



RELAZIONE D'IMPATTO 2025

CRAI





Indice

1 Lettera agli stakeholder

Una riflessione sul percorso dell'anno e sul valore condiviso generato 4

2 Guida alla lettura della Relazione

Struttura del documento e indicazioni per la lettura 6

3 Il percorso verso la sostenibilità

Evoluzione organizzativa, progetto CraiFutura e adesione al movimento delle Società Benefit 8

4 L'impegno statutario

Finalità di beneficio comune, governance e responsabilità d'impatto 8

5 Il beneficio comune per CRAI

Valutazione dell'impatto generato, azioni intraprese e risultati raggiunti 10

6 Obiettivi e Impegni per il 2026

Sfide future e traguardi per proseguire il percorso di beneficio comune 23



1. Lettera agli stakeholder

Cari Stakeholder,
essere una Società Benefit, per CRAI Secom, non è una definizione, ma una responsabilità che guida ogni nostra scelta: quella di generare valore che vada oltre il risultato economico, traducendosi in impatto concreto per le persone, le comunità e i territori in cui operiamo.

La Relazione di Impatto 2025 nasce da qui. Racconta ciò che abbiamo fatto, ma soprattutto la direzione che stiamo prendendo: un percorso in cui crescita e responsabilità si rafforzano a vicenda e in cui, sempre più, stiamo evolvendo come un unico Gruppo. Un'evoluzione che ci permette di condividere visione, competenze e responsabilità, rendendo le nostre azioni più coerenti e il nostro impatto più significativo.

CRAI è, prima di tutto, una rete di imprenditori profondamente radicata nei territori. È nei punti vendita, nelle relazioni quotidiane, nella vicinanza alle comunità che il nostro modello prende forma. È qui che il beneficio comune diventa concreto: nel sostegno alle filiere, nella creazione di lavoro, nella promozione di pratiche responsabili, nell'attenzione alle persone e all'ambiente.

Questo impegno attraversa tutto il Paese e trova una delle sue espressioni più autentiche nell'Italia di mezzo, fatta di piccole comunità, relazioni e imprese diffuse, spesso lontane dai grandi centri ma centrali nella vita dei territori.

Nel corso del 2025 abbiamo compiuto passi importanti in questa direzione, consolidando iniziative e sviluppando nuove progettualità. I risultati che presentiamo sono il riflesso di un lavoro collettivo che coinvolge l'intera rete e testimonia la concretezza del percorso intrapreso.

Guardare al futuro, per noi, significa continuare a evolvere: misurare con trasparenza il valore generato, definire obiettivi chiari e rafforzare ogni giorno il nostro ruolo e il nostro impegno.

Questa Relazione è uno spazio di dialogo e trasparenza: un modo per condividere ciò che siamo oggi e la direzione che abbiamo scelto di intraprendere, insieme.

Giangiacoimo Ibba

“

Per noi la sostenibilità non è un obiettivo a sé stante, ma il modo in cui scegliamo di crescere: coltivando relazioni, valorizzando i territori e creando opportunità che restano, per le persone di oggi e di domani.

”

GiangiacoMo Ibba





2. Guida alla lettura della relazione

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

Il documento illustra in modo strutturato il percorso intrapreso da CRAI Secom S.p.A. Società Benefit a partire dal 2024 in ambito ambientale, sociale e di governance (ESG), con un focus specifico sulle iniziative e sui risultati direttamente collegati alle finalità di beneficio comune per l'anno 2025.

In conformità alla Legge 208/15, la Relazione riporta le informazioni richieste, in particolare:

- a. le attività svolte e i risultati raggiunti nel perseguimento del Beneficio Comune;
- b. gli obiettivi per l'anno successivo;
- c. una valutazione complessiva dell'impatto, effettuata secondo uno standard di riferimento terzo.

La Relazione è strutturata in sezioni che accompagnano il lettore dal contesto generale agli impegni futuri: vengono presentati il percorso di sostenibilità, le finalità statutarie di beneficio comune e l'impatto concreto delle azioni intraprese, con dati e informazioni che rendono chiari e verificabili i risultati raggiunti.

Il perimetro di rendicontazione comprende le attività direttamente gestite da CRAI Secom S.p.A., con riferimenti, ove rilevanti, alla rete e agli altri attori della catena del valore. La raccolta delle informazioni ha richiesto il coinvolgimento di diverse funzioni aziendali, con un processo strutturato di raccolta e validazione dei dati volto a garantire coerenza e affidabilità.

Questa Relazione si inserisce in un percorso iniziato nel 2023 con la pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità volontario e rappresenta la seconda edizione della Relazione di Impatto, rafforzando il sistema di rendicontazione coerente con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030.

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

1. Identificazione dei process-owner

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

2. Raccolta e analisi dei dati

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

3. Valutazione dell'impatto complessivo

I dati raccolti sono stati utilizzati anche per misurare l'impatto complessivo di CRAI tramite lo standard internazionale Benefit Impact Assessment (BIA), uno strumento di valutazione che supporta anche il percorso di certificazione B Corp.

4. Redazione della Relazione

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





3. Il percorso verso la sostenibilità

Il percorso di CRAI Secom verso la sostenibilità è il risultato di un'evoluzione consapevole e integrata, che ha trovato una forma concreta nel progetto CraiFutura, avviato a fine 2022. Questo piano rappresenta una tappa fondamentale nella trasformazione del modello organizzativo, con l'obiettivo di rafforzare la coesione interna, valorizzare la rete dei punti vendita come fulcro dell'identità aziendale e utilizzarla come leva principale per generare valore sui territori in cui operiamo.

Dal 2023, CRAI Secom pubblica un Bilancio di Sostenibilità volontario, per rendere trasparenti i progressi e le iniziative intraprese in ambito ESG. Nel 2024, l'azienda ha compiuto un passo decisivo diventando Società Benefit, formalizzando nello Statuto l'impegno a creare un impatto positivo sulle persone, sulle comunità e sull'ambiente. La presente Relazione di Impatto rappresenta la seconda edizione di questo strumento di rendicontazione, consolidando la continuità tra il percorso di sostenibilità avviato e le finalità statutarie di beneficio comune.

L'adozione del modello Benefit consolida e rende visibile la visione d'impresa, fondata sull'equilibrio tra sostenibilità economica, responsabilità sociale e tutela ambientale. Parallelamente, l'approccio ESG è stato rafforzato attraverso la governance dedicata, strumenti di misurazione dell'impatto e sistemi di rendicontazione volti a garantire trasparenza e tracciabilità.

Il progetto CraiFutura guida l'evoluzione secondo sei priorità strategiche: trasformare la Centrale in un'Azienda Distributiva, mettere la Marca del Distributore (MDD) al centro del business, modernizzare e innovare i format dei punti vendita, integrare la tecnologia, valorizzare le persone e sviluppare servizi essenziali come quello di Crai Energy. Queste aree riflettono l'impegno di CRAI verso crescita sostenibile, efficienza operativa, centralità del cliente e valorizzazione delle risorse umane.

L'adesione ad Assobenefit, l'Associazione Nazionale delle Società Benefit, consente a CRAI di contribuire alla diffusione di una cultura d'impresa orientata al bene comune, partecipando a un confronto costruttivo con istituzioni, aziende e stakeholder e promuovendo pratiche virtuose capaci di generare cambiamento positivo e duraturo.



4. L'impegno statutario

Con deliberazione dell'Assemblea Straordinaria dell'8 maggio 2024, CRAI Secom S.p.A. ha modificato il proprio oggetto sociale, assumendo la qualifica di Società Benefit, in conformità alla Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (Commi 376-384). In particolare, l'articolo 4.2 dello Statuto definisce le finalità di beneficio comune che l'azienda intende perseguire nello svolgimento delle proprie attività.

CRAI concilia gli obiettivi economici tipici di un'impresa con finalità di beneficio comune, operando in modo responsabile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori, ambiente e attività culturali e sociali, collaborando con enti, associazioni e altri stakeholder.

In questo modello, il profitto si integra con la volontà di generare impatti positivi concreti sulla società e sull'ambiente.

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





5. Il beneficio comune per CRAI

Valutazione dell'Impatto generato

La valutazione dell'impatto sociale, ambientale ed economico rappresenta un elemento centrale per una Società Benefit, in quanto consente di misurare l'efficacia delle azioni intraprese e di orientare in modo strutturato il miglioramento continuo del modello di impresa. Oltre a rispondere agli obblighi normativi, la misurazione dell'impatto costituisce uno strumento strategico per monitorare le performance aziendali e rafforzare la trasparenza nei confronti di tutti gli stakeholder.

A tal fine, CRAI Secom S.p.A. ha adottato il Benefit Impact Assessment (BIA), strumento riconosciuto a livello internazionale sviluppato da B Lab, ente no-profit. Il BIA valuta e comunica l'impatto aziendale in modo oggettivo e comparabile attraverso dati qualitativi e quantitativi su cinque aree: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti. La scala va da 0 a 200 punti ed è calibrata in modo che anche le organizzazioni più virtuose difficilmente superino i 100 punti; la soglia minima per accedere alla certificazione B Corp è fissata a 80 punti.

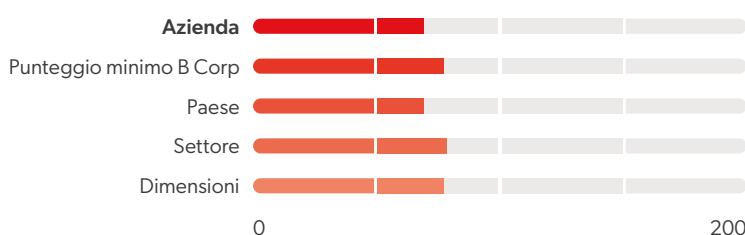
Nel 2025 il BIA è stato utilizzato internamente come strumento di autovalutazione per misurare le performance complessive e identificare le principali aree di miglioramento. Nel corso dell'anno, B Lab ha avviato un processo di aggiornamento degli standard di valutazione, introducendo nuovi criteri e requisiti; tale evoluzione non compromette la validità del punteggio riferito al periodo di rendicontazione corrente, che rimane utile ai fini del monitoraggio interno e del confronto con gli esercizi precedenti.

Il punteggio complessivo ottenuto è pari a 70,8/200, in miglioramento di 10 punti rispetto al 2024 (60,8/200), con progressi particolarmente significativi nell'area Ambiente (+6,5) e nell'area Lavoratori (+2,3). I risultati orientano CRAI nell'identificazione dei punti di forza e delle aree di sviluppo prioritarie, in coerenza con le finalità statutarie di beneficio comune. È importante sottolineare che si tratta di un'autovalutazione interna, non soggetta a verifica indipendente di terze parti.

La compilazione del BIA ha inoltre rappresentato un momento di sensibilizzazione organizzativa, contribuendo a rafforzare trasversalmente la cultura della responsabilità condivisa verso gli obiettivi di sostenibilità.

CRAI Secom S.p.A.

Data di fine dell'anno fiscale **31 Dec 2025**

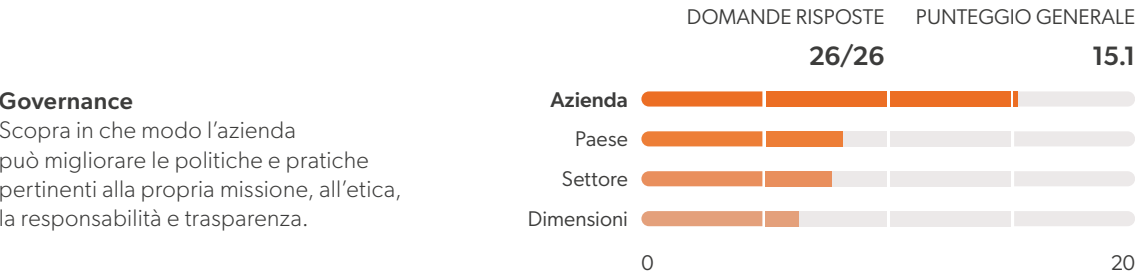


70.8

Aree di Impatto

Governance

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



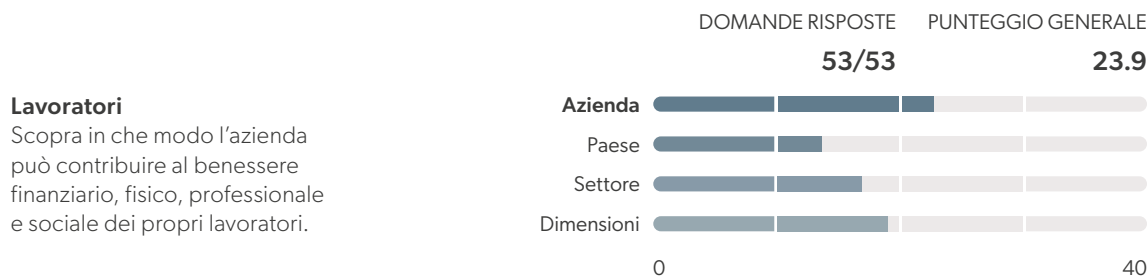
Nell'area Governance il **punteggio è cresciuto da 14,2 a 15,1**, confermando un percorso di progressivo rafforzamento della struttura di governo societario in chiave etica e responsabile.

La solidità di questa area si fonda su elementi strutturali già consolidati negli esercizi precedenti. La trasformazione in Società Benefit formalizza in modo legalmente vincolante l'impegno ad integrare le performance sociali e ambientali nel processo decisionale aziendale. A ciò si affianca la pubblicazione annuale del bilancio di sostenibilità, avviata su base volontaria dal 2023, nel quale vengono rendicontate le performance sociali, ambientali e di governance, corredate da una descrizione approfondita dei programmi e delle iniziative in corso. Completa il quadro il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOGC) ai sensi del D.Lgs. 231/01, integrato con il Codice Etico e la nomina di un Organismo di Vigilanza, a garanzia di trasparenza e conformità normativa.

Il miglioramento del punteggio nell'esercizio 2025 è riconducibile a due novità introdotte nel corso dell'anno. Da un lato, le tematiche relative alle performance sociali e ambientali sono state integrate nei percorsi di formazione continua rivolti a lavoratori e dirigenti, contribuendo a diffondere una cultura della sostenibilità trasversale a tutta l'organizzazione. Dall'altro, l'Organo Amministrativo ha avviato una valutazione formale e strutturata degli indicatori chiave di performance (KPI) relativi agli ambiti sociale e ambientale, incorporandola stabilmente nel processo decisionale e nella revisione periodica delle performance aziendali.

Lavoratori

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



Nel 2025 il **punteggio** nell'area Lavoratori del B Impact Assessment (BIA) è **aumentato da 21,6 a 23,9**, evidenziando un rafforzamento complessivo delle politiche e delle pratiche aziendali a favore del capitale umano.

La performance si mantiene in linea con i benchmark di riferimento, con risultati particolarmente positivi in ambiti chiave quali la salute, la sicurezza e il benessere dei lavoratori. L'azienda ha consolidato nel tempo un sistema strutturato di monitoraggio e gestione dei rischi, volto a prevenire incidenti e a promuovere un ambiente di lavoro sicuro e attento alla persona. In questo contesto, è stata formalizzata una politica aziendale in materia di salute e sicurezza sul lavoro, integrata nei processi di pianificazione e gestione operativa, che prevede il coinvolgimento attivo dei lavoratori, programmi formativi periodici e la piena accessibilità delle procedure anche al personale non manageriale e ai visitatori.

Particolare attenzione è dedicata al benessere economico dei dipendenti. L'azienda garantisce livelli retributivi superiori al salario di sussistenza, determinati sulla base di benchmark riconosciuti, come il WageIndicator per la Regione Lombardia.

Il sistema di welfare aziendale rappresenta un ulteriore elemento distintivo. Oltre alla componente retributiva, sono previsti benefici aggiuntivi quali **sistemi di incentivazione diffusi, coperture sanitarie integrative e assicurazioni contro infortuni e disabilità**, che contribuiscono a rafforzare la tutela del benessere fisico e psicologico dei lavoratori. Inoltre, nella **revisione annuale degli stipendi**, vengono valutati adeguamenti salariali correlati al costo della vita e all'andamento dell'inflazione.

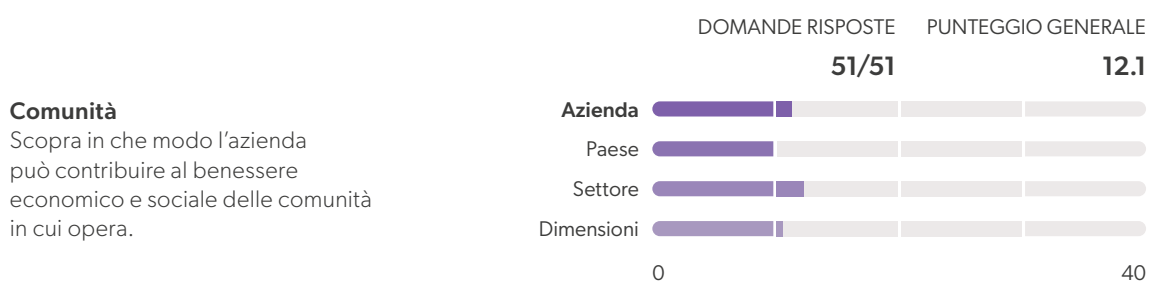
L'azienda ha un **buon livello di capacità di retention**, con un tasso di turnover prossimo allo zero per il personale dipendente, sia full-time sia part-time. Il coinvolgimento dei lavoratori è oggetto di monitoraggio continuo attraverso strumenti strutturati, tra cui un questionario introdotto a fine 2024 in collaborazione con l'Università di Cagliari, finalizzato a raccogliere feedback e individuare aree di miglioramento.

Il miglioramento registrato nel 2025 è attribuibile a interventi mirati di rafforzamento delle politiche a favore dei lavoratori. Sul fronte della formazione, l'offerta è stata ampliata includendo sia **percorsi orientati allo sviluppo delle competenze trasversali e professionali**,

sia **iniziative dedicate alla crescita personale**, con l'obiettivo di sostenere il pieno sviluppo del potenziale di ciascun collaboratore. Parallelamente, sono stati formalizzati ulteriori canali strutturati di feedback e segnalazione, volti a garantire un ascolto più efficace delle esigenze dei lavoratori e a favorire il miglioramento continuo delle pratiche aziendali. In tale ambito, l'area Risorse Umane ha condotto un **ascolto formale di tutti i dipendenti di sede**, attraverso la raccolta sistematica dei feedback. Con i manager, inoltre, è stato avviato uno specifico e strutturato approfondimento sui piani di carriera per i team di sede, a supporto di una gestione più consapevole e programmata dello sviluppo professionale interno.

Comunità

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



Nel 2025 il **punteggio** nell'area Comunità è **passato da 11,8 a 12,1**, riflettendo un percorso di crescita graduale e un impegno costante verso la generazione di valore per il contesto sociale ed economico di riferimento.

L'azienda contribuisce in modo concreto alla promozione di una crescita inclusiva, a partire dalla propria struttura interna. **Oltre il 60% della forza lavoro è composto da donne e una quota compresa tra il 25% e il 39% ricopre ruoli manageriali**, confermando un approccio attento alla parità di genere e alla valorizzazione delle competenze a tutti i livelli organizzativi.

Un ulteriore elemento riguarda il forte radicamento nel territorio: **quasi la totalità del costo del venduto, incluse le attività a valore aggiunto, è attribuibile a fornitori e operatori economici nazionali o a soggetti locali**. Questa scelta riflette la volontà di sostenere l'economia del territorio e di contribuire alla creazione di valore condiviso lungo la filiera.

In quest'ottica, l'azienda ha strutturato un approccio alla gestione dei fornitori, basato non solo su criteri economici ma anche su aspetti sociali e ambientali. È stato introdotto un **programma formale di coinvolgimento e sviluppo dei fornitori, che prevede attività di formazione e accompagnamento finalizzate ad allineare le loro pratiche agli standard aziendali**. Le performance vengono monitorate attraverso un processo di valutazione strutturato, che include il rispetto delle normative vigenti, l'adozione di pratiche migliorative rispetto ai requisiti di legge e il possesso di eventuali certificazioni rilasciate da enti terzi.

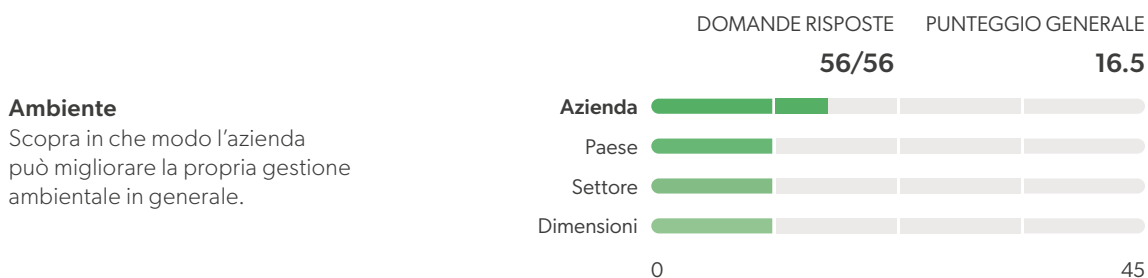
Qualora emergano aree di non conformità, l'azienda definisce piani di miglioramento, promuovendo un percorso di crescita condiviso. Il mancato adeguamento agli standard richiesti può comportare la cessazione del rapporto commerciale.

Parallelamente, sono stati adottati meccanismi formali per la gestione di reclami e controversie, in grado di **garantire trasparenza, tracciabilità e una gestione efficace delle eventuali criticità**. L'azienda investe inoltre nella diffusione di una cultura inclusiva, offrendo ai lavoratori formazione sui temi della diversità, equità e inclusione.

L'impegno verso la comunità si estende anche al di fuori dei confini aziendali. **La società partecipa attivamente a iniziative di settore, tavoli di confronto e momenti di dialogo pubblico su tematiche sociali e ambientali, contribuendo alla diffusione di standard più elevati e rafforzando il proprio ruolo come attore responsabile e propositivo nel contesto in cui opera.**

Ambiente

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



Nel 2025 il **punteggio** nell'area Ambiente è **aumentato in modo significativo, passando da 10,0 a 16,5**, per effetto del rafforzamento delle politiche e delle azioni intraprese in ambito ambientale con particolare riferimento alla sede aziendale.

Pur operando in un settore che non prevede attività produttive e, quindi, con un impatto ambientale diretto relativamente contenuto, l'azienda ha sviluppato un approccio strutturato alla gestione delle principali fonti di impatto, riconducibili in particolare alla produzione di rifiuti, ai consumi energetici e alle attività di trasporto. In questo contesto, viene garantito il pieno rispetto della normativa ambientale, accompagnato da un impegno continuo nella promozione di un utilizzo consapevole delle risorse e nella definizione di interventi volti alla riduzione dell'impatto complessivo.

A partire dal 2023 è stato avviato un percorso di misurazione delle emissioni di gas a effetto serra (GHG), con riferimento agli Scope 1 e 2, rappresentando un primo passo concreto verso una gestione più consapevole e strutturata delle emissioni dirette e indirette legate ai consumi energetici.

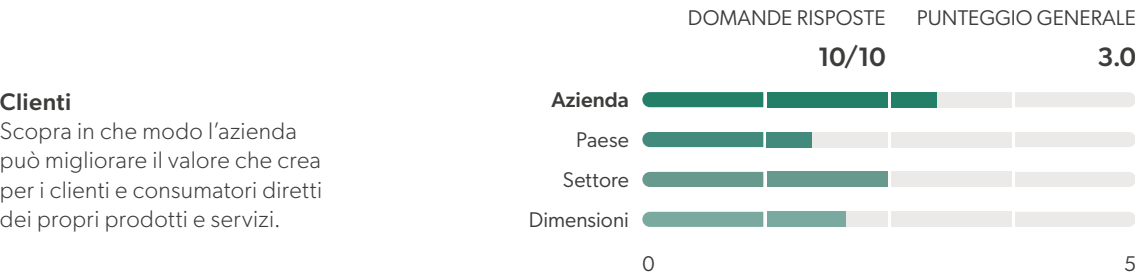
Il punteggio registrato nel 2024 aveva risentito dei numerosi cambi di sede intervenuti nel corso dell'anno, che avevano temporaneamente limitato la possibilità di implementare iniziative ambientali continuative. A partire dal 2025 la situazione si è stabilizzata in quanto l'azienda ha trasferito la propria **sede in un immobile in locazione di Classe A**, progettato secondo criteri di efficienza energetica e dotato di certificazioni ambientali. In particolare, l'energia utilizzata proviene in larga parte da fonti rinnovabili (tra il 75% e il 99%) e sono state adottate soluzioni tecniche volte a ridurre i consumi, tra cui l'ottimizzazione dell'illuminazione naturale, l'utilizzo di sistemi di illuminazione efficienti, sensori di presenza, regolatori di intensità e sistemi di climatizzazione programmabili con vetri a elevato isolamento termico.

Sul fronte della gestione dei rifiuti, l'azienda ha implementato un **programma strutturato di raccolta differenziata e riciclo** che coinvolge le principali categorie di materiali, tra cui carta, cartone, plastica, vetro e metalli. Particolare attenzione è stata inoltre dedicata ai **prodotti a marchio, per i quali è stata condotta un'analisi formale dei materiali e delle soluzioni di packaging**, con l'obiettivo di individuare opportunità di ottimizzazione e riduzione dell'impatto ambientale. I materiali utilizzati risultano certificati secondo standard indipendenti, riciclabili e accompagnati da istruzioni chiare per un corretto smaltimento.

Guardando al futuro, si intende rafforzare ulteriormente l'impegno ambientale attraverso un'estensione progressiva della valutazione dell'impronta ambientale lungo la catena del valore, attività già avviata su una parte dei prodotti a marchio, con l'obiettivo di identificare ulteriori margini di miglioramento e riduzione degli impatti indiretti.

Clients

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



Nel 2025 il **punteggio** nell'area Clienti è **rimasto invariato, confermando la solidità delle pratiche aziendali già in essere** nella gestione del rapporto con la clientela.

L'azienda adotta un approccio strutturato volto a garantire la qualità dei prodotti e dei servizi offerti, ponendo al centro la tutela e la soddisfazione del cliente. In questo ambito, sono previste garanzie contrattuali e politiche di protezione che assicurano ai clienti adeguati strumenti di tutela rispetto ai propri acquisti. Tali misure sono supportate da sistemi formali di controllo della qualità e da processi continuativi di raccolta e analisi dei feedback, che consentono di monitorare in modo costante il livello di soddisfazione e di intervenire tempestivamente

in caso di criticità.

La gestione dei reclami avviene attraverso procedure strutturate, che prevedono tempi di risposta definiti – generalmente entro un mese dalla ricezione – e, ove possibile, servizi di supporto in tempo reale, con l'obiettivo di garantire una risoluzione efficace e tempestiva delle problematiche segnalate. In parallelo, l'azienda ha sviluppato un programma formale per integrare i risultati dei test e i riscontri dei clienti nei processi di progettazione e miglioramento dei prodotti e servizi, favorendo un **approccio orientato al miglioramento continuo basato sull'ascolto attivo della clientela**.

Particolare attenzione è riservata alla protezione dei dati personali. L'azienda ha adottato **politiche chiare e trasparenti in materia di trattamento dei dati**, in conformità al Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR), integrando la tutela della privacy nei propri processi di gestione dei rischi. I dati sensibili sono trattati secondo elevati standard di sicurezza e riservatezza, e ai clienti è garantita piena informativa e possibilità di scelta in merito alle modalità di raccolta, utilizzo e condivisione delle informazioni personali.

Il **monitoraggio della soddisfazione dei clienti** rappresenta un elemento centrale della strategia aziendale. I risultati delle indagini vengono condivisi internamente e utilizzati come leva per il miglioramento continuo.



Azioni intraprese e risultati raggiunti rispetto agli obiettivi di beneficio comune

Come precedentemente menzionato, CRAI Secom S.p.A. Società Benefit ha ampliato il proprio oggetto sociale introducendo nello Statuto quattro finalità specifiche di beneficio comune. Tali obiettivi non costituiscono semplici dichiarazioni di intenti, ma rappresentano i pilastri di una pianificazione annuale e pluriennale, strettamente integrata con i valori e la missione aziendale.

Per l'esercizio 2025, la Società si è impegnata a tradurre queste finalità in pratiche operative capaci di generare un impatto positivo e misurabile lungo l'intera catena del valore. CRAI ha conseguito la maggior parte degli obiettivi prefissati, attivando iniziative che spaziano dal consolidamento di un'offerta accessibile e orientata alla **sicurezza nutrizionale** (come il marchio Larancio e le linee Vit D e Sport) alla **trasparenza ambientale** — perseguita attraverso mappature del packaging, avvio dei progetti di analisi Streamlined LCA e misurazione dell'inventario GHG Scope 3 (su oltre 6 mila referenze) — fino alla valorizzazione del capitale umano mediante la formazione e **programmi per il benessere dei collaboratori**. Inoltre, nel 2025 la società ha avviato il percorso di misurazione delle emissioni Scope 3.1, selezionando un partner specializzato (MUGO S.r.l. Società Benefit) e raccogliendo i dati necessari. I risultati dell'inventario, riferiti all'anno 2025, sono stati completati e validati nel primo trimestre 2026.

Tra i traguardi più significativi del 2025, un passaggio fondamentale per l'identità e l'impegno verso l'etica d'impresa è stato rappresentato dalla **sottoscrizione del Protocollo di Legalità con il Ministero dell'Interno**. Tale atto rafforza la determinazione della Società a operare nel rispetto della legalità, prevenendo ogni forma di infiltrazione criminale e promuovendo una cultura d'impresa fondata sull'integrità, sulla trasparenza e sul rigoroso rispetto delle regole.

La tabella che segue fornisce una rendicontazione dettagliata delle principali iniziative implementate, evidenziando il loro allineamento con le finalità statutarie. Ogni azione descritta è associata a un obiettivo preciso, volto a illustrare l'efficacia degli interventi con un focus sugli impatti tangibili raggiunti.

Il monitoraggio costante dei risultati ha permesso alla Società di mantenere una strategia dinamica: laddove ritenuto opportuno — come nel caso della revisione strategica di alcuni progetti di filiera o della formazione nei punti vendita — si è optato per una rimodulazione o ripianificazione delle attività. Tale approccio è stato adottato per garantire un'esecuzione trasparente, mantenendo costante la direzione verso gli obiettivi di beneficio comune e la creazione di valore condiviso nel lungo periodo.

Consumatori e Produttori

Obiettivo	Finalità statutaria	Iniziative e Risultati 2025
Offerta alimentare sana e accessibile	1	Sviluppo delle Linee VIT D / Linea Sport / Filiere Freschissimi per garantire ai clienti un ampliamento dell'offerta nutrizionale con nr. 4 nuove referenze di cui: • nr. 2 Vit D (bevanda all'avena e biscotti alla panna con vitamina D3); • nr. 2 Sport (reidratante in polvere senza lattosio e gel energetico senza lattosio) che si aggiungono al segmento barrette. Lo sviluppo delle "filieri freschissimi" è stato sospeso in vista della revisione strategica della segmentazione dell'offerta CRAI.
Promozione dei produttori e delle produzioni eno-gastronomiche italiane	1	Sostegno ai Produttori Locali nello sviluppo e mantenimento delle garanzie qualitative dei prodotti inseriti negli assortimenti territoriali. In particolare: • Sviluppo, in partnership con IFS, dello standard IFS Local per la certificazione dei fornitori locali; • Effettuati 9 audit in Sardegna su micro e piccole aziende artigianali del marchio Cuore dell'Isola (categorie: formaggi, salse, pomodori essiccati, uova, pasta fresca, spezie); • Nr. 1 fornitore messo a disposizione per il test di validazione dello schema di audit, articolato in tre sezioni: requisiti igienico-sanitari di base, principi di autocontrollo e gestione delle non conformità.
Esperienza di spesa: accessibilità e convenienza	1	Completato lo sviluppo del pacchetto convenienza 2025-2026 della linea LARANCIO, nuova linea a marchio privato (MDD) di CRAI, concepita per presidiare il segmento "primo prezzo" e convenienza. In particolare, nel corso del 2025 sono state sviluppate nr. 95 referenze trasversali nei principali settori merceologici: pasta, olio, tonno, salumi, formaggi, insalate di IV gamma, succhi, vino in brick, surgelati e prodotti per la pulizia della casa. L'offerta risponde ai requisiti di accessibilità economica e costanza qualitativa per i prodotti di consumo quotidiano.
Esperienza di spesa: qualità del reparto Ortofrutta	1	Sviluppo qualità Ortofrutta per professionalizzare la filiera interna di approvvigionamento e migliorare la performance dei reparti e la soddisfazione dei clienti. In particolare: • È stata completata l'implementazione del sistema di controllo Ortofrutta in piattaforma; • È stata erogata la formazione al 100% degli addetti del controllo qualità in piattaforma e ai Buyer Ortofrutta. La formazione rivolta ai Capi Reparto dei punti vendita è stata ripianificata al 2026.

Giovani e Comunità

Obiettivo	Finalità statutaria	Iniziative e Risultati 2025
Cultura di buona alimentazione e acquisti consapevoli	2	Realizzazione del libro divulgativo «Alimentazione e benessere. Nutrirsi bene per una vita sana e attiva», sviluppato in collaborazione con docenti universitari e professionisti dello sport ed edito da Giunti Editore per CRAI Secom. Nel corso dell'anno, il progetto e la divulgazione sono stati accompagnati da una campagna di sensibilizzazione nei punti vendita e sui canali social, con l'obiettivo di amplificare la portata educativa dell'iniziativa e rafforzare il coinvolgimento delle comunità locali. Il contenuto editoriale affronta in modo accessibile e strutturato i principi di una corretta alimentazione, fornendo strumenti pratici per l'equilibrio nutrizionale e l'educazione alimentare lungo le diverse fasi della vita, con un focus specifico sulla comprensione dei nutrienti e sul loro ruolo nel mantenimento del benessere psico-fisico.
Sostegno alle istituzioni scolastiche	2	CRAI Secom ha promosso attraverso la propria rete di supermercati il programma loyalty "CRAI per la Scuola", un'iniziativa a sostegno delle scuole dell'infanzia, primarie e secondarie di primo e secondo grado (pubbliche, private e paritarie) in tutta Italia. Attraverso il meccanismo di raccolta punti legato alla spesa nei supermercati CRAI, i clienti possono convertire i punti accumulati in buoni da destinare alle scuole aderenti. Queste ultime, una volta raccolti i buoni, possono accedere a un catalogo premi dal quale selezionare i beni necessari alle attività educative. L'iniziativa combina obiettivi di fidelizzazione della clientela con un impatto sociale positivo, favorendo il coinvolgimento diretto delle famiglie nel supporto alle scuole.
Protocollo Quadro di Legalità	2-4	Nel marzo 2025, CRAI Secom S.p.A. è diventata la prima insegna della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) a sottoscrivere un Protocollo Quadro di Legalità con il Ministero dell'Interno. L'accordo ha l'obiettivo di prevenire infiltrazioni criminali e garantire maggiore trasparenza nella filiera, attraverso controlli rigorosi sui fornitori, clausole contrattuali dedicate e misure di sicurezza nei punti vendita, a sostegno della libera impresa. Il Ministero ha successivamente diffuso il Protocollo presso tutte le Prefetture nazionali quale modello di riferimento per accordi operativi locali; nel 2025 è stata formalizzata la prima intesa territoriale con la Prefettura di Cagliari/Oristano. Sul piano operativo, il Protocollo si applica obbligatoriamente alle nuove convenzioni marchio/insegna stipulate dopo il 7 marzo 2025, mentre per i Soci già convenzionati l'adeguamento è volontario. CRAI Secom ha aggiornato la convenzione marchio/insegna con uno specifico articolo contrattuale (art. 29) e i contratti di affiliazione dei punti vendita, attivando al contempo un monitoraggio interno continuativo per il progressivo allineamento della rete ai principi dell'accordo. In base al protocollo, CRAI e i propri Soci sui Territori si impegnano a: selezionare i fornitori in modo responsabile, inserire specifiche clausole nei contratti di convenzionamento e prevedere la risoluzione dei vincoli contrattuali in caso di violazioni.

Ambiente

Obiettivo	Finalità statutaria	Iniziative e Risultati 2025
Riduzione degli sprechi alimentari	3	Da qualche anno CRAI ha avviato un percorso strutturato di misurazione delle eccedenze alimentari e di adozione di soluzioni operative concrete per ridurre gli sprechi lungo tutta la rete, agendo su più fronti: dalla valorizzazione dei prodotti invenduti, alla gestione trasparente delle donazioni alimentari. In particolare nel 2025: - Sul fronte della lotta agli sprechi, 226 punti vendita hanno adottato la soluzione Too Good To Go, consentendo di salvare 45.525 pasti ed evitare emissioni stimate di circa 123 tonnellate di CO₂, basate sui parametri di calcolo del provider esterno. La qualità del servizio offerto è stata confermata dalle valutazioni degli utenti, che hanno superato il punteggio di 4,2 su tutti i parametri rilevati — qualità, quantità, esperienza e varietà — come certificato da Too Good To Go; - È stata attivata la collaborazione con il partner Regusto per la mappatura, la gestione e la rendicontazione delle donazioni alimentari, con l'obiettivo di garantire trasparenza, efficienza e un impatto sociale misurabile.
Raccolta e riciclo	3	Nel corso del 2025 sono state promosse soluzioni per sensibilizzare e facilitare la raccolta e il riciclo delle bottiglie di plastica per i clienti presso i punti vendita, in partnership con Coripet. I risultati relativi ai punti vendita e alla CO₂eq risparmiata sono in fase di certificazione da parte di Coripet e al momento non rendicontabili.
Soluzioni innovative per l'uso delle risorse	3	Nel 2025 è stato avviato il Progetto Packaging MDD, sviluppato in partnership con Ogyre, società specializzata nel monitoraggio e nella valutazione della sostenibilità del packaging. Il progetto ha l'obiettivo di monitorare la natura e il peso degli imballaggi dei prodotti a marchio e di definire, in collaborazione con i Fornitori, specifici assi di miglioramento per la riduzione dell'impatto ambientale. Il cuore del progetto è stato la strutturazione e la somministrazione di una survey dedicata, costruita secondo un framework di Monitoraggio e Valutazione (M&E) che integra indicatori quantitativi e qualitativi, al fine di raccogliere dati sistematici sull'impatto ambientale del packaging lungo la filiera e di misurare il grado di consapevolezza dei fornitori rispetto alle tematiche di sostenibilità. La survey è stata sottoposta al 100% dei Fornitori MDD e dei Fornitori di materiali consumabili: 297 fornitori su 466 totali hanno restituito il questionario. Parallelamente, è stata realizzata la mappatura di tutti i prodotti MDD e del cosiddetto "materiale consumabile" dei punti vendita — ovvero i materiali di confezionamento utilizzati nei reparti dei freschissimi — comprensiva di tipologia di pack (natura, dimensioni, riciclabilità e contenuto di materiale riciclato), capacità industriali rispetto alla normativa in itinere e progettualità in atto per la riduzione dell'impatto ambientale. I risultati complessivi della mappatura saranno completati entro il primo quadrimestre del 2026.
Life Cycle Assessment – Prodotti MDD	3	Nel corso del 2025, CRAI Secom ha avviato un percorso strutturato di misurazione e gestione delle proprie emissioni di gas serra legate alla catena di fornitura. A seguito di una fase di ricerca e valutazione di partner specializzati, la società ha selezionato MUGO Retail — piattaforma di sustainability intelligence specializzata nel mondo retail e food — come partner tecnico per lo sviluppo di due progetti chiave nell'ambito del proprio percorso di decarbonizzazione. Nel quarto trimestre 2025 sono stati avviati i primi contatti operativi e definito il perimetro di lavoro per le attività da sviluppare a partire dal gennaio 2026, che comprendono: - la misurazione dell'inventario GHG Scope 3 Categoria 1 (beni e servizi acquistati) relativo all'anno di riferimento 2025, attraverso la piattaforma MUGO Retail, validata da RINA Services S.p.A. in conformità al GHG Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Standard; - l'analisi semplificata della carbon footprint di prodotto (Streamlined LCA) su un primo panel di prodotti MDD selezionati, con l'obiettivo di identificare gli hotspot emissivi e le opportunità di decarbonizzazione lungo la filiera. I risultati di entrambe le attività, attesi entro il primo semestre 2026, saranno rendicontati nella Relazione di Impatto 2026 e costituiranno il punto di partenza per la definizione delle azioni concrete di riduzione delle emissioni lungo la filiera.

Collaboratori

Obiettivo	Finalità statutaria	Iniziative e Risultati 2025
Inclusione, talento e benessere: Board dei Giovani	4	Nel 2025 sono stati organizzati 3 incontri consultivi del Board dei Giovani sull'evoluzione del progetto CRAI FUTURA (con il Direttore Giangiacomo Ibba) e 3 sessioni di approfondimento per la definizione dei contenuti del progettoitoriale "Conversari". In particolare, il coinvolgimento strutturato delle nuove generazioni nei momenti consultivi ha contribuito ad arricchire il processo decisionale, introducendo prospettive innovative e una maggiore aderenza ai cambiamenti nei modelli di consumo e nelle aspettative del mercato, contribuendo al contempo alla formalizzazione e alla diffusione dei principi identitari di CRAI.
Clima aziendale	4	Nel corso del 2025 è stata condotta un'analisi del clima aziendale rivolta ai dipendenti della sede CRAI Secom, con il supporto scientifico dell'Università di Cagliari, nell'ambito di un più ampio percorso di ricerca sul rapporto tra benessere organizzativo e performance aziendale. In collaborazione con l'Università sono state sviluppate le fasi del progetto, a partire dalla progettazione dello strumento di rilevazione, alla somministrazione del questionario al personale, fino all'elaborazione e analisi dei risultati. L'Università ha inoltre curato la presentazione dei risultati in sessione plenaria, evidenziando le principali evidenze emerse e le relative aree di miglioramento. L'iniziativa ha rappresentato un momento strutturato di ascolto interno e ha costituito la base per l'avvio di un percorso di sviluppo organizzativo nell'area Persone, funzionale alla definizione e implementazione (nel prossimo futuro) di specifiche azioni di miglioramento orientate al benessere dei collaboratori e alla crescita sostenibile dell'organizzazione.
Cultura imprenditoriale – Percorso CRAI FUTURA	4	Completato nel 2025 il Percorso Formativo CRAI FUTURA, rivolto a imprenditori, assistenti di rete, Store Manager e giovani CRAI. In particolare, il percorso formativo ha realizzato: • 36 corsi, 267 partecipanti, 556 ore di formazione in modalità blended (presenza, app dedicata, online, podcast e games); • Ha trattato tematiche quali conto economico, KPI, format e assortimento, category management, soddisfazione del cliente, qualità e normative ESG. La valutazione media del percorso, attribuita dai partecipanti, è del 6,88/7 e l'esperienza ha rappresentato un banco di prova strutturato verso l'Academy CRAI, prevista per il 2026.
Sviluppo del potenziale delle giovani risorse	4	Nel 2025 è stato avviato il percorso «Setting for the Future», sviluppato in collaborazione con un partner qualificato, con l'obiettivo di potenziare le competenze manageriali dei collaboratori under 35 di CRAI Secom e dei Soci, valorizzandone il talento e il potenziale di crescita. Il percorso, strutturato e articolato in più fasi, integra attività di assessment, formazione personalizzata — in modalità digitale e in presenza — e momenti di sviluppo individuale e di gruppo, finalizzati al rafforzamento delle competenze trasversali e tecniche. Il programma ha coinvolto complessivamente 24 risorse.
Formazione ESG e Società Benefit	4	È stata erogata, con il supporto di specialisti, un'attività di formazione e sensibilizzazione rivolta ai collaboratori del Gruppo CRAI sui temi ESG e sul percorso Società Benefit. In tale ambito, sono stati progettati e realizzati tre corsi dedicati alla catena del valore, destinati alla popolazione commerciale coinvolta nei processi di approvvigionamento, che hanno complessivamente coinvolto 55 partecipanti.
Supporto psicologico ai collaboratori	4	È stato attivato, per i dipendenti di CRAI Secom, un programma di supporto psicologico per i collaboratori in collaborazione con il partner Serenis, centro medico specializzato in psicoterapia online. Il servizio si avvale di un network di oltre 2.500 psicoterapeuti qualificati. L'iniziativa è finalizzata a supportare la gestione di difficoltà emotive, stati di ansia e stress, garantendo riservatezza e un approccio personalizzato. Nel 2025 il supporto è stato utilizzato da 15 collaboratori.

Obiettivo	Finalità statutaria	Iniziative e Risultati 2025
Work-Life Balance – Fondazione Onda ETS	4	Nell'ambito delle iniziative a supporto del Work-Life Balance, la Società ha aderito al programma promosso dalla Fondazione Onda ETS, realtà impegnata nella promozione della salute e del benessere nei contesti lavorativi e nella valorizzazione di politiche aziendali orientate alla centralità della persona. L'iniziativa ha coinvolto l'intera rete e le società del Gruppo e la partecipazione agli eventi è libera. Nel corso del 2025 sono stati realizzati n. 4 appuntamenti formativi – tra webinar, video informativi e materiali divulgativi – dedicati ai temi del benessere psicologico e fisico, nonché alla conciliazione tra vita privata e professionale. La partecipazione al programma ha consentito a CRAI Secom di conseguire il Bollino HFC (Health Friendly Company) per il biennio 2025-2026, riconoscimento attribuito alle organizzazioni che si distinguono per l'impegno concreto nella tutela della salute e del benessere dei propri collaboratori.
Donne del Retail	4	La Società ha promosso la partecipazione dei collaboratori CRAI all'Associazione Donne del Retail, nata per valorizzare il Retail con una prospettiva femminile, promuovendo pari opportunità, solidarietà e contrasto alle discriminazioni. L'iniziativa offre accesso a seminari, approfondimenti e un programma di mentoring dedicato, sostenendo l'empowerment femminile e contribuendo a superare gli stereotipi nel settore. Le principali iniziative alle quali ha partecipato CRAI hanno riguardato incontri (in presenza e online) per lo scambio di best practice e lo sviluppo di relazioni professionali; focus su "La forza delle Donne nella comunicazione", analizzando come i linguaggi influenzino la parità di genere; percorsi formativi focalizzati sull'empowerment, la conoscenza dei diritti sul lavoro per prevenire discriminazioni e il contrasto al bropropriating (appropriazione indebita di idee femminili).

6. Obiettivi e impegni per il 2026

Nel corso del 2026, CRAI Secom S.p.A. Società Benefit continuerà a perseguire i principi che definiscono la propria identità, orientando la propria azione verso obiettivi misurabili in ambito ambientale, sociale e di governance.

L'impegno assunto si tradurrà nell'introduzione e nel consolidamento di politiche interne volte al miglioramento continuo dei processi, con particolare attenzione alla qualità dei servizi offerti, alla responsabilità sociale d'impresa e alla gestione sostenibile delle risorse.

In questa prospettiva, la rete di soci e imprenditori continuerà a rappresentare un moltiplicatore dell'impatto positivo generato dall'attività aziendale sui territori di riferimento.

Consumatori e operatori della filiera

Sul fronte dell'offerta, è in corso una revisione della segmentazione dei prodotti a marchio CRAI, finalizzata a chiarire il ruolo e il posizionamento delle principali linee (Mainstream, Premium, Salutistico e Filiera). L'intervento risponde all'evoluzione della domanda dei consumatori, sempre più orientata verso prodotti con caratteristiche nutrizionali più attente e una maggiore trasparenza sull'origine e sulle filiere.

Parallelamente, proseguirà il percorso di qualifica e accompagnamento dei fornitori locali, a supporto del mantenimento degli standard qualitativi richiesti per i prodotti inseriti negli assortimenti territoriali.

Saranno inoltre avviati progetti di sviluppo delle filiere locali fondati su una distribuzione equa del valore lungo tutta la catena.

In continuità con le azioni già intraprese, il programma di miglioramento della qualità dell'ortofrutta vedrà la diffusione degli standard qualitativi CRAI presso i fornitori e lo sviluppo di attività formative rivolte alla rete vendita, con l'obiettivo di professionalizzare ulteriormente i processi interni di approvvigionamento e controllo.

Giovani e comunità

CRAI Secom conferma il proprio impegno nei confronti delle nuove generazioni e delle comunità locali attraverso la co-costruzione, in collaborazione con istituzioni scolastiche e partner nazionali, di percorsi di sensibilizzazione rivolti agli studenti della scuola dell'obbligo sui temi della corretta alimentazione e della riduzione degli sprechi alimentari.

Saranno inoltre sviluppate iniziative di educazione alimentare rivolte ai clienti dei punti vendita della rete.

Attraverso il Board dei Giovani, verranno progettate iniziative specifiche dedicate allo sport e al benessere dei collaboratori, con l'obiettivo di rafforzare il senso di appartenenza e il benessere organizzativo.

Ambiente

Sul piano ambientale, saranno avviate nuove collaborazioni a supporto dei punti vendita per il monitoraggio delle eccedenze alimentari, con lo sviluppo di soluzioni innovative per la riduzione degli sprechi e la strutturazione di un'offerta di servizi contrattualizzati da CRAI, a disposizione dei soci e imprenditori per l'adozione di buone pratiche nei punti vendita. Verrà inoltre incentivata la raccolta differenziata e il riciclo presso la rete distributiva.

Sarà completato il progetto di revisione del packaging dei prodotti a marchio, con l'obiettivo di incrementare la quota di imballaggi riciclati o a minore impatto ambientale, attraverso una collaborazione strutturata con i fornitori finalizzata all'individuazione di ulteriori margini di miglioramento.

Inoltre, a partire da gennaio 2026, è stata avviata operativamente la collaborazione con MUGO Retail per il completamento, entro il primo semestre 2026, di due attività di misurazione riferite all'anno 2025: l'inventario GHG Scope 3 Categoria 1, condotto con metodo Activity Based, su oltre 6.000 referenze di prodotto, e un'analisi semplificata della carbon footprint (Streamlined LCA) su un panel di prodotti MDD prioritari.

Infine, è in fase di valutazione la possibile introduzione di un progetto strutturato di Third Party Risk Management (TPRM) applicato alla filiera dei fornitori, volto a presidiare in modo integrato i rischi della supply chain, i profili ESG, la conformità normativa e la tutela della reputazione aziendale.

Collaboratori

Sul fronte delle persone, proseguirà il percorso "Setting for the Future", dedicato allo sviluppo delle competenze manageriali dei collaboratori under 35 della sede e della rete dei soci.

Sarà inoltre rafforzato il programma di formazione e sensibilizzazione sulle tematiche ESG e sul percorso di Società Benefit, con il supporto di specialisti esterni, attraverso moduli dedicati alla catena del valore e alla gestione dei claims ESG, rivolti ai collaboratori del Gruppo CRAI.

