporto sia organizzato dall'Azienda, nonché gli infortuni derivanti da incidenti passivi. Qualora un infortunio comporti assenze distribuite su più esercizi, l'evento è registrato nell'anno in cui si verifica, mentre le giornate di assenza sono imputate agli anni in cui vengono effettivamente fruite.
I dati riportati nella tabella sottostante si riferiscono ai dipendenti del Gruppo.

In un'ottica di trasparenza e monitoraggio delle **dinamiche retributive**, il Gruppo analizza periodicamente alcuni indicatori chiave legati all'equità salariale e alla distribuzione delle retribuzioni.
Nel 2025, il divario retributivo di genere tra uomini e donne si attesta al 15,76%. Il dato risente in parte della significativa presenza femminile all'interno dell'organico, una caratteristica tipica del settore di riferimento in cui il Gruppo opera.

Nello stesso anno, il rapporto tra la remunerazione annua complessiva più elevata e la retribuzione annua mediana del personale risulta pari a 7,03
Per il calcolo di entrambi gli indicatori sono state considerate le retribuzioni annue lorde equivalenti a tempo pieno (fulltime equivalent); il divario retributivo di genere è inoltre calcolato sulla base della media oraria, al fine di consentire un confronto omogeneo.

Le società del Gruppo monitorano con attenzione il rispetto dei principi di equità, inclusione e non discriminazione, in coerenza con quanto stabilito dal Codice Etico.
Nel corso del 2025 sono stati rilevati due episodi di discriminazione, riconducibili a comportamenti non conformi ai principi etici aziendali. Tali episodi non hanno dato luogo all'applicazione di sanzioni e non sono state presentate segnalazioni attraverso i canali di whistleblowing.
Con riferimento a eventuali gravi violazioni dei diritti umani connesse alla forza lavoro, nel 2025 non sono state registrate segnalazioni.

METRICHE SALUTE E SICUREZZA DIPENDENTI	U.D.M	2025
Infortuni sul lavoro registrabili	n	78
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	%	19,27
Casi di malattia professionali registrabili	n	31
Giornate di lavoro perse per lesioni e decessi dovuti a infortuni e malattie connesse al lavoro e decessi a seguito di malattie	n	2.907

ESRS S2

Lavoratori nella catena del valore

FOCUS

Gli impatti, i rischi e le opportunità del Gruppo legati ai lavoratori della catena del valore

Il Gruppo ha individuato impatti negativi sui lavoratori della catena del valore, nonché legati a incidenti individuali o a specifiche relazioni commerciali:

Condizioni di salute e sicurezza non adeguate dei lavoratori lungo la value chain;

Mancata tutela dei diritti dei lavoratori lungo la value chain.



Il dialogo con i lavoratori della catena del valore

La grande distribuzione organizzata si caratterizza per un'elevata ampiezza, eterogeneità e complessità della catena del valore. A monte, questa include fornitori di merce dell'industria alimentare nazionale, fornitori di prodotti a marchio, fornitori di prodotti locali sia freschi che freschissimi e appaltatori di servizi. Per alcune attività dirette il Gruppo esternalizza i servizi, come quello della logistica e dei trasporti a fornitori terzi i cui lavoratori esercitano le proprie attività presso le sedi del Gruppo. Oltre ai lavoratori dei fornitori diretti, il comportamento dell'azienda può generare impatti significativi anche sui lavoratori di aziende del comparto agricolo e zootecnico che si collocano ulteriormente a monte della catena del valore. Le politiche commerciali, le pratiche di approvvigionamento e i criteri di selezione adottati dalla GDO possono infatti influenzare le condizioni di lavoro e il rispetto dei diritti umani e ambientali lungo l'intera filiera.

Inoltre, eventuali condotte non conformi ai principi di tutela dei diritti dei lavoratori lungo la catena del valore potrebbero infatti riflettersi negativamente sulla reputazione del Gruppo e sulla percezione da parte degli stakeholder, incidendo sulla capacità del modello di business di operare in modo sostenibile nel tempo.

Infine, la catena del valore si estende alle attività a valle (downstream), coinvolgendo direttamente i lavoratori impiegati presso la rete dei punti vendita in franchising, nonché i lavoratori operanti presso le attività commerciali presenti nelle gallerie.

Il Gruppo in ambito delle proprie prassi operative tiene conto degli interessi e dei diritti dei lavoratori della catena del valore, integrando principi di condotta responsabile nella gestione dei rapporti con i partner commerciali.
A supporto di tale approccio, sono stati previsti canali di segnalazione volti a consentire anche ai lavoratori della catena del valore di comunicare eventuali preoccupazioni, violazioni o segnalazioni. Attualmente, tali segnalazioni sono gestite attraverso canali istituzionali pubblici di segnalazione e ascolto come quelli previsti dal Codice Etico e dalla Whistleblowing.

In alternativa, è possibile effettuare segnalazioni anche rivolgendosi all'Ufficio del Personale, che rappresenta il riferimento operativo per la raccolta e la gestione delle stesse, anche in forma anonima.
Il Gruppo provvede infine a monitorare le segnalazioni ricevute e a svolgere le necessarie attività di verifica e approfondimento in relazione agli eventi segnalati, nel rispetto delle procedure interne applicabili.

Gestione di impatti, rischi ed opportunità relativi ai lavoratori della catena del valore

Per quanto riguarda i lavoratori delle fasi a monte della catena del valore, il Gruppo privilegia relazioni con fornitori prevalentemente locali e di piccole dimensioni, caratterizzati da filiere più corte e maggiormente presidiabili.
La catena del valore a valle comprende numerosi servizi appaltati, tra cui attività di manutenzione, smaltimento di rifiuti, consulenze, servizi di pulizie, sicurezza e altri servizi accessori. In questo ambito, i due principali contratti di appalto riguardano la movimentazione delle merci e il trasporto delle merci.

In particolare, la movimentazione delle merci è stata affidata alla Cooperativa Lavoratori Ortomercato (CLO), operatore specializzato che gestisce, in piena autonomia, un ramo d'azienda relativo alla movimentazione delle merci di proprietà del Gruppo all'interno di depositi anch'essi di proprietà del Gruppo. L'operatore si occupa della pianificazione dei turni, delle operazioni di carico e scarico dai mezzi in ingresso e della preparazione delle merci in uscita.
Le attività di trasporto delle merci verso i punti vendita sono invece svolte da microimprese, che operano in autonomia sotto il profilo economico e contributivo. In tali casi, il Gruppo non assume responsabilità dirette in relazione agli obblighi contributivi e retributivi dei lavoratori impiegati. Il Gruppo interagisce inoltre con affiliati e affittuari dei negozi situati presso le gallerie commerciali di proprietà.
Sulla base delle analisi condotte nell'ambito del processo di Doppia Materialità, le aree geografiche di attività del Gruppo e della sua catena del valore non risultano ad un rischio significativo di lavoro minorile o forzato.

IL CODICE ETICO

Come illustrato nei capitoli precedenti, il Codice Etico rappresenta il principale riferimento per orientare i comportamenti di tutti gli stakeholder coinvolti nelle attività del Gruppo. Il documento stabilisce infatti che tutti gli stakeholder sono tenuti a conoscerne e a rispettarne i principi, le procedure e le norme comportamentali, dunque anche gli attori nella catena del valore. Nel corso del periodo di rendicontazione non sono pervenute segnalazioni di inosservanza dei principi guida delle Nazioni Unite o dei diritti fondamentali nel lavoro che coinvolgano lavoratori nella catena del valore. Infatti, sulla base delle informazioni attualmente disponibili e delle attività di monitoraggio svolte, nel corso del 2025 non sono emerse segnalazioni relative a gravi problematiche o incidenti in materia di diritti umani riconducibili alla catena del valore, sia nelle attività a monte sia in quelle a valle.

ESRS S3
Comunità interessate

FOCUS

Gli impatti, i rischi e le opportunità legati alle comunità interessate

Nell'ambito dell'analisi di Doppia Materialità sono stati identificati come rilevanti, con riferimento alle comunità interessate, i seguenti IRO:

Contributo alla soddisfazione dei bisogni del territorio;

Supporto allo sviluppo sociale e al benessere delle comunità;

Opportunità economica e reputazionale di rafforzare la propria brand reputation tra le comunità.

Per comunità interessate sono state considerate quelle che abitano i territori in cui si svolgono le attività del Gruppo.



Il dialogo con le comunità interessate

Il Gruppo riconosce le comunità locali come uno dei principali gruppi di stakeholder, ne considera gli interessi nelle aree in cui svolge le proprie attività e ne valorizza il coinvolgimento attraverso diversi canali di comunicazione. A supporto di un dialogo trasparente e responsabile con i propri stakeholder, inclusi quelli esterni, il Gruppo mette infatti a disposizione delle comunità locali i propri canali di segnalazione istituzionali pubblici come quelli previsti dal Codice Etico e dalla Whistleblowing Policy, consentendo a soggetti che intrattengono o hanno intrattenuto rapporti con le società di comunicare eventuali violazioni o condotte illecite.

Le segnalazioni ricevute sono prese in carico e gestite secondo procedure formalizzate, volte a garantirne l'analisi e, ove ritenute fondate, l'adozione delle opportune azioni correttive. In particolare, Magazzini Gabrielli S.p.A. assicura il tracciamento e il monitoraggio delle segnalazioni attraverso un processo strutturato presidiato dall'Organismo di Vigilanza, che ne segue l'intero ciclo di vita, dalla ricezione e valutazione di ammissibilità fino all'istruttoria e alla definizione degli esiti. Il sistema prevede inoltre tempistiche definite per la presa in carico e il riscontro al segnalante, nonché modalità di conservazione tracciata e riservata della documentazione. L'efficacia dei canali di segnalazione è ulteriormente rafforzata dalla formalizzazione delle procedure, dalla tutela della riservatezza e dalla protezione da ritorsioni, nonché da attività di comunicazione e formazione rivolte ai potenziali utilizzatori degli stessi, inclusi gli stakeholder esterni che intrattengono rapporti con il Gruppo.

Gestione di impatti, rischi e opportunità relativi ai rapporti con le comunità interessate

La gestione degli impatti, dei rischi e delle opportunità connessi alle comunità locali è integrata all'interno di documenti aziendali di carattere generale che definiscono principi, comportamenti e presidi applicabili anche a tale ambito. In particolare, tali aspetti sono disciplinati dal Codice Etico di ciascuna società del Gruppo. Attraverso tali strumenti, il Gruppo definisce i principi di comportamento, i meccanismi di prevenzione che possono assumere rilevanza anche con riferimento alle comunità interessate. Le disposizioni contenute in tali documenti si applicano infatti anche nell'interesse delle comunità coinvolte, direttamente o indirettamente, nelle attività delle società e lungo la catena del valore.
Il Codice Etico richiama esplicitamente la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e afferma il rispetto della dignità, della libertà e dell'integrità della persona, nonché il rifiuto di qualsiasi forma di discriminazione, abuso, violenza o sfruttamento. Questi principi orientano i comportamenti delle società anche nelle relazioni con soggetti esterni e con le comunità locali nei territori in cui il Gruppo opera.

Alla data di riferimento del presente Bilancio, nel corso del 2025 non sono stati segnalati casi di inosservanza dei principi internazionali in materia di diritti umani che abbiano coinvolto comunità interessate, né nelle attività operative proprie né lungo la catena del valore.

Da sempre intenzionato a creare e mantenere un dialogo costante con il territorio in cui è presente, il Gruppo mette in atto un insieme di iniziative che, oltre ad ascoltare i bisogni concreti delle collettività, vogliono dare un reale sostegno al tessuto sociale e contribuire allo sviluppo e al benessere delle comunità locali. Al fine di adempiere a tali obiettivi, il Gruppo ha all'attivo una serie di partnership di lungo periodo con associazioni che operano su importanti tematiche in linea con la sensibilità e i valori aziendali, quali ad esempio la lotta allo spreco alimentare e la ricerca scientifica. Ad esse si aggiungono la realizzazione di progetti a impatto sociale, attuati in autonomia o in collaborazione con enti e associazioni accreditate, oltre che il sostegno a molteplici iniziative diversificate, portate avanti dalle singole società, che si pongono l'obiettivo di rispondere alle specifiche esigenze delle realtà locali.
L'insieme di tali azioni consente al Gruppo di generare valore condiviso per il territorio con potenziali ritorni reputazionali.
Di seguito si riportano le principali azioni intraprese nel 2025 dalle tre società del Gruppo.





Progetto "Siticibo" Banco Alimentare

Dal 2010 Magazzini Gabrielli S.p.A vanta una storica collaborazione con la Fondazione Banco Alimentare ETS, attraverso la partecipazione al progetto "*Siticibo*", e alla storica giornata della Colletta Alimentare.
L' accordo ha permesso all'azienda di rafforzare nel corso degli anni il proprio impegno nell'economia circolare e nel contrasto allo spreco alimentare.
Il progetto "*Siticibo*" prevede la donazione sistematica delle eccedenze alimentari invendute presso i punti vendita, che vengono ritirate dai volontari del Banco Alimentare e successivamente redistribuite a una rete di strutture caritative ad esso convenzionate, a beneficio di persone in condizioni di fragilità.
Nel corso dell'anno, il progetto ha coinvolto 19 punti vendita, consentendo la donazione di circa 54.270 kg di prodotti alimentari.
L'efficacia dell'iniziativa è monitorata attraverso la tracciabilità delle quantità donate, il numero di punti vendita aderenti e il confronto periodico con il partner del terzo settore, che permette di valutare la capacità di rispondere in modo concreto ai bisogni dei territori serviti.



Iniziativa solidale "Un dono per il Banco"

Accanto alla donazione continuativa delle eccedenze alimentari, nel corso del 2025 Magazzini Gabrielli S.p.A ha dato vita all'iniziativa "*Un dono per il Banco*", giornata di solidarietà personalizzata dall'azienda in collaborazione con il Banco Alimentare, nata con l'obiettivo di coinvolgere e sensibilizzare i clienti dei punti vendita Oasi sul tema della povertà diffusa e aiutare concretamente i territori in cui è presente.
L'iniziativa, basata sul meccanismo "*tu scegli, noi doniamo*", ha consentito ai clienti di scegliere un prodotto tra tre identificati come necessari dal Banco Alimentare, da destinare alla Fondazione che l'azienda ha successivamente donato alla stessa, rafforzando il legame tra azienda, comunità locali e beneficiari finali.
Grazie all'iniziativa, l'azienda ha donato migliaia di confezioni di beni alimentari di prima necessità, per un valore complessivo stimato pari a circa 45.000 euro.
L'efficacia dell'iniziativa è monitorata attraverso indicatori quantitativi relativi ai volumi donati, al numero di punti vendita coinvolti e al riscontro fornito dal partner beneficiario in merito all'impatto generato sui territori interessati.



Donazioni all'Elemosineria Apostolica

Nel corso del 2025, a seguito dell'apertura del punto vendita *Tigre Annona* presso la Città del Vaticano, Magazzini Gabrielli S.p.A ha avviato un accordo con l'Elemosineria Apostolica per la donazione delle eccedenze invendute, estendendo ulteriormente il proprio impegno nella riduzione dello spreco alimentare e nel sostegno alle persone in condizioni di maggiore vulnerabilità.
A partire dal mese di dicembre 2025, l'iniziativa ha consentito la donazione complessiva di 292 kg di prodotti alimentari.
L'efficacia dell'iniziativa è monitorata attraverso la rilevazione delle quantità donate e la verifica della regolare presa in carico da parte dell'ente beneficiario.



Progetto Infanzia Donazione di pannolini agli asili

Attraverso il *Progetto Infanzia*, attivo dal 2017, Magazzini Gabrielli S.p.A ha confermato anche nel 2025 il proprio impegno a sostegno delle famiglie con bambini nella fascia di età 0-3 anni e dei servizi educativi presenti sul territorio. L'iniziativa si concretizza nella donazione di pannolini agli asili nido comunali e paritari, con l'obiettivo di alleggerire un costo ricorrente per le famiglie e, al contempo, supportare le strutture educative locali nello svolgimento delle proprie attività.
Nel corso del 2025 sono stati distribuiti complessivamente 4.140 pacchi di pannolini a diversi istituti del territorio di Ascoli Piceno.
L'efficacia del progetto viene valutata attraverso il monitoraggio del numero di strutture coinvolte, delle quantità donate e mediante un confronto diretto con gli enti beneficiari, al fine di verificare la rispondenza dell'iniziativa ai bisogni espressi dalla comunità locale.



Progetto "Pane, Amore e Libertà" Contrasto alla violenza di genere

Nel mese di novembre 2025, Magazzini Gabrielli S.p.A ha rinnovato il proprio impegno nel contrasto alla violenza di genere attraverso il progetto "*Pane, Amore e Libertà*", una campagna articolata che ha integrato formazione interna, attività di sensibilizzazione rivolte alla clientela e sostegno economico ad alcune organizzazioni del territorio impegnate sul tema.
Nello specifico il progetto ha previsto un percorso di formazione e-learning destinato a collaboratrici e collaboratori, finalizzato ad accrescere la consapevolezza sul tema della violenza di genere, con focus specifico sulla violenza economica, una tipologia di violenza subdola e difficilmente identificabile.
Per tutto il mese di novembre, inoltre, l'attività di sensibilizzazione verso i clienti è avvenuta attraverso una comunicazione dedicata sulle buste del Banco Pane, che includeva il numero nazionale antiviolenza 1522 e il qrcode di un cortometraggio appositamente realizzato sul tema della violenza economica, quest'ultimo promosso anche attraverso i canali social dell'azienda. In occasione della giornata del 25 novembre, infine, l'iniziativa è stata ulteriormente rafforzata attraverso la devoluzione del 10% del venduto del reparto pane a favore di due associazioni territoriali impegnate nella tutela delle donne vittime di violenza, ovvero Giustizia Donna di San Benedetto del Tronto e Donne e Giustizia di Ancona. L'efficacia del progetto è monitorata attraverso una pluralità di indicatori, tra cui il numero di collaboratori coinvolti nelle attività formative, la diffusione dei materiali informativi nei punti vendita, le interazioni con i contenuti digitali e le risorse economiche raccolte, consentendo di valutare la capacità dell'iniziativa di generare consapevolezza e supporto concreto per le comunità interessate.



Collaborazione con Fondazione AIRC

Nel corso del 2025 è proseguita la collaborazione tra Magazzini Gabrielli S.p.A e la Fondazione AIRC (Fondazione Italiana per la Ricerca sul Cancro) a conferma dell'impegno del Gruppo nel sostenere la ricerca oncologica. Il supporto si è concretizzato attraverso la partecipazione alle campagne nazionali "*Arance Rosse per la Ricerca*" e "*Nastro Rosa*", che hanno coinvolto l'intera rete di vendita e la sua clientela. Le iniziative hanno previsto meccanismi di donazione legati all'acquisto di specifici prodotti o alla distribuzione di materiali simbolici, favorendo una partecipazione attiva dei clienti e rafforzando il legame tra l'azienda, il territorio e i beneficiari finali. Complessivamente, nel corso dell'anno sono state raccolte risorse per un valore pari a circa 97.000 euro, devolute a sostegno dei progetti di ricerca promossi dalla Fondazione.
L'efficacia delle iniziative viene monitorata attraverso il tracciamento delle risorse raccolte e del numero di punti vendita coinvolti, consentendo di valutare il contributo fornito dal Gruppo al sostegno di attività di ricerca con un impatto a livello nazionale.



Adesione alla campagna di sensibilizzazione “Il Mese degli Hikikomori”

F.G. Gallerie Commerciali S.p.A., attraverso i propri centri commerciali più rappresentativi, ha aderito al progetto promosso dal CNCC – Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali- nell’ambito dell’iniziativa “Il Mese degli Hikikomori”, realizzata in collaborazione con Hikikomori Italia ETS e Hikikomori Italia Genitori ONLUS, con il supporto della Scuola del Fumetto.
L’iniziativa è finalizzata alla sensibilizzazione sul fenomeno dell’isolamento volontario giovanile, una condizione in crescita che interessa in Italia una quota significativa di adolescenti e giovani adulti. Il progetto ha previsto una campagna di comunicazione digitale e social, attiva nel periodo 10 marzo – 10 aprile 2025, volta a promuovere consapevolezza, prevenzione e riconoscimento precoce dei segnali di disagio. F.G. Gallerie Commerciali S.p.A. ha contribuito alla diffusione della campagna attraverso i canali social dei centri commerciali coinvolti, mediante la pubblicazione e condivisione di contenuti video e post informativi.
Tale attività ha consentito di amplificare la portata del messaggio a livello locale, favorendo il coinvolgimento delle community di riferimento e rafforzando il ruolo dei centri commerciali come presidi sociali e luoghi di informazione e sensibilizzazione sul territorio.
L’efficacia dell’iniziativa è stata riscontrata attraverso la diffusione dei materiali informativi e le interazioni con i contenuti digitali, consentendo di valutare la capacità di generare consapevolezza.



Accessibilità e innovazione digitale per l’inclusione: Battente TiGuida

F.G. Gallerie Commerciali S.p.A., all’interno del Centro Commerciale Battente Shopping&More, ha sviluppato l’App “Battente Ti Guida”, uno strumento digitale dedicato all’accessibilità e all’inclusione delle persone non vedenti e ipovedenti, finalizzato a favorire una fruizione autonoma, semplice e sicura degli spazi della galleria commerciale. Il progetto è stato realizzato in collaborazione con Officina dei Sensi, insieme alla Cooperativa Sociale Habilis Lavoro e all’Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti – sezioni territoriali di Ascoli Piceno e Fermo, garantendo un approccio progettuale basato su competenze specialistiche in materia di accessibilità.

Elemento distintivo dell’iniziativa è l’integrazione tra tecnologia digitale e strumenti fisici di orientamento: l’App dialoga con una rete di sensori di prossimità installati all’interno del centro commerciale, fornendo informazioni in tempo reale sulla posizione e sui servizi disponibili. Questo sistema integrato consente alle persone con disabilità visiva di orientarsi e muoversi in autonomia all’interno della galleria, migliorando in modo concreto l’esperienza di visita.
L’applicazione, ancora attiva e regolarmente utilizzata nel corso del 2025, è disponibile anche per il pubblico generale e contribuisce a rendere più accessibili e fruibili gli spazi commerciali. L’efficacia dell’iniziativa viene monitorata attraverso indicatori quantitativi e qualitativi, tra cui i dati di utilizzo dell’App (numero di download, utenti attivi e frequenza di accesso) e le evidenze raccolte tramite il confronto con le associazioni partner e gli utenti, utili a valutare il livello di autonomia nella fruizione degli spazi e il miglioramento dell’esperienza di visita per le persone con disabilità visiva.

L’iniziativa si inserisce nel più ampio impegno di F.G. Gallerie Commerciali S.p.A. in materia di responsabilità sociale e accessibilità, rappresentando un esempio concreto di innovazione applicata ai servizi al cliente e di attenzione all’inclusione.



Donazione a strutture sanitarie del territorio

Nel corso del 2025, le società del Gruppo hanno realizzato una serie di iniziative volte a rispondere ai bisogni concreti del sistema sanitario locale, migliorandone la qualità dell'assistenza e generando valore per la comunità.

In particolare, Magazzini Gabrielli S.p.A. ha effettuato una donazione a favore dell'**Ospedale "Mazzoni" di Ascoli Piceno**, acquistando un'incubatrice neonatale destinata al reparto di Pediatria e Neonatologia. L'iniziativa è finalizzata a supportare la cura dei neonati prematuri o affetti da patologie che richiedono un ricovero specialistico, offrendo un contributo concreto al miglioramento delle dotazioni sanitarie e al benessere delle famiglie coinvolte.

Nello stesso ambito, F.G. Holding S.p.A. ha sostenuto l'**Azienda Sanitaria Territoriale di Ascoli Piceno** attraverso la donazione di una poltrona Multitrac destinata all'Unità Operativa di Ostetricia e Ginecologia del medesimo presidio ospedaliero. Il dispositivo, progettato per favorire il parto naturale e migliorare le condizioni del travaglio, consente di offrire maggiore supporto alle future madri e al personale sanitario, contribuendo alla diffusione di pratiche assistenziali orientate al benessere della persona.

F.G. Holding S.p.A. ha inoltre effettuato una donazione a favore dell'**Ospedale "Torrette" di Ancona**, destinata all'Unità Operativa di Chirurgia Plastica e Ricostruttiva, struttura di riferimento regionale e nazionale per il trattamento dei traumi complessi della mano e dell'arto superiore e per la ricostruzione mammaria nell'ambito della Breast Unit. La donazione ha riguardato l'acquisto di un sistema ecografico ad alte prestazioni, per il supporto alle attività di diagnosi preoperatoria e monitoraggio postoperatorio. L'intervento contribuisce a rafforzare la capacità diagnostica e assistenziale della struttura, con ricadute positive in termini di efficacia clinica e qualità delle cure.

L'efficacia degli interventi viene monitorata attraverso la verifica della consegna e dell'effettivo utilizzo delle attrezzature da parte delle strutture sanitarie, nonché in termini di beneficio atteso per i pazienti e per il servizio offerto al territorio.
I rapporti con le comunità locali e con le Pubbliche Autorità sono improntati a criteri di trasparenza, correttezza e collaborazione, nel rispetto delle reciproche autonomie.





Iniziative in co-marketing dedicate alla comunità locale

Nell'ambito delle attività di co-marketing e delle iniziative dedicate al coinvolgimento della comunità locale, F.G. Gallerie Commerciali S.p.A. ha promosso, all'interno dei propri centri commerciali, progetti a carattere culturale e sportivo sviluppati in collaborazione con associazioni e realtà del territorio, con l'obiettivo di valorizzare le eccellenze locali, favorire occasioni di aggregazione e rafforzare il ruolo dei centri commerciali come luoghi di aggregazione.
Tra le principali iniziative realizzate rientra "Arte in Fiore", evento organizzato in collaborazione con l'Associazione Infiorata di Montefiore dell'Aso in occasione della Festa della Mamma. Si tratta di tradizioni artistiche del territorio attraverso la realizzazione dal vivo di un quadro floreale da parte dei mastri infioratori e laboratori creativi dedicati ai bambini, promuovendo creatività, manualità e partecipazione intergenerazionale.

Nel mese di settembre si è svolta inoltre la seconda edizione del "Mese dello Sport", rassegna dedicata alle associazioni sportive locali che ha coinvolto scuole di danza, palestre e associazioni del territorio attraverso esibizioni e dimostrazioni aperte al pubblico. L'iniziativa ha rappresentato un'occasione di promozione dello sport, dei corretti stili di vita e delle realtà associative locali, contribuendo a rafforzare il legame tra i centri commerciali del Gruppo e la comunità di riferimento.

Le attività sono state promosse attraverso una comunicazione integrata che ha incluso materiali informativi interni, filodiffusione e spot radio, comunicati stampa, canali social, sito web e app dei Centri, favorendo un'ampia partecipazione del pubblico e una significativa visibilità per i partner coinvolti.

ESRS S4

Consumatori e utilizzatori finali

Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali

Per Magazzini Gabrielli S.p.A. la relazione con i clienti si rafforza ogni giorno all'interno di negozi sempre moderni pensati per offrire un'esperienza di spesa contemporanea, dove qualità, efficienza e attenzione all'ambiente si uniscono a una promessa chiara: garantire freschezza e convenienza, grazie a un assortimento curato ed a un elevato livello di servizio. In un contesto economico complesso, la tutela del potere d'acquisto rappresenta un impegno concreto: Magazzini Gabrielli S.p.A. sostiene le famiglie nei momenti più significativi del loro percorso – dalla nascita dei figli alle esigenze delle famiglie numerose, fino al supporto a studenti universitari e persone anziane. Il legame con i clienti si rafforza anche attraverso la promozione all'utilizzo di strumenti digitali che consentono un'interazione personalizzata, costruita sulle preferenze e sui bisogni di ciascuno, sempre nel pieno rispetto e nella tutala della privacy.



FOCUS

Gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati ai consumatori e agli utilizzatori finali

L'analisi di Doppia Materialità, realizzata prendendo in considerazione sia i consumatori che gli utilizzatori finali lungo la catena del valore, ha identificato i seguenti IRO rilevanti:

Danni alla salute e alla sicurezza dei clienti;

Episodi di violazione della privacy dei clienti;

Rischio reputazionale ed economico dovuto alla perdita di dati sensibili dei clienti;

Rischio economico e reputazionale dovuto a poca trasparenza di comunicazione con i clienti;

Rischio reputazionale ed economico per la scorretta conservazione dei prodotti durante il trasporto;

Rischio economico connesso alla discontinuità della catena del freddo;

Opportunità strategica e reputazionale connessa alla scelta di operare tramite affiliazione.

Con riferimento ai consumatori e agli utilizzatori finali, per Magazzini Gabrielli S.p.A. essi coincidono con i consumatori finali dei prodotti commercializzati, mentre, per F.G. Gallerie Commerciali S.p.A., includono sia gli affittuari sia i locatari degli spazi all'interno delle gallerie commerciali. All'interno di questo perimetro rientrano inoltre gruppi di consumatori particolarmente vulnerabili agli impatti sulla salute, sulla riservatezza dei dati o alle pratiche commerciali e di vendita, come, a titolo esemplificativo, i minori o le persone in condizioni di vulnerabilità economica.





16.000
CLIENTI COINVOLTI
Partecipanti alle survey dei due punti vendita Tigre di nuova apertura a Roma

Il dialogo con i consumatori e gli utilizzatori finali

Il Gruppo, con particolare riferimento a Magazzini Gabrielli S.p.A., ha sviluppato nel tempo diversi canali e strumenti di engagement con la clientela finalizzati alla raccolta sistematica di feedback. A tal fine, la Società realizza ogni anno indagini di mercato e survey, condotte sia internamente sia con il supporto di partner esterni, incluse rilevazioni rivolte ai clienti in occasione di nuove aperture e iniziative specifiche. Le survey vengono somministrate attraverso canali digitali (e-mail e SMS) e consentono di raccogliere informazioni su comportamenti di consumo, livelli di soddisfazione e preferenze.
Ad esempio, nel corso dell'anno sono stati somministrati specifici questionari finalizzati a valutare il livello di soddisfazione dei clienti di due punti vendita a insegna Tigre di recente apertura sulla piazza di Roma. L'indagine che ha coinvolto circa 16.000 clienti ha permesso l'analisi di molteplici aspetti dell'esperienza di acquisto (assortimento, qualità, convenienza, promozioni e servizio) e sono state integrate con analisi comparative rispetto ai principali concorrenti.
A completamento delle attività di ascolto, nel 2025 è stato realizzato anche il Barometro Clienti, in collaborazione con il gruppo Selex. L'iniziativa prevede l'invio di tre questionari a un campione di circa 300.000 clienti e consente di monitorare nel tempo l'evoluzione delle preferenze, delle abitudini di spesa e dei livelli di soddisfazione, offrendo una fotografia costantemente aggiornata dei comportamenti dei consumatori.

Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni

All'interno del Gruppo sono inoltre presenti diversi meccanismi e punti di contatto dedicati alla raccolta e alla gestione delle segnalazioni provenienti dai consumatori finali tra cui il box informazioni presente all'interno dei punti vendita, un numero verde e un indirizzo e-mail dedicati. Tali punti di contatto permettono al Gruppo di gestire in modo tempestivo le diverse tipologie di reclamo che possono interessare prodotti e\o servizi resi.
A questi presidi si affiancano canali istituzionali pubblici di segnalazione e ascolto come quelli previsti dal Codice Etico e dalla Whistleblowing Policy.
In questo ambito il Gruppo si adopera, per quanto possibile, per prevenire il verificarsi di impatti negativi attraverso l'implementazione di numerosi controlli di qualità sui prodotti commercializzati e sui processi interni, nonché mediante procedure formalizzate per la gestione dei dati personali dei consumatori. L'utilizzo dei dati sensibili avviene infatti nel rispetto della normativa vigente e subordinatamente all'acquisizione del consenso espresso dagli interessati. Eventuali ulteriori azioni di rimedio vengono valutate e attuate caso per caso, in funzione della specificità delle segnalazioni ricevute.
Le segnalazioni vengono gestite caso per caso secondo procedure interne, includendo, ove necessario, sostituzione del prodotto, coinvolgimento del fornitore e attivazione di procedure di ritiro dal mercato in caso di rischi per la sicurezza del consumatore. Il Gruppo applica controlli qualitativi sui prodotti e sui processi lungo la filiera e adotta procedure conformi alla normativa vigente in materia di protezione dei dati personali.



Approccio del Gruppo alla tutela dei consumatori e degli utilizzatori finali

Il Gruppo ha sviluppato e consolidato un insieme di attività e presidi operativi, divenuti nel tempo prassi strutturate e, in alcuni casi, formalizzate tramite procedure interne.

QUALITÀ

Magazzini Gabrielli S.p.A. ha implementato diversi presidi a tutela della salute e della sicurezza dei clienti. In particolare, per ciascun punto vendita è previsto un Manuale di autocontrollo, che definisce e descrive le procedure adottate per garantire l'applicazione dei principi di autocontrollo e di corretta prassi igienica nelle attività specifiche di ogni reparto. Il Manuale include inoltre indicazioni puntuali in materia HACCP, articolate per reparto, fornendo un riferimento operativo per la gestione quotidiana degli standard igienico-sanitari. Ad integrazione di tali strumenti, per ogni negozio è predisposto un piano annuale di controllo qualità, suddiviso per reparti, che individua le tipologie di campioni da analizzare e i relativi piani analitici. Il piano riporta inoltre i limiti di legge applicabili e i principali riferimenti normativi, contribuendo a presidiare in modo sistematico la conformità dei prodotti e dei processi. Sono previste, inoltre, attività di audit presso i punti vendita: due volte all'anno per i negozi più grandi, una volta all'anno per quelli di dimensioni minori. Presso i centri distribuzione sono realizzati quattro audit all'anno, mentre per il centro prodotti ittici è previsto un audit per ciascun periodo.

Nel corso del 2025 sono stati effettuati complessivamente 1.108 campionamenti di prodotto e 801 campioni superficiali. Gli esiti delle analisi hanno evidenziato 294 non conformità, alle quali sono seguite specifiche azioni correttive, definite in funzione della tipologia della non conformità rilevata. Tali azioni possono includere, a titolo esemplificativo, interventi di sanificazione straordinaria, attività di formazione del personale, controlli sulle materie prime o approfondimenti sui fornitori.
A supporto dei presidi qualità, accanto alla formazione erogata tramite la piattaforma e-learning interna, viene svolta attività formativa in presenza durante le fasi di ispezione e di audit, contribuendo a rafforzare la consapevolezza operativa del personale.

FORNITORI PRODOTTI A MARCHIO

Selezione Qualità e Fatti Buoni rappresentano le principali linee a marchio proprio di Magazzini Gabrielli S.p.A, sviluppate con l'obiettivo di garantire elevati standard qualitativi e una maggiore attenzione alla provenienza e alle caratteristiche delle materie prime.

Selezione Qualità

In particolare, il brand Selezione Qualità identifica i prodotti freschi e freschissimi che garantiscono una filiera italiana. Tali prodotti sono ideati direttamente dalla Società e la selezione dei fornitori è gestita internamente attraverso un processo dedicato di selezione, qualifica e monitoraggio, volto ad assicurare standard qualitativi elevati lungo tutta la filiera.



Fatti Buoni

Il marchio premium Fatti Buoni comprende invece una selezione di prodotti confezionati alimentari che valorizzano le eccellenze dell'enogastronomia italiana, realizzati con materie prime nazionali selezionate e mediante metodi di lavorazione artigianali coerenti con elevati standard qualitativi. Per questa linea vengono inoltre privilegiati ingredienti di origine locale, legati ai territori vocati per la specifica produzione. Anche per il marchio Fatti Buoni, le attività di contrattazione e gestione dei fornitori sono svolte direttamente da Magazzini Gabrielli S.p.A.



Per queste due linee produttive la Società adotta criteri di qualifica dei fornitori più stringenti rispetto a quelli previsti per gli altri fornitori, come illustrato anche nel capitolo ESRS G1 - Condotta d'impresa. In tale ambito, Magazzini Gabrielli S.p.A. ha definito una procedura interna dedicata ai fornitori dei prodotti a marchio proprio, che prevede la realizzazione di un audit presso la sede del fornitore entro 20 giorni dalla sua qualifica. Le attività di verifica vengono attualmente ripetute con cadenza quinquennale. Durante gli audit viene valutata, tra l'altro, l'esistenza di una politica qualità, di un manuale qualità e di un'adeguata organizzazione aziendale in materia, oltre alla disponibilità della documentazione necessaria, come

l'autorizzazione sanitaria. Ove emergano elementi di miglioramento, al termine dell'audit può essere definito uno specifico piano di azione. I presidi descritti consentono alla Società di gestire l'impatto connesso ai potenziali danni alla salute e alla sicurezza dei clienti.

CONSILIA

Il marchio Consilia rientra tra i prodotti gestiti dalla centrale di acquisto SELEX Gruppo Commerciale, grazie alla quale Magazzini Gabrielli S.p.A. prende parte anche a ESD Italia, una delle principali centrali di negoziazione italiana. Essa si occupa delle trattative con i fornitori a carattere nazionale e punta a offrire in tutti i canali la massima qualità al prezzo più conveniente. Grazie alle sue dimensioni in termini di fatturato e aziende convenzionate, essa garantisce una distribuzione con adeguata copertura territoriale. Inoltre, ESD è presente a livello europeo tramite la Centrale European Marketing Distribution (EMD), alleanza al dettaglio europea di rivenditori indipendenti. Il marchio Consilia offre più di 2.000 referenze su molteplici categorie merceologiche, che, a fianco dei prodotti alimentari freschi e confezionati, vede prodotti per la cura del corpo e cura della casa.

ETICHETTATURA

I prodotti a marchio proprio sono sottoposti a un'attività di verifica svolta da un fornitore esterno, finalizzata a valutare la completezza e la correttezza delle informazioni fornite ai consumatori in relazione ai requisiti normativi applicabili alle etichette. Attraverso questo presidio, il Gruppo rafforza la trasparenza della comunicazione verso i clienti e contribuisce a mitigare il rischio, sia di natura economica sia reputazionale, connesso a una potenziale carenza o inadeguatezza delle informazioni rese disponibili al consumatore.

PRIVACY

Il processo di adesione al programma fidelizzazione Unika è stato progressivamente digitalizzato. Con il rilascio della nuova versione in App, il percorso di registrazione è stato rivisto e arricchito con l'introduzione del sistema OTP (one-time password), che consente di confermare in modo sicuro e tracciabile l'identità dell'utente, la correttezza dei dati inseriti e gli eventuali consensi forniti. Il sistema genera automaticamente un codice temporaneo, trasmesso all'utente tramite canali sicuri, aggiungendo un ulteriore livello di sicurezza e affidabilità al processo di registrazione e contribuendo a una gestione più accurata dei dati. L'analisi dei dati raccolti attraverso il programma fedeltà viene effettuata esclusivamente in forma aggregata e anonima. A supporto della gestione degli aspetti legati alla protezione dei dati personali, il Gruppo si avvale inoltre di un consulente che affianca l'area legale e il Data Protection Officer (DPO) nello svolgimento delle rispettive attività.
Attraverso tali presidi, il Gruppo presidia e gestisce l'impatto connesso a episodi di violazione della privacy dei clienti e il rischio reputazionale ed economico dovuto alla perdita di dati sensibili dei clienti.

ULTERIORI INIZIATIVE

Nel corso del 2025 sono state attuate diverse iniziative di sconto pensate per supportare specifiche categorie di clienti. La principale novità dell'anno è rappresentata dal Cico *Club*, un'iniziativa disponibile tramite l'App Oasi Tigre che prevede una scontistica del 10% dedicata ai clienti con figli fino a 3 anni. L'obiettivo è accompagnare le famiglie in una fase particolarmente delicata della vita, caratterizzata da cambiamenti significativi e





da nuove esigenze di consumo, offrendo un sostegno concreto anche nell'evoluzione delle abitudini di acquisto.
Essere presenti in questo momento della loro vita permette, inoltre, di consolidare la relazione con i clienti e favorire la scelta dei punti vendita del Gruppo anche negli anni successivi. L'iniziativa ha registrato un riscontro molto positivo, con un'elevata adesione anche da parte dei punti vendita affiliati.
Accanto a questa novità, prosegue la storica iniziativa dedicata alle *Volpi Grigie*, che prevede uno sconto riservato ai clienti con più di settanta anni.
Ulteriori misure di sostegno sono rivolte agli studenti universitari, che possono beneficiare di uno sconto del 10% sull'App Oasi Tigre due volte a settimana, il lunedì e il giovedì, con l'obiettivo di offrire un sostegno concreto in una fase spesso caratterizzata da una maggiore fragilità economica.

Per i disoccupati è attivo il programma *Oasi Accanto a Te*, presente in 16 negozi, che consente di usufruire di uno sconto del 10% utilizzabile nell'arco della settimana tramite l'App Oasi Tigre.
È inoltre prevista una scontistica del 10% alle famiglie numerose, ovvero quelle con tre o più figli iscritte all'Associazione Nazionale Famiglie Numerose, sempre accessibile tramite App.
Infine, il Gruppo ha attivato diverse convenzioni con aziende del territorio, grazie alle quali i dipendenti delle realtà convenzionate possono beneficiare di uno sconto settimanale del 10% tramite l'App, rafforzando il legame con il tessuto economico locale e ampliando l'accessibilità alle proprie iniziative di sostegno al potere d'acquisto.

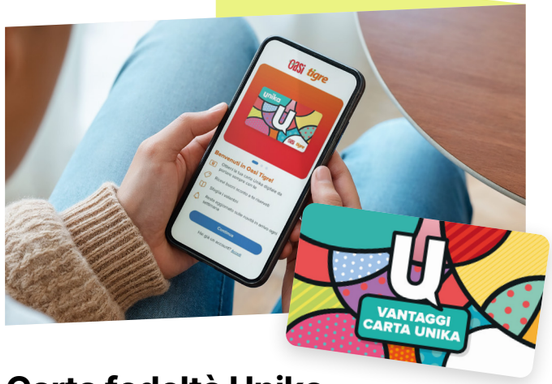
Scarica su App Store
DISPONIBILE SU Google Play



DEDICATA A TE

Carta solidale

La *Carta solidale* è una iniziativa promossa dal governo italiano a sostegno delle famiglie con un ISEE non superiore a 15.000 euro, che prevede l'erogazione di un contributo economico pari a 500 euro per nucleo familiare, accreditato su una carta prepagata Postepay e destinato all'acquisto di beni alimentari di prima necessità. I supermercati Oasi e Tigre hanno aderito alla misura sin dalla sua introduzione nel 2024, confermando il proprio impegno anche per il 2025. A integrazione della proposta prevista dal programma nazionale, Magazzini Gabrielli S.p.A. ha ulteriormente rafforzato il supporto ai clienti beneficiari introducendo uno sconto aggiuntivo del 15% su un paniere selezionato di prodotti alimentari. Nel complesso, il numero di carte erogate dal Governo a livello nazionale è stato pari a circa 1.160.000 unità. Nei territori di competenza, la Società ha garantito l'operatività dell'iniziativa nel corso del primo trimestre dell'anno, assicurando il servizio fino alla fine del mese di febbraio e offrendo un contributo concreto a favore delle famiglie in maggiore difficoltà economica.
Nell'ambito del proprio percorso di sviluppo e consolidamento del modello di business, Magazzini Gabrielli S.p.A. ha definito una serie di obiettivi e linee di miglioramento che interessano le attività di marketing, la valorizzazione dei prodotti a marchio e la gestione dei fornitori strategici.
In particolare, per quanto riguarda le attività di marketing, sono stati individuati obiettivi legati all'incremento del numero di adesioni alla carta fedeltà, considerato un elemento chiave per garantire una maggiore robustezza delle analisi statistiche e una più efficace comprensione delle abitudini di acquisto della clientela. Parallelamente, sul piano economico e reputazionale, la Società intende posizionare i prodotti a marchio come eccellenze di mercato, capaci di valorizzare il territorio e rafforzare l'identità dell'offerta commerciale.
Con riferimento alla gestione dei fornitori dei prodotti Fatti Buoni e Selezione Qualità, la Società ha inoltre individuato specifiche aree di miglioramento, tra cui l'obiettivo di ridurre la frequenza degli audit da cinque a tre anni e di procedere alla digitalizzazione della checklist fornitori tramite una app dedicata, al fine di rendere i processi di controllo più strutturati, efficienti e tracciabili.



Carta fedeltà Unika

La carta fedeltà Unika offre ai clienti numerosi vantaggi esclusivi, pensati per rendere l'esperienza d'acquisto più conveniente, personalizzata e coinvolgente. I titolari della carta possono infatti accedere a sconti dedicati, disponibili sia nei volantini promozionali, sia tramite l'App, che si affiancano alle offerte valide per l'intera clientela. La carta Unika consente inoltre di partecipare alla raccolta punti, generalmente attiva da maggio fino alla fine dell'anno, con l'attribuzione di un punto per ogni euro speso.
I punti accumulati possono essere utilizzati per prenotare i premi del catalogo Unika, rafforzando il valore dell'esperienza di fidelizzazione. Accanto alla raccolta punti tradizionale, Magazzini Gabrielli S.p.A. propone anche iniziative di collazionamento a bollini.
Un ulteriore elemento distintivo della carta Unika è rappresentato dall'accesso a offerte personalizzate, sviluppate sulla base delle abitudini di acquisto del singolo cliente. Nel corso del 2025, anche grazie alla collaborazione con i partner dell'industria, le attività di personalizzazione sono state ulteriormente intensificate, con l'obiettivo di premiare la fedeltà della clientela e, allo stesso tempo, stimolare l'esplorazione di nuove categorie merceologiche o marchi del distributore, come Consilia, Fatti Buoni e Selezione Qualità.



English Baby Park

Nell'ambito delle iniziative dedicate al miglioramento dell'esperienza di visita e dei servizi rivolti alla clientela, F.G. Gallerie Commerciali S.p.A. ha promosso all'interno dei propri centri commerciali Battente Shopping&More e Il Girasole il progetto "English Baby Park", realizzato in collaborazione con la scuola Wall Street English di Ascoli Piceno e Civitanova Marche. L'iniziativa ha previsto attività gratuite rivolte ai bambini, finalizzate all'apprendimento della lingua inglese attraverso il gioco, laboratori e momenti di intrattenimento educativo con insegnanti qualificati. Il progetto è stato pensato per offrire un servizio a valore aggiunto alle famiglie, contribuendo a rendere gli spazi del Centro più accoglienti, funzionali e orientati alle esigenze dei clienti, favorendo al contempo momenti di svago e socializzazione per i più piccoli.

L'ingresso nei Grandi Magazzini a prezzo unico



Etica di *Business*

ESRS G1
Condotta delle imprese

FOCUS

Gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati alla condotta di business

Dall'analisi di Doppia Materialità condotta dal Gruppo sono emersi come rilevanti i seguenti impatti, rischi e opportunità:

Preferenza verso fornitori locali;

Opportunità strategica di incremento delle vendite grazie all'offerta di prodotti locali;

Mancata tutela del benessere animale;

Rischio reputazionale connesso al mancato presidio del benessere animale;

Rischio legale, economico e reputazionale legato a episodi di corruzione.

Con riferimento alle tematiche di condotta di business, il processo di valutazione si fonda su un'analisi integrata applicata alle attività del Gruppo e alla catena del valore. La valutazione ha preso in considerazione il contesto geografico e normativo italiano, i principali rischi etici, le attività operative più esposte a rischi di condotta e le caratteristiche del settore della grande distribuzione organizzata, incluse le pratiche di mercato, il livello di regolamentazione e le aspettative degli stakeholder in materia di etica e integrità.

Il ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo

Gli organi di amministrazione, gestione e controllo del Gruppo svolgono un ruolo centrale nel promuovere e presidiare una condotta aziendale responsabile. Attraverso le proprie funzioni, essi garantiscono l'adozione il costante aggiornamento delle politiche e dei codici di condotta che disciplinano l'integrità, l'etica aziendale, la conformità normativa e la prevenzione di comportamenti illeciti lungo l'intera catena del valore.
Tali organi contribuiscono inoltre all'indirizzo strategico e al governo delle tematiche di etica e integrità, assicurando che questi principi siano riflessi in modo strutturale nei processi decisionali e nei meccanismi di governance dell'impresa.
I membri degli organi di amministrazione e controllo dispongono di competenze ed esperienze consolidate in ambiti quali compliance, governance e gestione dei rischi, acquisite attraverso percorsi professionali maturati in contesti complessi e regolamentati, nonché mediante l'assunzione di incarichi di responsabilità e la partecipazione a programmi di formazione specialistica.

L’impegno del Gruppo in materia di cultura d’impresa e condotta responsabile

Nell’ambito dei propri presidi di governance, ciascuna società del Gruppo ha adottato un Codice Etico che costituisce il riferimento organizzativo per la definizione dei principi e delle regole di condotta cui si ispira l’operato dell’impresa e di tutti i soggetti che agiscono per suo conto. Il Codice promuove una cultura aziendale fondata sull’integrità, sul rispetto delle regole e sulla responsabilità lungo l’intera catena del valore.
Il Codice Etico richiama i principi di legalità, correttezza, trasparenza, diligenza, equità, etica professionale e responsabilità verso la Società e ne rende l’osservanza parte integrante degli obblighi contrattuali dei destinatari. Al suo interno sono disciplinati i principali temi legati agli impatti di business e agli aspetti sociali.
I destinatari del Codice comprendono i dipendenti, i membri del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale, i revisori, nonché collaboratori e terzi - quali fornitori, partner commerciali, consulenti e appaltatori - che intrattengono rapporti con la Società o operano per suo conto, tutti tenuti a conoscere e rispettarne i contenuti.
Il Consiglio di Amministrazione ne cura l’adozione e l’aggiornamento tramite apposite delibere, mentre l’Organismo di Vigilanza (OdV) ne presidia l’adeguatezza rispetto al contesto aziendale e normativo, verificandone l’applicazione e favorendone la diffusione attraverso un costante confronto con i responsabili di funzione.
Le violazioni dei principi contenuti nel Codice Etico costituiscono inadempimento disciplinare o contrattuale e sono sanzionate secondo criteri di coerenza, imparzialità e proporzionalità, nel rispetto della normativa applicabile. In funzione della gravità, tali violazioni possono comportare la risoluzione del rapporto di lavoro o del rapporto d’affari e, per i terzi, anche la risoluzione contrattuale e il risarcimento degli eventuali danni.
Il Codice definisce inoltre le norme di comportamento che fondano la cultura aziendale, includendo disposizioni relative ai rapporti con la Pubblica Amministrazione, con parti correlate e terzi, ai processi di selezione e assunzione, alla gestione dei conflitti di interesse, agli omaggi e benefici, alla trasparenza delle registrazioni contabili, alla tutela della riservatezza e della privacy, alla salute e sicurezza sul lavoro e alla parità di genere.

La Governance del Gruppo valuta la trasparenza come un valore irrinunciabile e, a tal proposito, adotta:

- Regolamento delle parti correlate;
- Regolamento del funzionamento dei CdA;
- Regolamento circa i ruoli aziendali dei Soci e dei loro stretti familiari.

La condotta responsabile è altresì promossa dalle società del Gruppo attraverso l’adozione di Modelli di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001, che integrano le disposizioni del Codice Etico e rappresentano un ulteriore presidio per la prevenzione e l’individuazione di condotte illecite, incluse la corruzione attiva e passiva. Ciascuna società promuove inoltre attività formative annuali rivolte al personale, volte a diffondere la conoscenza del sistema di whistleblowing, delle condotte segnalabili e delle tutele previste, rafforzando la cultura della legalità e della responsabilità.



FOCUS

Canali sicuri di segnalazione

A presidio dell’integrità e della conformità normativa, ciascuna società del Gruppo ha adottato una politica di Whistleblowing, in conformità al D.Lgs. 24/2023 di recepimento della Direttiva (UE) 2019/1937, che consente di segnalare comportamenti illeciti o non conformi alla normativa vigente nazionale ed europea, garantendo la riservatezza dell’identità del segnalante, della persona segnalata e del contenuto della segnalazione.
I canali di segnalazione sono accessibili a un’ampia platea di portatori di interesse, tra cui dipendenti, collaboratori, fornitori, consulenti, azionisti, amministratori e altri soggetti che intrattengono rapporti con le società, anche successivamente alla cessazione del rapporto. La gestione delle segnalazioni è affidata all’Organismo di Vigilanza, che opera in autonomia e indipendenza e presidia l’intero processo di ricezione, analisi e definizione degli esiti, nel rispetto dei principi di imparzialità, riservatezza e tutela dei dati personali. Gli esiti delle attività svolte sono comunicati attraverso una Relazione annuale indirizzata al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale e mediante un flusso informativo costante garantito da incontri periodici con le funzioni apicali delle società del Gruppo.

I 3 pilastri della cultura d’impresa e condotta responsabile

Modello 231

Definizione e attuazione di un **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** per prevenire i reati e promuovere una cultura di legalità e trasparenza aziendale.

Anticorruzione attiva e passiva

Impegno ferreo nel **contrasto assoluto alla corruzione** in ogni sua forma, attraverso politiche rigorose, procedure di controllo e segnalazione (whistleblowing).

Formazione obbligatoria

Sviluppo e implementazione di **Percorsi formativi obbligatori** e continui per tutto il personale, per garantire la conoscenza e il rispetto delle norme e dei valori etici.

La prevenzione e l'individuazione della corruzione attiva e passiva

Il principale riferimento per il contrasto alla corruzione in questo ambito è il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001 (Modello 231), che definisce protocolli, misure di controllo e procedure comportamentali volte a mitigare il rischio di reati, inclusi quelli di corruzione attiva e passiva.
In conformità al Decreto 231, ciascuna società del Gruppo ha istituito un Organismo di Vigilanza (OdV) dotato di autonomi poteri di iniziativa e controllo, incaricato di monitorare l'efficace attuazione del Modello, verificarne l'adeguatezza rispetto al contesto normativo e organizzativo e proporne eventuali aggiornamenti. L'OdV svolge inoltre un ruolo centrale nella gestione delle segnalazioni di comportamenti non conformi o potenzialmente illeciti, operando secondo principi di indipendenza, riservatezza e tracciabilità.
Il sistema di prevenzione è ulteriormente rafforzato dal Codice Etico delle società del Gruppo, che sancisce il divieto assoluto di qualsiasi forma di corruzione e definisce principi di integrità nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, con i terzi e nello svolgimento delle attività aziendali. Il Codice vieta espressamente comportamenti collusivi, l'offerta o la ricezione di omaggi non consentiti e ogni pratica di corruzione, attiva o passiva, integrando e completando i presidi previsti dal Modello 231 e promuovendo una cultura aziendale improntata alla legalità e alla trasparenza.

Il Codice Etico, già disponibile sui siti aziendali, è reso accessibile anche ai fornitori e ai partner commerciali, i quali sono tenuti a prenderne visione e ad attenersi ai principi in esso contenuti. Ciò consente di estendere i presidi anticorruzione lungo l'intera catena del valore, rafforzando la consapevolezza e il rispetto delle norme comportamentali anche da parte dei soggetti terzi.
In parallelo, sono previsti percorsi formativi obbligatori per i nuovi assunti, finalizzati a diffondere la conoscenza del Codice Etico e del divieto di pratiche corruttive.



Il rapporto con i fornitori

La prevenzione e la gestione di eventuali ritardi nei pagamenti ai fornitori sono disciplinate dagli accordi di fornitura applicabili a tutti i rapporti commerciali del Gruppo. Tali accordi definiscono in modo puntuale i termini e le modalità di pagamento, la decorrenza degli stessi — generalmente riferita all'ultimo giorno del periodo di consegna o alla data di ricevimento della fattura — nonché le misure previste in caso di ritardo. In coerenza con le procedure aziendali, le fatture vengono regolarmente saldate nei termini contrattuali previsti.

I giorni medi di pagamento sono calcolati sulla base dei seguenti criteri:

per i fornitori di merce agricola e alimentare, il Gruppo applica quanto previsto dal D.Lgs. 198/2021, art. 4 che reca disposizioni in materia per la disciplina delle relazioni commerciali e per il contrasto delle pratiche commerciali sleali;

per i fornitori di merce non alimentare, sono stati considerati termini di pagamento standard compresi tra 60 e 90 giorni;

per le restanti categorie di fornitori (beni e servizi non riconducibili alle merci), i termini di pagamento standard si collocano tra 30 e 60 giorni.

I tempi medi contrattuali di pagamento adottati dal Gruppo prevedono, in particolare, il pagamento a 45 giorni per i beni alimentari, a 75 giorni per le merci non alimentari e a 50 giorni per le restanti categorie di fornitori.



FOCUS

La Piattaforma Plusadvance

A sostegno della filiera e, in particolare, dei fornitori locali, dal 2023, Magazzini Gabrielli S.p.A. ha attivato, attraverso la piattaforma ha attivato attraverso la piattaforma **Plusadvance** il sistema di dynamic discounting.
Lo strumento consente ai fornitori di anticipare, su base volontaria e flessibile, l'incasso delle fatture, migliorando il proprio capitale circolante e riducendo il ricorso a forme di finanziamento tradizionali più onerose.
L'iniziativa contribuisce a rafforzare la resilienza della supply chain e a sviluppare relazioni commerciali più collaborative e sostenibili.

Al 31/12/2025 risultano registrati sulla piattaforma
440 FORNITORI
a conferma del progressivo coinvolgimento degli stakeholder lungo la catena del valore.

Inoltre, il progetto è coerente con i requisiti per l'ottenimento della certificazione "Claim Etico" ai sensi della UNI ISO/TS 17033, validabile da Bureau Veritas, la cui acquisizione è prevista come possibile sviluppo futuro.

Il Gruppo distingue i propri fornitori in tre macro-categorie, alle quali corrispondono differenti processi di selezione, gestione e monitoraggio:

FORNITORI NAZIONALI DI MERCE
prevalentemente operanti nel comparto dei prodotti alimentari confezionati e non deperibili (prodotti "duri"), per i quali le attività di negoziazione e definizione delle condizioni commerciali sono svolte attraverso la centrale di servizi **ESD Italia**.

FORNITORI COINVOLTI NELLA PRODUZIONE DEI PRODOTTI A MARCHIO CONSILIA
appartenenti principalmente al comparto dei prodotti confezionati e non deperibili, per i quali le attività di selezione e negoziazione sono gestite dalla centrale d'acquisto **Selex**, secondo specifici requisiti qualitativi e di conformità.

FORNITORI LOCALI
che forniscono prevalentemente prodotti freschi e freschissimi, nonché prodotti delle linee a marchio proprio **Fatti Buoni** e **Selezione Qualità**, oltre ai fornitori di beni e servizi non riconducibili alle merci destinate alla vendita. Per questa categoria, le attività di selezione, qualificazione, gestione e monitoraggio sono svolte direttamente dalle società del Gruppo.

Alla data di redazione del presente documento, non risultano procedimenti pendenti con fornitori per mancato pagamento. La gestione dei rapporti con i fornitori si inserisce all'interno del più ampio sistema di governance della catena di approvvigionamento del Gruppo, finalizzato a garantire la qualità dell'offerta, la continuità delle forniture, il rispetto degli standard aziendali e la gestione dei rischi lungo la filiera.



L'approccio adottato dal Gruppo si basa su processi strutturati di qualifica, audit e miglioramento continuo, con l'obiettivo di presidiare i rischi legati alla conformità normativa, alla sicurezza alimentare e alla qualità dei prodotti lungo l'intera filiera. Per i fornitori dei prodotti a marchio, è previsto uno specifico audit entro 21 giorni dalla qualifica, successivamente ripetuto con cadenza quinquennale. Tali attività sono formalizzare nel gantt prodotti a marchio.
Gli audit si fondano su checklist strutturate e sono documentati mediante appositi report. Le verifiche riguardano, tra l'altro, le autorizzazioni sanitarie, il sistema di autocontrollo, le condizioni igieniche, la formazione del personale, la tracciabilità dei prodotti, la gestione delle allerte sanitarie, le procedure di pulizia e sanificazione, i materiali a contatto con alimenti (MOCA), la gestione delle non conformità e dei reclami, nonché i referti analitici e le analisi di shelf life.

In presenza di non conformità, ne viene data comunicazione formale al fornitore, definendo tempi di risoluzione — generalmente entro un mese — e monitorando l'attuazione delle azioni correttive; nei casi più gravi, in particolare per criticità igienicosanitarie, può essere disposta la sospensione del prodotto.

Per i fornitori delle linee Fatti Buoni e Selezione Qualità è inoltre previsto un processo di qualifica rafforzato, volto a garantire standard elevati e continuità qualitativa dei prodotti premium. Le verifiche comprendono valutazioni preliminari, controlli documentali e audit periodici; in caso di anomalie, sono richieste azioni correttive tempestive e, nei casi più gravi, può essere disposto il recesso dal contratto. Pur non integrando formalmente requisiti ESG specifici, tali controlli risultano coerenti con l'obiettivo di tutela del consumatore e con il percorso di sostenibilità del Gruppo. A campione vengono effettuate anche analisi su prodotti Fatti Buoni e selezione qualità.

I contratti di fornitura alimentare prevedono inoltre il rispetto della normativa sanitaria vigente, inclusi i requisiti del sistema HACCP, l'adozione di procedure di tracciabilità in conformità al Regolamento (CE) n. 178/2002 e sistemi efficaci per il ritiro dei prodotti non conformi in caso di allerta sanitaria. Per i servizi di trasporto, è richiesto ai vettori il rispetto della normativa in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

Infine, tutti i fornitori sono tenuti al rispetto del Codice Etico e del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001; in caso di disallineamento rispetto ai principi e ai valori ivi contenuti, la Società può procedere alla sospensione della fornitura fino al ripristino delle condizioni di conformità.

Il Centro Commerciale Battente Shopping&More fiore all'occhiello del Gruppo



Appendice

ESRS 2
Informativa in relazione a circostanze specifiche

ORIZZONTI TEMPORALI, STIME RIGUARDANTI LA CATENA DEL VALORE E CAUSE DI INCERTEZZA NELLE STIME E NEI RISULTATI

Gli orizzonti temporali considerati dall'azienda sono in linea con quanto definito dallo standard ESRS 1-6.4 "Definizione di breve, medio e lungo periodo ai fini della rendicontazione". Si considera, quindi:

- il breve periodo, che coincide con il periodo di reporting (un anno);
- il medio periodo, dall'anno fino ai cinque anni;
- il lungo periodo, superiore ai cinque anni.

Nel presente documento, non sono presenti dati stimati relativi alla catena del valore, né a monte né a valle. Per quanto riguarda le metriche dirette, ai fini della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità, il Gruppo ha fatto ricorso alle seguenti stime:

- ESRS E3 - Acque e risorse marine, *Il consumo idrico*: in mancanza di misurazioni puntuali, il consumo idrico del Gruppo è stato considerato pari a zero, poiché, in considerazione delle attività realizzate, è stato assunto che l'intero volume di acqua prelevata venga scaricato. Rispetto ai dati dei prelievi idrici, in caso di siti presso i quali si è verificata la chiusura dei contatori prima del termine dell'anno, i prelievi sono stati oggetto di stima. Quando possibile, la stima si è basata sulla superficie dei negozi; in caso tale via non fosse percorribile, si è proceduti tramite proporzione basata sui prelievi medi annui e sul numero di mesi di effettiva operatività dei contatori. Infine, per i prelievi da pozzo, laddove non disponibile il dato 2025, è stato considerato il dato 2024;
- ESRS E5 - Uso delle risorse ed economia circolare, *Le risorse in uscita*: in mancanza di dati del 2025, è stato utilizzato in dato stimato pari a quello del 2024.

ESRS 2

Obblighi di informativa degli ESRS oggetto della dichiarazione sulla sostenibilità dell'impresa

Si riporta di seguito l'elenco degli obblighi di informativa inclusi nel Bilancio di Sostenibilità 2025, sulla base dei risultati dell'analisi di Doppia Materialità.

ESRS	OBBLIGO DI INFORMATIVA	PHASE-IN	PAGINA
ESRS 2	BP-1 - Basi generali per la predisposizione della rendicontazione di sostenibilità	-	9
	BP-2 - Informazioni relative a circostanze specifiche	-	111
	GOV-1 - Ruolo degli organi di amministrazione, gestione e controllo	-	16-21
	GOV-2 - Informazioni fornite agli organi di amministrazione, gestione e controllo e tematiche di sostenibilità da questi trattate	-	19-21
	GOV-4 - Dichiarazione sulla due diligence	-	21
	GOV-5 - Gestione dei rischi e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità	-	21
	SBM-1 - Strategia, modello di business e catena del valore	-	22-31
	SBM-2 - Interessi e opinioni dei portatori di interesse	-	32
	SBM-3 - Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello di business	-	33-45
	IRO-1 - Descrizione dei processi per l'individuazione e la valutazione degli impatti, dei rischi e delle opportunità rilevanti	-	33-45
	IRO-2 - Obblighi di informativa ESRS coperti dalla rendicontazione di sostenibilità dell'impresa	-	112-117
ESRS E1	ESRS 2 SBM-3 - Impatti, rischi e opportunità materiali e loro interazione con la strategia e il modello di business	-	47
	ESRS 2 IRO-1 - Descrizione dei processi per identificare e valutare impatti, rischi e opportunità climatici materiali	-	47
	E1-2 - Politiche relative alla mitigazione e all'adattamento ai cambiamenti climatici	-	47-55
	ESRS 2 MDR - P - Politiche adottate per gestire questioni di sostenibilità materiali	-	47-55
	E1-3 - Azioni e risorse connesse alle politiche climatiche	-	47-55
	ESRS 2 MDR - A - Azioni e risorse relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	47-55
	E1-4 - Obiettivi relativi alla mitigazione e all'adattamento ai cambiamenti climatici	-	47-55
	ESRS 2 MDR - T - Monitoraggio dell'efficacia delle politiche e delle azioni tramite obiettivi	-	47-55
	E1-5 - Consumo energetico e mix energetico	-	56-57
	E1-6 - Emissioni nette di gas a effetto serra (GHG) Scope 1, 2, 3 e totali	-	58-59
ESRS E1	E1-7 - Rimozione di gas a effetto serra e progetti di mitigazione finanziati tramite crediti di carbonio	-	Non si presentano casistiche in riferimento al DR in questione
	E1-8 - Prezzo interno del carbonio	-	Non si presentano casistiche in riferimento al DR in questione
	E1-9 - Effetti finanziari attesi derivanti da rischi fisici e di transizione materiali e potenziali opportunità legate al clima	Informativa soggetta a phase-in	
	ESRS 2 MDR - M - Metriche relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	56-59
ESRS E2	ESRS 2 IRO-1 - Descrizione dei processi per identificare e valutare impatti, rischi e opportunità materiali legati all'inquinamento	-	60
	E2-2 - Azioni e risorse connesse all'inquinamento	-	60-61
	ESRS 2 MDR - A - Azioni e risorse relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	60-61
	E2-3 - Obiettivi relativi all'inquinamento	-	60-61
	ESRS 2 MDR - T - Monitoraggio dell'efficacia delle politiche e delle azioni tramite obiettivi	-	60-61
ESRS E3	ESRS 2 IRO-1 - Descrizione dei processi per identificare e valutare impatti, rischi e opportunità materiali legati all'acqua e alle risorse marine	-	62
	E3-2 - Azioni e risorse connesse all'acqua e alle risorse marine	-	62-63
	ESRS 2 MDR - A - Azioni e risorse relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	62-63
	E3-3 - Obiettivi relativi all'acqua e alle risorse marine	-	62-63
	ESRS 2 MDR - T - Monitoraggio dell'efficacia delle politiche e delle azioni tramite obiettivi	-	62-63
	E3-4 - Consumo di acqua	-	64
	E3-5 - Effetti finanziari attesi derivanti da impatti, rischi e opportunità legati all'acqua e alle risorse marine	Informativa soggetta a phase-in	
	ESRS 2 MDR - M - Metriche relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	64
ESRS E4	E4-1 - Piano di transizione e integrazione di biodiversità ed ecosistemi nella strategia e nel modello di business	-	
	ESRS 2 SBM-3 - Impatti, rischi e opportunità materiali e loro interazione con la strategia e il modello di business	-	65
	ESRS 2 IRO-1 - Descrizione dei processi per identificare e valutare impatti, rischi e opportunità materiali legati a biodiversità ed ecosistemi	-	65
	E4-3 - Azioni e risorse connesse a biodiversità ed ecosistemi	-	65-67
	ESRS 2 MDR - A - Azioni e risorse relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	65-67
ESRS E5	ESRS 2 IRO-1 - Descrizione dei processi per identificare e valutare impatti, rischi e opportunità materiali legati all'uso delle risorse e all'economia circolare	-	68
	E5-2 - Azioni e risorse connesse all'uso delle risorse e all'economia circolare	-	68-70
	ESRS 2 MDR - A - Azioni e risorse relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	68-70
	E5-4 Afflussi di risorse, compreso l'uso delle risorse	-	70-72
	E5-5 - Flussi in uscita di risorse (Rifiuti)	-	72-73
	E5-6 - Effetti finanziari attesi derivanti da impatti, rischi e opportunità legati all'uso delle risorse e all'economia circolare	Informativa soggetta a phase-in	
	ESRS 2 MDR - M - Metriche relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	70-73
ESRS S1	ESRS 2 SBM-2 - Interessi e opinioni degli stakeholder	-	75-76
	ESRS 2 SBM-3 - Impatti, rischi e opportunità materiali e loro interazione con la strategia e il modello di business	-	75
	S1-1 - Politiche relative alla propria forza lavoro	-	76-78

ESRS	OBBLIGO DI INFORMATIVA	PHASE-IN	PAGINA
ESRS S1	ESRS 2 MDR - P - Politiche adottate per gestire questioni di sostenibilità materiali	-	76-78
	S1-2 - Processi di coinvolgimento dei propri lavoratori e dei loro rappresentanti sugli impatti	-	75-76
	S1-3 - Processi per la rimedio agli impatti negativi e canali per permettere ai propri lavoratori di segnalare preoccupazioni	-	75-76
	S1-4 - Azioni intraprese sugli impatti materiali sulla propria forza lavoro, approcci per mitigare rischi materiali e cogliere opportunità materiali legate alla propria forza lavoro, e l'efficacia di tali azioni	-	76-78
	ESRS 2 MDR - A - Azioni e risorse relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	76-78
	S1-5 - Obiettivi relativi alla gestione degli impatti negativi materiali, alla promozione degli impatti positivi e alla gestione di rischi e opportunità materiali	-	76-78
	ESRS 2 MDR - T - Monitoraggio dell'efficacia delle politiche e delle azioni tramite obiettivi	-	76-78
	S1-6 - Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	-	78-82
	S1-7 - Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro	-	78-82
	S1-8 - Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale	-	78-82
	S1-9 - Metriche sulla diversità	-	78-82
	S1-10 - Retribuzioni adeguate	-	78-82
	S1-11 - Protezione sociale	-	78-82
	S1-12 - Persone con disabilità	-	78-82
	S1-13 - Metriche su formazione e sviluppo delle competenze	-	78-82
	S1-14 - Metriche su salute e sicurezza	Phase-in utilizzato per i non dipendenti rispetto alle metriche di salute e sicurezza	
	S1-15 - Metriche su equilibrio tra vita lavorativa e vita privata	-	78-82
	S1-16 - Metriche sulla compensazione (differenze salariali e compenso totale)	-	78-82
	S1-17 - Incidenti, reclami e gravi impatti sui diritti umani	-	78-82
	ESRS 2 MDR - M - Metriche relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	78-82
ESRS S2	ESRS 2 SBM-2 - Interessi e opinioni degli stakeholder	-	83-84
	ESRS 2 SBM-3 - Impatti, rischi e opportunità materiali e loro interazione con la strategia e il modello di business	-	83
	S2-1 - Politiche relative ai lavoratori nella catena del valore	-	84
	ESRS 2 MDR - P - Politiche adottate per gestire questioni di sostenibilità materiali	-	84
	S2-2 - Processi di coinvolgimento dei lavoratori nella catena del valore in merito agli impatti	-	83-84
	S2-3 - Processi per il rimedio agli impatti negativi e canali per permettere ai lavoratori della catena del valore di sollevare preoccupazioni	-	83-84
	S2-4 - Azioni intraprese sugli impatti materiali sui lavoratori nella catena del valore, approcci alla gestione dei rischi materiali e alla valorizzazione delle opportunità materiali, ed efficacia di tali azioni	-	84
	ESRS 2 MDR - A - Azioni e risorse relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	84
ESRS S3	ESRS 2 SBM-2 - Interessi e opinioni degli stakeholder	-	85
	ESRS 2 SBM-3 - Impatti, rischi e opportunità materiali e loro interazione con la strategia e il modello di business	-	85
	S3-1 - Politiche relative alle comunità interessate	-	86-93
	ESRS 2 MDR - P - Politiche adottate per gestire questioni di sostenibilità materiali	-	86-93
ESRS S3	S3-2 - Processi di coinvolgimento delle comunità interessate in merito agli impatti	-	85
	S3-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali attraverso cui le comunità interessate possono sollevare preoccupazioni	-	85
	S3-4 - Azioni intraprese in relazione agli impatti significativi sulle comunità interessate, approcci alla gestione dei rischi significativi e alla valorizzazione delle opportunità significative relative alle comunità interessate, e efficacia di tali azioni	-	86-93
	ESRS 2 MDR - A - Azioni e risorse relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	86-93
ESRS S4	ESRS 2 SBM-2 - Interessi e opinioni degli stakeholder	-	95
	ESRS 2 SBM-3 - Impatti, rischi e opportunità materiali e loro interazione con la strategia e il modello di business	-	94
	S4-1 - Politiche relative ai consumatori e agli utenti finali	-	96-101
	ESRS 2 MDR - P - Politiche adottate per gestire questioni di sostenibilità materiali	-	96-101
	S4-2 - Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utenti finali in merito agli impatti	-	95
	S4-3 - Processi per rimediare agli impatti negativi e canali attraverso cui i consumatori e gli utenti finali possono sollevare preoccupazioni	-	94
	S4-4 - Azioni intraprese in relazione agli impatti significativi su consumatori e utenti finali, approcci alla gestione dei rischi significativi e alla valorizzazione delle opportunità significative relative a consumatori e utenti finali, ed efficacia di tali azioni	-	96-101
	ESRS 2 MDR - A - Azioni e risorse relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	96-101
	S4-5 - Obiettivi relativi alla gestione degli impatti negativi significativi, alla promozione degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità significativi.	-	96-101
	ESRS 2 MDR - T - Monitoraggio dell'efficacia delle politiche e delle azioni tramite obiettivi	-	96-101
ESRS G1	ESRS 2 GOV -1 - Il ruolo degli organi amministrativi, di supervisione e di gestione	-	103-105
	ESRS 2 IRO-1 - Descrizione dei processi per identificare e valutare impatti, rischi e opportunità significativi	-	103
	G1-1 - Politiche di condotta aziendale e cultura d'impresa	-	103-105
	ESRS 2 MDR - P - Politiche adottate per gestire questioni di sostenibilità materiali	-	103-105
	G1-2 - Gestione delle relazioni con i fornitori	-	107-109
	G1-3 - Prevenzione e rilevamento della corruzione e della concussione	-	106
	ESRS 2 MDR - A - Azioni e risorse relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	104-107
	G1-4 - Casi confermati di corruzione o concussione	-	106
	G1-6 - Pratiche di pagamento	-	107-109
	ESRS 2 MDR - M - Metriche relative alle questioni di sostenibilità materiali	-	106, 108-109

FG HOLDING

GRUPPO Gabriellì

FG gallerie