



**ABBIAMO  
A CUORE  
IL FUTURO**



**ABBIAMO  
A CUORE  
IL FUTURO**



# Indice

<b>Lettera del Presidente</b>	<b>3</b>
<b>Nota Metodologica</b>	<b>4</b>
<b>1. Esse come la nostra Storia</b>	<b>7</b>
<b>2. Esse come Sostenibilità</b>	<b>23</b>
<b>3. La Persona e la Collettività</b>	<b>33</b>
Supportare le persone nella formazione e nello sviluppo di carriera	36
Incentivare il benessere delle persone che lavorano nell'organizzazione	40
Favorire la diversità e l'inclusione	43
Restituire valore alle comunità locali	48
Promuovere sani e corretti stili di vita	52
<b>4. Il nostro Mestiere</b>	<b>55</b>
Garantire la sicurezza alimentare	58
Assicurare una comunicazione trasparente	60
Promuovere l'eccellenza e l'innovazione	62
Gestire una filiera responsabile	66
Tutelare il benessere animale	70
<b>5. Il Pianeta</b>	<b>73</b>
Combattere il Climate Change	76
Gestire gli sprechi alimentari	79
Favorire un packaging circolare	80
Salvaguardare la biodiversità	82

# Lettera del Presidente



Sono lieta di presentare la sesta edizione del nostro Piano di Sostenibilità, che testimonia l'impegno costante di Esselunga nel coniugare crescita, innovazione e responsabilità.

Nel corso dell'ultimo anno, segnato da forti incertezze a livello geopolitico ed economico – dai conflitti internazionali all'instabilità dei mercati, dalla pressione inflattiva alle difficoltà nella catena di approvvigionamento – abbiamo continuato a operare con determinazione, rimanendo fedeli ai nostri valori: integrità, eccellenza, passione, innovazione e senso di appartenenza.

In un contesto complesso anche sul piano normativo, in particolare per quanto riguarda i temi legati alla sostenibilità, la nostra Azienda ha saputo rispondere con solidità e visione, proseguendo il proprio percorso di sviluppo e rafforzando il contributo alla collettività.

Nel 2024 abbiamo accolto circa 4.000 nuovi collaboratori, aperto nuovi negozi, a Ravenna e Treviglio, e lanciato iniziative strategiche, come EsselungaLab, un laboratorio di innovazione per sperimentare il futuro del nostro mestiere, e Le Eccellenze di Esselunga a Cortina, progetto che ci vede protagonisti in vista dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026.

Confermiamo con convinzione i tre pilastri della nostra strategia di sostenibilità: la Persona e la Collettività, il nostro Mestiere, il Pianeta.

In questo ambito, abbiamo intensificato gli sforzi per contribuire alla salvaguardia dell'ambiente, adottando soluzioni tecnologiche e processi sempre più efficienti ed ecocompatibili.

Con particolare orgoglio abbiamo raggiunto, con un anno di anticipo rispetto ai tempi previsti, l'obiettivo legato al nostro programma "Amici di Scuola e dello Sport", che rappresenta un importante impegno concreto a favore delle comunità per sostenere l'educazione e lo sport tra le nuove generazioni.

Abbiamo inoltre intrapreso nuove azioni volte a favorire l'inclusione e le pari opportunità all'interno dell'Azienda. In tal senso, è stata redatta la nostra nuova "Policy contro le molestie, i comportamenti sessualmente inappropriati e il bullismo", che testimonia la volontà di costruire un ambiente di lavoro sempre più sicuro e rispettoso.

Il Piano di Sostenibilità traccia la direzione che abbiamo scelto per affrontare le sfide del futuro, con quello spirito di dedizione e responsabilità che da sempre ci guida.

Grazie per la vostra attenzione e per il continuo supporto.

**MARINA CAPROTTI**

Presidente Esecutivo

A handwritten signature in blue ink that reads "Marina Caprotti". The signature is written in a cursive, flowing style.

# Nota Metodologica

**Il presente Documento “Il nostro impegno - 2024” ha l’obiettivo di fornire a tutti gli stakeholder una visione chiara, dettagliata e trasparente di strategie, progetti e risultati ottenuti nell’ottica di generare valore nel lungo periodo e riporta lo stato di avanzamento degli obiettivi definiti nel Piano di Sostenibilità 2020-2025.**

Rispetto alle precedenti edizioni, il Documento adotta un formato più sintetico e divulgativo, pensato per rendere le informazioni chiave sulla sostenibilità del Gruppo accessibili a un pubblico ampio e diversificato, che include stakeholder istituzionali, operatori del settore, clienti, fornitori, collaboratori e altri soggetti non specialisti interessati all’impegno di Esselunga nello sviluppo sostenibile.

Il Documento si compone di 5 capitoli. I primi 2 di natura più istituzionale che raccontano il percorso del Gruppo verso la sostenibilità e descrivono in modo trasversale le politiche e l’approccio definiti da Esselunga, mentre i successivi 3 corrispondono ai pilastri dell’attuale strategia di sostenibilità del Gruppo.

Questi ultimi contengono le tematiche su cui Esselunga ha deciso di focalizzare la sua attenzione, presentando gli specifici obiettivi da conseguire entro il 2025, i risultati ottenuti nel 2024 e le azioni/progetti messi in atto per raggiungerli.

In corrispondenza dei risultati ottenuti nel 2024 troverete, all’interno dei capitoli, i seguenti simboli:

 Obiettivo raggiunto

 **XX%** % di raggiungimento dell’obiettivo al 2024

 Obiettivo allineato alla strategia From Farm to Fork

Tale impostazione mira a offrire una panoramica chiara e immediata delle principali strategie, progettualità e risultati conseguiti dal Gruppo in ambito ambientale, sociale e di governance (ESG), facilitando la comprensione delle iniziative e del valore generato nel corso dell’anno. Inoltre, il Documento offre una lettura semplificata delle informative di sostenibilità presenti nel Bilancio Consolidato ed è redatto secondo i principi di rendicontazione European Sustainability Reporting Standards (ESRS), in conformità al D.lgs. 125/2024 che recepisce la Direttiva Europea 2022/2464/UE.

Le informazioni riportate nel Documento riflettono inoltre l’aggiornamento dell’analisi di doppia

rilevanza, ovvero il processo di identificazione e valutazione di impatti, rischi e opportunità legate alle tematiche di sostenibilità, svolto periodicamente con il coinvolgimento degli stakeholder più significativi di Esselunga. Tale aggiornamento, svolto nel corso del 2024, è stato effettuato in conformità agli Standard ESRS e alle linee guida EFRAG.

L'analisi ha confermato le tematiche ESG già individuate negli anni precedenti, integrando alcuni aspetti ritenuti rilevanti per il Gruppo. La descrizione dettagliata del processo, la lista di impatti, rischi e opportunità rilevanti, nonché le modalità di gestione adottate, sono disponibili nel Bilancio Consolidato.

Il perimetro delle informazioni coincide con quello del Bilancio Consolidato e comprende la Capogruppo Esselunga S.p.A. e le società controllate Atlantic S.r.l., Esserbella S.p.A., La Villata S.p.A. e Orofin S.p.A, con riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024.

L'identificazione del contributo di Esselunga al raggiungimento dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (Sustainable Development Goals

- SDGs) deriva da un'analisi di raccordo tra gli obiettivi al 2025 definiti nel Piano di Sostenibilità del Gruppo e i target degli SDGs, secondo le indicazioni del documento SDG Compass, elaborato dall'UN Global Compact e dal World Business Council for Sustainable Development - WBCSD).

Esselunga ha aderito al United Nations Global Compact (UNGC), riconoscendo la coerenza tra i dieci principi promossi dall'ONU, gli Obiettivi di Sviluppo sostenibile e i valori e le strategie del Gruppo. In tale contesto, il presente Documento costituisce uno strumento per comunicare a tutti gli stakeholder coinvolti le attività intraprese e i risultati raggiunti anche nell'implementazione dei dieci principi.

Per ulteriori informazioni dettagliate su obiettivi, indicatori e risultati conseguiti, si rimanda al Bilancio Consolidato 2024, disponibile sul sito [www.esselunga.it](http://www.esselunga.it).

Per commenti o suggerimenti relativi a questo Documento, è possibile inviare una richiesta all'indirizzo [csr@esselunga.it](mailto:csr@esselunga.it).



ESSELUNGA DI SEGRATE (MI)

# 1 Esse come la nostra Storia

Un futuro migliore, per tutti.  
È questa la nostra promessa e il nostro impegno di ogni giorno verso un domani più sostenibile.

Così come ci prendiamo cura della qualità e della sicurezza dei nostri prodotti, allo stesso modo ci prendiamo cura delle persone, dell'ambiente, della società, nell'affrontare le tante sfide locali e globali che riguardano il pianeta.

Lo facciamo attraverso azioni concrete, con passione e dedizione, consapevoli che ogni scelta e ogni passo di oggi è un gesto importante per costruire un domani più inclusivo, più equo e più responsabile.

# “SUPERMERCATO CON LA ESSE LUNGA”



FOTO STORICA ESTERNO NEGOZIO  
V.LE REGINA GIOVANNA, MILANO

Nel 1957, in viale Regina Giovanna a Milano, apre il primo supermercato moderno d'Italia: 500 mq, 1.600 articoli confezionati, un'esperienza d'acquisto completamente nuova.

È la nascita di **Supermarkets Italiani S.p.A.**, fondata da Bernardo e Guido Caprotti insieme ai fratelli Crespi e all'americano Nelson Rockefeller. In un'Italia in pieno boom economico, quel nuovo format conquista rapidamente i consumatori.

Fin dall'inizio l'Azienda ha fondato il proprio operato su principi fondamentali, con l'obiettivo di offrire un'esperienza d'acquisto unica, attraverso un assortimento di prodotti di eccellenza e di assoluta freschezza, a prezzi competitivi con servizi di altissima qualità. Valori che continuano a guidare l'attività ancora oggi.

Il logo, firmato dal celebre grafico Max Huber, contribuisce a rendere iconica la scritta “Supermarket”, presto ribattezzata affettuosamente dai clienti “**quelli con la esse lunga**”. Da lì, il nome **Esselunga**. Ad oggi l'Azienda è una delle principali realtà italiane della **Grande Distribuzione Organizzata**, con una rete di oltre 190 negozi nel Nord e Centro Italia. Con i suoi stabilimenti e centri di lavorazione, il Gruppo è diventato nel tempo una vera e propria **Food Company** impegnata nella realizzazione di prodotti alimentari all'interno dei suoi siti produttivi.

In un'ottica di continua evoluzione del business, al supermercato tradizionale prevalentemente alimentare, negli ultimi venti anni si sono affiancati il servizio e-commerce, i Bar Atlantic, le profumerie eb®, la parafarmacia, la pasticceria Elisenda e nuove tipologie di negozi come gli urban store laESSE, collocati in punti strategici delle città e perfetti per la spesa quotidiana.

Oltre al settore alimentare, il Gruppo opera anche in ambito immobiliare mediante la ricerca, la progettazione e la realizzazione di nuove iniziative, strumentali allo sviluppo commerciale.

## I NOSTRI VALORI PER COSTRUIRE UN FUTURO MIGLIORE

Ci impegniamo quotidianamente per **migliorare la qualità della vita dei nostri clienti**, offrendo loro un'esperienza di acquisto facile e piacevole, con prodotti di assoluta **eccellenza e freschezza e servizi di altissima qualità, ai prezzi più convenienti**, in negozi che rappresentano un *unicum* sul mercato e online. **Contribuiamo a costruire un futuro migliore.**



INTEGRITÀ



ECCELLENZA



APPARTENENZA



INNOVAZIONE



PASSIONE

ESSELUNGA®

Bar Atlantic



laESSE  
di ESSELUNGA

## DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA








Con oltre 29.000 collaboratori e un fatturato che supera i 9,4 miliardi di euro, Esselunga prosegue il suo percorso di crescita e innovazione, offrendo ogni giorno ai clienti **qualità, servizio e convenienza**, in un'esperienza d'acquisto sempre più completa e vicina alle persone.

**+29.000**  
collaboratori

**+9,4 mld**  
di fatturato

### LOMBARDIA

-  **117** NEGOZI
-  **1** CENTRO LAVORAZIONE CARNE
-  **1** STABILIMENTO PRODUTTIVO
-  **2** CENTRI DI DISTRIBUZIONE
-  **1** HEADQUARTER

### PIEMONTE

-  **18** NEGOZI
-  **1** CENTRO LAVORAZIONE PESCE
-  **1** CENTRO DI DISTRIBUZIONE

### LIGURIA

-  **4** NEGOZI

### TOSCANA

-  **29** NEGOZI
-  **1** CENTRO DI DISTRIBUZIONE
-  **1** SEDE OPERATIVA

### VENETO

-  **5** NEGOZI

### EMILIA-ROMAGNA

-  **14** NEGOZI
-  **1** STABILIMENTO PRODUTTIVO

### LAZIO

-  **5** NEGOZI

## APERTURE NEGOZI 2024

17 gennaio

### LOMBARDIA

EsselungaLab a Milano  
Innovation District (MIND)



13 maggio

### EMILIA-ROMAGNA

Esselunga  
di Ravenna (RA)

4 dicembre

### VENETO

Le Eccellenze di Esselunga  
a Cortina D'Ampezzo (BL)



5 dicembre

### LOMBARDIA

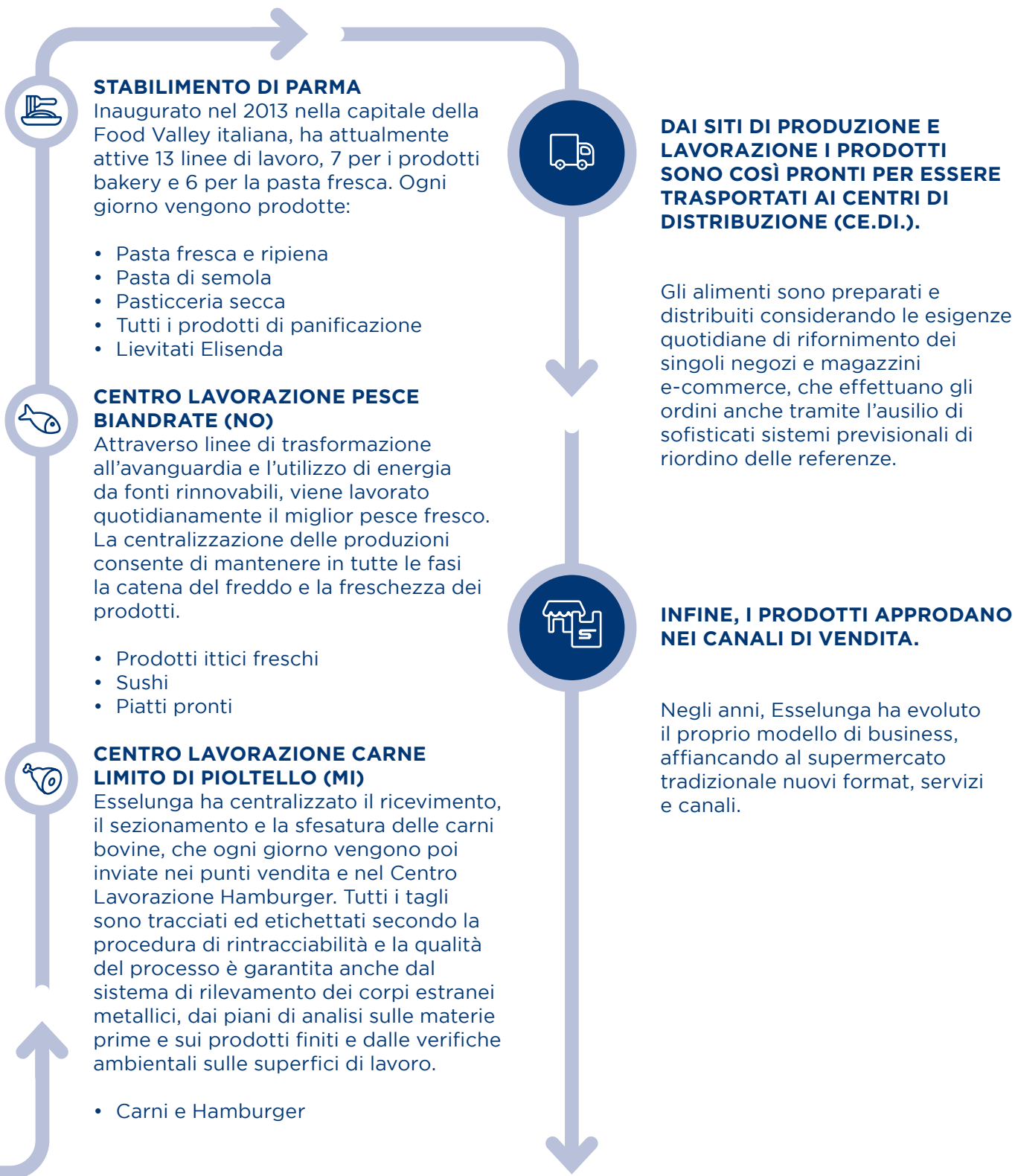
Esselunga  
di Treviglio (BG)

# IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS

Il modello di business di Esselunga si fonda su qualità, freschezza e convenienza, con l'obiettivo di offrire **un'esperienza d'acquisto eccellente** e sempre più vicina ai bisogni dei clienti. L'intera attività si sviluppa all'interno di una **solida catena del valore** che coinvolge fornitori, stabilimenti produttivi, centri

distributivi, canali di vendita fisici ed online, fino ad arrivare alle comunità locali. Ogni fase è pensata per garantire efficienza, responsabilità e attenzione al territorio, valorizzando le relazioni e costruendo un **ecosistema** che unisce servizio, innovazione e sostenibilità.





## CANALI DI VENDITA

177

Negozi

### ESSELUNGA®

Con propensione prevalentemente “**food**”, a cui sono state affiancate negli anni **altre merceologie non alimentari**, quali articoli di profumeria e beauty, giornali e libri, giocattoli, cancelleria, abbigliamento intimo e fiori. All'interno dei negozi sono presenti dei veri e propri **reparti di produzione e lavorazione**, come la gastronomia, i reparti di panificazione, di carne, le pescherie, le pasticcerie Elisenda e le parafarmacie.

### la ESSE di ESSELUNGA

12

Negozi

Format di prossimità che si compone di un **supermarket per gli acquisti quotidiani**, per una spesa semplice, vicina e fresca; di un **servizio locker**, per il ritiro della spesa effettuata online e di un **caffè con cucina a vista**, dove è possibile consumare pasti preparati al momento, provare i prodotti della pasticceria Elisenda e utilizzare spazi di co-working.

### Le eccellenze di ESSELUNGA®

2

Negozi

Propone una vasta **selezione di prodotti gastronomici e di pasticceria**, tra cui oltre 200 ricette di piatti pronti a marchio “Cucina Esselunga”, formaggi selezionati provenienti da diverse parti del mondo, salumi italiani, sushi, tartare, pokè e una **ricercata selezione di vini**, offrendo di anno in anno le novità assortimentali per ogni categoria della Gastronomia di Esselunga.





## ESSELUNGA® Lab

Nasce all'interno del **MIND Milano Innovation District**, edificio riconvertito a seguito dell'Expo 2015. Il nuovo spazio prevede la sperimentazione di un concetto innovativo di retail, mediante la coesistenza di un market, una caffetteria e un'offerta di ristorazione veloce integrata con la presenza del cobot "Alfred" situato al Piano Primo. Innovazione, sostenibilità e inclusione sono i cardini che hanno determinato la fase di progettazione.

L'attenzione alla sostenibilità è presente sia nella scelta degli arredi (banconi, tavoli e sedute in materiali riciclati e riciclabili), sia nelle soluzioni impiantistiche e gestionali (pannelli fotovoltaici in copertura e riduzione al minimo nell'uso della plastica). Di particolare importanza è stata la collaborazione con l'associazione "**Design for All**", con il coinvolgimento di clienti di diverse fasce di età ed esigenze, che hanno fornito idee e spunti per creare un ambiente con arredi, spazi e segnaletica fruibili da tutti.

1

Negozi



Negozi di **profumeria selettiva e servizi di bellezza** situati all'interno di alcune delle gallerie commerciali Esselunga in Lombardia, Piemonte, Emilia-Romagna, Liguria e Toscana. L'avventura di Esselunga nel settore beauty, nata nel 2022, costituisce ad oggi una storia di successo, che da oltre 20 anni si distingue per l'attenzione e l'impegno nell'offrire alla clientela prodotti e servizi di qualità. EsserBella nel 2019 ha rinnovato il proprio format, diventando un vero e proprio beauty center. Ad oggi sono 13 le profumerie di nuova concezione che offrono servizi skin, hair, nail, brow e make-up.

47

Profumerie eb®

## Bar Atlantic

Rappresentano oggi una realtà consolidata nel panorama della ristorazione e tra le prime in Italia nel settore. I Bar Atlantic offrono un **servizio di ristorazione completo**: prime colazioni, pranzi e aperitivi, con ricette a base di ingredienti selezionati che provengono direttamente dai supermercati Esselunga.

Gli spazi sono progettati per offrire un'esperienza accogliente e contemporanea, dove design e funzionalità si incontrano. I Bar Atlantic rappresentano oggi un punto di riferimento per chi cerca un servizio affidabile, un menù vario e una costante attenzione alla freschezza delle materie prime.

124

Bar Atlantic,  
di cui

7

con insegna  
laEsse





50  
province coperte

7  
regioni

Attivo dal 2001, copre 50 province e 7 regioni: Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna, Toscana, Piemonte, Liguria e Lazio. Si avvale di una triplice struttura di distribuzione, che comprende i **magazzini centrali dedicati** alla preparazione delle spese online, 6 nelle regioni del Nord Italia e 3 in Toscana, Lazio e Emilia-Romagna; i **negozi web**, ovvero apposite aree all'interno dei negozi tradizionali, utilizzate per la preparazione delle spese online, nei territori in cui non sono presenti i magazzini di riferimento e infine i **drive and lockers per il servizio "Clicca e Vai"**, attraverso il quale il cliente può ordinare la spesa online e ritirarla presso il negozio/locker selezionato.



2.500  
referenze

Nata nel 2023, è il nuovo servizio **e-commerce riservato al mondo del vino** e dei distillati di qualità, con la possibilità di ricevere gli ordini da tutta Italia e non solo nelle aree in cui Esselunga è presente con i propri negozi. Offre un assortimento di 2.500 referenze, con una grande selezione di etichette di vini italiani, esteri e distillati di oltre 500 aziende produttrici.

+500  
aziende  
produttrici  
selezionate

Sul sito dell'enoteca sono presenti informazioni e curiosità sui vitigni, la tipologia di terreno, le note di degustazione, la corretta temperatura di servizio e l'indicazione del calice migliore da utilizzare, per accompagnare l'esperienza del consumatore in diversi momenti, oltre a quello dell'acquisto. È stata creata una **filiera corta**, in cui ogni bottiglia, proveniente direttamente dai produttori, viene conservata in un magazzino a temperatura controllata e poi consegnata direttamente a casa del cliente.

Questa attività rafforza, ampliando notevolmente l'offerta disponibile, il servizio di **Enoteca con Sommelier** già presente in **108 punti vendita** da più di 30 anni.



## ESSELUNGA: UNA FOOD COMPANY DI ECCELLENZA

Esselunga è molto più di un'insegna della GDO: è una vera e propria Food Company che produce quotidianamente un'ampia varietà di alimenti freschi e confezionati, realizzati nei propri stabilimenti produttivi e centri di lavorazione. Grazie a una

filiera integrata, l'Azienda controlla direttamente la selezione degli ingredienti, i processi produttivi e la qualità finale, con attenzione alla freschezza, all'artigianalità e alla riduzione degli sprechi.

## IL VALORE DEI PRODOTTI A MARCHIO

La peculiarità di essere una Food Company rappresenta il tratto distintivo dell'Azienda, volta da sempre a soddisfare i bisogni dei suoi clienti, realizzando prodotti a marchio privato sia in ambito food sia non food. L'offerta dei prodotti a marchio annovera **4.583 referenze**<sup>1</sup> che coprono gran parte delle categorie merceologiche, tutte con un

denominatore comune: garantire sia la qualità sia la sicurezza alimentare dei prodotti.

Nel corso degli anni sono nati diversi marchi che, rispondendo alle specifiche aspettative ed esigenze dei consumatori, si sono adattati con successo alle evoluzioni delle abitudini e delle richieste dei clienti.

## I NOSTRI MARCHI

**ESSELUNGA**

Qualità e freschezza a prezzi competitivi



L'alta pasticceria di Esselunga

**ESSELUNGA**



In armonia con la natura

**ESSELUNGA**



Per un futuro sostenibile, a ridotto impatto ambientale

**ESSELUNGA**  
equilibrio

L'energia giusta per il tuo stile di vita



Fatto da noi per voi, come a casa

**ESSELUNGA**



La nostra filiera, la tua garanzia

**ESSELUNGA**  
SUSHI

Ogni giorno per te



L'eccellenza è servita

**ESSELUNGA**  
HAMBURGERIA

Pronto da cuocere



La linea di frutta al punto giusto di maturazione



Convenienza

1. La numerica articoli considera i codici articoli con un numero di pezzi venduti maggiore o uguale a 1.000.





ESSELUNGA DI VIA ADRIANO, MILANO

# 2 Esse come Sostenibilità

La sostenibilità è parte integrante della nostra cultura aziendale e del modello organizzativo di Esselunga.

Abbiamo un Piano ispirato all'Agenda 2030 delle Nazioni Unite che traduce le nostre strategie in obiettivi concreti, le idee in azioni e i valori in comportamenti da seguire.

Un'attenzione alla responsabilità che monitoriamo costantemente coinvolgendo il management, i nostri Ambassador della Sostenibilità e altre figure dedicate all'interno di ogni funzione aziendale, partecipando alle iniziative internazionali più rilevanti e costruendo un dialogo continuo con tutti i nostri stakeholder.

# LA NOSTRA GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ

Per favorire la progressiva integrazione delle tematiche di sostenibilità all'interno delle logiche di business, l'Azienda ha individuato ruoli e responsabilità all'interno della propria governance.

## STRUTTURA DI GOVERNANCE

### PRESIDENTE ESECUTIVO

Detiene la delega di tutte le attività di Corporate Social Responsibility, affidata dal Consiglio di Amministrazione del Gruppo nel 2019.

### COMITATO RISCHI E SOSTENIBILITÀ

Supporta il Consiglio di Amministrazione nell'analisi delle tematiche strategiche.

### DIREZIONE CORPORATE SUSTAINABILITY

Definisce e attua la Strategia, la Politica e il Piano di Sostenibilità e identifica gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti per l'Azienda.

### DIREZIONE AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

Predisporre la Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità necessaria per rispondere ai requisiti normativi vigenti.

### AMBASSADOR DELLA SOSTENIBILITÀ

Garantiscono un costante presidio e uno scambio di informazioni sulle tematiche di sostenibilità, in quanto appartenenti alle diverse Direzioni aziendali con cui la Direzione Corporate Sustainability opera sinergicamente.

## POLITICHE E MODELLO ORGANIZZATIVO INTEGRATO

### Politica di Sostenibilità

Definisce gli impegni e le linee strategiche per integrare la sostenibilità ambientale, sociale ed economica in Azienda.

### Codice Etico e di Comportamento

Sancisce i principi generali di integrità e trasparenza, definisce le regole di comportamento da seguire e promuove un ambiente di lavoro sano, inclusivo e orientato allo sviluppo personale e professionale delle persone.

### Codice di Condotta Fornitori

Stabilisce regole di comportamento per i fornitori a livello ambientale, sociale e di governance (ESG), affinché garantiscano condizioni di lavoro eque e sicure ed operino nel rispetto dell'ambiente, con integrità e trasparenza.

### Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001

Previene reati aziendali, definendo responsabilità, controlli e sanzioni interne.

## INIZIATIVE INTERNAZIONALI

L'impegno quotidiano verso la gestione dei propri impatti sociali e ambientali, e la promozione di stili di vita sani e responsabili, è rafforzato dalla partecipazione attiva ad iniziative internazionali, in linea con la strategia di sostenibilità e la promozione dei valori di rispetto, equità e trasparenza, quali:

#### WE SUPPORT



**Global Compact delle Nazioni Unite**, un'iniziativa globale per lo sviluppo sostenibile che si basa su dieci principi universali, relativi al rispetto dei diritti umani, al lavoro, all'ambiente e all'anticorruzione.



**Progetto europeo "Farm to Fork"**, una strategia che favorisce la transizione verso un sistema alimentare più equo, sano e sostenibile.

#### WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

**Women's Empowerment Principles (WEPs)**, un set di principi sviluppati da UN Women e dal Global Compact delle Nazioni Unite per valorizzare l'uguaglianza e la parità di genere nel mondo del lavoro e nelle comunità.

## LA SOSTENIBILITÀ IN NUMERI

~89%

dei contratti di lavoro  
a tempo indeterminato

45%

della forza lavoro  
composta da donne

~27

ore medie di formazione  
per dipendente

+4 mln

di pasti donati

+154 mln Euro

distribuiti tramite  
l'iniziativa Amici di Scuola  
e dello Sport a partire dal  
2015<sup>2</sup>

~200

associazioni ed enti  
no-profit beneficiari delle  
donazioni di Esselunga

~90%

dei prodotti a marchio  
Esselunga realizzati  
in Italia

78%

del cacao utilizzato per  
i prodotti a marchio  
Esselunga certificato  
equosolidale

82

impianti fotovoltaici  
per una potenza totale  
installata di 13.837 kWp

93%

confezioni dei prodotti  
a marchio Esselunga  
in materiale riciclato,  
riciclabile o compostabile

2. La raccolta dei fondi per il materiale sportivo distribuito a società e associazioni sportive dilettantistiche riconosciute dal CONI e dal CIP è stata aggiunta a partire dal 2023.



# LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Esselunga dà concretezza ai propri impegni di sostenibilità attraverso un Piano strutturato che traduce la Politica in obiettivi chiari e misurabili. Il **Piano di Sostenibilità 2020-2025**, ispirato agli Obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU, guida le azioni ESG (Environmental, Social, Governance) dell'Azienda, contribuendo attivamente a 11 dei 17 SDGs (Sustainable Development Goals).

Nel 2024, il Gruppo ha continuato a monitorare i progressi grazie al coinvolgimento del management e degli Ambassador della Sostenibilità.

In particolare, l'Azienda ha identificato le linee di indirizzo per favorire l'integrazione della sostenibilità nella strategia e nell'operatività aziendale, definendo tre aree prioritarie, come riportato qui di seguito:

## PRIORITÀ DI SOSTENIBILITÀ

### SDGs

### AREA TEMATICA

## LA PERSONA E LA COLLETTIVITÀ



SUPPORTARE LE PERSONE NELLA FORMAZIONE E NELLO SVILUPPO DI CARRIERA

INCENTIVARE IL BENESSERE DELLE PERSONE CHE LAVORANO NELL'ORGANIZZAZIONE

FAVORIRE LA DIVERSITÀ E L'INCLUSIONE

RESTITUIRE VALORE ALLE COMUNITÀ LOCALI

PROMUOVERE SANI E CORRETTI STILI DI VITA

## IL NOSTRO MESTIERE



GARANTIRE LA SICUREZZA ALIMENTARE

ASSICURARE UNA COMUNICAZIONE TRASPARENTE

PROMUOVERE L'ECCELLENZA E L'INNOVAZIONE

GESTIRE UNA FILIERA RESPONSABILE

TUTELARE IL BENESSERE ANIMALE

## IL PIANETA



COMBATTERE IL CLIMATE CHANGE

GESTIRE GLI SPRECHI ALIMENTARI

FAVORIRE UN PACKAGING CIRCOLARE

SALVAGUARDARE LA BIODIVERSITÀ

In vista dell'aggiornamento previsto nel 2025, il Gruppo consolida il percorso di miglioramento intrapreso, estendendo il proprio impegno su nuove tematiche emerse dall'ultima Analisi di Doppia Rilevanza.



## COME INDIVIDUARE LE TEMATICHE ESG PIÙ SIGNIFICATIVE?

Grazie al coinvolgimento delle principali Direzioni aziendali, nel 2024 Esselunga ha aggiornato l'**analisi di doppia rilevanza**, ovvero il processo di individuazione e valutazione di impatti, rischi e opportunità legati a questioni di sostenibilità. L'attività ha confermato le tematiche già individuate negli anni precedenti e ha portato all'integrazione di alcuni aspetti ESG ritenuti rilevanti per Esselunga<sup>3</sup>. L'analisi è stata svolta in conformità agli *European Sustainability Reporting Standards* (ESRS) previsti dalla *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD) e alle linee guida EFRAG, ed è stata validata anche attraverso interviste one-to-one con esperti esterni rappresentanti del mondo accademico, finanziario e non profit. La descrizione del processo, la lista di impatti, rischi e opportunità rilevanti, nonché le relative modalità di gestione sono disponibili nel **Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2024 del Gruppo Esselunga**.

3. Per le nuove tematiche emerse come materiali a seguito dell'analisi di rilevanza e non trattate negli obiettivi fissati all'interno del Piano di sostenibilità 2020-2025, il Gruppo si impegna a definire specifici obiettivi durante la revisione della strategia di sostenibilità nel 2026.

# IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Nel perseguire le proprie strategie e nella gestione delle attività operative, Esselunga interagisce quotidianamente con diverse categorie di stakeholder in un dialogo fondamentale per crescere, rispettare i propri impegni e adattarsi alle evoluzioni del contesto. In particolare, il business dell'Azienda comporta il contatto diretto con più attori della catena del valore, dei quali è essenziale conoscere le aspettative. Il Gruppo ha dunque identificato come principali

**categorie di stakeholder** i Dipendenti, i Clienti, i Fornitori, l'Ambiente, la Comunità, la Pubblica Amministrazione, i Sindacati e le Associazioni di categoria e i Bondholder.

Per garantire un dialogo continuo e trasparente, promuovendo la creazione di valore condiviso, Esselunga ha individuato canali e modalità di coinvolgimento differenti, come riportato di seguito.



## STAKEHOLDER

## MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO

**DIPENDENTI**

- Campagna di comunicazione del Codice Etico e di Comportamento
- Attività del Comitato Paritetico Welfare
- Sportello di ascolto antiviolenza con Fondazione Libellula
- Survey online
- Coinvolgimento in materia di sostenibilità per l'analisi di rilevanza

**FORNITORI**

- Incontri individuali tra i fornitori e stakeholder interni per la creazione di nuovi prodotti a marchio
- Interviste in occasione degli audit ESG
- Multistakeholder forum con rappresentanti di aziende fornitrici esperti in materia di sostenibilità per la validazione dell'analisi di rilevanza

**COMUNITÀ E TERRITORIO**

- Supporto a iniziative sociali
- Collaborazioni con enti no profit
- Rapporti e collaborazione attiva con scuole e università del territorio
- Valutazione richieste delle comunità locali e partnership per progetti
- Multistakeholder forum con rappresentanti di associazioni senza scopo di lucro, mondo accademico e enti appartenenti al mondo della sostenibilità per la validazione dell'analisi di rilevanza

**BONDHOLDER**

- Validazione analisi di rilevanza con rappresentanti esperti di sostenibilità

**SINDACATI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA**

- Confronti con HR, HSE e Rapporti con Associazioni di Categoria
- Multistakeholder forum con rappresentante di un'associazione di categoria per la validazione dell'analisi di rilevanza

**PUBBLICA AMMINISTRAZIONE**

- Confronto periodico tra i rappresentanti della PA, il vertice aziendale e il management in base alle varie specializzazioni e competenze
- Procedure MOGC ex D.Lgs. 231/01

**CLIENTI**

- Sistema strutturato di Customer Relationship Management (CRM) e Servizio Clienti
- 32 indagini di mercato a circa 1 milione di Clienti (es. soddisfazione generale dei clienti, percezione del brand)
- Misurazione della brand reputation tramite la società RepTrak
- Survey online ai clienti Fiday



# 3 La Persona e la Collettività

**Abbiamo a cuore le persone e le comunità in cui siamo presenti.**

Verso un futuro più sostenibile, ci prendiamo cura delle persone, a partire da quelle a noi più vicine.

Anno dopo anno, cresce il numero dei collaboratori e aumentano le iniziative per offrire a ognuno un futuro di sicurezza, tutela e benessere.

Promuoviamo i valori di diversità e inclusione, attraverso attività di formazione che valorizzano le competenze e lo sviluppo individuale, e programmi innovativi per la ricerca di nuovi talenti.

Un impegno che si estende a tutta la collettività per restituire valore al territorio in cui viviamo.

# L'INGREDIENTE PER NOI PIÙ PREZIOSO: LE NOSTRE PERSONE

In linea con le Politiche di Gruppo, l'Azienda promuove un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo ed equo, dove ogni persona possa sentirsi rispettata, valorizzata e messa nelle condizioni di crescere. Esselunga crede che la diversità rappresenti un valore fondamentale e lavora per riconoscerla e sostenerla, favorendo percorsi di sviluppo professionale che riflettano il potenziale di ciascuno.

Nel 2024 il Gruppo ha compiuto significativi progressi verso il raggiungimento dei propri obiettivi strategici in ambito formazione, welfare e inclusione.

L'impegno dell'Azienda ha portato al superamento del target formativo previsto per il 2025 e in ambito welfare sono stati mantenuti standard elevati nella tutela della salute e promossi strumenti concreti per il benessere psico-fisico delle persone.

Sul fronte della diversità e inclusione, le attività formative e i dati sulla rappresentanza femminile dimostrano un avanzamento costante. Un percorso virtuoso che conferma l'attenzione concreta e continuativa di Esselunga per le proprie persone.

Esselunga si adopera costantemente per il benessere di tutte le persone con cui interagisce ogni giorno, con l'obiettivo di creare un contesto lavorativo che le valorizzi, ne promuova la crescita e ne riconosca il contributo quotidiano. Il Gruppo adotta un modello di gestione fondato su principi etici solidi e su un impegno concreto verso il miglioramento continuo.

L'Azienda inoltre mira a garantire condizioni di lavoro responsabili e a rafforzare una cultura basata su rispetto, trasparenza e tutela attraverso **politiche e strumenti specifici**, tra cui:

- **Sistema di Gestione Integrato per la Salute e la Sicurezza sul Lavoro**

conforme alla norma internazionale UNI EN ISO 45001:2023 (UNI ISO 45001:2018 nel 2023) definisce standard elevati per la salute e sicurezza sul lavoro e mira a prevenire rischi e incidenti.

- **Policy contro molestie, comportamenti sessualmente inappropriati e bullismo**

introdotta nel 2024, al fine di rafforzare la cultura del rispetto e della dignità all'interno dell'Azienda in modo che le persone possano esprimere la loro unicità, essendo sé stessi e sviluppando le loro capacità come parte di una grande squadra, in un contesto lavorativo ispirato al rispetto della parità di trattamento e pari dignità.





## SUPPORTARE LE PERSONE NELLA FORMAZIONE E NELLO SVILUPPO DI CARRIERA

### OBIETTIVI 2020-2025



Erogare **+620.000 ore** di formazione all'anno, di cui:

**+5.000 ore** di formazione dedicate ai programmi talent

**+250.000 ore** di formazione dedicate alla Scuola dei Mestieri

### RISULTATI 2024



**796.435 ore** di formazione annuali (~27 ore per dipendente), di cui:

**80%**

**+4.000 ore** dedicate ai programmi talent



**+324.000 ore** dedicate alla Scuola dei Mestieri

## LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

### SELEZIONE DEI NUOVI TALENTI

Nel 2024 Esselunga ha potenziato il recruiting con **Job Posting Interno**, che mira a valorizzare il potenziale delle persone dell'Azienda, un **Referral Program** pilota, che permette a tutto il personale del Gruppo di invitare i propri conoscenti a candidarsi, e attività di reclutamento per **candidati Fuori Zona**, effettuate sia on-line che in presenza e seguite da una Relocation Policy dedicata in caso di assunzione. Inoltre, ha **organizzato eventi**,

**collaborato con istituti formativi e rilanciato la strategia di advertising** online per migliorare la selezione e l'inclusione.

Per raggiungere il maggior numero di candidati, ha adottato una strategia omnicanale, combinando iniziative digitali e job day in presenza in diverse località, anche in modalità "open day" per facilitare l'accesso a persone con differenti background.



## FORMAZIONE PROFESSIONALE

Esselunga considera la formazione e l'aggiornamento delle competenze come risorse fondamentali per il successo e la competitività del Gruppo, e per questo offre percorsi strutturati e strumenti innovativi per favorire la crescita delle persone. Oltre alla formazione obbligatoria, attraverso il **Learning Center** e la **Scuola dei Mestieri**, l'Azienda si pone l'obiettivo di sviluppare competenze manageriali, trasversali, specialistiche e professionali. Nello specifico, la Scuola dei Mestieri è rivolta al personale impiegato nella rete vendita e rappresenta il fiore all'occhiello della formazione aziendale in quanto fornisce le competenze tecniche necessarie a garantire l'eccellenza che da sempre contraddistingue Esselunga. In aggiunta, vengono proposte iniziative come **My Learning Plus**, la piattaforma volta all'auto-apprendimento di *soft skills*. In particolare, nel 2024, l'Azienda ha promosso diverse attività formative, quali:

- **Approccio Lean**

Esselunga ha avviato un **percorso formativo** sul *lean manufacturing* e *lean thinking* per il personale delle Produzioni di Parma e Limito. L'iniziativa proseguirà nel 2025, con focus su performance e problem-solving, ed estensione ad altre figure per uniformare le competenze nei processi produttivi.

- **Iniziativa "Una relazione di bellezza"**

Il progetto, specifico del mondo dei Beauty Store del gruppo Esselunga, è stato lanciato con l'obiettivo di mappare le *best practices* esistenti e **individuare i comportamenti più efficaci per fidelizzare il cliente eb\*** in una relazione positiva che sviluppi e valorizzi anche le competenze e il coinvolgimento delle collaboratrici. A partire dal 2025 il modello verrà condiviso all'intera popolazione eb® e verranno erogati corsi formativi destinati a tutte le responsabili dei negozi eb®.



- My Learning Plus

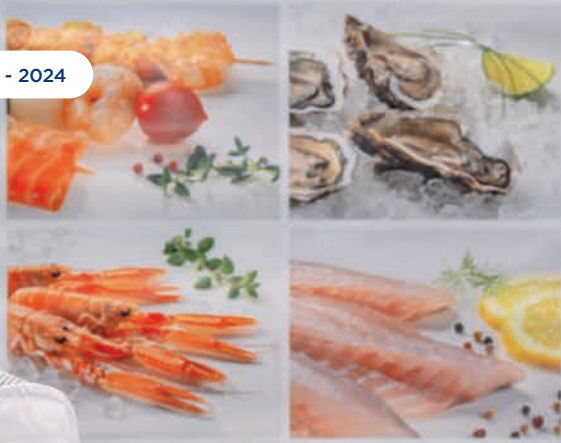
Esselunga ha arricchito la **piattaforma di autoapprendimento My Learning Plus** introducendo nuove logiche di *gamification*. Ogni attività svolta consente di accumulare punti e scalare una classifica interna, favorendo l'apprendimento continuo in modo coinvolgente. La piattaforma, lanciata nel 2019, offre percorsi su *soft skills*, *digital skills* e tematiche retail. I primi 10 classificati ricevono premi come tessere prepagate Esselunga o gadget della linea Esselove, incentivando così la partecipazione attiva e la crescita professionale all'interno dell'organizzazione.

## SVILUPPO DI CARRIERA

Il Gruppo, in continuità con gli anni passati e credendo nella diffusione della cultura del feedback come valore per le Persone, ha curato il lancio della **campagna di performance management** che ha visto coinvolti oltre 5.000 dipendenti tra responsabili e collaboratori. Il confronto permette di riflettere su possibili successori di posizioni chiave, eventuali fabbisogni formativi e di sviluppo dedicati, in un dialogo continuo a supporto dei percorsi di crescita individuale e di valorizzazione del capitale umano.

**+5.000**  
Dipendenti

COINVOLTI NELLA CAMPAGNA  
DI PERFORMANCE MANAGEMENT



DISPONIBILE TUTTI  
GIORNI DELL'ANNO





## INCENTIVARE IL BENESSERE DELLE PERSONE CHE LAVORANO NELL'ORGANIZZAZIONE

### OBIETTIVI 2020-2025



#### Mantenere e migliorare i sistemi di gestione

in atto per garantire la salute e la sicurezza dei dipendenti

Estendere a tutti i colleghi **servizi e strumenti di benessere** mentale, fisico e nutrizionale insieme ad un palinsesto di appuntamenti periodici che alleni e mantenga le buone abitudini<sup>4</sup>

### RISULTATI 2024



In continuità con gli anni precedenti, l'**obiettivo è stato soddisfatto**. L'Azienda si impegna a rinnovare annualmente la certificazione UNI EN ISO 45001:2023 (UNI ISO 45001:2018 nel 2023).



**L'obiettivo è stato raggiunto nel 2023**. Esselunga nel 2024 continua a raccogliere i feedback dai dipendenti rispetto alla soddisfazione del servizio e osserva il tasso di utilizzo, così da perfezionare ulteriormente l'offerta in questo ambito.

**100%** dei dipendenti hanno avuto accesso a servizi e strumenti di benessere mentale, fisico e nutrizionale.

4. Nuovo obiettivo inserito nel Piano nel 2022, da raggiungere entro il 2025.

## LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

### DIALOGO SOCIALE E BENESSERE DEI DIPENDENTI

Esselunga tutela il **dialogo sociale e la libertà sindacale**, con una storica contrattazione integrativa aziendale e accordi che migliorano le condizioni di lavoro, come la regolamentazione favorevole delle prestazioni festive e un sistema welfare articolato. Dal 2019 è attivo il **Comitato Paritetico Welfare**, organo che vede la partecipazione di Esselunga e delle organizzazioni sindacali e ha lo scopo di identificare soluzioni agevolative di benessere e conciliazione dei tempi vita-lavoro.

A partire dal 2020 è stato istituito il **Fondo Ferie Solidali** che, secondo un principio di solidarietà collettiva, offre ai dipendenti che hanno già fruito tutte le ferie e i permessi, di assentarsi dal lavoro, utilizzando giornate di ferie solidali, per sé stessi, in particolari condizioni di salute, o per l'assistenza a figli, coniuge, convivente di fatto o altra parte dell'unione civile, conviventi che per le particolari condizioni di salute necessitano di cure costanti, oltre per casi speciali sottoposti al Comitato Paritetico Welfare.

Il Gruppo promuove diverse iniziative volte a sensibilizzare i dipendenti sulla propria salute fisica e psicologica. In particolare, è stata offerta la possibilità al personale della sede di Limoto di Pioltello di svolgere visite specialistiche dedicate alla prevenzione dei tumori presso lo **Spazio Mobile di LILT** ed è proseguita la collaborazione con **Mindwork**, il **servizio di e-counselling psicologico** accessibile a tutte le persone che lavorano in Azienda, che sottolinea l'impegno di Esselunga nel dare priorità alla salute mentale.

La piattaforma, che garantisce la massima sicurezza grazie a videochiamate criptate, consente ai dipendenti di accedere a un primo ciclo di tre colloqui gratuiti e, nel 2024, grazie all'iniziativa "Persona Preferita", è stata anche data la possibilità ai dipendenti di donare i propri colloqui gratuiti a un familiare, esclusi i figli minorenni.





## PROMOZIONE DI UNA CULTURA DI SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Esselunga ha definito una solida governance della salute e sicurezza sul lavoro, adottando volontariamente un Sistema di Gestione conforme alla norma UNI EN ISO 45001:2023. Tale approccio consente di presidiare con rigore processi, responsabilità e risorse, garantendo una gestione strutturata e continuativa della tutela dei lavoratori.

Nel 2024 sono continuate le iniziative per la salute e la sicurezza dei dipendenti: la sede di Limito di Pioltello è stata premiata per l'impegno nello sviluppo di un **ambiente di lavoro improntato al benessere** e questo sforzo è stato esteso con diverse misure a tutte le sue sedi. È proseguito il **progetto Defibrillatori Automatici Esterni (DAE)**, con l'installazione di defibrillatori in tutti i negozi e le sedi e con la formazione di 1.052 dipendenti all'uso di questi dispositivi tramite corsi base e aggiornamenti di primo soccorso.

Tra i rischi specifici del settore, si evidenzia la movimentazione manuale dei carichi (MMC) che viene costantemente monitorata e, per migliorarne l'ergonomia, Esselunga ha introdotto in fase di test in 13 negozi gli **esoscheletri**, ausili automatici per rendere più semplici e meno faticose le attività di sollevamento e movimentazione dei carichi.

**1.052**  
Dipendenti

FORMATI ALL'USO  
DEL DEFRIBILLATORE

**13**  
Negozi

IN CUI È STATO AVVIATO  
IL PROGETTO ESOSCHELETRI



## FAVORIRE LA DIVERSITÀ E L'INCLUSIONE

### OBIETTIVI 2020-2025<sup>5</sup>

Coinvolgere **+90%** degli Executive e dei Manager<sup>6</sup> in attività formative sui *Bias* Cognitivi

Garantire che il **30%** delle posizioni Executive e Manager<sup>7</sup> nelle funzioni corporate siano ricoperte da leadership al femminile

Garantire che il **30%** delle posizioni Manager e Senior Professional<sup>8</sup> nelle funzioni di rete siano ricoperte da leadership al femminile

### RISULTATI 2024

**-82%** Il **73,5%** di Executive e Manager sono stati coinvolti, vs il 21% nel 2023

**-68%** Il **20,5%** delle posizioni Executive e Manager nelle funzioni corporate sono ricoperte da donne, vs il 18,6% del 2023

**-57%** Il **17%** delle posizioni Manager e Senior Professional nelle funzioni di rete sono ricoperte da donne, vs il 15% del 2023

5. Nuovi obiettivi inseriti nel Piano nel 2022, da raggiungere entro il 2025.

6. Per posizioni Executive e Manager si intendono rispettivamente i Dirigenti e i Quadri aziendali.

7. In riferimento alle funzioni corporate, per posizioni Executive e Manager si intendono rispettivamente i Dirigenti e i Quadri aziendali.

8. In riferimento alle funzioni di rete, per posizioni Manager e Senior Professional si intendono le persone della Rete ispettiva e i Responsabili dei negozi, dei bar, delle profumerie e delle parafarmacie.

# 254

Persone

COINVOLTE IN WEBINAR  
SUI TEMI DI DIVERSITÀ  
E INCLUSIONE

## LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

### INCLUSIONE, LAVORO ED EQUITÀ

Nel 2024, Esselunga ha rinnovato il proprio impegno nella prevenzione della violenza e della discriminazione di genere, sostenendo con Fondazione Libellula lo **Sportello L.E.I.** (Lavoro, Equità, Inclusion), primo sportello nazionale di ascolto e orientamento per donne vittime di violenza di genere. Inoltre, l'Azienda ha erogato webinar aperti a tutto il personale sui temi di diversità e inclusione, a cui hanno partecipato 254 persone, e ha promosso il percorso formativo "Ambassador per il cambiamento", volto a formare figure di riferimento contro la violenza sulle donne.

Inoltre, sempre nel 2024 sono state sviluppate **iniziative di D&I specifiche per i Bar Atlantic**, tra cui l'attivazione di tirocini extra-curricolari destinati al reinserimento lavorativo di donne vittime di violenza e la creazione di un manuale operativo accessibile per persone con sindrome di Down, che verrà ultimato nel 2025. Il Gruppo ha collaborato anche con WorkAut srl, società Benefit che con PizzAut Onlus gestisce i **ristoranti PizzAut** dove lavorano ragazzi e ragazze nello spettro autistico per la realizzazione di prodotti commercializzati nei punti vendita Esselunga e di altre catene, con lo scopo di promuoverne il lavoro e sensibilizzare la grande distribuzione e la comunità sul tema dell'inclusione sociale.





## FORMAZIONE SUI *BIAS* INCONSCI, SULL'*AGE MANAGEMENT* E SULLA COMUNICAZIONE INCLUSIVA

L'Azienda continua a promuovere una cultura inclusiva con programmi formativi rivolti a varie figure aziendali. Nel biennio 2023-2024, 223 Manager Aziendali hanno partecipato alla campagna formativa su **Leadership e Bias Cognitivi**, con l'obiettivo di fornire gli strumenti per riconoscere e identificare i principali *bias* inconsci che più direttamente incidono nell'esercizio della propria leadership. Contestualmente è stata avviata la campagna "**Generazioni a confronto**" sull'*Age Management* per valorizzare le differenze generazionali, in ottica di valorizzazione e inclusione dei diversi punti di vista e livelli di esperienza.

Inoltre, nel 2024 è iniziata la formazione sulla **Comunicazione Inclusiva** per i Capi Reparto e gli Assistenti dei negozi, volta a una maggiore attenzione e sensibilità sull'utilizzo delle parole come "ponte" verso gli altri, per comprendere il contesto di riferimento e instaurando un rapporto interpersonale rispettoso e valorizzante per tutti gli interlocutori. Infine, in continuità con un programma di formazione già avviato, sono state coinvolte in aula tutte le responsabili di genere femminile dei Bar Atlantic in un intervento sull'**Empowerment al femminile**, con l'obiettivo di incentivare l'interesse verso i percorsi di carriera interna scardinando i *bias* di genere e avviando una riflessione su cosa significhi oggi essere donna nel mondo del lavoro.

# 223 Manager

COINVOLTI NEL  
PERCORSO  
FORMATIVO SU  
LEADERSHIP E *BIAS*  
COGNITIVI

# L'INGREDIENTE PER NOI PIÙ PREZIOSO: LE COMUNITÀ IN CUI OPERIAMO

Esselunga è un'azienda fortemente radicata nel territorio e vicina alle persone. Da sempre sostiene le comunità dei territori in cui è presente, attraverso iniziative solidali, sostegno alla ricerca, promozione dello sport, della cultura e dell'educazione delle nuove generazioni.

L'Azienda ha organizzato nell'anno molteplici attività, facendosi promotrice anche attraverso il sostegno dei clienti e dei fornitori, di diverse iniziative che generano valore reale per il territorio. Il Gruppo crede nell'importanza di uno stile di vita sano ed equilibrato, contribuendo ad offrire ai clienti le conoscenze e gli strumenti necessari per prendersi cura del proprio benessere.

I risultati ottenuti nel 2024 dall'Azienda rispettano gli obiettivi prefissati per il 2025, a testimonianza di un'azione continuativa e tangibile che ha permesso di donare milioni di pasti, sostenere la ricerca scientifica e supportare scuole e famiglie.

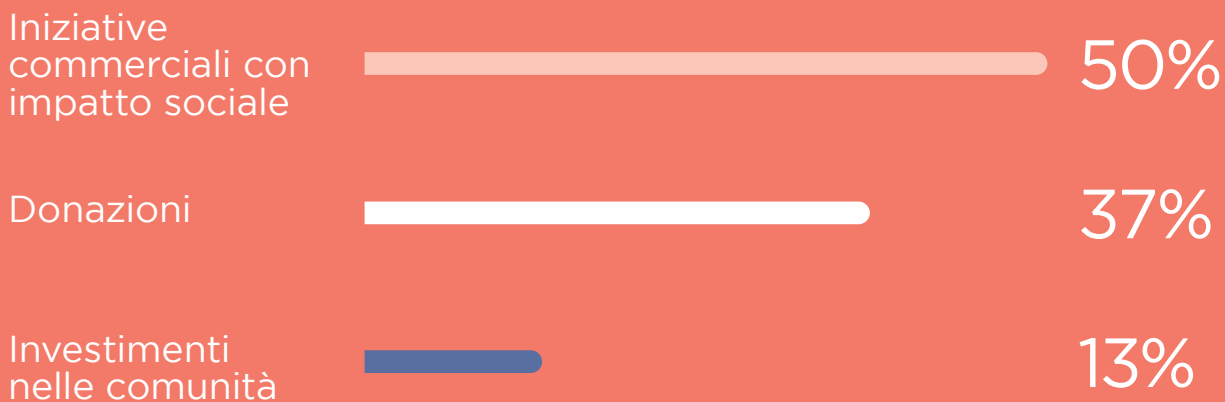
## DISTRIBUZIONE DELLE RISORSE DONATE PER TIPOLOGIA DI CONTRIBUTO



DISTRIBUZIONE DELLE RISORSE DONATE PER AMBITO DI INTERVENTO



DISTRIBUZIONE DELLE RISORSE DONATE PER TIPOLOGIA DI INIZIATIVA





## RESTITUIRE VALORE ALLE COMUNITÀ LOCALI

### OBIETTIVI 2020-2025

Costante supporto al territorio tramite donazioni destinate a promuovere la crescita, l'educazione e il benessere delle comunità locali  
(**+2 mln Euro**)

Donare **~4.000.000** di pasti, con un incremento del 70% rispetto al 2018

Costante supporto alle organizzazioni impegnate nella ricerca scientifica e in progetti di solidarietà tramite donazioni (**+1 mln Euro**)

Distribuire alle scuole **+100 mln Euro** in materiale scolastico attraverso l'iniziativa Amici di Scuola

### RISULTATI 2024

✓ **+8 mln Euro**  
in donazioni destinate a promuovere la crescita, l'educazione e il benessere delle comunità locali nel 2024

✓ **4.226.552<sup>9</sup>**  
pasti donati nel 2024

✓ **+1 mln Euro**  
donati a supporto delle organizzazioni impegnate nella ricerca scientifica e in progetti di solidarietà

✓ **+101 mln Euro**  
distribuiti in materiale scolastico dal 2018 (Sommatoria del valore in euro del materiale scolastico distribuito a partire dal 2018)

9. Si sottolinea che il dato si discosta da quello pubblicato all'interno del Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2024 del Gruppo Esselunga in quanto sono stati sommati anche i valori relativi alle donazioni di pane.

**+2.100**  
Tonnellate

DI CIBO DONATO  
NEL 2024

## LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

### DONAZIONI ALIMENTARI

Nel 2024 Esselunga, insieme ai propri fornitori, ha donato oltre 2.100 tonnellate di cibo, più di 4 milioni di pasti e ha effettuato donazioni volontarie a diverse associazioni ed enti non-profit.

Il Gruppo dona alla **Onlus Pane Quotidiano** oltre 100.000 kg di pane fresco all'anno e collabora con la **Fondazione Banco Alimentare**, da oltre 20 anni, per devolvere in modo sistematico e sicuro le eccedenze ai più bisognosi.

Insieme a Banco Alimentare, l'Azienda si è impegnata nella **formazione di volontari**, che insieme alla Direzione Assicurazione Qualità visitano periodicamente le strutture caritative beneficiarie degli alimenti per individuare eventuali anomalie e per fornire un servizio ottimale agli assistiti.

Dal 2019 la collaborazione con Banco Alimentare si è estesa anche al progetto **Hub di Quartiere**, organizzazioni dotate di celle, furgoni refrigerati e di un sistema qualità, in grado di raccogliere i prodotti alimentari e redistribuirli direttamente alle persone bisognose o ad altre strutture.





ISTITUTO COMPRENSIVO STATALE DI VIA ALDO MORO, CERNUSCO SUL NAVIGLIO (MI)

## SOLIDARIETÀ

Oltre alle donazioni alimentari, il Gruppo è impegnato in progetti di solidarietà che vanno incontro alle esigenze della collettività sostenendo enti no-profit e attività volte a migliorare la vita delle persone e delle comunità in cui opera, come ad esempio, il sostegno per il terzo anno consecutivo a **Fondazione La Comune** per il progetto **Fiori all'occhiello**, attività imprenditoriale nell'ambito della cura del verde, volta a incoraggiare la crescita professionale e la socializzazione dei ragazzi che vivono nelle strutture della Fondazione.

A partire dal 2023, Esselunga ha offerto supporto alla **Fondazione Gaslini Insieme** e ha contribuito, in qualità di socio sostenitore, al progetto Accoglienza per le famiglie dei bambini ricoverati.

**Amici di Scuola e dello Sport** è un'ulteriore iniziativa orientata a supportare l'educazione e l'istruzione con l'obiettivo di raccogliere buoni con cui ottenere attrezzature informatiche, materiale didattico e altre risorse utili per il miglioramento dell'offerta educativa.

**+680.000**  
Euro raccolti

CON COLLABORAZIONE  
TELETHON NEL 2024

## SOSTEGNO ALLA RICERCA SCIENTIFICA

Esselunga ha proseguito il proprio impegno per sostenere il mondo della ricerca scientifica, contribuendo allo sviluppo di nuove soluzioni e tecnologie che possano avere un impatto positivo sulla salute e sul benessere delle persone, come la **collaborazione con Telethon**, volta alla sensibilizzazione e alla raccolta fondi promossa nei negozi e finalizzata alla ricerca sulle malattie genetiche rare, tramite la quale nel 2024 sono stati raccolti oltre 680.000 euro.

Il Gruppo sostiene anche la Lega Italiana per la **Lotta contro i Tumori (LILT)** attraverso diverse iniziative, come la corsa di beneficenza Pigjama Run, che ha l'obiettivo di raccogliere fondi a favore degli ospedali pediatrici oncologici, e il progetto dispenser sulla prevenzione dei tumori della pelle con l'erogazione di crema solare a marchio.

## ARTE, CULTURA E RIQUALIFICAZIONE URBANA

Esselunga riconosce il valore della cultura come motore di crescita e coesione sociale e si impegna a promuovere il patrimonio artistico e culturale italiano. Lo fa supportando iniziative di rilievo, tra cui il sostegno all'Accademia del Teatro alla Scala, per formare nuovi talenti nel mondo dello spettacolo, e altre attività all'interno di una più ampia collaborazione con **Teatro alla Scala di Milano** in qualità di fondatore permanente.

È anche partner del **Salone Internazionale del Libro di Torino**, di cui sponsorizza la Sala Olimpica, dedicata a raccontare il legame tra sport, letteratura e valori educativi.

Attraverso queste collaborazioni, l'Azienda contribuisce a rendere la cultura accessibile e inclusiva, favorendo lo sviluppo delle nuove generazioni e la diffusione della conoscenza.





## PROMUOVERE SANI E CORRETTI STILI DI VITA

### OBIETTIVI 2020-2025

Portare avanti almeno **2 progetti di comunicazione** all'anno che mirino a promuovere sani e corretti stili di vita<sup>10</sup>



Incremento di **+30%** del volume dei prodotti venduti delle linee Equilibrio e BIO

### RISULTATI 2024



**3 progetti di comunicazione** realizzati nel 2024 che mirano a promuovere sani e corretti stili di vita



Incremento dell'**8%** del volume dei prodotti venduti delle linee Equilibrio e BIO rispetto al 2018

## LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

### PROMOZIONE DI STILI DI VITA SANI

Nel 2024, Esselunga ha rafforzato il proprio impegno per la promozione della salute e del benessere collettivo. Ha partecipato a iniziative educative come il progetto regionale per ridurre il sale nel pane "**Con meno sale nel pane c'è più gusto... e guadagni in salute**" e ha sostenuto attività rivolte ai più giovani, tra cui la distribuzione di frutta nelle scuole, il programma "**Stai Sano**" in collaborazione

con l'Università di Milano e l'iniziativa **Madegus - I Maestri del Gusto**, che insegna ai bambini l'importanza di una dieta equilibrata e sostenibile. Inoltre, ha promosso i valori dello sport diventando **partner dei Giochi Olimpici e Paralimpici di Milano Cortina 2026 e delle Nazionali italiane di calcio**, riconoscendo nello sport uno strumento fondamentale di crescita e inclusione.

10. Nuovo obiettivo inserito nel Piano nel 2022, da raggiungere entro il 2025.

**ESSELUNGA**  
**S**

**MA  
DE  
GUS** MAESTRI  
DEL  
GUSTO.

## PIRAMIDE ALIMENTARE





# 4 Il nostro Mestiere

Abbiamo a cuore la qualità  
del nostro lavoro

Lavoriamo ogni giorno per costruire un sistema alimentare coerente con i nostri valori di trasparenza, responsabilità, attenzione alle persone, agli animali e all'ambiente.

Un impegno che parte dalla certificazione dei nostri stabilimenti, continua con la qualità dei prodotti a marchio Esselunga e abbraccia la catena del valore con controlli di sicurezza rigorosi, dalle materie prime fino allo scaffale.

Investiamo in progetti sul territorio per una filiera più equa e inclusiva e chiediamo a tutti i fornitori e partner di rispettare il nostro Codice di Condotta, per una crescita responsabile dell'intero settore.

# QUALITÀ, SOSTENIBILITÀ E CONVENIENZA



Esselunga mira a offrire ai propri consumatori un'esperienza basata sulla qualità, la sostenibilità e la convenienza, impegnandosi a garantire la trasparenza, l'origine, la sicurezza e l'igiene dei prodotti a marchio e dei relativi processi produttivi, proponendo alimenti e servizi innovativi, incentivando la scelta di fornitori che adottano pratiche etiche e di partner locali che diffondono i prodotti tipici del territorio italiano. Il Gruppo presta particolare attenzione alla fidelizzazione dei clienti e alla convenienza economica dei propri prodotti, soprattutto negli ultimi anni, caratterizzati dall'aumento dei costi delle materie prime, dell'energia e dei trasporti.

Nel 2024 Esselunga ha compiuto importanti passi avanti nel perseguimento degli obiettivi strategici legati alla qualità, alla sicurezza alimentare, alla gestione responsabile della filiera e al benessere animale. L'Azienda ha ottenuto risultati rilevanti, come l'estensione delle certificazioni di sicurezza alimentare, l'aumento della percentuale di prodotti realizzati in Italia e il consolidamento dell'impegno verso pratiche di acquisto etiche e sostenibili. Un percorso di miglioramento continuo che riflette la volontà di Esselunga di offrire prodotti sicuri, tracciabili e responsabili.

Ogni giorno il Gruppo lavora per costruire un sistema alimentare che risponda alle esigenze dei clienti, garantendo **elevati standard di sicurezza alimentare**, investendo nell'innovazione per offrire **soluzioni sempre più sostenibili e convenienti**, promuovendo una comunicazione chiara e veritiera e valorizzando l'eccellenza italiana con prodotti a marchio selezionati con cura.

A testimonianza dell'impegno profuso da Esselunga in questo ambito, nel 2018 è stata conseguita con successo la certificazione **Food Safety System Certification (FSSC 22000)**, mantenuta nel 2024 per tutti gli stabilimenti produttivi ed estesa a tutti i magazzini. Sempre nel 2018 è stata ottenuta la **Certificazione Biologica** per i siti produttivi e i Ce.Di., poi estesa ai magazzini E-Commerce.

Il Gruppo richiede a tutti i fornitori, subfornitori e partner commerciali il rispetto del **Codice di Condotta Fornitori**, che promuove condizioni di lavoro eque e sicure, il rispetto dell'ambiente e della legalità, agendo con integrità e trasparenza. Il Codice promuove la tutela dei diritti umani lungo la catena di fornitura, l'eliminazione di ogni forma di discriminazione e la creazione di ambienti di

lavoro inclusivi. Per rafforzare questi impegni, Esselunga ha introdotto la piattaforma "**Comunica Whistleblowing**", accessibile anche a terzi, per segnalare in forma anonima comportamenti illeciti o non conformi ai principi etici e normativi definiti dall'Azienda.

**Per perseguire gli obiettivi di miglioramento continuo della propria catena di fornitura Esselunga favorisce:**

- la promozione di **collaborazioni durature con fornitori**, evitando le aste al ribasso;
- l'adozione dei **principi della filiera corta** per ridurre intermediari dal campo alla tavola;
- il sostegno alla **crescita economica locale** tramite l'acquisto di prodotti Made in Italy e la valorizzazione delle produzioni regionali;
- il **contrasto al caporalato** attraverso il Codice di Condotta Fornitori che impone il rispetto della volontarietà e dignità del lavoro.




## GARANTIRE LA SICUREZZA ALIMENTARE

### OBIETTIVI 2020-2025

**100%**  
degli stabilimenti  
produttivi e dei  
magazzini certificati  
FSSC 22000

**100%**  
dei fornitori di prodotti  
preconfezionati a  
marchio Esselunga  
certificati Global Food  
Safety Initiative<sup>11</sup> (GFSI)

### RISULTATI 2024

 **100%**  
degli stabilimenti  
produttivi e dei magazzini  
certificati FSSC 22000

 **91%**  
dei fornitori di prodotti  
preconfezionati a marchio  
Esselunga certificati Global  
Food Safety Initiative  
(GFSI)

### LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

#### QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE

In risposta alla crescente richiesta di trasparenza e tracciabilità, Esselunga rafforza ogni anno il proprio impegno per garantire la sicurezza dei prodotti a marchio. La **Direzione Assicurazione Qualità** monitora costantemente i fornitori, i propri processi e i prodotti con audit e analisi.

11. GFSI è un'associazione no profit nata dal Consumer Good Forum, costituito dai maggiori retailers, produttori e operatori del settore alimentare a livello mondiale.

La **selezione dei nuovi fornitori** segue un processo di qualifica, e per i fornitori a marchio prevede un programma di audit presso gli stabilimenti terzi e una fase di analisi dei prodotti e delle materie prime negli stabilimenti di proprietà e in alcuni reparti dei negozi, a seguito di approvvigionamento.

Inoltre, la presenza di **tre laboratori di analisi**, situati presso i siti di Limito di Pioltello (MI), Biandrate (NO) e Parma, permette di monitorare la sicurezza e la qualità dei prodotti realizzati internamente e in parte anche dei prodotti a marchio realizzati da terzi.

Nel 2024 sono stati processati oltre 76.000 campioni di cui la maggior parte analizzati dai laboratori interni. L'attività ha registrato un aumento del 5,5% rispetto agli anni precedenti, confermando l'attenzione costante al rispetto degli standard legali, igienico-sanitari e qualitativi.

**+76.000**  
Campioni

ANALIZZATI  
NEL 2024





## ASSICURARE UNA COMUNICAZIONE TRASPARENTE

### OBIETTIVI 2020-2025

#### Raccontare

ogni anno **almeno uno dei principali processi produttivi** legati alla trasformazione delle materie prime in Esselunga<sup>12</sup>

### RISULTATI 2024



#### 3 video

illustrativi realizzati

### LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

#### L'ATTENZIONE AL CLIENTE E L'IMPORTANZA DELL'ETICHETTA

Nel 2024 Esselunga ha rafforzato il proprio impegno per una comunicazione chiara, responsabile e trasparente, elementi essenziali per garantire fiducia e consapevolezza nei consumatori.

L'**etichettatura dei prodotti** riveste un ruolo centrale, poiché le informazioni nutrizionali e le indicazioni riportate rappresentano una guida utile per un acquisto consapevole e informato da parte del cliente. Per questo motivo, l'Azienda rivisita periodicamente il design delle etichette ed è stato avviato uno studio creativo per il restyling della linea Esselunga Equilibrio, il cui completamento è previsto entro il 2025.

Esselunga dispone di un **Servizio Clienti** costituito da un team specializzato di oltre 100 persone che, avvalendosi di tecnologie avanzate come anche l'intelligenza artificiale, garantisce ascolto e assistenza 7 giorni su 7 attraverso i diversi touchpoint (p.e. telefono, e-mail, form online, assistenza in negozio, chat e chatbot per la spesa online) messi a disposizione per facilitare il contatto diretto e l'interazione con il cliente.

Inoltre, il Gruppo ha realizzato alcune **video infografiche** della durata di 3 minuti ciascuna, che raccontano in modo semplice i processi produttivi, valorizzando la tracciabilità e rendendo più accessibili le informazioni sulle filiere e sulla

12. Obiettivo sulla trasparenza aggiornato e modificato nel 2022.



**+100**  
Persone

NEL SERVIZIO  
CLIENTI

qualità dei prodotti. Nello specifico nel 2024 i video hanno raccontato:


- il processo produttivo della preparazione della pasta fresca e dei prodotti da forno Esselunga presso il Centro di Lavorazione di Parma che è in possesso di certificazione volontaria internazionale secondo lo schema FSSC22000;
- il processo produttivo della preparazione dei prodotti della pasticceria Elisenda presso lo Stabilimento di Produzione di Limito di Pioltello che è in possesso di certificazione volontaria internazionale secondo lo schema FSSC22000;
- il processo di controllo e distribuzione di frutta e verdura presso lo stabilimento di Limito di Pioltello.


Le video infografiche sono state pubblicate in una sezione dedicata del sito istituzionale per renderle facilmente fruibili e accessibili a tutti gli stakeholder. La pagina è raggiungibile al seguente link: <https://www.esselunga.it/it-it/sostenibilita/pillar-e-obiettivi/comunicazione-trasparente.html>



## PROMUOVERE L'ECCELLENZA E L'INNOVAZIONE


### OBIETTIVI 2020-2025

 Innovazione di oltre **1.500** prodotti a marchio Esselunga per migliorare e bilanciare le caratteristiche nutrizionali

 Rivisitazione di oltre **250** ricette per migliorare e bilanciare le caratteristiche nutrizionali dei prodotti a marchio Esselunga

### RISULTATI 2024

 **2.225** prodotti nuovi o rivisitati dal 2018<sup>13</sup>

 **-81%** **202** ricette rivisitate con successo a partire dal 2018

## LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

### INNOVAZIONE DI PRODOTTO E DI PROCESSO

L'innovazione e l'eccellenza sono i principi cardine che orientano le azioni di Esselunga e che mirano a garantire la soddisfazione e la tutela dei clienti. Questi valori rappresentano una guida per le decisioni quotidiane dell'Azienda, che, sempre attenta alle esigenze e alle aspettative dei consumatori, si impegna a fornire prodotti e servizi

di altissima qualità, ponendo al primo posto la sicurezza della propria clientela.

Nel 2024 l'Azienda ha rafforzato il proprio impegno per uno stile di vita sano, proseguendo con lo sviluppo delle **linee Esselunga, Esselunga Equilibrio, Esselunga BIO e Esselunga Naturama.**

13. I valori non includono i dati dei prodotti alimentari confezionati relativi agli anni 2018 e 2019 in quanto non disponibili.



**-4,5%**  
di zucchero

NELLE CROSTATE  
STORICHE

L'offerta **senza glutine** è stata certificata con il marchio Spiga Barrata dell'Associazione Italiana Celiachia, mentre la **linea primo prezzo** è stata ampliata per garantire qualità e convenienza. Infine, sono state riformulate le ricette di alcune crostate storiche, riducendo fino al 4,5% il contenuto di zuccheri, senza comprometterne il gusto.

## VALORIZZAZIONE DELLE ECCELLENZE ITALIANE

Esselunga rinnova ogni giorno il proprio impegno nella valorizzazione dei prodotti tipici e nella collaborazione con i fornitori locali.

Un esempio concreto di valorizzazione della territorialità con piatti ispirati alle ricette della tradizione è la **linea Cucina Esselunga**: piatti pronti di alta qualità, preparati con ingredienti freschi e selezionati, ispirati alla tradizione e legati ai territori d'origine. Nel 2024, l'Azienda ha centralizzato la produzione di numerosi piatti pronti, garantendo la standardizzazione delle ricette e ne ha arricchito l'offerta, estendendo la linea Cucina Esselunga anche al reparto pescheria.

## 50 ANNI DELLA GASTRONOMIA ESSELUNGA

Nel **1974** apre la **prima gastronomia** nel punto vendita di via Morgantini a Milano. La gran parte dei piatti pronti veniva preparata direttamente nella cucina del reparto, seguendo un ricettario ufficiale: stesse ricette, stessi ingredienti e stesse modalità di cottura.

A partire dagli **anni '90**, Esselunga introduce il **servizio self-service** per i **piatti pronti**, centralizzando la produzione di alcune ricette nello stabilimento di Limito di Pioltello. Si passa così dalla cucina artigianale presente nei singoli negozi a una produzione centralizzata su larga scala.

Nell'autunno **2022** viene lanciato il **nuovo brand "Cucina Esselunga"** dedicato ai piatti pronti con l'obiettivo di valorizzare la tradizione gastronomica italiana e internazionale, adattandosi ai nuovi stili alimentari.

Nel **2023** lo stabilimento di Limito di Pioltello ha prodotto **oltre 38 milioni** di confezioni di **piatti pronti**.

Nel **2024** Esselunga ha celebrato i **50 anni della Gastronomia**, da sempre guidata da qualità, innovazione, tradizione e servizio al cliente. Le celebrazioni hanno incluso un minicatalogo redazionale dedicato ai prodotti iconici, assaggi in negozio con banchetti speciali e visite guidate al centro produttivo di Limito di Pioltello per i migliori clienti della Gastronomia. Inoltre, a ottobre si è tenuto il "Gala Gas", un evento esclusivo con i 190 capi reparto per condividere i valori fondanti della Gastronomia: Persone, Prodotti e Piatti. Un anniversario che conferma il legame tra eccellenza artigianale e passione per il buon cibo.







## GESTIRE UNA FILIERA RESPONSABILE

### OBIETTIVI 2020-2025

**100%**

del cacao utilizzato per i prodotti a marchio Esselunga certificato equosolidale ed estensione della certificazione anche ad altre filiere<sup>14</sup>

**+80%**

dei prodotti a marchio Esselunga realizzato in Italia e mantenimento della percentuale nei prossimi anni



Sviluppo del **Codice di Condotta Esselunga** e sottoscrizione da parte del 100% dei fornitori di prodotti a marchio Esselunga con svolgimento di audit a campione per verificarne il rispetto<sup>15</sup>

**100%**

dei produttori extra UE di prodotti non food a marchio sottoposti ad analisi e valutazione di conformità ai principi dello standard SA8000 e 100% dei relativi siti produttivi sottoposti ad audit in loco<sup>16</sup>

### RISULTATI 2024

**78%**

**78%**

dei prodotti a marchio contenenti cacao utilizza cacao equosolidale



**-90%**

dei prodotti a marchio Esselunga realizzato in Italia

Vedi nota 15

Vedi nota 16

14. Dal 2022, è stato effettuato un affinamento metodologico, considerando nel KPI esclusivamente tutti i prodotti, i cui processi produttivi consentono la segregazione del cacao.

15. Nel 2022 la percentuale di fornitori a marchio Esselunga aderenti al Codice di Condotta Esselunga era pari al 97%. Tuttavia, con l'obiettivo di condividere con tutti i fornitori il Codice di Condotta per loro presa visione e accettazione, dal 2023 le clausole degli standard contrattuali dei fornitori a marchio sono state integrate anche con il Codice di Condotta Fornitori. Pertanto, in linea con il nuovo procedimento, il target è stato modificato passando da una valorizzazione percentuale a una valorizzazione qualitativa.

16. Alla luce del progetto avviato nel corso del 2023 che coinvolgerà nel tempo i fornitori commerciali a marchio sia food che non food, è stato ritenuto appropriato interrompere la progettualità relativa a tale obiettivo per uniformare le azioni intraprese da Esselunga nella gestione della catena di fornitura e iniziare a lavorare alla definizione di un obiettivo più ambizioso.

## LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

### FILIERA RESPONSABILE

Esselunga promuove una filiera responsabile, corta e trasparente, puntando su rapporti duraturi con i fornitori, il sostegno al Made in Italy e il rifiuto di pratiche scorrette come il caporalato. Per rafforzare la sostenibilità della catena di fornitura, nel 2023 l'Azienda ha avviato un progetto per integrare i **criteri ESG** (Environmental, Social and Governance) nel processo di **qualifica dei fornitori commerciali**. Contemporaneamente ha attivato un progetto di monitoraggio dei fornitori commerciali in essere secondo un approccio basato sul rischio, che permette di monitorarne le performance in termini di sostenibilità e individuare eventuali azioni di miglioramento. Nel 2024 Esselunga ha condotto i primi **12 audit ESG**; il progetto proseguirà nel 2025 con l'invio di questionari ai fornitori di diverse filiere, quali ortofrutta, carne e pesce con lo svolgimento di audit mirati.

Anche il **processo di qualifica dei fornitori non commerciali** nel corso del 2024 è stato oggetto di un aggiornamento, che ha previsto un ampliamento delle dimensioni dell'analisi, l'introduzione di un approccio risk-based per la valutazione delle terze parti e una metodologia di valutazione oggettiva tramite il calcolo di uno scoring di rischio, che include anche la compilazione di un questionario ESG.

Inoltre, l'Ufficio Analisi e Valutazione Terze Parti effettua **approfondimenti sull'affidabilità etico-reputazionale** dei componenti della compagine societaria del potenziale fornitore (soci, amministratori, preposti, procuratori e controllate). Nel corso del 2024 sono state effettuate verifiche su 1.400 partner e/o potenziali partner.





L'Azienda promuove progetti concreti e innovativi che favoriscono inclusione sociale, parità di genere e condizioni di lavoro eque, contribuendo a creare un impatto positivo per il territorio e per le comunità. Tra le principali iniziative troviamo:

- **Progetto Primo Passo**

Dal 2018 Esselunga, in collaborazione con CTM Altromercato, sostiene “**Primo Passo**”, un progetto che promuove l'**inclusione sociale** attraverso il lavoro agricolo. L'iniziativa è rivolta a categorie svantaggiate come donne immigrate, richiedenti asilo, disoccupati, giovani con misure restrittive e rifugiati del conflitto russo-ucraino. Realizzato in collaborazione con enti come Terre Solidali, il progetto coniuga agricoltura sostenibile e reinserimento socio-lavorativo, offrendo opportunità concrete di crescita e autonomia. Attraverso “Primo Passo”, l'Azienda conferma il proprio impegno nel creare un impatto positivo sul territorio, contribuendo a costruire percorsi di dignità e integrazione per chi si trova in situazioni di fragilità.

- **Progetto Fiori Fairtrade**

Nel 2024 Esselunga ha proseguito la collaborazione con Flora Toscana per la **vendita di fiori certificati Fairtrade**, raggiungendo 446.658 pezzi venduti. La filiera Fairtrade promuove parità di genere e condizioni di lavoro più eque, attraverso salari giusti, contratti trasparenti, congedi tutelati e formazione specifica, contribuendo anche all'aumento della presenza femminile in ruoli manageriali. Un impegno concreto per un commercio più responsabile e inclusivo.

**446.658**  
Pezzi venduti

CON IL PROGETTO FIORI  
FAIRTRADE IN COLLABORAZIONE  
CON FLORA TOSCANA

### • Progetto Cacao Sostenibile

L'Azienda, in collaborazione con **Altromercato**, prima associazione di commercio equosolidale in Italia, sostiene i produttori di cacao attraverso progetti equosolidali e di sostenibilità, offrendo supporto economico e sociale. Entro il 2025 Esselunga si impegna a garantire che tutto il **cacao**, proveniente da diverse origini, quali Perù, Nicaragua, Togo, Madagascar e altre, e contenuto nei prodotti a marchio realizzati internamente o da fornitori terzi, sia:

- **equosolidale**, ovvero acquistato con garanzia di un trattamento sociale ed economico rispettoso delle persone e con il pagamento di un prezzo di mercato equo;
- **tracciato** tramite tecnologia blockchain lungo l'intera catena di fornitura, dal campo allo scaffale, per garantire trasparenza in ogni fase.

All'interno di questa cornice, si sviluppa il **progetto etico-sociale di Esselunga in Togo**, iniziato nel 2020 e con durata quinquennale, che ha come obiettivo principale il supporto a 5 cooperative locali per renderle autonome e indipendenti nella coltivazione del cacao e per incrementare il reddito degli agricoltori attraverso l'aumento della produzione e la diversificazione dei raccolti. L'investimento totale dedicato all'iniziativa in Togo è di 1.135.000, a cui hanno contribuito anche i clienti devolvendo i loro punti fragola, attraverso il catalogo Fidaty del 2020, per rinnovare le coltivazioni di cacao con nuove piante.

1.135.000  
Euro investiti

NEL PROGETTO  
ETICO-SOCIALE IN TOGO






## TUTELARE IL BENESSERE ANIMALE


### OBIETTIVI 2020-2025

**100%** di prodotti a marchio Esselunga delle filiere di uova, latte, pollo e pesce allevato in Italia che rispettano il benessere animale

**+50%** di prodotti a marchio Esselunga della filiera dei salumi che rispettano il benessere animale

**100%** di prodotti a marchio Esselunga Naturama delle filiere della carne bovina, suina e del pesce che rispettano il benessere animale

 Pesca Sostenibile: **100%** dei prodotti ittici a marchio Esselunga confezionati, surgelati e a lunga conservazione per cui è disponibile una certificazione<sup>18</sup>

 Pesca Sostenibile: **100%** dei prodotti freschi delle linee di tonno pinne gialle e pesce spada certificati Pesca Sostenibile<sup>19</sup>

### RISULTATI 2024



**100%** Filiera delle uova



**94,6%** Filiera del latte fresco e UHT



**100%** Filiera del pollo

Per la filiera del pesce allevato in Italia vedere nota 17



**36,4%** di prodotti a marchio Esselunga della filiera dei salumi che rispettano il benessere animale



**100%** Filiera del bovino



**100%** Filiera del suino



**100%** Filiera del pesce



**95,7%** dei prodotti ittici a marchio Esselunga confezionati, surgelati e a lunga conservazione certificati Pesca Sostenibile



**78,6%** dei prodotti freschi delle linee di tonno pinne gialle e pesce spada certificati Pesca Sostenibile

17. La filiera del pesce allevato in Italia, a differenza della filiera del pesce a marchio Esselunga Naturama certificato per i criteri del benessere animale, rispetta esclusivamente i criteri della sostenibilità ambientale. Pertanto, nel 2024 è stata esclusa dal perimetro di rendicontazione del presente obiettivo.

18. Nel 2023 è stato affinato il perimetro dei dati inclusi nella rendicontazione del presente obiettivo, al fine di includere solamente quegli articoli che rispondono al termine "Pesca Sostenibile", ovvero quelli che sono effettivamente pescati e non vengono allevati tramite acquacoltura. Pertanto, rispetto a quanto rendicontato nel Bilancio di Sostenibilità 2022, sono stati rettificati i dati dal 2018 al 2022 per allinearli al perimetro applicato nel 2023 e 2024.

19. Nel 2023 è stato affinato il perimetro dei dati inclusi nella rendicontazione del presente obiettivo, al fine di includere solamente quegli articoli che rispondono al termine "Pesca Sostenibile". Pertanto, sono stati esclusi i pesci allevati (salmone, filiere Esselunga e Naturama di pesce allevato in Italia) in quanto si tratta di pesce allevato e non pescato. Si precisa che tali prodotti sono anch'essi allineati all'obiettivo di ottenere 100% di prodotti provenienti da filiere sostenibili.



## LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

### L'IMPEGNO VERSO IL BENESSERE ANIMALE

Esselunga si impegna a garantire che gli animali per la produzione dei propri prodotti siano trattati con rispetto e in condizioni che favoriscano il loro benessere. Questo impegno si riflette nelle scelte di approvvigionamento, nella selezione dei fornitori e nell'introduzione di specifici standard, con l'obiettivo di **promuovere pratiche sostenibili e responsabili** in tutta la filiera alimentare.

L'Azienda ha già raggiunto il 100% di conformità di benessere animale<sup>20</sup> per la carne bovina, suina e il pesce a marchio Esselunga Naturama, anticipando l'obiettivo fissato per il 2025.

Nel 2023 è stato introdotto il Pollo Esselunga TOP, che come quello della linea Esselunga Naturama, è allevato senza antibiotici, a lento accrescimento. La linea Esselunga, invece, prevede arricchimenti ambientali e uso di luce naturale. Anche nel settore ittico, l'impegno è concreto: punta al 100% di prodotti certificati Pesca Sostenibile entro il 2025 e, nel 2024, ha raggiunto il 95,7% delle referenze confezionate e surgelate, e il 78,6% per tonno pinne gialle e pesce spada freschi.

L'Azienda partecipa inoltre a **tavoli tecnici istituzionali** per definire nuovi sistemi di valutazione, contribuendo a una maggiore trasparenza e tutela degli animali.

**100%**  
Conformità  
di benessere animale

PER CARNE BOVINA, SUINA E  
PESCE A MARCHIO ESSELUNGA  
NATURAMA

20. Secondo gli elevati standard del Centro di Referenza Nazionale per il Benessere Animale (CRenBA), che garantisce il benessere e la salute degli animali.



# 5 Il Pianeta

**Abbiamo a cuore l'ambiente  
che ci circonda**

Limitare l'impatto delle nostre attività è una priorità assoluta perseguendo un futuro dove efficienza, tecnologia e rispetto per l'ambiente convivono in equilibrio.

Abbiamo ottenuto risultati importanti nella riduzione delle emissioni, investendo anche nell'efficienza energetica.

Dal packaging alla gestione degli sprechi, il nostro impegno è rivolto a promuovere sempre di più un sistema di economia circolare, contribuendo a una delle principali sfide del nostro secolo: la lotta al cambiamento climatico.

# UN PIANETA IN COMUNE DA PRESERVARE

Ogni giorno Esselunga, consapevole degli impatti che le proprie attività di produzione e distribuzione generano sull'ambiente, si adopera per ridurli attraverso scelte responsabili e soluzioni innovative.

L'Azienda concentra da diversi anni il suo impegno in quattro ambiti di intervento: combattere il cambiamento climatico, ridurre gli sprechi alimentari, ricercare un packaging circolare e salvaguardare la biodiversità.

Ogni azione riflette l'attenzione verso un futuro in cui efficienza, tecnologia e rispetto per il pianeta guidano il modo di fare impresa. Confermando il proprio impegno in queste aree, il Gruppo nel 2024 ha compiuto progressi significativi nel perseguimento degli obiettivi ambientali fissati per il 2025.

A conferma di ciò sono stati adottati sistemi di gestione e politiche volte a gestire e minimizzare

l'impatto delle attività sul territorio e sull'ambiente, garantendo così un approccio integrato, monitoraggi continui e un percorso di miglioramento in linea con gli standard internazionali, quali:


- Adozione di un Sistema di Gestione Integrato per l'Ambiente conforme alla norma **UNI EN ISO 14001:2015** per le società Esselunga, Esserbella e Bar Atlantic e un sistema di gestione dell'Energia secondo **UNI CEI EN ISO 50001:2018** per Esselunga S.p.A.
- Diffusione della **Politica per la Salute e Sicurezza dei lavoratori, l'Ambiente e l'Energia** per Esselunga S.p.A. e della **Politica per la Salute, la Sicurezza sul lavoro e l'Ambiente** per le società Esserbella e Bar Atlantic, che guidano le strategie di riduzione dell'impatto ambientale e di efficientamento energetico.







## COMBATTERE IL CLIMATE CHANGE


### OBIETTIVI 2020-2025

 **Riduzione del 25%** delle emissioni indicizzate di gas serra (considerando, per l'acquisto di energia elettrica, i fattori di emissione medi nazionali) - Location Based<sup>21</sup>

 **Riduzione del 70%** delle emissioni indicizzate di gas serra (considerando, per l'acquisto di energia elettrica, i fattori di emissione specifici comunicati dai fornitori) - Market Based<sup>22</sup>

### RISULTATI 2024

 **-16,7%** emissioni indicizzate di gas serra scope 1 e 2 a partire dal 2018

 **-56,3%** emissioni indicizzate di gas serra scope 1 e 2 a partire dal 2018

### LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

#### MANTENIMENTO DELLA CERTIFICAZIONE ISO 50001:2018 E INIZIATIVE DI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

Per garantire un controllo efficace dei consumi, Esselunga ha riorganizzato le attività secondo la norma ISO 50001:2018, ottenendo la certificazione nel 2022 e confermandola nel 2024 grazie a audit di terza parte.

21. Location Based: metodologia che non considera se l'energia acquistata provenga da fonti rinnovabili o fossili, ma prende in considerazione il sistema energetico nazionale rappresentato dal "mix energetico nazionale". Quest'ultima, seppur permette all'Azienda di mostrare la sola valorizzazione delle attività di efficientamento che ha attuato, fa sì che sia ampiamente esposta alle scelte nazionali rispetto al mix energetico che il Paese ha deciso di utilizzare durante l'anno; tali decisioni non rientrano nel perimetro di azione del Gruppo.

22. Market Based: metodologia che permette all'Azienda di valorizzare i propri impegni e investimenti nell'aumento dell'utilizzo di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili, azzerando le emissioni associabili. È per tale motivo che Esselunga, potendo indirizzare le proprie scelte di approvvigionamento verso tali soluzioni, ha deciso di porsi un obiettivo sfidante pari a -70% delle proprie emissioni indicizzate rispetto a quelle del 2018.

Il Gruppo ha avviato diverse **azioni di efficientamento energetico**, investendo oltre 5 milioni di euro e ottenendo un **risparmio di 3.838 MWh** e una **riduzione di 2.379 tonnellate di CO<sub>2</sub>**, quali ad esempio:



sostituite lampade al neon con LED in 5 NEGOZI e nella SEDE DI LIMITO nel 2024



chiusi banchi frigo verticali in 13 NEGOZI



installati motori IE5 ad alta efficienza per le pompe idriche e per i sistemi di ventilazione in 6 NEGOZI nel 2024



sostituite caldaie a gas con pompe di calore elettriche in 3 NEGOZI

Le ulteriori **iniziative** per la **mitigazione del cambiamento climatico** nel 2024 sono state:



l'avvio della realizzazione di un impianto agrivoltaico, un sistema che combina la produzione di energia solare con l'attività agricola, a Quaregna Cerreto



il proseguimento del piano di revamping delle centrali frigorifere ad anidride carbonica



la sperimentazione dell'utilizzo di Biodiesel con emissioni GHG pari al 10% del diesel su 2 CAMION

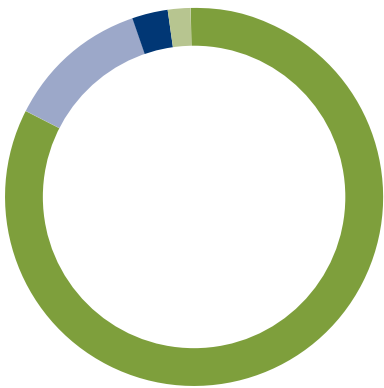


la sperimentazione del raffreddamento del camion elettrico con CO<sub>2</sub> biogenica, per risparmiare il 30% della batteria

Nel 2024 le emissioni totali di gas ad effetto serra (GES) di Esselunga derivanti da fonti di proprietà o sotto il controllo del Gruppo (Scope 1), dal consumo di energia elettrica e teleriscaldamento (Scope 2) e da altre attività indirette (Scope 3) sono pari a

circa 6 milioni tonnellate di anidride carbonica equivalente (tCO<sub>2</sub>e). Il calcolo è stato effettuato facendo riferimento alle linee guida del *Greenhouse Gas Protocol* (GHG).

### EMISSIONI TOTALI GHG 2024 - LOCATION-BASED



— 136.330

Emissioni lorde di GES di Scope 1

— 5.026.477

Scope 3 Categoria 1 Beni e servizi acquistati

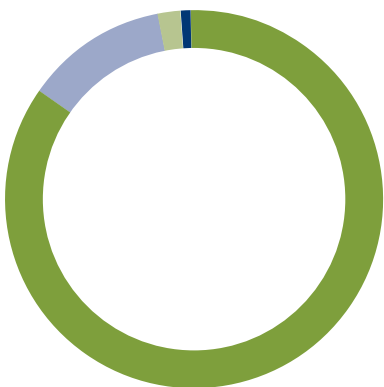
— 176.056

Emissioni lorde di GES di Scope 2 (Location-based)

— 739.020

Scope 3 Categoria 2,3,4,5,6,7,12,13

### EMISSIONI TOTALI GHG 2024 - MARKET-BASED



— 136.330

Emissioni lorde di GES di Scope 1

— 5.026.477

Scope 3 Categoria 1 Beni e servizi acquistati

— 84.569

Emissioni lorde di GES di Scope 2 (Location-based)

— 739.020

Scope 3 Categoria 2,3,4,5,6,7,12,13



## GESTIRE GLI SPRECHI ALIMENTARI

### OBIETTIVI 2020-2025

Definizione di una **metodologia di calcolo** relativa agli sprechi alimentari allineata al protocollo “**Food Loss and Waste**”<sup>23</sup> e successiva definizione di una strategia per la sua riduzione<sup>24</sup>

### RISULTATI 2024

**Metodologia** e strategia relativa agli sprechi alimentari **ancora da definire**. Diverse azioni di gestione degli sprechi alimentari messe in campo.

## LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

### PREVENIRE, DISTRIBUIRE E RECUPERARE LE ECCEDENZE ALIMENTARI

Esselunga promuove l'economia circolare attraverso azioni concrete lungo tutta la filiera. In qualità di **produttore**, pianifica con cura i processi industriali e valorizza ogni ingrediente per ridurre gli sprechi. Come **distributore**, impiega sistemi di riordino automatico per minimizzare l'inventario, dona le eccedenze a enti benefici e, dove non è possibile il consumo umano, le destina alla produzione di

mangimi per animali in collaborazione con diversi enti specializzati.

Prosegue inoltre la collaborazione della quasi totalità dei **Bar Atlantic con Too Good To Go**: dal 2022 al 2024 sono stati salvati oltre 80.000 pasti, evitando l'emissione di 219.340 kg di CO<sub>2</sub> e risparmiando suolo e acqua, con benefici ambientali significativi.<sup>25</sup>

23. Il Food Loss and Waste Protocol rappresenta il protocollo più utilizzato a livello internazionale per la definizione e/o stima degli sprechi alimentari di una società/città/Stato. La sua metodologia di calcolo è anche supportata dall'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura (FAO), dal Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente (UNEP), dal progetto “Uso del cibo per l'innovazione sociale ottimizzando le strategie di prevenzione dei rifiuti” (FUSIONS), dal The Consumer Goods Forum, dal Consiglio Mondiale delle Imprese per lo Sviluppo Sostenibile (wbcsd), dal World Resource Institute e dal Waste and Resources Action Programme (WRAP).


24. Nuovo obiettivo inserito nel Piano nel 2022, da raggiungere entro il 2025.

25. Fonte: Environmental footprint of the food saved by Too Good To Go V1.1.




## FAVORIRE UN PACKAGING CIRCOLARE

### OBIETTIVI 2020-2025


**≥85%**  
 confezioni dei prodotti  
 a marchio Esselunga  
 in materiale riciclato,  
 riciclabile o compostabile<sup>26</sup>

### RISULTATI 2024


**93%**  
 confezioni dei  
 prodotti a marchio  
 Esselunga in materiale  
 riciclato, riciclabile o  
 compostabile



26. L'obiettivo considera sia il peso delle confezioni delle referenze prodotte da Esselunga che il peso di quelle a marchio Esselunga prodotte da terzi.

## LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

### PROMOZIONE DELL'ECONOMIA CIRCOLARE

Nel 2024 Esselunga ha rafforzato le proprie azioni in ottica di economia circolare, adottando soluzioni di packaging sostenibile e sistemi di recupero e riuso, quali ad esempio:



Utilizzo della **piattaforma ToolPack** per la riduzione dell'impatto ambientale degli imballaggi in ottica di economia circolare.



Introduzione di **confezioni** a marchio con **materiali riciclati, riciclabili o compostabili**, come i pack in plastica riciclata per solari a marchio Esselunga e in carta per le Zuppe Fresche.



Sostituzione di imballaggi secondari monouso con **cassette** di plastica lavabili e **riutilizzabili**.



Uso di **pallet certificati FSC** (*Forest Stewardship Council*) / PEFC (*Programme for the Endorsement of Forest Certification*) e il loro riutilizzo tramite le soluzioni "pooling CHEP", "pooling LPR" e "pooling CPR", attività sostenibile sin dall'origine in quanto, oltre al riutilizzo del prodotto, viene utilizzato legno proveniente da foreste controllate e certificate.



**Progetto "Bottle to Bottle"** con CoriPET: 60 compattatori installati in 58 negozi e raccolte 301 tonnellate di rPet, pari a 12.971.362 bottiglie al fine di facilitare la raccolta di contenitori in PET e il successivo riciclo.



Iniziativa di **recupero delle capsule esauste di caffè** in 22 negozi, realizzata in collaborazione con Amsa e A2A Ambiente, in cui Esselunga si propone come punto di raccolta, offrendo ai clienti una soluzione attualmente non presente sul mercato, con l'obiettivo di dare nuova vita a tutti i materiali ottenuti dalla separazione dei diversi componenti (caffè residuo, capsula in plastica o alluminio): +28.000 kg di capsule raccolte nel 2024.



**Raccolta degli oli vegetali esausti** attraverso 30 contenitori in un totale di 26 negozi: +70.000 kg di olio recuperati.



## SALVAGUARDARE LA BIODIVERSITÀ

### OBIETTIVI 2020-2025

Definizione di una **strategia per la biodiversità** e avvio della sua attuazione tramite un'analisi strutturata dei principali impatti<sup>27</sup>

### RISULTATI 2024

**Analisi della vicinanza di negozi, stabilimenti e sedi alle aree protette** elencate dalla rete di Natura 2000, in vista della definizione della strategia di biodiversità

## LE AZIONI CHE ABBIAMO A CUORE

### LA GESTIONE DELLA RISORSA IDRICA

Esselunga riconosce il legame importante dell'acqua per preservare la biodiversità e garantire la salute degli ecosistemi.

Nel 2024 Esselunga ha intensificato l'impegno per una gestione efficiente delle risorse idriche, puntando su monitoraggio e tecnologie avanzate.

Sono stati attivati **126 punti di misura** che coprono attualmente il 63% dei siti, inclusi quelli in aree ad alto rischio idrico, per rilevare tempestivamente perdite e malfunzionamenti. In **11 negozi** è stata

inoltre implementata l'**automazione delle valvole di distribuzione dell'acqua** per ottimizzare i consumi, che permette di regolare automaticamente o manualmente il funzionamento dell'impianto idrico, disabilitandolo durante le ore di inattività.

Nel negozio di Montecatini Terme (FI), con la stessa finalità, è stato avviato un progetto di **riutilizzo delle acque reflue** che vengono depurate per poi essere impiegate nell'irrigazione delle aree verdi, anche grazie a controlli costanti su acqua e suolo.

27. Nuovo obiettivo inserito nel Piano nel 2022, da raggiungere entro il 2025.



## SALVAGUARDIA DELLA BIODIVERSITÀ

Nel 2024 il Gruppo ha sviluppato ulteriormente le iniziative per la biodiversità e la valorizzazione del verde urbano.

È proseguito infatti il **BEE Project** con l'installazione di 20 nuovi alveari, suddivisi in due apiari presso i siti di Limoto di Pioltello (MI) e Biandrate (NO), monitorati anche tramite Intelligenza Artificiale, per proteggere 1,2 milioni di api e produrre 80 kg di miele.

In parallelo, a Quaregna Cerreto è stata avviata l'installazione di un **impianto agrivoltaico** che unisce la realizzazione di un prato mellifero, con la posa di pannelli fotovoltaici con l'obiettivo di creare spazi verdi e, contemporaneamente, generare energia pulita.

Anche la **gestione del verde** nella progettazione e realizzazione delle strutture di Esselunga rappresenta un elemento imprescindibile che riduce l'impatto ambientale e paesaggistico dei siti del Gruppo, creando valore per le comunità locali. Sono stati realizzati 20.000 mq di verde, piantati 184 alberi e oltre 6.800 rose in diverse città. Prosegue il monitoraggio di 1.300 alberi in 56 aree, per preservare al meglio le piante adottando strategie agronomiche. Tramite questo impegno verso le aree verdi, Esselunga copre un totale di **181.000 mq di aree pubbliche**, che gestisce in accordo con gli Enti pubblici stipulando specifiche convenzioni. Si segnala inoltre la realizzazione di 25 mq di pareti verdi all'interno del Bar Atlantic di Milano Innovation District (MIND).

Infine, sempre in questa ottica, dal 2023 l'Azienda ha attivato una convenzione triennale con **ForestaMI** per sostenere la forestazione urbana in via Chiasserini a Milano.

**20.000 mq**  
di verde realizzati

184 ALBERI PIANTATI  
+6.800 ROSE PIANTATE



In linea con il nostro impegno per la tutela dell'ambiente, il presente Documento è stato stampato in un numero limitato di copie utilizzando carta certificata FSC®. Questa certificazione garantisce che la filiera di approvvigionamento della carta sia gestita in modo responsabile, nel rispetto di rigorosi standard ambientali, sociali ed economici.

---

## CREDITI FOTOGRAFICI

Archivio Storico Esselunga: Pag. 8, 65

Archivio Esselunga: Pagg. 3, 6, 11, 15, 16, 17, 19, 21, 22, 27, 29, 32, 35, 37, 38, 39, 41, 42, 44, 45, 50, 53, 54, 56, 59, 61, 63, 64, 67, 68, 69, 72, 75, 80, 83

Alessandro Pentenè: Pag. 51

Luca Bettaglio: Pag. 71

Strategia Farm to Fork official website: Pag. 25

Sustainable Development Goals UN official website:  
Pag. 28

Per gentile concessione di:

Fondazione Banco Alimentare Onlus: Pag. 49

UN Global Compact: Pag. 25

UN Global Compact and UN Women: Pag. 25

*Esselunga è a disposizione degli aventi diritto per eventuali fonti iconografiche non identificate.*

---

## ESSELUNGA S.P.A.

Sede legale: via Vittor Pisani, 20 - 20124 Milano  
Sede amministrativa: via Giambologna, 1  
20096 Limito di Pioltello (MI)  
Registro Imprese di Milano, Monza Brianza, Lodi  
e C.F. 01255720169  
P. IVA 04916380159  
Tel. 02.92931 - Fax 02.9267202  
[www.esselunga.it](http://www.esselunga.it)

### A cura di

Direzione Corporate Sustainability  
Direzione Comunicazione & Marketing  
Common

**Progetto grafico**  
Common

**Prestampa e Stampa**  
Adda Officine Grafiche S.r.l. - Filago (BG)  
Graphicscalve S.p.A. - Vilminore di Scalve (BG)



Visita la sezione Sostenibilità sul sito Esselunga





[www.esselunga.it](http://www.esselunga.it)