



## COMPANY PROFILE

---



<b>PREMESSA</b>	3
<b>CHI SIAMO</b>	5
La Cooperativa	6
Rete	8
Insegne	9
Governance	10
Qualità	11
Sistemi di Ascolto	12
Stakeholders	13
<b>COSA FACCIAMO</b>	15
Sviluppo Prodotti a Marchio	16
Scegliamo i Migliori	17
Collaborazione con l'Industria di Marca	18
Retail Media	19
I Nostri Impegni Green	22
Le Persone	27
Comunità e Territorio	28
Sostegno alla Società Civile	29
<b>COSA FAREMO</b>	31
Impegni futuri	32
Il triennio che verrà	34

## LETTERA DI PRESENTAZIONE

---

Questo documento nasce dalla consapevolezza del ruolo fondamentale che abbiamo come Centrale della distribuzione moderna. Il nostro fare impresa in questo settore, infatti, produce effetti a livello economico, sociale ed ambientale, occupandosi contemporaneamente di rapporti commerciali, di processi di studio e comprensione dei modelli di consumo, di relazioni con i territori dove operiamo direttamente o indirettamente attraverso le strutture a noi collegate.

Da sempre i nostri obiettivi di business sono strettamente connessi con il nostro sistema di valori che dalla cooperativa arrivano ai Soci e da qui ai clienti: la trasparenza nelle relazioni, la valorizzazione delle produzioni locali, il sostegno alle comunità, la qualità come guida di tutto il nostro operare.

In questo documento, parlando della nostra organizzazione e delle attività che svolgiamo, vogliamo porre le basi per descrivere la nostra visione e i modelli che usiamo come punti di riferimento che guidano il nostro percorso presente e futuro: una visione che non solo abbia come obiettivo la crescita economica di tutto il sistema Dit, ma che sia in linea con gli obiettivi di una crescita sostenibile anche dal punto di vista sociale ed ambientale nella sua accezione più allargata. Nel 2023 Dit assume una nuova forma e il nuovo logo esprime questo cambiamento che vede la Centrale come fulcro di relazioni tra gli stakeholder fondamentali: i Soci, le persone e i territori e il sistema economico e istituzionale. I tempi sono maturi per iniziare a quantificare e formalizzare i nostri progressi all'interno di un quadro unificato. Le normative nazionali e internazionali dettano uno standard per la pianificazione e la rendicontazione delle attività e delle pratiche messe in atto dalle aziende. Noi le recepiamo e le facciamo nostre, con particolare riferimento all'Agenda ONU 2030.

Partiamo quindi affiancando ai vari ambiti ESG (Environment, Social e Governance) le nostre azioni concrete per il contributo agli obiettivi globali dell'Agenda ONU 2030 e da lì tracciamo i risultati ottenuti, monitoriamo in modo continuativo il nostro agire e individuiamo le criticità, per dare forma a una sistematica rendicontazione e ad un circolo virtuoso che veda Dit parte attiva nel progetto globale di salvaguardia del pianeta.

*Il Consiglio di Amministrazione*



---

# CHI SIAMO

## LA COOPERATIVA

2017 - 2026

**Dit – Distribuzione Italiana** nasce nel 2017 dall'esperienza storica delle insegne Sigma e Sisa, proponendosi come Centrale multi-insegna e multi-brand. Seppur giovane, Dit eredita dalle insegne che la compongono una esperienza di oltre sessant'anni di storia, caratterizzata dall'impegno costante di mettere a fattor comune per i propri Soci una serie di servizi di valore, legati alla negoziazione con l'industria, allo sviluppo dei prodotti a marchio, al marketing e all'innovazione nella relazione e fidelizzazione del cliente. Il lavoro della Centrale è stimolare un dialogo costruttivo tra i Soci, creare momenti di scambio di idee e tradurre le scelte del gruppo in azioni concrete. Un sistema che si basa su due punti fondamentali: innovazione e qualità. L'innovazione è messa in atto a partire da una solida conoscenza del mercato, dei cambiamenti in atto nella società e dei trend tecnologici. La cultura del dato consente a Dit di guidare i propri Soci verso scelte

consapevoli, garantisce la possibilità di rispondere alle esigenze dei diversi tipi di clienti, all'interno di un sistema sociale in continua evoluzione. L'altro punto caratterizzante l'azione di Dit è la qualità. La Centrale non solo dispone di una struttura dedicata allo sviluppo e monitoraggio dei prodotti a marchio e al mantenimento di un sistema di gestione qualità certificato, ma è anche organizzata al suo interno in modo da utilizzare al meglio le competenze specifiche di tutto il personale. L'esperienza e la conoscenza del settore, assieme alla formazione, garantiscono un alto livello nell'erogazione dei servizi su tutta la filiera. Le differenze sono l'anima della nostra cooperativa, valorizzarle è il primo obiettivo del nostro lavoro.

## Dit è il luogo di incontro di imprese, persone e territori, sistema economico e istituzionale

Insieme per dar vita alla cooperativa, i CeDi associati potenziano le loro attività e mettono a fattor comune una serie di strumenti e servizi che, promossi e coordinati centralmente da Dit, vengono ottimizzati in termini di efficacia ed efficienza. Due insegne – Sigma e Sisa –, diversi format distributivi e canali di vendita a coprire quasi tutta l'Italia attraverso 8 centri di distribuzione cui fanno riferimento oltre 683 punti di vendita:

CE.DI. SIGMA CAMPANIA S.P.A.  
 CONSORZIO EUROPA S.C.P.A.  
 EUROPA COMMERCIALE SRL  
 LE DELIZIE DEL SUD S.R.L.  
 LOMBARDI & C. SRL  
 REALCO SOC.COOP.  
 SAN FRANCESCO SRL  
 SISA SICILIA SPA

LE IMPRESE

LE PERSONE E I TERRITORI

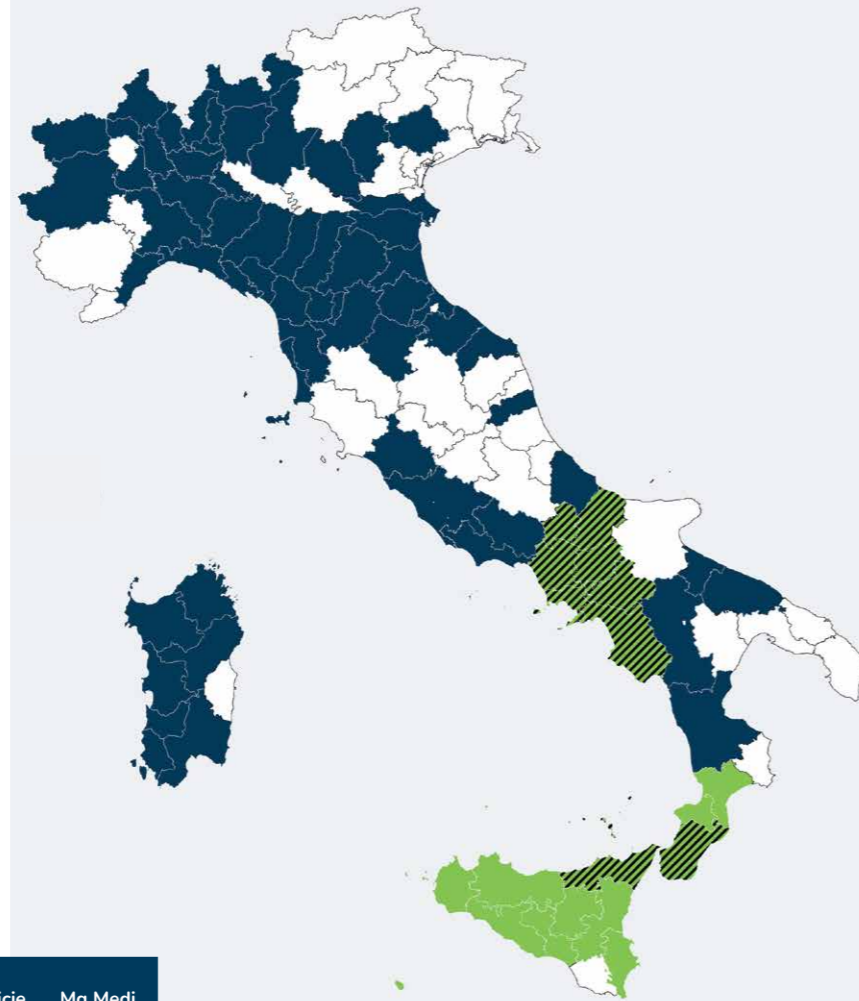
### IL SISTEMA ECONOMICO E ISTITUZIONALE

Il ruolo di impresa di Dit trova riscontro quotidianamente nelle relazioni con il sistema economico ed istituzionale. I primi stakeholder sono i fornitori di prodotti e servizi con i quali Dit definisce accordi commerciali volti alla reciproca soddisfazione. In aggiunta, le associazioni, che rappresentano le istanze del tessuto sociale, con le quali Dit intrattiene proficue relazioni con l'obiettivo di sostenere i territori. Ultimo ma non per importanza, una continua relazione con il contesto istituzionale nel quale si determinano gli indirizzi che regolano il business.

Il dialogo, la relazione e la comunicazione in Dit sono fortemente incoraggiati perché rappresentano la nostra prima fonte di crescita. Le persone sono i principali portatori di interesse: tutti i collaboratori in Dit e nelle imprese associate hanno un comune obiettivo, all'interno di un'etica del lavoro condivisa, che è soddisfare il cliente nel processo di acquisto, ma anche intercettare i bisogni personali e sociali. La varietà che Dit accoglie e rappresenta come cooperativa rispecchia quella del territorio italiano, nelle sue diverse espressioni regionali da Nord a Sud. La valorizzazione delle differenze avviene prima di tutto a livello culturale, ma si concretizza anche nello sviluppo dei nostri prodotti a marchio Sigma e Sisa e delle tre linee specialistiche, che con ruoli differenti, rispecchiano tutta la varietà enogastronomica del nostro Paese.

## RETE COPERTURA NAZIONALE

- Province con Punti Vendita SIGMA
- Province con Punti Vendita SISA
- ▨ Province con Punti Vendita SIGMA e SISA



La rete di punti vendita è composta principalmente da imprenditori associati ai Centri Distributivi e da negozi di proprietà dei CeDi stessi.

Specializzati nei format di vicinato e prossimità, spesso i negozi sono presidi indispensabili per molti territori e oggi sempre di più rispondono alle nuove abitudini di acquisto: spesa veloce, plurisettimanale, con alto contenuto di servizio e grande attenzione all'innovazione di prodotto, al freschissimo, alla gastronomia e alle specificità del territorio.

Soci	N. PdV	Mq	
		Superficie	Medi
Negozi di vicinato	125	18.084	145
Superette	293	77.651	265
Supermercato	258	163.054	632
Superstore	17	16.020	2.289
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>683</b>	<b>274.809</b>	<b>402</b>

Nostre elaborazioni su dati interni

## INSEGNE DIT

Il valore delle differenze



Sigma è l'acronimo di Società Italiana Gruppi Mercantili Associati e nasce come insegna a Bologna nel 1962. L'insegna viene attualmente declinata in Sigma per i negozi di prossimità e le medie superfici, Superstore Sigma e IperSigma per le strutture più grandi. L'immagine di insegna viene ripresa in tutta la linea di prodotti a marchio. I valori, la qualità, la vicinanza, la convenienza e la familiarità diventano i protagonisti nelle campagne di comunicazione: "Nella tua storia da sempre, nella tua spesa da sempre". Oggi Dit conta 5 CeDi ad insegna Sigma con un totale di circa 500 punti vendita e strutture distributive che vantano in Italia la leadership per quello che riguarda la prossimità.



La Società Italiana Supermercati Associati nasce a Carpi nel 1975 e vive un periodo di espansione su tutto il territorio italiano. Sisa come brand è stato sin dall'inizio caratterizzato dalla sua mascotte: Sisolo, un alberello che comunica in modo familiare e amichevole i valori del brand legati all'accoglienza, al risparmio, al gusto, alla qualità e alla bontà.

Oggi Dit conta 3 CeDi ad insegna Sisa con circa 180 punti vendita. Localizzati principalmente al centro Sud, i punti vendita Sisa hanno formati diversi in base alle dimensioni e declinazioni d'insegna: Quick, Sisa, Sisa Superstore, Negozio Italia, Issimo e IperSisa



## GOVERNANCE DIT

Organizzazione e Trasparenza



### MODELLO 231

Dit riconosce l'importanza della responsabilità etico-sociale nella conduzione dei propri affari e conferma da sempre la propria reputazione e senso di integrità operando sul mercato nel pieno rispetto dei suoi principi etici. Come previsto dal D.Lgs. 231/2001, Dit ha adottato un Modello Organizzativo e di Gestione (MOG) finalizzato alla prevenzione dei reati oggetto del decreto, garantendo la massima trasparenza dei processi aziendali e attuando verifiche costanti da parte dell'Organismo di Vigilanza sul funzionamento, l'osservanza e il rispetto dei predetti modelli.

[https://www.dit.coop/wp-content/uploads/2022/11/D.IT-Modello-Organizzativo\\_CDA-12.10.2022.pdf](https://www.dit.coop/wp-content/uploads/2022/11/D.IT-Modello-Organizzativo_CDA-12.10.2022.pdf)

### CODICE ETICO

Il Codice etico è parte integrante del sistema di prevenzione e salvaguardia adottato da Dit ai sensi degli articoli 6 e 7 del decreto legislativo n. 231 dell'8 giugno 2001.

Il Codice ha lo scopo di definire l'insieme dei valori ai quali Dit si ispira nel perseguimento dei propri obiettivi e le linee di condotta da adottare nei comportamenti di tutti coloro che per essa operano, al fine di assicurare la massima correttezza e trasparenza nella conduzione delle attività aziendali.

Dit riconosce, infatti, l'importanza della responsabilità etico-sociale nella conduzione degli affari e delle attività aziendali, nella consapevolezza che la buona reputazione e l'immagine positiva di un'impresa costituiscono un fondamentale asset su cui fondare il perseguimento della sua missione, contribuendo in particolare a favorirne il rapporto di fiducia con i suoi Stakeholder e ad evitare l'assunzione di atteggiamenti prevenuti nei confronti dell'impresa stessa che comportamenti non etici inevitabilmente determinano.

Inoltre, il Codice Etico riporta anche l'impegno della società nel soddisfare i requisiti di base del lavoro etico rifiutando ogni forma di discriminazione e riconoscendo il diritto di autodeterminazione.

[https://www.dit.coop/wp-content/uploads/2022/11/D.IT-Codice-Etico\\_CDA-12.10.22.pdf](https://www.dit.coop/wp-content/uploads/2022/11/D.IT-Codice-Etico_CDA-12.10.22.pdf)

### WHISTLEBLOWING

Dit ha attivato un canale di segnalazione per comunicare in maniera riservata e anonima eventuali presunte violazioni al Codice Etico, al modello organizzativo adottato D.Lgs. 231/2001, alle procedure e alle policy aziendali e, in generale, alle leggi e ai regolamenti.

## QUALITÀ DIT

Dit si adopera per offrire ai Soci una vasta gamma di prodotti di qualità, prestando sempre maggiore attenzione alle innovazioni di mercato, al fine di rispondere al meglio alle diverse esigenze dei propri Clienti.



9001:2015

**Certificazione ISO 9001 del Sistema di Gestione Qualità** Tutti i Prodotti a Marchio sono sviluppati secondo procedure di qualità, necessarie affinché i prodotti rispondano tutti ad elevati standard qualitativi.

Per questi motivi, Dit ha deciso di istituire un Sistema di Gestione per la Qualità conforme ai requisiti espressi dalla norma ISO 9001: 2015, che ha ottenuto la certificazione da un ente terzo nel 2019.

La Direzione, in accordo con la Politica per la Qualità adottata, si impegna a migliorare costantemente l'efficienza della sua gestione definendo periodici obiettivi di miglioramento dei processi di sviluppo e controllo dei prodotti a marchio, verificando il rispetto dei requisiti dei fornitori, definendo attività volte a soddisfare soci/affiliati e promuovendo la formazione continua dei dipendenti.

*I numeri del controllo qualità Dit nel corso degli anni sono stati sempre in crescita, nella tabella che segue abbiamo indicato un confronto delle attività dal 2017 in cui è nata la Centrale Dit ad oggi:*

	2017	2023
Prodotti analizzati (analisi chimiche fisiche e microbiologiche)	184	1030
Numero determinazioni (analisi chimiche fisiche e microbiologiche)	463	21.956
Panel test	25	324
Audit (verifiche ispettive presso i fornitori)	18	47
Questionari di prevalutazione fornitori	0	297



## SISTEMI DI ASCOLTO

Il rapporto di Dit con i propri associati è basato sulla fiducia e sull'ascolto. Le indicazioni che periodicamente sono segnalate alla cooperativa vengono viste come spunti di miglioramento per garantire servizi al di sopra degli standard previsti dalle normative vigenti.

A maggior tutela della garanzia del Socio e affiliato, Dit ha definito una metodologia per verificare le conformità del proprio operato ovvero riunioni ed incontri periodici.

Questa attività consente di monitorare costantemente la qualità dei servizi offerti grazie a feedback immediati. La comunicazione esterna di fatto viene effettuata unicamente attraverso canali informatici.



## IL SISTEMA ECONOMICO E ISTITUZIONALE

## STAKEHOLDERS

Dit è il luogo di incontro di imprese, persone e territori, sistema economico e istituzionale.

### IMPRESE

Con le imprese associate con le quali collaboriamo quotidianamente, condividiamo non solo gli strumenti, il know-how e le iniziative commerciali e promozionali, ma soprattutto i valori. Portiamo infatti insieme sul mercato, con l'immagine dei punti vendita e con i prodotti a marchio, i nostri principi guida e facciamo in modo di arrivare fino al cliente con quel valore aggiunto che ci distingue dalla concorrenza. Il valore delle differenze.

### PERSONE E TERRITORI

Le differenze che, come Centrale, avvaloriamo sono quelle che provengono dalle varie regioni di Italia, che colleghiamo da Nord a Sud. Abbiamo anche una spiccata propensione all'inclusione che ci vede al centro di una lunga serie di relazioni, tra persone che collaborano tra team diversi e che sanno ascoltare e dialogare con il cliente attraverso tutti i punti di contatto a sua disposizione.

### ISTITUZIONI, FORNITORI, ASSOCIAZIONI

Gli altri stakeholder con i quali ci interfacciamo sono le istituzioni nazionali e locali, le associazioni di settore, culturali e benefiche e i fornitori di prodotti e servizi. Dit è il luogo dove le relazioni creano valore per un sistema che cresce e fa crescere.





---

# COSA FACCIAMO

## SVILUPPO PRODOTTI A MARCHIO

*Dit interpreta e promuove le esigenze dei Soci e dei clienti, offrendo supporto alle necessità locali attraverso lo sviluppo di attività pensate per adattarsi alle specificità dei territori in cui le differenti imprese operano.*



Una linea di prodotti mainstream per ciascuna insegna per garantire ad ogni punto vendita un'offerta completa per la spesa di tutti i giorni. **Caratteristiche chiave: risparmio e qualità.**



Gusto & Passione è una linea di prodotti pensata per esaltare i **migliori prodotti del territorio italiano**. Include anche una selezione di prodotti sviluppati in collaborazione con **Slow Food Italia**.



VerdeMio. Una linea pensata per gli amanti di uno stile di vita sano, una serie di prodotti biologici ed ecologici che fanno bene alla salute e all'ambiente. **La qualità è abbinata al valore della sostenibilità.**



Equilibrio & Piacere va incontro alle specifiche esigenze nutrizionali sempre più diffuse, prodotti light, ad alto contenuto proteico, senza glutine, senza zuccheri aggiunti, integrali e ricchi di fibre. **Una linea attenta al benessere.**

**Le linee di prodotti a marchio di Dit contano oltre 2000 referenze.**

Lo scopo principale è affiancare ogni insegna e ogni punto vendita con un'offerta esclusiva, completa e diversificata, che ne rafforzi anche la vocazione locale all'interno di un contesto nazionale. Il ruolo del prodotto a marchio del distributore sta acquisendo una crescente importanza al fine di mantenere un'offerta al pubblico competitiva. I valori delle insegne Sigma e Sisa si ritrovano nelle linee di prodotto, dove la qualità è la caratteristica fondamentale.

Oltre al prodotto confezionato, Dit dedica con la propria MDD massima attenzione ai reparti dei freschi e freschissimi; in particolare:

- ortofrutta, che conta attualmente oltre 50 referenze
- le carni, con uno sviluppo in parte nazionale e in parte dedicato alla certificazione di filiera specifica di fornitori locali.

## SCEGLIAMO SOLO I PRODOTTI MIGLIORI

*La frutta e verdura Sigma/Sisa sono un invito alla conoscenza e al consumo dei prodotti e delle eccellenze Italiane.*

Con l'offerta di FILIERA CONTROLLATA si offrono ai propri clienti solo prodotti italiani in base all'andamento delle campagne di raccolta e alla disponibilità stagionale. In questo modo riusciamo a garantire benefici all'ambiente: acquistare prodotti di stagione significa infatti ridurre l'incidenza del trasporto, eliminando parte delle emissioni di CO2 e di altre sostanze inquinanti rilasciate in atmosfera. I prodotti di stagione sono fortemente legati al territorio d'origine, scelta che consente concretamente di rafforzare il concetto di italianità, favorendo inoltre le produzioni locali e le comunità del territorio. Ultimi, ma non per importanza, i benefici legati alla salute: i prodotti di stagione subiscono meno trattamenti per la conservazione, vengono coltivati in modo più naturale, mantenendo in modo migliore le loro proprietà nutritive.



## COLLABORAZIONE CON L'INDUSTRIA DI MARCA

Le attività di Dit con l'industria di marca sono riconducibili a tre aree di competenza:

- Negoziazione per il rinnovo degli accordi quadro di acquisto delle merci.
- Analisi continuativa dei mercati e delle dinamiche dei prezzi delle materie prime e delle commodities.
- Definizione dei piani commerciali nazionali che concorrono allo sviluppo di attività promozionali distintive proposte ai clienti delle nostre insegne.

Per la promozione dei prodotti dell'industria, la Centrale mette in atto varie iniziative di marketing per favorire la notorietà dei diversi brand presso i clienti. Non una semplice negoziazione commerciale ma una serie di attività mirate alla creazione di valore per tutto il sistema.

Dit si avvale degli strumenti più avanzati: il monitoraggio di tutte le attività permette di avere a disposizione sempre un quadro puntuale, una sintesi ragionata con indicatori chiave condivisi con l'industria di marca. La condivisione dei dati di vendita viene arricchita da ulteriori dimensioni di informazione legati alla Customer Experience e alla segmentazione della base clienti.

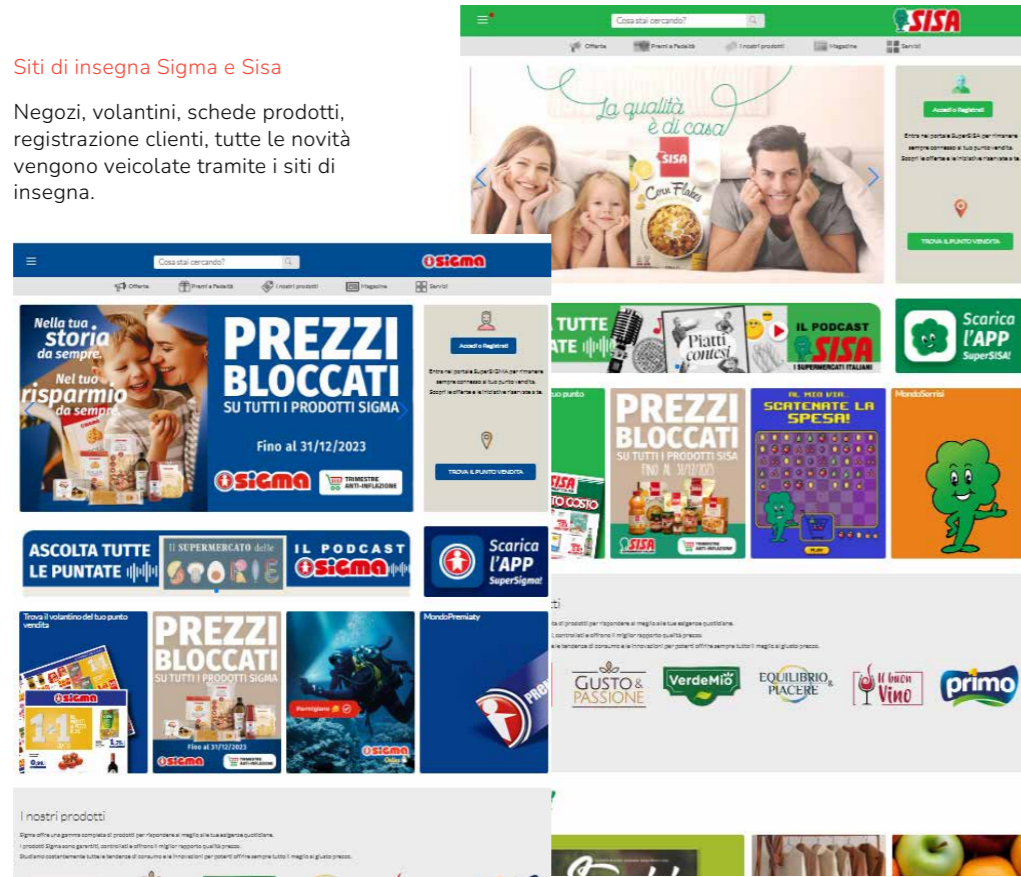
## RETAIL MEDIA

“Dit completa le attività di Marketing Mix per l'industria di marca con la diffusione di contenuti pubblicitari su tutti i canali di comunicazione disponibili, configurandosi come un Retail Media nazionale.



Siti di insegna Sigma e Sisa

Negozi, volantini, schede prodotti, registrazione clienti, tutte le novità vengono veicolate tramite i siti di insegna.



App SuperSigma e SuperSisa

Strumento chiave della relazione con i clienti, le App guidano il cliente fino al punto vendita e consentono di avere sempre a disposizione la carta fedeltà.



Siti di e-commerce

A disposizione dei soci per i punti vendita che desiderano ampliare il proprio servizio con le nuove modalità di acquisto.

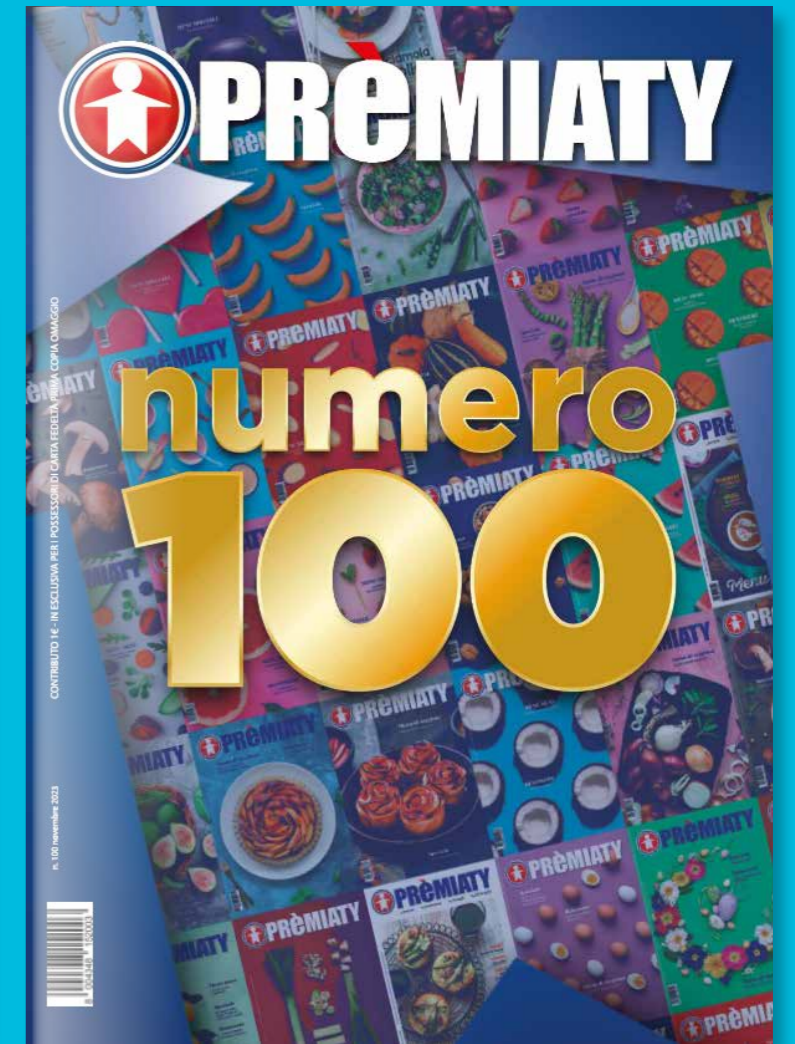
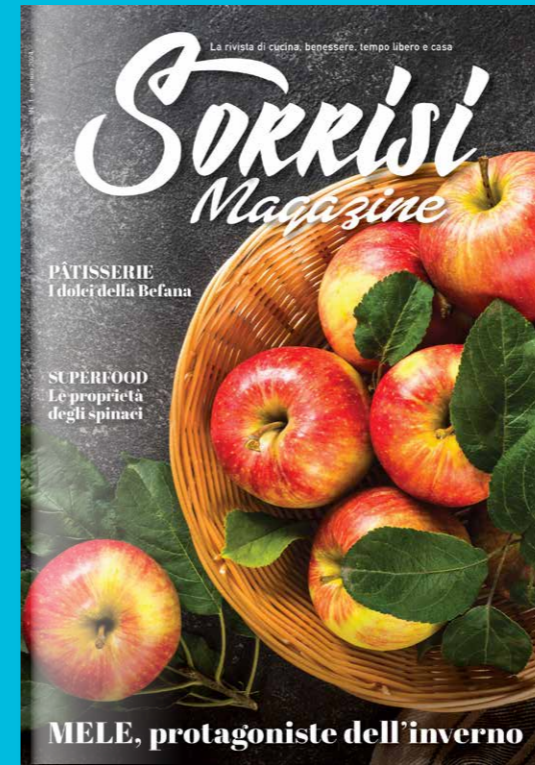
SERVIZI DI MARKETING

*I marketer innovativi inventano nuove soluzioni che funzionano con vecchie emozioni (S. Godin)*

Il coordinamento delle attività di marketing che la Centrale svolge per tutti i soci può essere suddiviso in tre macro-aree di azione:

1. Campagne di comunicazione media tradizionali.
2. Attività di marketing digitale.
3. Marketing Information.

Le riviste Premiatty e Sorrisi sono raccolte preziose di contenuti legati alla cucina, allo star bene e alle buone abitudini alimentari e familiari. Premiatty rappresenta un veicolo storico di valore per il brand Sigma. A fine 2023 è stato pubblicato il numero 100.



***C'è una stretta connessione tra tutto quello che viene comunicato sul punto vendita e i contenuti esposti sui canali digitali: l'approccio organizzativo è quello omnicanale, a indicare la migliore direzione abbiamo gli insight derivanti dalle analisi di Marketing Information.***

Strumento fondamentale ed essenziale della cooperativa sono le commissioni che permettono di mettere insieme i punti di vista e le esigenze di tutti i Soci, su specifiche tematiche o sull'andamento generale delle attività. A partire da obiettivi comuni si individuano le strategie e si selezionano le migliori soluzioni che diventano valore per tutto il sistema.

Gli organi decisionali strategici ed operativi sono:

- IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE;
- IL COMITATO STRATEGICO;
- I DIRETTIVI IDM ED MDD;
- LE COMMISSIONI MARKETING.

## I NOSTRI IMPEGNI GREEN

*Per Dit la sostenibilità è diventata un driver importante che va ad aggiungersi alla sicurezza del prodotto ed affidabilità del fornitore.*

### RIDUZIONE IMPATTI DIRETTI

Dit ha intrapreso alcune azioni per iniziare a minimizzare gli impatti ambientali, anche attraverso l'adozione di nuovi comportamenti quotidiani: dall'avvio di processi di dematerializzazione dei documenti cartacei, alla selezione di fornitori di energia che producono con sistemi a fonti rinnovabili, fino alla promozione di una cultura aziendale basata sul rispetto dell'ambiente. Le buone pratiche sul luogo di lavoro puntano alla riduzione e differenziazione dei rifiuti, lo smaltimento adeguato dei rifiuti speciali, il risparmio energetico e l'ottimizzazione del consumo di carta.

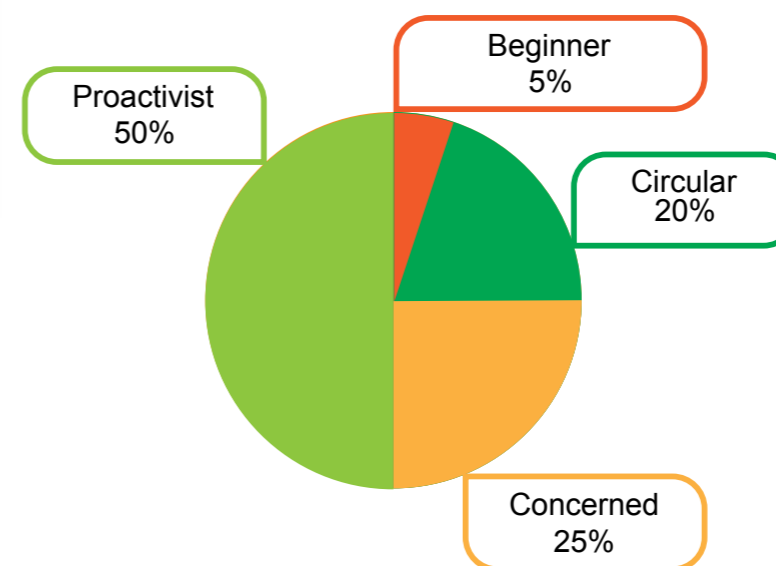


### VALUTAZIONE DEI FORNITORI DI PRODOTTI A MARCHIO

In ottica di investire sui temi della sostenibilità e dell'economia circolare, nel 2021 Dit ha sviluppato un programma di azioni per la selezione e la valutazione dei fornitori di prodotti a marchio in merito alla loro sostenibilità e circolarità. A livello centrale infatti Dit, nel marzo del 2022, ha realizzato un questionario rivolto ai fornitori di MDD che valuta aspetti di sostenibilità ambientale e circolarità all'interno dell'organizzazione, in fase di produzione e progettazione, nonché aspetti di sostenibilità sociale.

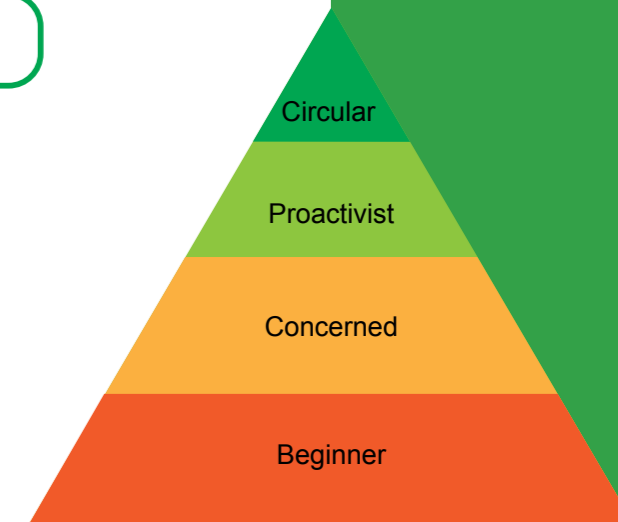
Per valutare in modo completo gli aspetti inerenti la circolarità, Dit ha coinvolto anche i propri Auditor che effettuano le verifiche fisiche presso i fornitori di prodotti a marchio.

*I fornitori sono stati classificati internamente tramite metodo di classificazione GS1, a seguito delle risposte del questionario, in 4 categorie in base al livello di circolarità.*



60% dei fornitori valutati con criteri ESG

37% dei fornitori esaminati durante le verifiche ispettive





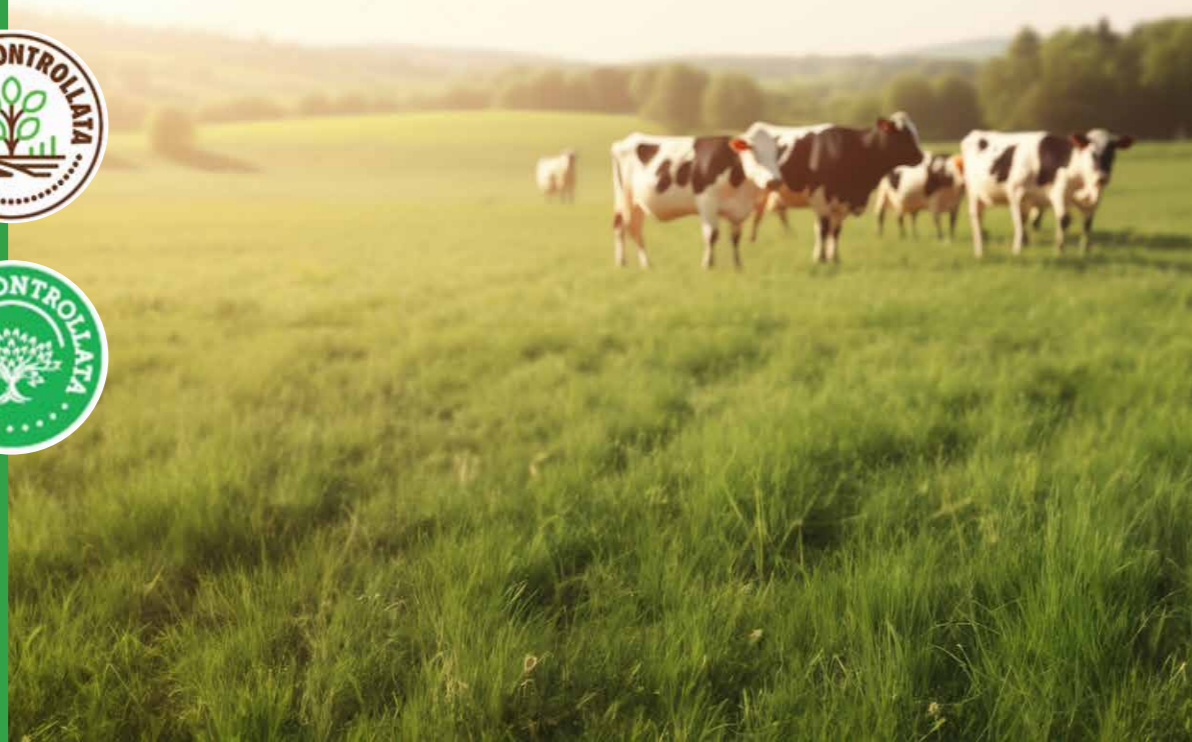
### TRACCIABILITÀ DELLA FILIERA

Sempre in un'ottica di controllare meglio gli impatti della filiera, per i prodotti "SIGMA e SISA - Filiera controllata" Dit verifica che siano certificati i controlli su tutti i passaggi che li portano dal produttore al punto vendita. I fornitori di prodotti alimentari, ad eccezione dell'ortofrutta, devono essere in possesso della certificazione ISO 22005, relativa alla tracciabilità del prodotto in tutte le fasi della produzione e della distribuzione.

Questo Sistema di Tracciabilità si applica sia alla filiera agroalimentare, sia alla singola organizzazione di produzione e garantisce che l'azienda abbia un sistema trasparente che permetta di controllare tutto quello che entra ed esce dagli stabilimenti o dalla filiera di riferimento.

L'attestato di Filiera certificata o controllata, rilasciato da organismi di certificazione indipendenti, garantisce l'esistenza di un sistema che documenta il percorso completo di un alimento, dal produttore al consumatore; quindi, consente non solo la rintracciabilità dell'articolo, ma anche di risalire ai controlli messi in essere per garantire la sicurezza igienico- sanitaria in ogni singola fase di lavorazione e gli impatti Sociali e ambientali connessi.

Per i fornitori di ortofrutta vengono effettuate verifiche ispettive, commissionate da Dit, per valutare sia le buone pratiche agricole che la rintracciabilità dell'intera filiera produttiva messa a garanzia della sicurezza dei prodotti.



### CERTIFICAZIONI E REQUISITI DEI PRODOTTI A MARCHIO

Da alcuni anni Dit ha privilegiato lo sviluppo di prodotti con certificazioni di Sostenibilità, come i prodotti certificati biologici della linea "VerdeMio", prodotti certificati Eco-Label, PEFC, Antibiotic-Free e Filiera controllata. L'obiettivo a cui mira la cooperativa è quello di incrementare i prodotti e i fornitori certificati per offrire al consumatore un assortimento sempre più sostenibile.

Sempre in materia di selezione dei fornitori di prodotti a marchio, Dit ha definito delle linee guida, delineate secondo gli standard IFS e BRC e la norma ISO 9001, di tipo gestionale e infrastrutturale, che il singolo fornitore deve avere per garantire la sicurezza alimentare, la legalità e la qualità dei prodotti a marchio e la conformità al capitolato di fornitura. All'interno di tali linee guida Dit ha inserito anche alcuni aspetti di sostenibilità, che in questo percorso iniziale sono stati indicati come requisiti auspicabili in ottica di conoscere le caratteristiche della propria Supply Chain ma prospetticamente utili per ulteriori sviluppi ed approfondimenti in ambito di Sostenibilità.

Linea	Numero di Prodotti
Verde Mio BIO	61
Verde Mio ECO	24
Verde Mio BIO Fair Trade	1
Antibiotic Free	17
Filiera Controllata	359



“ *Le persone per Dit sono il vero vantaggio competitivo, perché i risultati raggiunti e gli obiettivi futuri sono frutto delle relazioni tra le persone e delle competenze che mettono a disposizione della cooperativa.* ”



## LE PERSONE FORMAZIONE E WELFARE

### FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO

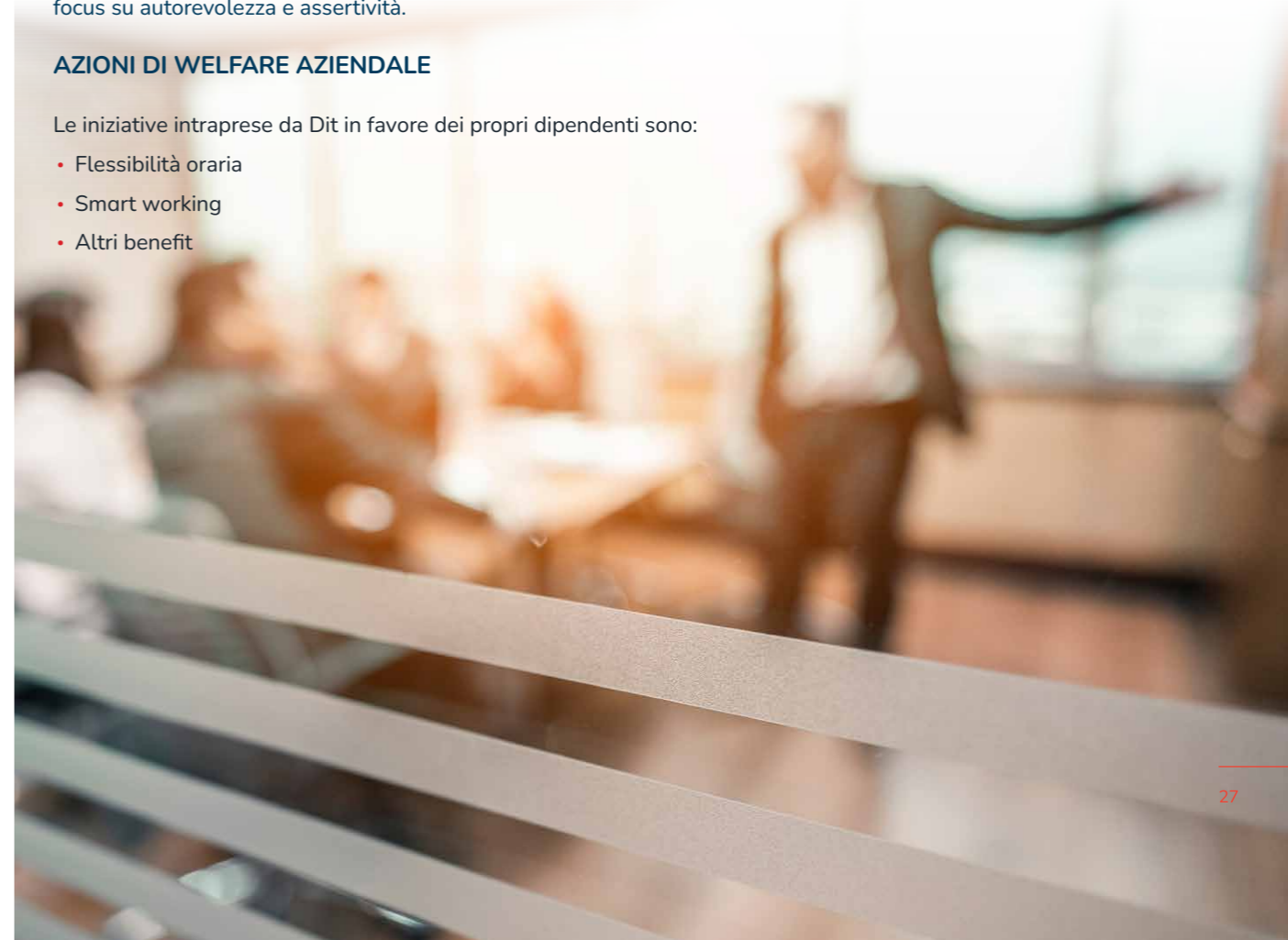
Dit ha da sempre promosso l'aggiornamento professionale continuo delle persone. Oltre alla formazione obbligatoria e agli aggiornamenti tramite pubblicazioni, eventi e fiere di settore, vengono tenuti corsi sulle competenze chiave in azienda: Qualità, Risorse Umane, Modello 231, Informatica e lingue estere. Dal 2023 i corsi sono andati anche nell'ambito delle competenze trasversali con un percorso dedicato alla resilienza, per accogliere la complessità e renderla motore della propria evoluzione.

Sempre in ambito soft skills sono stati organizzati corsi di lean thinking, self leadership e personal profile leadership. Nel 2024 e nel 2025 la formazione specialistica è dedicata alle tematiche della sostenibilità, del whistleblowing, del team building, della negoziazione e, in continuità con il 2023 alla leadership con focus su autorevolezza e assertività.

### AZIONI DI WELFARE AZIENDALE

Le iniziative intraprese da Dit in favore dei propri dipendenti sono:

- Flessibilità oraria
- Smart working
- Altri benefit



## COMUNITÀ E TERRITORIO



Nel 2018 nasce la collaborazione tra Dit e Slow Food Italia con l'obiettivo di sostenere le piccole realtà aziendali che si impegnano sul territorio nel rispetto e nella salvaguardia della tradizione alimentare italiana. Insieme a Slow Food Italia la cooperativa sostiene le eccellenze locali con le quali sviluppare la linea "Gusto & Passione Selezione Slow Food Italia". Questa Partnership ha portato alla nascita di diversi progetti per valorizzare i prodotti enogastronomici italiani all'interno dei supermercati Sigma e Sisa.



## SOSTEGNO ALLA SOCIETÀ CIVILE

### SUPPORTO ALLE ATTIVITÀ DI MEDICI SENZA FRONTIERE ONLUS

Dal 2022 Dit supporta Medici Senza Frontiere nelle attività di tutela della salute delle popolazioni in condizioni di emergenza medico-umanitaria. Questa collaborazione è nata per sostenere la popolazione ucraina colpita dalla guerra ma poi è evoluta nel supportare tutte le attività di MSF nel mondo. Dit ha aderito a tutti i livelli, centralmente e perifericamente attraverso gli associati, ma anche coinvolgendo i clienti. Infatti, sono state realizzate periodiche campagne di informazione e sensibilizzazione nei confronti della propria clientela in occasione di giornate tematiche con riferimento all'operato medico umanitario di MSF. Nel 2023 Medici Senza Frontiere ha anche invitato Dit in un viaggio nelle loro strutture in Libano. A questa esperienza immersiva hanno preso parte i vertici di Dit che hanno potuto verificare direttamente sul campo l'operato dell'associazione.



### SOSTEGNO A SAVE THE CHILDREN

Nel 2023 Dit, con il coinvolgimento dei propri associati, supporta Save the Children nell'aiuto ai bambini in Italia e nel mondo che vivono situazioni difficili.



### COLLABORAZIONE CON BANCO ALIMENTARE



I punti vendita Dit scelti per la Colletta Alimentare 2022 sono stati 285. I kg raccolti presso i punti vendita aderenti sono stati 102.872, corrispondenti a quasi 366.000 € e a 205.743 pasti equivalenti. Dit ha partecipato all'evento anche nel 2023 con punti vendita Sigma e Sisa.



---

# COSA FAREMO








# IMPEGNI FUTURI

In un periodo di grande complessità, siamo costantemente chiamati alla partecipazione come cittadini e come aziende: è qui che iniziamo il nostro percorso di sostenibilità, pubblicando il nostro Company Profile. La sostenibilità è un driver importante, un impegno permanente che intendiamo rispettare utilizzando come punto di partenza questo documento, che testimonia la nostra responsabilità verso i Soci, l'ambiente e la collettività e che fa riferimento ad alcuni obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per uno sviluppo sostenibile. Così la sostenibilità diventa un valore aggiunto, un'occasione per dare forza al nostro impegno responsabile



## CONTRIBUTO AI GLOBAL GOALS AGENDA ONU 2030

Dit ha predisposto un piano di miglioramento delle proprie performance di governance, sociali e ambientali per la predisposizione del bilancio di sostenibilità 2025, dandosi degli obiettivi di medio termine, grazie all'analisi effettuata nel corso della redazione di questo company profile.

Area ESG	Obiettivi di miglioramento 2024-2025	SDGs ONU
Green	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sottoporre al 100% dei fornitori il questionario di valutazione del profilo di sostenibilità e prodotti con certificazioni green</li> <li>Estendere la raccolta differenziata negli uffici</li> <li>Inserimento nella policy aziendale del decalogo green</li> </ul>	 
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Favorire la transizione verso mezzi ibridi.</li> <li>Acquisto di energia da fonti rinnovabili</li> </ul>	 
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eliminazione del packaging indifferenziabile per i prodotti "VerdeMio"</li> <li>Aumento della quota di prodotti a marchio green nell'assortimento di MDD</li> <li>Promuovere il percorso di dematerializzazione documentale</li> </ul>	 
Social Dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definizione di un piano strutturato di formazione</li> <li>Ampliamento di benefit e welfare per i dipendenti</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aggiornamento dei dipendenti sui temi ESG</li> <li>Implementazione di azioni per migliorare le opportunità di genere</li> </ul>	 
Social Comunità	<ul style="list-style-type: none"> <li>Progetti di supporto ad associazioni di volontariato nel mondo scuola su alcuni Global Goals</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attività corporate di engagement dei dipendenti su temi di sostenibilità</li> </ul>	
Governance	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formalizzazione all'interno degli obiettivi aziendali di un piano di sostenibilità</li> <li>Realizzazione nel 2025 del primo Bilancio di Sostenibilità in ottica CSRD UE con target e KPIs dedicati</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definizione di un piano di comunicazione ESG</li> <li>Costituzione di un team dedicato al monitoraggio delle azioni ESG</li> </ul>	

## IL TRIENNIO CHE VERRÀ

Alla fine del 2025 il Consiglio di Amministrazione di Dit ha definito un **ambizioso piano di sviluppo** volto a rafforzare il ruolo della Centrale e dei Ce.Di associati. Il progetto si fonda su una visione chiara: **rendere il sistema più solido, efficace ed efficiente**, attraverso una **maggiore integrazione tra Centrale, Soci e punti vendita**, e una progressiva **razionalizzazione dei processi decisionali**.

L'obiettivo è un'evoluzione del **modello organizzativo**, finalizzata a consolidare il ruolo della Centrale, a rafforzare l'integrazione tra i livelli del **sistema** e a migliorarne la **competitività, nel medio-lungo periodo**.

“ *La nuova economia si basa sulla collaborazione di massa. Le imprese che prosperano oggi sono quelle che abbattano i propri confini gerarchici e si aprono al mondo, creando ecosistemi di valore. Il vantaggio competitivo non risiede più nel possesso esclusivo delle risorse, ma nella capacità di orchestrare una rete globale di partner, clienti e persino concorrenti per innovare insieme.*

*Don Tapscott,  
economista e membro del World Economic Forum*

### RIDEFINIZIONE DELLE REGOLE DI APPARTENENZA AL SISTEMA

Il percorso intende rafforzare stabilità ed efficacia del sistema attraverso la definizione formale di regole di appartenenza che garantiscano continuità nel tempo e solidità organizzativa.

### EFFICIENTAMENTO DEI PROCESSI DECISIONALI LUNGO LA FILIERA

Lo scopo è valorizzare la massa critica del gruppo e allo stesso tempo limitare la duplicazione delle attività lungo la filiera, individuando i soggetti più efficaci ed efficienti per gestire le leve decisionali.

### SVILUPPO DI PROGETTI COMUNI SULLE ATTIVITÀ “NO-CORE”

La massimizzazione delle sinergie anche al di fuori delle attività tipiche di una centrale distributiva, mira a generare più efficienza lungo la filiera, migliorare i conti economici di Ce.Di e dei punti vendita impattando, di conseguenza, sulla competitività commerciale.

### RIDEFINIZIONE DEL POSIZIONAMENTO DI SIGMA E SISA

Un posizionamento distintivo per le due insegne è la base su cui costruire un reale vantaggio competitivo in un settore maturo. Lo **sviluppo di nuovi format** distributivi e la **strategia di comunicazione multicanale** puntano a definire gli elementi di rilancio e i valori che posizionano le insegne nei confronti di stakeholder, potenziali partner e consumatori.

### CRESCITA E RAFFORZAMENTO DEL RUOLO DEL PRODOTTO A MARCHIO

I prodotti a marchio rappresentano i nostri valori e sono uno dei pilastri su cui costruire un posizionamento differenziante e qualificante rispetto alla concorrenza. L'obiettivo è migliorare le performance delle marche private delle insegne, da un punto di vista quantitativo e qualitativo attraverso criteri comuni di gestione e sviluppo dell'assortimento.

### SVILUPPO E RAFFORZAMENTO DELLE COMPETENZE

Per migliorare le performance a tutti i livelli investiamo sulle persone, rafforzando la fedeltà all'organizzazione e l'attrattività del sistema verso l'esterno. La progettazione coordinata dei percorsi formativi per Centrale e Ce.Di vuole garantire uniformità operativa e una comunicazione più efficace degli indirizzi strategici a tutti i livelli.



**D.IT - DISTRIBUZIONE ITALIANA - SOC. COOP.**

Via Paolo Nanni Costa, 30 40133 Bologna, Italia

+39 051 64 28 511

info@dit.coop

[www.dit-distribuzioneitaliana.coop](http://www.dit-distribuzioneitaliana.coop)