

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

N.B.1 In **grigio** sono indicati i *target* impattati indirettamente dalla Marca del Distributore (attraverso la Distribuzione Moderna Alimentare), mentre in **blu** sono indicati i *target* impattati direttamente dalla Marca del Distributore.
N.B.2 MDD= 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 > **2,1 miliardi di Euro di risparmio annuo per i consumatori** in Italia nel 2020 grazie ai prodotti a Marca del Distributore (~100 Euro per famiglia)

Ridurre almeno della metà la percentuale di uomini e donne che vivono in povertà > Nel 2018 la Distribuzione Moderna Alimentare ha recuperato **177 migliaia di tonnellate di eccedenze alimentari** (attraverso la Rete Banco Alimentare), una quantità in crescita di 74 volte rispetto al 2012 ed in grado di sfamare 44.000 persone in un anno

Mobilizzare risorse economiche per attuare politiche volte a terminare la povertà in tutte le sue forme > **Tutti i punti vendita** della Distribuzione Moderna Alimentare devolvono cibo in avanzo alle strutture caritatevoli

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 di prezzo del **15% 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 > **16,9%** di quota della MDD nel segmento dei **prodotti Premium** nel 2020 (+0,3 p.p. vs. 2017), superiore alla quota nel Primo Prezzo di 3,4 p.p. (13,5 % nel 2020. -2,8 p.p. vs. 2017 ma +1,3 p.p vs. 2019)

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** (vs. il 27,3% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

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: 768 milioni di Euro di fatturato nel 2020 con una quota di mercato del 44,0%

Garantire il corretto funzionamento dei mercati di materie prime > Il **98%** delle relazioni tra MDD *partner* e Distribuzione Moderna Alimentare 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 (vs. il 9% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

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 (vs. il 9% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

Ridurre il numero di decessi legati a sostanze chimiche e contaminazione > Tra i requisiti rilevanti nella scelta di un'azienda MDD *partner*, la Distribuzione Moderna Alimentare assegna all'attenzione verso **l'utilizzo di sostanze chimiche** un punteggio di **9,1** 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 > Nel 2019, le aziende della Distribuzione Moderna hanno investito **36,0 milioni di Euro** in formazione per i propri dipendenti

Assicurarsi che i giovani acquisiscano conoscenze per promuovere lo sviluppo sostenibile > Nel 2019, le aziende della Distribuzione Moderna hanno investito **36,0 milioni di Euro** in formazione per i propri dipendenti

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 Alimentare si impegna contro la violenza sulle donne attraverso campagne di sensibilizzazione al tema

Garantire l'effettiva partecipazione e pari opportunità alle donne > Il **65%** degli occupati della Distribuzione Moderna Alimentare è di sesso femminile (+21% 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%** (vs. 28,6% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)



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 (vs. il 9,1% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

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 Alimentare

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 (vs. il 9,1% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%) e il **34,2%** delle aziende MDD *partner* ad alta intensità di MDD (>75% del fatturato generato MDD) utilizza **packaging plastic-free** (vs. il 27,3% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

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 Alimentare

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 **48,4%** dal 2005 al 2019 (con una riduzione nell'ultimo anno del 3% vs. 1% dei consumi energetici totali)

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 (vs. il 45,5% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

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: **+9,3%** dal 2020 vs. 2019 raggiungendo quota **11,8 miliardi di Euro** (la crescita del fatturato della MDD pesa circa il **78% della crescita dell'industria alimentare** nel mercato domestico); Quota di mercato: **+0,5 p.p.** dal 2019 al 2020 raggiungendo il **20,0%** (vs. +0,4 p.p. nel periodo 2011-2019)

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

Promuovere politiche per lo sviluppo delle attività produttive > **+80%** valore aggiunto della Distribuzione Moderna Alimentare nel periodo 2003-2019

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** (vs. il 27,3% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

Garantire occupazione, parità di retribuzione e condizioni di lavoro dignitose > La Distribuzione Moderna Alimentare è il **5° settore economico su 245 per crescita del numero di occupati** nel periodo 2013-2019 (+45.442)

Ridurre la disoccupazione giovanile > Il **18%** degli occupati della Distribuzione Moderna Alimentare è **under30**

Sradicare il lavoro forzato e la schiavitù moderna > **99%** di contratti a tempo indeterminato nella Distribuzione Moderna Alimentare (+10% vs media nazionale)

Garantire un ambiente lavorativo sicuro > La Distribuzione Moderna Alimentare 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 Moderna Alimentare è promotrice di numerose iniziative di sostenibilità ambientale

Sviluppare una strategia per l'occupazione giovanile > Il **18%** degli occupati della Distribuzione Moderna Alimentare è **under30**

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** (di cui 84,6% PMI e 92% italiano)

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

Aggiornare i processi industriali per renderli sostenibili usando efficientemente le risorse > Tra il 2013 e il 2019 le aziende MDD *partner* che collaborano di più con la Distribuzione (>50% del fatturato generato da MDD) hanno **umentato i ricavi medi di €10,1 mln** (vs. €8,2 mln della controparte a bassa incidenza di MDD e €0,4 mln del settore alimentare) e il **Valore Aggiunto del 6,8%** all'anno (vs. 7,3% 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 Alimentare 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 Alimentare sostiene le casse dello Stato attraverso **19,6 miliardi di Euro** di tasse ed IVA versate nel 2019

Assicurare pari opportunità e ridurre le disuguaglianze > Il **65%** degli occupati della Distribuzione Moderna Alimentare è di sesso femminile (+21% 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%** (vs. 28,6% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

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

Proteggere il patrimonio culturale e naturale > La Distribuzione Moderna Alimentare 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** (vs. il 27,3% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

Fornire l'accesso universale a spazi sicuri e inclusivi > **60 milioni di italiani** in media entrano e acquistano nei 27000 punti vendita della Distribuzione Moderna Alimentare ogni settimana

Supportare lo sviluppo inclusivo delle zone urbane, periurbane e rurali > La Distribuzione Moderna Alimentare ha aperto **1.184 nuovi punti vendita** lungo il territorio italiano nel 2019

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 (vs. il 9,1% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

Gestire in modo efficiente le risorse naturali > La Distribuzione Moderna Alimentare assegna all'attenzione verso la tracciabilità della filiera un punteggio di **8,6**

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 (vs. il 36,4% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

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** (vs. il 27,3% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

Incoraggiare le imprese e multinazionali ad adottare politiche sostenibili > 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**

Informare e sensibilizzare universalmente in merito allo sviluppo sostenibile > La Distribuzione Moderna Alimentare 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 (vs. il 9,1% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

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 0,7 p.p. superiore** rispetto alla controparte con una bassa incidenza della MDD (<25% del fatturato)

14 PROTEGGERE E PROMUOVERE L'USO SOSTENIBILE DEGLI ECOSISTEMI TERRESTRI

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 (vs. il 9,1% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

Regolare la pesca eccessiva, illegale e distruttiva > La Distribuzione Moderna Alimentare 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 (vs. il 9% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

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 (vs. il 9,1% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

Conservare gli ecosistemi montani e la loro biodiversità > Tra i requisiti rilevanti nella scelta di un'azienda MDD *partner*, la Distribuzione Moderna Alimentare 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** (vs. il 27,3% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

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 Alimentare 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 vs. 25% degli MDD *partner* con una quota di MDD sul fatturato <25%) 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 vs. 5% degli MDD *partner* con una quota di MDD sul fatturato <25%) e il **52%** dei Gruppi della Distribuzione redigono regolarmente un **bilancio di sostenibilità**

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

Promuovere investimenti nei territori più disagiati > 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

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 (vs. il 45% della controparte con un fatturato derivante da MDD <25%)

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

Promuovere il mercato libero e l'accesso al mercato > La Distribuzione Moderna Alimentare 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 Alimentare permette a piccole aziende italiane di raggiungere un ampio pubblico e favorisce la loro sostenibilità economica