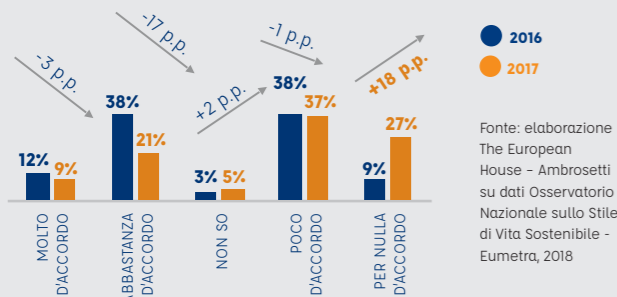


CI SONO QUATTRO MOTIVI CHE RENDONO PRIORITARIO PER OGNI LEADER DI IMPRESA OCCUPARSI DI SOSTENIBILITÀ OGGI

1 È un grande trend di cittadini e consumatori

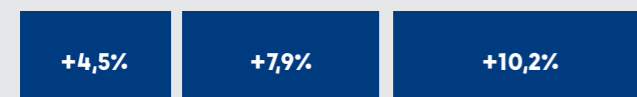
Risposte alla domanda «In un momento di crisi economica, le persone hanno cose più urgenti di cui occuparsi rispetto alla sostenibilità» (valori. % e punti percentuali), 2016 vs. 2017



3 È un fattore competitivo per le aziende

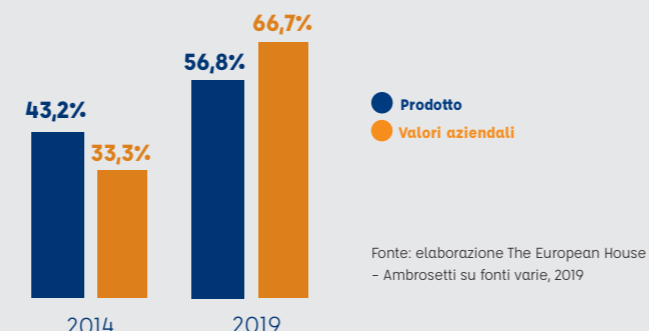
C'è una correlazione positiva (e incrementale) tra il livello di sostenibilità di un'impresa e la sua produttività: le aziende altamente sostenibili sono il **10,2%** più produttive di quelle non sostenibili

Premio di produttività per le aziende manifatturiere sostenibili rispetto a quelle non sostenibili (variazione %), 2015-2017



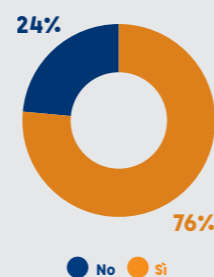
2 Aumenta il senso del dovere e di responsabilità sociale di ogni impresa, anche a livello di governance

Risposte alla domanda «Quali fattori considera nel valutare un'azienda?» (valori %), 2014 vs. 2019



4 Favorisce l'attrazione dei capitali di investimento

Estratto del sondaggio The European House - Ambrosetti per l'Osservatorio sull'Eccellenza dei Sistemi di Governo in Italia - risposte alla domanda «L'esistenza di obiettivi di sostenibilità misurabili e integrati con i normali obiettivi di business dell'azienda pesa nelle scelte di investimento della Sua società?» (valori %), 2019



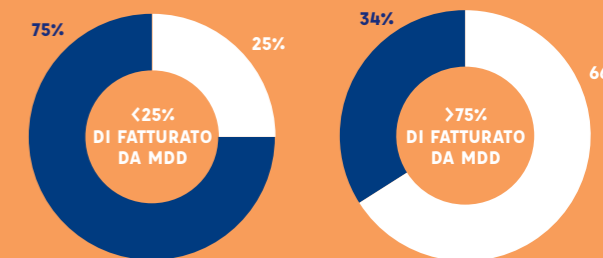
IL CONTRIBUTO DELLA MARCA DEL DISTRIBUTORE ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE

Governance della sostenibilità

Dalla survey alle Insegne emerge che la sostenibilità è riconosciuta come strategica: il **60%** dei Gruppi della Distribuzione ha definito degli obiettivi di Sviluppo Sostenibile mentre il 52% delle aziende manifatturiere italiane è ancora non sostenibile

3 responsabili dei temi di Sostenibilità su 5 riportano direttamente al **Direttore Generale o all'Amministratore Delegato**, a riprova del ruolo strategico della funzione

Il **66%** delle aziende ad alta intensità di Marca del Distributore (>75% del fatturato generato da Marca del Distributore) ha definito degli obiettivi di Sviluppo Sostenibile rispetto al 25% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)



Sostenibilità interna (retailer)

Economica Modello 4C*, contributo all'Agenda 2030

La Marca del Distributore è sempre più sostenibile anche dal punto di vista economico con un fatturato che ha raggiunto **10,8 miliardi nel 2019 (+4,1%** rispetto al 2018 vs. +3,3% del biennio precedente)

Il fatturato della Marca del Distributore è cresciuto **tre volte in più rispetto al fatturato dell'industria alimentare**

La crescita della Marca del Distributore tra il 2003 e il 2019 spiega il **30%** della crescita dell'industria alimentare

La quota di mercato della Marca del Distributore ha continuato a crescere, raggiungendo nel 2019 il **19,9%** (+0,8 punti percentuali rispetto al 2018 e vs. +0,4 p.p. nel biennio precedente) a riprova del crescente apprezzamento da parte del cliente

Nel 2018 la Distribuzione Moderna ha versato **17,8 miliardi di Euro** di tasse e IVA

Sociale Modello 4C*, survey, contributo all'Agenda 2030

Tra il 2013 e il 2017 la Distribuzione Moderna ha sostenuto **31.000 nuove assunzioni**

La Distribuzione Moderna è il **4° settore economico su 245** per crescita occupazionale in Italia nel periodo 2013-2017

La Distribuzione Moderna favorisce l'occupazione dei giovani e delle donne, a tempo indeterminato: il **21%** degli occupati della Distribuzione Moderna è *under 30*, il **63%** è donna e il **92%** ha un contratto a tempo indeterminato.

La Distribuzione è il **3° settore** per occupazione al Sud.

Ambientale Modello 4C*, survey e interviste

Le eccedenze alimentari recuperate attraverso la Rete Banco Alimentare dalla Distribuzione Moderna sono aumentate di **6 volte** negli ultimi 7 anni arrivando nel 2018 a **12,4 migliaia di tonnellate**

Il consumo elettrico di un generico supermercato è diminuito del **30,7%** tra il 2005 e il 2018: se tutti i settori economici avessero ridotto il consumo di elettricità della stessa entità (rispetto all'effettivo -2,6%) si sarebbero evitate ulteriori **25 milioni di tonnellate di CO₂** con un risparmio di oltre **10 miliardi di Euro** in 13 anni

Sostenibilità verso stakeholder esterni

MDD partner Survey, bilanci, contributo all'Agenda 2030

La relazione tra MDD partner e Distribuzione Moderna aumenta la **sostenibilità economica** dei primi: tra il 2013 e il 2018 le aziende MDD partner che collaborano di più con la Distribuzione Moderna (>50% del fatturato generato da MDD) hanno aumentato i ricavi medi di **€8,2 milioni** rispetto a €5,9 milioni delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<50% del fatturato generato da Marca del Distributore) e il Valore Aggiunto del **7,9%** all'anno rispetto a 6,8% milioni delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<50% del fatturato generato da Marca del Distributore)

La Marca del Distributore stimola una crescente attenzione alla **sostenibilità economica** e sociale: le aziende alimentari che collaborano di più con la Distribuzione (>75% del fatturato generato tramite Marca del Distributore) hanno ridotto maggiormente i consumi energetici, le emissioni climalteranti e gli sprechi alimentari negli ultimi 5 anni rispetto alle aziende che collaborano meno con la Distribuzione (<25% del fatturato generato tramite Marca del Distributore)

Consumatore finale Modello 4C*, contributo all'Agenda 2030

La Marca del Distributore dimostra una maggiore convenienza di prezzo, non solo in riferimento alle categorie di primo prezzo: grazie al minor prezzo su tutti i prodotti i consumatori possono risparmiare circa **2,8 miliardi di Euro all'anno**, circa 110 Euro a famiglia

La Marca del Distributore innova la sua offerta per rispondere ai nuovi stili di consumo e ai principi di benessere e salute: nell'ultimo anno continua a crescere la quota di mercato nella fascia *Premium* (**+8,8 p.p. rispetto al 2013**) raggiungendo il 19,1% nel 2019

Nell'ultimo anno continua a crescere il fatturato nelle **categorie di prodotto** in cui la Marca del Distributore si è mossa in anticipo rispetto alla Marca Industriale, crescendo del 20,6% tra il 2017 e il 2018 per quanto riguarda i prodotti biologici e del 10% per i salumi *take away*

N.B. I riferimenti in blu a fianco dei riquadri blu indicano la metodologia seguita dal Gruppo di Lavoro The European House - Ambrosetti per misurare il contributo della Marca del Distributore alla sostenibilità. MDD indica Marca del Distributore. (*) Modello dei «Quattro Capitali» di The European House - Ambrosetti

LA DEFINIZIONE DI SVILUPPO SOSTENIBILE PER LA MARCA DEL DISTRIBUTORE

La Marca del Distributore vuole indirizzare una visione sostenibile di sviluppo e consumo del Paese.

Per ottenere prodotti di qualità a prezzi competitivi, la Distribuzione instaura con i fornitori della Marca del Distributore rapporti di lunga durata, basati sulla valorizzazione delle rispettive competenze.

Ciò consente di avere condizioni certe nel tempo per potersi sviluppare e fare investimenti in logica di sostenibilità, generando in questo modo una filiera "responsabile".

I prodotti a Marca del Distributore realizzati sempre più secondo criteri di tutela ambientale, economia circolare, rispetto delle condizioni di lavoro e benessere animale, offrono una risposta concreta alla crescente richiesta di sostenibilità delle famiglie e un'opportunità per un consumo consapevole.

È un circolo virtuoso che parte da una sostenibilità economica che alimenta e genera sostenibilità ambientale e sociale nei prodotti e nelle aziende che a loro volta creano nuovo benessere economico e fiducia nei clienti, in una spirale positiva dove tutti ne hanno beneficio.



LA MARCA DEL DISTRIBUTORE IMPATTA DIRETTAMENTE E INDIRETTAMENTE SU TUTTI I 17 OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE E SU 71 DEI 169 TARGET



Agenda
2030
delle Nazioni
Unite

N.B. In grigio sono indicati i *target* impattati indirettamente dalla Marca del Distributore (attraverso la Distribuzione Moderna), mentre in **blu** sono indicati i *target* impattati direttamente dalla Marca del Distributore.

1 PORRE FINE AD OGNI FORMA DI POVERTÀ NEL MONDO

Entro il 2030 ridurre a zero il numero di persone che vivono in povertà > **2,8 miliardi di Euro di risparmio annuo per i consumatori** in Italia grazie ai prodotti a Marca del Distributore (~110 Euro per famiglia)

Ridurre almeno della metà la percentuale di uomini e donne che vivono in povertà > Nel 2018 la Distribuzione Moderna ha recuperato **12.400 tonnellate di eccedenze alimentari** (attraverso la Rete Banco Alimentare), una quantità in crescita di 6 volte rispetto al 2012 ed in grado di sfamare 31.000 persone in un anno

Mobilizzare risorse economiche per attuare politiche volte a terminare la povertà in tutte le sue forme > I **punti vendita** della Distribuzione Moderna appartenenti al programma «SITICIBO», il principale progetto di recupero dei generi alimentari, sono aumentati del **43%** dal 2017 al 2018

2 PORRE FINE ALLA FAME, RAGGIUNGERE LA SICUREZZA ALIMENTARE, MIGLIORARE LA NUTRIZIONE E PROMUOVERE L'AGRICOLTURA SOSTENIBILE

Porre fine alla fame garantendo l'accesso al cibo a tutti > I prodotti della MDD hanno un differenziale del **13%** inferiore rispetto al prezzo medio

Porre fine a tutte le forme di malnutrizione e soddisfare le necessità nutrizionali di tutta la popolazione > La MDD mette a disposizione prodotti di qualità a prezzi competitivi e innova continuamente la sua offerta per rispondere ai nuovi stili di consumo e ai principi di benessere e salute

Raddoppiare la produttività agricola ed il reddito dei piccoli agricoltori > **19,1%** di quota della MDD nella fascia dei **prodotti Premium** nel 2019 (+8,8 p.p. vs. 2013), superiore alla quota nel Primo Prezzo di 0,8 p.p. (18,3% nel 2019. -14,4 p.p. vs. 2013)

Promuovere ed implementare sistemi di produzione sostenibili > Il **34,2%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato MDD) utilizza **packaging plastic-free** rispetto al 27,3% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Tutelare la diversità genetica di flora e fauna > La Marca del Distributore continua a rafforzare la propria posizione nel **segmento biologico**, dove è arrivata anche prima rispetto alla Marca Industriale: 479 milioni di Euro di fatturato nel 2019 con una quota di mercato del 57,8%

Investire in infrastrutture rurali, ricerca, sviluppo tecnologico > Le aziende alimentari che collaborano di più con la Distribuzione (>75% del fatturato generato MDD) hanno un **indice di attenzione all'ambiente** di 14 p.p. superiore rispetto alle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Garantire il corretto funzionamento dei mercati di materie prime > Il **98%** delle relazioni tra MDD *partner* e Distribuzione Moderna ha una durata superiore ai **2 anni**

3 ASSICURARE LA SALUTE E IL BENESSERE PER TUTTI E PER TUTTE LE ETÀ

Ridurre la mortalità prematura con prevenzione e sana alimentazione > Il **34%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) sostiene campagne di sensibilizzazione verso temi sociali rispetto al 9% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Prevenire e trattare l'abuso di sostanze > Il **34%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) sostiene campagne di sensibilizzazione verso temi sociali rispetto al 9% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Ridurre il numero di decessi legati a sostanze chimiche e contaminazione > Tra i requisiti rilevanti nella scelta di MDD *partner*, la Distribuzione Moderna assegna all'attenzione verso **l'utilizzo di sostanze chimiche** un punteggio di **91** su una scala da 1 a 10 (1=min, 10=max), il punteggio più alto tra quelli assegnati ai requisiti citati

4 FORNIRE UN'EDUCAZIONE DI QUALITÀ, EQUA ED INCLUSIVA, E OPPORTUNITÀ DI APPRENDIMENTO PER TUTTI

Garantire ai giovani un livello di istruzione che garantisca buoni livelli di apprendimento > Il **98%** delle aziende MDD *partner* offre programmi di formazione per i propri dipendenti

Eliminare le disparità nell'istruzione e garantire parità di accesso ai più vulnerabili > Le aziende di Federdistribuzione hanno investito nel 2018 **37,4 milioni di Euro** in formazione (**+179%** vs 2006) per i propri dipendenti per un totale di 2,45 milioni di ore erogate (**+446%** vs 2006)

Assicurarsi che i giovani acquisiscano conoscenze per promuovere lo sviluppo sostenibile > Le aziende di Federdistribuzione hanno investito nel 2018 **37,4 milioni di Euro** in formazione (**+179%** vs 2006) dei propri dipendenti per un totale di 2,45 milioni di ore erogate (**+446%** vs 2006)

N.B. MDD indica Marca del Distributore.

5 RAGGIUNGERE L'UGUAGLIANZA DI GENERE, PER L'EMPOWERMENT DI TUTTE LE DONNE E LE RAGAZZE

Promuovere l'eliminazione della violenza pubblica e privata contro le donne > La Distribuzione Moderna si impegna contro la violenza sulle donne attraverso campagne di sensibilizzazione al tema

Garantire l'effettiva partecipazione e pari opportunità alle donne > Il **63%** degli occupati della Distribuzione Moderna è di sesso femminile (**+29%** vs media nazionale)

Promuovere la parità di genere e l'empowerment per le donne > Il **35%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) ha una quota di donne in posizioni manageriali superiore al 30% rispetto al 28,6% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

6 GARANTIRE A TUTTI LA DISPONIBILITÀ E LA GESTIONE SOSTENIBILE DELL'ACQUA E DELLE STRUTTURE IGIENICO SANITARIE

Migliorare la qualità dell'acqua per ridurre l'inquinamento > Il **33,5%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) ha ridotto le **emissioni climateranti** rispetto al 91% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Aumentare l'efficienza idrica in tutti i settori per affrontare la scarsità di acqua > **112 milioni di litri d'acqua consumati in meno** in un anno grazie ai programmi di risparmio idrico della Distribuzione Moderna

Proteggere e ripristinare gli ecosistemi legati all'acqua > Il **33,5%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) ha ridotto le emissioni climateranti rispetto al 91% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore) e il **34,2%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato MDD) utilizza **packaging plastic-free** rispetto al 27,3% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Favorire la partecipazione delle comunità nella gestione della risorsa idrica > **112 milioni di litri d'acqua consumati in meno** in un anno grazie ai programmi di risparmio idrico della Distribuzione Moderna

7 ASSICURARE A TUTTI L'ACCESSO A SISTEMI DI ENERGIA ECONOMICI, AFFIDABILI, SOSTENIBILI E MODERNI

Aumentare la quota di energie rinnovabili nel mix energetico > Un supermercato medio in Italia **ha ridotto i consumi energetici** del **30,7%** dal 2005 al 2018 (con una riduzione nell'ultimo anno del 2,9% vs. 1,3% nel settore manifatturiero)

Aumentare il tasso di efficienza energetica > Il **93,1%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) **ha ridotto i consumi energetici** rispetto al 45,5% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

8 INCENTIVARE UNA CRESCITA ECONOMICA, DURATURA, INCLUSIVA E SOSTENIBILE, UN'OCCUPAZIONE PIENA E PRODUTTIVA ED UN LAVORO DIGNITOSO PER TUTTI

Sostenere la crescita economica > Fatturato della MDD: **+4,1%** dal 2018 al 2019 (vs +3,3% nel biennio precedente e **+1,6%** del settore alimentare), raggiungendo quota **10,8 miliardi di Euro** (la crescita del fatturato della MDD pesa circa il **30% della crescita dell'industria alimentare**); Quota di mercato: **+0,8 p.p.** dal 2018 al 2019 raggiungendo il **19,9%** (vs. +0,4 p.p. nel biennio precedente)

Migliorare la produttività attraverso tecnologia ed innovazione > Il **98%** delle relazioni tra MDD *partner* e Distribuzione Moderna ha una durata **superiore ai 2 anni**

Promuovere politiche per lo sviluppo delle attività produttive > **+83%** del valore aggiunto della Distribuzione Moderna tra il 2003 e il 2018

Migliorare l'uso efficiente delle risorse per una crescita sostenibile per l'ambiente > Il **34,2%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) utilizza **packaging plastic-free** rispetto al 27,3% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Garantire occupazione, parità di retribuzione e condizioni di lavoro dignitose > La Distribuzione Moderna è il **4° settore economico su 245** per **crescita del numero di occupati** nel periodo 2013-2017 (+31.027)

Ridurre la disoccupazione giovanile > Il **21%** degli occupati della Distribuzione Moderna è **under30** (+75% vs media nazionale)

Sradicare il lavoro forzato e la schiavitù moderna > **90%** di contratti a tempo indeterminato (+38% vs media nazionale)

Garantire un ambiente lavorativo sicuro > La Distribuzione Moderna si impegna nella messa in sicurezza degli ambienti lavorativi dei propri dipendenti attraverso investimenti adeguati e certificazioni che vanno al di là della legge

Promuovere lo sviluppo sostenibile > La Distribuzione è il **1° settore della filiera agroalimentare estesa** per crescita degli investimenti: **+1,7%** annuo tra 2011-2017

Sviluppare una strategia per l'occupazione giovanile > Il **21%** degli occupati della Distribuzione Moderna è **under30** (+75% vs media nazionale)

9 COSTRUIRE UNA INFRASTRUTTURA RESILIENTE E PROMUOVERE L'INNOVAZIONE ED UNA INDUSTRIALIZZAZIONE EQUA, RESPONSABILE E SOSTENIBILE

Sviluppare infrastrutture affidabili, sostenibili e resilienti > La MDD sostiene una rete di circa **1.500 MDD partner** (80% di cui PMI e 92% italiano)

Promuovere l'industrializzazione inclusiva e sostenibile > Il **98%** delle relazioni tra MDD *partner* e Distribuzione Moderna ha una durata **superiore ai 2 anni**

Aggiornare i processi industriali per renderli sostenibili usando efficientemente le risorse > Tra il 2013 e il 2018 le aziende MDD *partner* che collaborano di più con la Distribuzione (>50% del fatturato generato da MDD) hanno **aumentato i ricavi medi di €8,2 mln** (vs. €5,9 mln della controparte a bassa intensità di MDD e €1,2 mln del settore alimentare) e il **Valore Aggiunto del 79%** all'anno (vs. 6,8% del «campione a bassa intensità di MDD»)

Migliorare la ricerca scientifica e la tecnologia dei settori industriali favorendo l'innovazione > Il **98%** delle relazioni tra MDD *partner* e Distribuzione Moderna ha una durata superiore ai **2 anni**

10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE ALL'INTERNO E FRA LE NAZIONI

Sostenere una crescita del reddito del 40% della popolazione > La Marca del Distributore attiva una **filiera «lunga»** che coinvolge indirettamente circa **50 sotto-comparti economici**

Promuovere l'inclusione sociale, economica e politica > La Distribuzione Moderna sostiene le casse dello Stato attraverso **17,8 miliardi di Euro** di tasse versate nel 2017

Assicurare pari opportunità e ridurre le disuguaglianze > Il **63%** degli occupati della Distribuzione Moderna è di sesso femminile (**+29%** vs media nazionale)

Adottare politiche fiscali, salariali e di protezione sociale per una maggiore uguaglianza > Il **35%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) ha una quota di donne in posizioni manageriali superiore al **30%** rispetto al 28,6% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

11 RENDERE LE CITTÀ E GLI INSEDIAMENTI UMANI INCLUSIVI, SICURI, DURATURI E SOSTENIBILI

Proteggere il patrimonio culturale e naturale > La Distribuzione Moderna si impegna in **campagne di sensibilizzazione** per la tutela del patrimonio ambientale e culturale del Paese

Ridurre l'impatto negativo ambientale > Il **34,2%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) utilizza **packaging plastic-free** (rispetto al 27,3% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore); i punti vendita della Distribuzione Moderna hanno ridotto i propri consumi dei di elettricità in media del **30,7%** dal 2005 al 2018

Fornire l'accesso universale a spazi sicuri e inclusivi > **60 milioni di italiani** in media entrano e acquistano nei 26.000 punti vendita della Distribuzione Moderna ogni settimana

Supportare lo sviluppo inclusivo delle zone urbane, periurbane e rurali > La Distribuzione Moderna ha aperto **1.116 nuovi punti vendita** lungo il territorio italiano nel 2018

12 GARANTIRE MODELLI SOSTENIBILI DI PRODUZIONE E DI CONSUMO

Attuare programmi per il consumo e la produzione sostenibile > Il **33,5%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) ha ridotto le emissioni climateranti rispetto al 91% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Gestire in modo efficiente le risorse naturali > La Distribuzione Moderna assegna all'attenzione verso la **tracciabilità della filiera** un punteggio di **8,6** su una scala da 1 a 10 (1=min, 10=max)

Dimezzare il numero di rifiuti pro capite > Il **66,7%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) ha **ridotto gli sprechi alimentari** rispetto al 36,4% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Ridurre la produzione di rifiuti attraverso prevenzione, riciclaggio e riutilizzo > Il **34,2%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) utilizza **packaging plastic-free** rispetto al 27,3% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Incoraggiare le imprese e multinazionali ad adottare politiche sostenibili > Il **60%** dei Gruppi e il **66%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato derivante da MDD vs. 25% degli MDD *partner* con una quota di MDD sul fatturato <25%) hanno definito degli **obiettivi quantitativi e misurabili di Sviluppo Sostenibile**

Informare e sensibilizzare universalmente in merito allo sviluppo sostenibile > La Distribuzione Moderna è attiva attraverso campagne di sensibilizzazione su stili di consumo sostenibili

13 ADOTTARE MISURE URGENTI PER COMBATTERE I CAMBIAMENTI CLIMATICI E LE SUE CONSEGUENZE

Prevedere misure per combattere il cambiamento climatico all'interno delle proprie strategie > Il **33,5%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) ha **ridotto le emissioni climateranti** rispetto al 91% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Promuovere l'informazione e la sensibilizzazione sui cambiamenti climatici > Le aziende alimentari che collaborano di più con la Distribuzione (>75% del fatturato generato da MDD) hanno un **indice di attenzione all'ambiente di 14 p.p.** superiore rispetto alla controparte con una bassa intensità della MDD (<25% del fatturato generato da MDD)

14 CONSERVARE E UTILIZZARE IN MODO DUREVOLE GLI OCEANI, I MARI E LE RISORSE MARINE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Prevenire e ridurre l'inquinamento marino > Il **34,2%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) utilizza **packaging plastic-free** (vs. il 27,3% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

Ridurre gli effetti dell'acidificazione degli oceani > Il **33,5%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) **ha ridotto le emissioni climateranti** rispetto al 91% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Regolare la pesca eccessiva, illegale e distruttiva > La Distribuzione Moderna si impegna in **campagne di sensibilizzazione** per la tutela dell'ecosistema marino e si fa garante della qualità e sicurezza del proprio pescato

Migliorare la conservazione e l'uso sostenibile degli oceani e delle risorse > Il **34%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) sostiene campagne di sensibilizzazione verso temi sociali rispetto al 9% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

15 PROTEGGERE E PROMUOVERE L'USO SOSTENIBILE DEGLI ECOSISTEMI TERRESTRI

Garantire la conservazione e l'uso sostenibile degli ecosistemi di acqua dolce > Il **33,5%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) ha **ridotto le emissioni climateranti** rispetto al 91% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Conservare gli ecosistemi montani e la loro biodiversità > Tra i requisiti rilevanti nella scelta di un'azienda MDD *partner*, la Distribuzione Moderna assegna all'attenzione verso la **tracciabilità della filiera** un punteggio di **8,6** su una scala da 1 a 10 (1=min, 10=max)

Ridurre il degrado degli habitat naturali e limitare la perdita della biodiversità > Il **34,2%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) utilizza **packaging plastic-free** rispetto al 27,3% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Prevedere maggiori risorse finanziarie per conservare gli ecosistemi e la biodiversità > Il **60%** dei Gruppi della Distribuzione e il **66%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato derivante da MDD vs. 25% degli MDD *partner* con una quota di MDD sul fatturato <25%) hanno definito degli obiettivi quantitativi e misurabili di **Sviluppo Sostenibile**

Contrastare il bracconaggio e il traffico di specie protette > Tra i requisiti rilevanti nella scelta di un'azienda MDD *partner*, la Distribuzione Moderna assegna alla **tutela del benessere animale** un punteggio di **7,9** su una scala da 1 a 10 (1=min, 10=max)

16 PROMUOVERE SOCIETÀ INCLUSIVE E ORIENTATE ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE

Assicurare un processo decisionale rappresentativo e partecipativo > Il **60%** dei Gruppi della Distribuzione ha definito degli **obiettivi quantitativi** e misurabili di **Sviluppo Sostenibile** e il 50% ha una **funzione aziendale dedicata alla sostenibilità** con un manager di riferimento; il **66%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato derivante da MDD rispetto al 25% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore) ha definito degli **obiettivi quantitativi e misurabili di Sviluppo Sostenibile**

Garantire l'accesso alle informazioni e proteggere le libertà fondamentali > Il **67%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato derivante da MDD) e l'80% dei Gruppi della Distribuzione redigono regolarmente un bilancio di sostenibilità rispetto al 5% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore) e il **52%** dei Gruppi della Distribuzione redigono regolarmente un **bilancio di sostenibilità**

17 RAFFORZARE I MEZZI DI ATTUAZIONE E RINNOVARE IL PARTENARIATO MONDIALE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Promuovere investimenti nei territori più disagiati > Il **60%** dei Gruppi della Distribuzione e il **66%** di un MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato derivante da MDD) rispetto al 25% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore) hanno definito degli **obiettivi quantitativi e misurabili di Sviluppo Sostenibile**

Promuovere un sistema commerciale equo > Il **96%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato da MDD) ha attivato **partnership con le associazioni del territorio** rispetto al 45% delle aziende a bassa intensità di Marca del Distributore (<25% del fatturato generato da Marca del Distributore)

Aumentare le esportazioni dei territori più disagiati > La Distribuzione Moderna ha favorito l'ingresso sugli scaffali di prodotti equo solidali

Promuovere il mercato libero e l'accesso al mercato > La Distribuzione Moderna sostiene una rete di circa **1.500 MDD partner** che sono soprattutto piccole e medie imprese italiane

Promuovere la capacità infrastrutturale nei territori più disagiati > La Distribuzione Moderna permette a piccole aziende di raggiungere un ampio pubblico e favorisce la loro sostenibilità economica