Bilancio di sostenibilità 2025



INDICE

Lettera agli stakeholder 5

CAPITOLO 1
OGNI SCELTA CONTA
Highlights 2025 7
Presenza sul territorio 13
Un percorso costruito nel tempo: i 60 anni di Bennet 16
Sessant'anni insieme: un anniversario vissuto, condiviso, restituito 19
Governance, visione di lungo termine e integrazione della sostenibilità 21

CAPITOLO 2
IL NOSTRO IMPATTO SUL PIANETA
La strategia energetica e le iniziative di efficientamento 28
L'ottimizzazione della logistica 32
I consumi energetici 36
Meno CO_2 lungo il percorso dei prodotti 37
Le leve di riduzione delle emissioni lungo la catena del valore 38
Meno spreco, più valore 40
Il packaging che cambia 45
Misurazione della Circolarità in Bennet con Circol Up 48
L'acqua, una risorsa da custodire 50
La tutela della Biodiversità 52
Annex 55

CAPITOLO 3
LAVORARE CON NOI
Crescere insieme 65
Cybersecurity e protezione delle informazioni 71
Sicurezza prima di tutto 73
Inclusione che crea valore 76
Annex 79

CAPITOLO 4
LA COMUNITÀ OLTRE IL CARRELLO
Valore economico generato e distribuito 88
Gallerie Bennet: luoghi di incontro e partecipazione 91
Raccolte alimentari 93
Redistribuzione delle eccedenze alimentari 94
Attività solidali 95
La comunità oltre il carrello 99
Tutela della privacy dei clienti 105
Analisi reputazionale 106
Annex 107

CAPITOLO 5
DENTRO OGNI PRODOTTO: QUALITÀ E FILIERA
Selezione e monitoraggio dei fornitori 113
Prodotti a Marchio 115
Percorsi di certificazione 122
Sicurezza alimentare 124
Informazioni chiare per scegliere meglio 127
Good to Read Packs 128

NOTA MEDOTOLOGICA
Perimetro, scopo e contenuti del Bilancio di Sostenibilità 130



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Il 2025 è stato un anno importante per il nostro Gruppo. Un anno che ha visto proseguire il nostro percorso di crescita e trasformazione, rafforzando la capacità di rispondere ai cambiamenti del mercato, alle esigenze delle persone e alle evoluzioni che interessano i territori in cui operiamo.

In questo contesto, Bennet ha raggiunto il traguardo dei sessant'anni di attività. Una ricorrenza significativa che rappresenta non soltanto un momento per ricordare il percorso compiuto, ma soprattutto un'occasione per riflettere su ciò che ha consentito all'azienda di crescere e rinnovarsi nel tempo: la capacità di creare valore, ascoltare e mantenere un rapporto solido con clienti, collaboratori, fornitori e comunità locali.

Nel corso dell'anno, Bennet ha continuato a investire nell'evoluzione dei format commerciali, nello sviluppo dei servizi online e nel miglioramento dell'esperienza d'acquisto, accompagnando il cambiamento delle abitudini di consumo attraverso un'offerta sempre più integrata tra canali fisici e digitali.

Parallelamente, Gallerie Commerciali Bennet ha consolidato il proprio percorso di crescita, rafforzando il profilo di operatore specializzato nell'immobiliare retail e ampliando il contributo strategico all'interno del Gruppo. Le acquisizioni e i progetti sviluppati nel corso dell'anno confermano una visione che guarda alle gallerie non soltanto come spazi commerciali, ma come luoghi capaci di generare valore, relazioni e servizi per le comunità che li vivono ogni giorno.

Il 2025 ha rappresentato anche un anno di ulteriore evoluzione per il nostro modello di Gruppo. Nel tempo, Bennet e Gallerie Commerciali Bennet hanno sviluppato competenze, responsabilità e ambiti di attività sempre più distinti, pur continuando a condividere una visione comune e una prospettiva di crescita di lungo periodo. Questa evoluzione si è tradotta in una progressiva focalizzazione delle rispettive attività e ha trovato concreta espressione nell'operazione di scissione immobiliare perfezionata nel corso dell'anno, una scelta che consentirà alle due società di concentrare con ancora maggiore efficacia risorse, competenze e investimenti nei propri specifici ambiti di sviluppo.

Si tratta di percorsi distinti ma complementari, accomunati dalla volontà di creare valore durevole e sostenibile per tutti gli stakeholder e di rafforzare la capacità del Gruppo di affrontare le sfide future con strumenti e competenze sempre più adeguati.

Questa evoluzione si accompagna a una crescente attenzione alla qualità delle nostre scelte. L'efficienza energetica, la riduzione degli sprechi, la qualità e la sicurezza dei prodotti, la gestione responsabile della filiera, la valorizzazione delle persone e il dialogo con gli stakeholder rappresentano principi che trovano concreta applicazione nelle attività quotidiane e orientano il nostro modo di operare.

Il presente Bilancio di Sostenibilità racconta questo impegno e i risultati conseguiti nel corso dell'anno.

Con la consapevolezza delle responsabilità che accompagnano il nostro ruolo, guardiamo al futuro con fiducia, determinati a proseguire lungo un percorso di crescita solida e sostenibile, creando valore per i nostri stakeholder e contribuendo allo sviluppo delle comunità e dei territori in cui operiamo.

Il Presidente
Cavaliere del Lavoro Dott. Michele Ratti





01.
OGNI SCELTA CONTA

BGB HOLDING S.p.A.

57
Centri commerciali, Centri commerciali di vicinato e Retail Park

52
Punti vendita Bennet

47
bennetdrive

4.621
Dipendenti al 31 dicembre 2025

€1,45mld
valore economico generato dal gruppo

97,8%
Fornitori italiani

+5.965 Mwh
Energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili

+700
prodotti Bennet con percorsi di certificazione

7 ORE
di formazione procapite in media

180 mila
euro donati a favore del territorio

55.105 KG
Eccedenze alimentari donate

Il presente Bilancio di Sostenibilità è redatto con l'obiettivo di presentare, in modo chiaro e trasparente, il percorso, le scelte e gli impatti che il **Gruppo BGB Holding** genera nell'ambito delle proprie attività, con riferimento allo sviluppo economico, alle persone e alla crescita responsabile, anticipando alcuni requisiti introdotti dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) che per il Gruppo entrerà in vigore dal 2027.

BGB Holding S.p.A. svolge un ruolo di indirizzo e coordinamento delle sue due società operative: Bennet S.p.A., attiva nella grande distribuzione e Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. focalizzata nella valorizzazione e nello sviluppo del patrimonio immobiliare delle gallerie commerciali.
È a livello di BGB Holding che si consolidano la visione di lungo periodo, le politiche e gli indirizzi strategici, inclusi quelli relativi alla sostenibilità, alla governance e alla rendicontazione degli impatti.

Nel tempo, il Gruppo ha sviluppato un modello che integra attività retail e gestione immobiliare, mantenendo una chiara distinzione di responsabilità e al contempo una visione condivisa di sviluppo nel lungo periodo. In questo contesto, i diversi percorsi che Bennet e Gallerie hanno imboccato rappresentano un elemento abilitante dell'evoluzione del modello di business, rafforzando la capacità del Gruppo di leggere con maggiore precisione i propri impatti e di creare valore in modo responsabile e durevole.



Con atto del 4 dicembre 2025, stipulato fra le controllate Bennet S.p.A. e Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. è stata finalizzata un'importante operazione di scissione immobiliare, avente efficacia fiscale e contabile a decorrere dal 1° gennaio 2026, che prevede il trasferimento a favore di Gallerie Commerciali Bennet della quasi totalità del patrimonio immobiliare di titolarità di Bennet e delle autorizzazioni ad esso afferenti, unitamente a taluni rapporti di lavoro subordinati, rapporti contrattuali e talune partecipazioni societarie.

La scissione si inquadra nell'ambito di un progetto di riorganizzazione strategica del Gruppo al fine di consentire una maggiore focalizzazione dei due settori di attività nei quali le società partecipanti operano, favorendo da un lato lo sviluppo del core business della grande distribuzione in capo a Bennet S.p.A. e dall'altro la valorizzazione del patrimonio immobiliare delle gallerie commerciali per Gallerie Commerciali Bennet S.p.A.





Bennet S.p.A. rappresenta il presidio operativo delle **attività grocery del Gruppo**, attraverso una rete di 52 ipermercati e 47 punti di ritiro bennetdrive[1] progettati per accompagnare il gesto quotidiano della spesa.
La Società offre un'esperienza di acquisto completa e accessibile, fondata su un'ampia proposta di prodotti alimentari e non alimentari e su un'offerta di servizi orientata alla qualità e alla semplicità d'uso. L'attività di Bennet si concentra sulla gestione dell'assortimento, dei canali di vendita e dei servizi al cliente, nonché sull'organizzazione dei processi operativi che incidono direttamente sulla catena di fornitura, sui consumi energetici e sulle relazioni con collaboratori, clienti e fornitori. In questo contesto si collocano prevalentemente le **tematiche legate ai prodotti, alla filiera, alla sicurezza alimentare e all'esperienza del cliente.**





52
Punti vendita Bennet

47
Bennet drive



[1] Dati al 31/12/2025



Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. è tra i più grandi operatori italiani nel settore della proprietà, gestione, commercializzazione e sviluppo di asset immobiliari a destinazione retail. Con una concentrazione del proprio **patrimonio immobiliare nel Nord Italia**, è un brand leader per numero e dimensione delle unità commerciali, caratterizzato da una forte identità e riconoscibilità sul territorio e presidia in particolare lo sviluppo e la gestione di 57 centri commerciali, centri commerciali di vicinato e retail park[2] e di altre restanti proprietà commerciali.
Le Gallerie sono concepite come luoghi di prossimità, pensati per integrare negozi, servizi e spazi di aggregazione, rafforzando il dialogo con i territori e le comunità di riferimento.

[2] Retail park è l'insieme di medie superfici specializzate che offrono un'esperienza di shopping completa in spazi aperti.

AL 31/12/2025

LOMBARDIA



26 Centri commerciali
2 Retail Park

PIEMONTE

17 Centri commerciali
1 Retail park



1 Centro commerciale



LIGURIA

EMILIA ROMAGNA



5 Centri commerciali
1 Retail park

VENETO



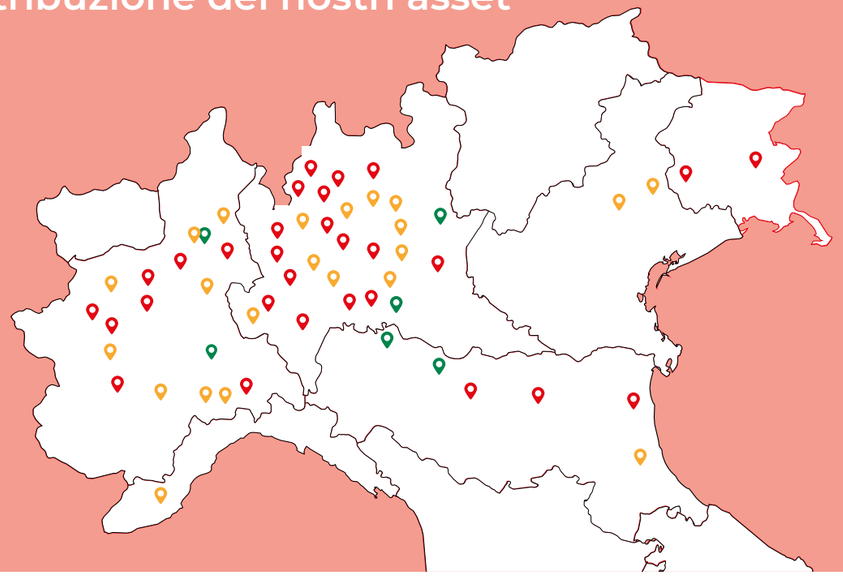
2 Centri commerciali

FRIULI VENEZIA GIULIA

2 Centri commerciali



Distribuzione dei nostri asset





L'attività della Società riguarda principalmente **la gestione degli immobili e degli spazi comuni, il coordinamento dei tenant e le attività di manutenzione, efficientamento energetico e gestione ambientale dei siti.**

Di conseguenza, **gli impatti** associati agli immobili, ai consumi delle aree comuni e alla relazione con il territorio sono prevalentemente attribuibili a questa entità. Il Bilancio di Sostenibilità è redatto a livello di Gruppo (BGB Holding S.p.A.) e restituisce una visione integrata delle performance, delle attività e degli impatti di Bennet S.p.A. e Gallerie Commerciali Bennet S.p.A., nel rispetto dei diversi ruoli, asset e responsabilità.

Rendere esplicita questa articolazione consente di leggere correttamente il perimetro di rendicontazione e l'attribuzione delle informazioni presentate nei capitoli che seguono. Per facilitare la lettura precisiamo che laddove si indica "Gruppo" o "Gruppo BGB" si intende l'insieme di Bennet S.p.A. e Gallerie Commerciali Bennet S.p.A.



Presenza sul territorio

Il Gruppo è presente nel Nord Italia con punti vendita ad insegna Bennet, in Lombardia, Piemonte e Liguria. Una presenza costruita nel tempo che va oltre la dimensione geografica e si traduce in una relazione quotidiana con le persone, fatta di abitudini condivise, fiducia e riconoscibilità. I punti vendita sono parte della vita dei territori in cui si inseriscono: luoghi familiari, in cui il gesto della spesa assume un valore semplice ma significativo, legato alla qualità e all'affidabilità.

Nell'anno di rendicontazione in continuità con la strategia commerciale delineata negli anni precedenti, **Bennet S.p.A.** ha ulteriormente investito nella revisione della propria offerta competitiva sia rinnovando i formati sia adeguando la proposta commerciale nel suo complesso.

18 ipermercati sono stati oggetto di interventi mirati alla riduzione degli spazi e al remodeling, generando la possibilità di allocazione dei volumi fisici così liberati a negozi dati in affitto a importanti operatori terzi e offrendo nel contempo una maggior ampiezza e profondità del settore alimentare.

All'interno delle direttrici strategiche sopra delineate, è pertanto proseguita l'azione di revisione del perimetro relativo ai punti di vendita di proprietà con dismissione di quelli ritenuti, principalmente per format o posizionamento territoriale, non più funzionali alle linee strategiche del Gruppo.

E' stato ceduto a un operatore terzo il ramo d'azienda dell'ipermercato di Milano-Corsica (MI) ed è stata cessata l'attività di vendita dell'ipermercato di Cesano Boscone (MI), con contestuale chiusura o trasferimento a terzi dei contratti di locazione originariamente stipulati con i proprietari delle relative porzioni immobiliari.

Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. nel corso del 2025 ha proseguito il proprio percorso di crescita con l'acquisizione di due nuove gallerie commerciali, una nel Centro Commerciale Molinetto di Mazzano (BS) e l'altra nel Centro Commerciale Eurosia di Parma. Quest'ultima in possesso della certificazione BREEAM[3] (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) uno dei principali standard internazionali per misurare e valutare la sostenibilità e l'impatto ambientale degli edifici, con uno score Very Good del 58,6%.



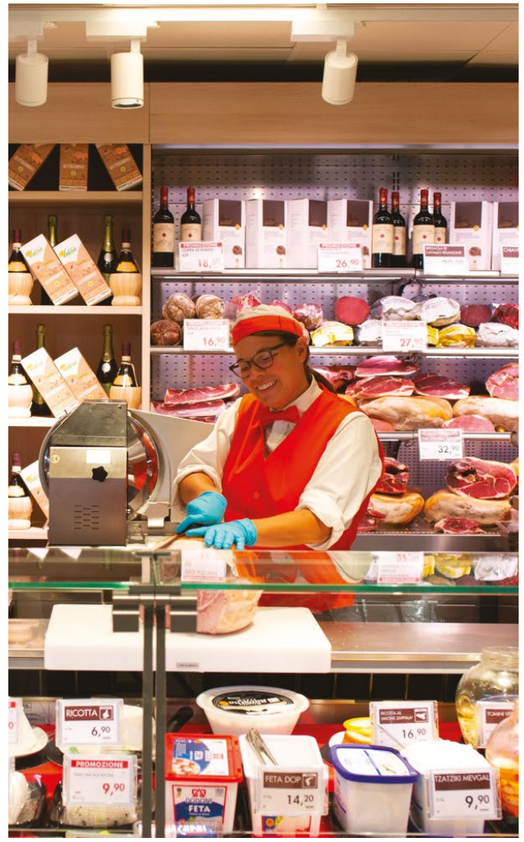


[3]La certificazione BREEAM valuta un edificio attraverso 10 categorie chiave: **Gestione:** politiche e procedure di gestione dell'immobile. **Salute e Benessere:** qualità dell'aria interna, - Illuminazione e comfort acustico. **Energia:** consumi energetici, emissioni di carbonio e uso di fonti rinnovabili. **Trasporti:** vicinanza ai mezzi pubblici e infrastrutture per la mobilità sostenibile. **Acqua:** efficienza idrica e sistemi di riciclo. **Materiali:** impatto ambientale, riciclabilità e provenienza dei materiali. **Rifiuti:** gestione dei rifiuti in cantiere e durante l'uso dell'edificio. **Uso del suolo ed Ecologia:** biodiversità e tutela del territorio. **Inquinamento:** emissioni di luce, rumore e sostanze inquinanti. **Innovazione:** soluzioni progettuali esemplari.

Entrambe le acquisizioni hanno rispettato i criteri, di natura economica, finanziaria, di posizionamento geografico e di qualità e standing dei tenants, previsti dal Gruppo come presupposto base di decisione.

Le analisi reputazionali condotte nel 2025 confermano un rafforzamento dell'apprezzamento di Bennet, con riflessi positivi sull'intero Gruppo, percepito come solido, affidabile e coerente nei propri valori. La qualità dell'offerta, l'affidabilità e il corretto modo di fare impresa – fondato su trasparenza, equità e attenzione alle persone – contribuiscono a consolidare un rapporto di fiducia duraturo, rafforzando la propensione degli stakeholder a riconoscere al Gruppo credibilità e continuità anche in contesti complessi come quello che caratterizza l'attuale congiuntura economica.

L'analisi restituisce l'immagine di un gruppo percepito come amichevole e tradizionale, caratteristiche fortemente radicate nella sua identità ma allo stesso tempo sempre più moderno, solido e capace di evolvere. Una crescita che avviene senza rotture, mantenendo coerenza con i valori storici dell'azienda e rafforzando il senso di familiarità che contraddistingue il rapporto con clienti e territori.



TRASPARENZA

EQUITÀ

ATTENZIONE ALLE PERSONE

Un percorso costruito nel tempo: i 60 anni di Bennet

Per il Gruppo il 2025 rappresenta un momento di consapevolezza con la celebrazione dei 60 anni di Bennet S.p.A. Sessant'anni non sono solo una ricorrenza, ma la misura di una continuità.

Le origini del Gruppo risalgono alla prima metà degli anni Sessanta, quando la famiglia Ratti avviò a Como un'attività commerciale, destinata a crescere nel Nord Italia. Con l'apertura del primo punto vendita a marchio Bennet nel 1965, prende forma il nucleo di quella che diventerà Bennet S.p.A., introducendo un modello di negozio capace di rispondere a bisogni emergenti, combinando in un unico spazio offerta alimentare e non alimentare e anticipando un nuovo modo di vivere l'esperienza della spesa. Fin dall'inizio, le scelte operative sono state orientate a rendere questo gesto quotidiano più accessibile e coerente con le abitudini delle famiglie, tenendo conto del contesto sociale ed economico.

Nel corso dei decenni, l'evoluzione dell'azienda ha accompagnato quella dei modelli di consumo. Tra gli anni Settanta e Ottanta, l'espansione della rete di punti vendita in Lombardia e Piemonte ha consolidato la presenza nel Nord Ovest, mentre le aperture successive hanno rafforzato progressivamente il presidio territoriale di Bennet S.p.A. Parallelamente, nel tempo prende forma e si sviluppa l'attività oggi riconducibile a Gallerie Commerciali Bennet S.p.A., contribuendo a ridefinire il concetto di luogo della spesa e trasformandolo in uno spazio multifunzionale in cui acquisto, servizi e relazione convivono.





Con gli anni Novanta e Duemila, il Gruppo Bennet arricchisce il proprio modello di business. Vengono introdotti strumenti di fidelizzazione, nuovi format di vendita e, più recentemente, servizi digitali come la spesa online, il ritiro in negozio e le applicazioni a supporto dell'esperienza d'acquisto. Allo stesso tempo, le attività di gestione e valorizzazione degli spazi commerciali si consolidano come una componente strutturale del Gruppo. In entrambe le aziende, l'innovazione viene intesa come strumento per rispondere a esigenze concrete, migliorare l'efficienza e accompagnare l'evoluzione degli stili di vita, senza separarsi dal funzionamento ordinario delle attività.



È attorno al gesto semplice e ricorrente della spesa che si è costruito, nel tempo, il rapporto tra il Gruppo Bennet e i suoi clienti. Un gesto che ha assunto significati sempre

più articolati, man mano che alle esigenze di qualità e convenienza si sono affiancate aspettative crescenti di affidabilità, trasparenza e attenzione agli effetti delle scelte quotidiane. Il Gruppo ha attraversato questa evoluzione integrando tali istanze nel proprio modo di operare, traducendole in criteri di gestione, organizzazione e investimento, distinti per società ma coerenti nella visione complessiva.

Sessant'anni di storia diventano così la base su cui il Gruppo continua a costruire il proprio futuro. Un patrimonio di esperienza da portare avanti mantenendo fede a ciò che ne ha guidato il cammino: attenzione al contesto, capacità di evolvere e rispetto per il valore delle scelte quotidiane. È su queste fondamenta che prende forma il senso e la portata del sessantesimo anniversario.



Sessant'anni insieme: un anniversario vissuto, condiviso, restituito













L'Anniversario è stata l'occasione per Bennet di ricordare i valori fondanti della propria missione e le persone che l'hanno resa possibile e continuano a tenerla viva, ringraziare i propri clienti e collaboratori rivolgendo loro importanti iniziative. Il piano commerciale è stato arricchito di attività di rilievo come il Grande Concorso Anniversario con premi di alto valore, una collezione di prodotti speciali e le importanti offerte del "Sottocosto".

Attraverso contenuti editoriali, video, canali digitali e una sezione del sito interamente dedicata ai "60 anni di Bennet", l'azienda ha ripercorso le tappe del proprio cammino: dalle origini del 1965 alla crescita nei decenni, fino alle trasformazioni più recenti. La timeline storica, i video celebrativi e il magazine online hanno restituito non solo l'evoluzione di un'insegna, ma la storia di un'idea di spesa che si è evoluta insieme alle persone, mantenendo intatto il proprio valore di prossimità.





Al centro delle celebrazioni ci sono state anche le persone di Bennet. Il sessantesimo anniversario è diventato l'occasione per dire grazie a chi, ogni giorno, rende possibile il funzionamento dell'Azienda. Lo sconto dedicato ai dipendenti, le 60 borse di studio per percorsi di formazione linguistica one to one — rivolte ai collaboratori e ai loro figli — e l'attenzione riservata allo sviluppo delle competenze hanno tradotto la celebrazione in un investimento sul futuro.

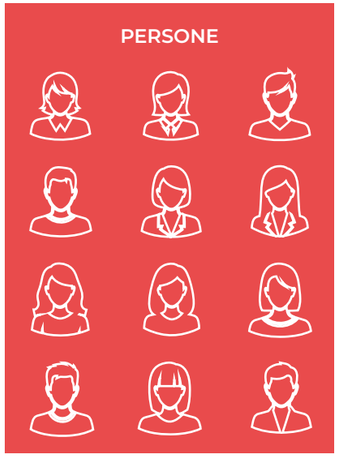




Governance, visione di lungo termine e integrazione della sostenibilità

In un contesto economico e sociale sempre più complesso e in costante evoluzione, il Gruppo ha progressivamente riconosciuto la necessità di costruire un modello di business capace di coniugare competitività, solidità e responsabilità, ponendo attenzione agli impatti generati lungo l'intera catena del valore.

Con questa consapevolezza, a partire dal 2019 è stato avviato un percorso di crescita responsabile che ha portato alla definizione di tre pilastri strategici — **Persone, Prodotti e Pianeta** — intesi come ambiti di riferimento attraverso cui orientare le decisioni industriali e operative. Questi principi sono presenti nelle pratiche del Gruppo e costituiscono la cornice entro cui vengono lette le sfide ambientali, sociali ed economiche, in coerenza con le aspettative del contesto e degli stakeholder.







Gli organi di governance svolgono un ruolo centrale nella definizione degli indirizzi strategici del Gruppo, considerando anche le tematiche ambientali, sociali e di corretta gestione nei processi decisionali. La governance rappresenta un punto di connessione tra visione e operatività quotidiana, contribuendo a orientare gli investimenti e a monitorare rischi e opportunità, nonché a promuovere la coerenza con i principi di correttezza, trasparenza e responsabilità nelle attività del Gruppo.

La struttura organizzativa del Gruppo prevede un sistema tradizionale di amministrazione e controllo contabile, caratterizzato dalla distinzione tra l'organo di gestione (Consiglio di Amministrazione, presieduto da uno degli azionisti senza ruoli dirigenziali nell'azienda) e l'organo di controllo (Collegio Sindacale).

Per garantire ulteriore trasparenza, le attività di revisione contabile sono affidate a un revisore legale dei conti. La governance aziendale, in conformità con lo Statuto, è progettata per assicurare un funzionamento non solo efficiente ma anche trasparente degli organi di governo e dei sistemi di controllo della società.



I membri del Consiglio di Amministrazione sono nominati dall'Assemblea in base a criteri di onorabilità, professionalità e competenza stabiliti dallo Statuto. I membri rimangono in carica per tre esercizi sociali, con il mandato che scade alla data dell'assemblea convocata per approvare il bilancio del terzo esercizio. Gli Amministratori sono rieleggibili, come previsto dall'art. 2383 del Codice Civile.

Il Consiglio è composto da sei membri, di cui cinque uomini e una donna, il Presidente, un Consigliere Delegato e quattro consiglieri. Il Collegio Sindacale è formato da tre sindaci. Il Consiglio di Amministrazione di BGB Holding S.p.A. ha un ruolo cruciale nell'elaborazione e nel rinnovamento della strategia aziendale e dei principi del Codice Etico, definendo linee guida, obiettivi e traguardi, inclusi quelli relativi allo sviluppo sostenibile.

La responsabilità operativa per la gestione di questi aspetti è delegata alle diverse funzioni aziendali. Inoltre, il Consiglio approva i temi materiali del Gruppo, che costituiscono la base del Bilancio di Sostenibilità; in questo modo, è informato periodicamente, almeno una volta all'anno, dei principali aggiornamenti riguardanti l'identificazione e la gestione degli impatti ambientali, sociali ed economici. Il coinvolgimento del CdA nelle questioni relative al Bilancio di Sostenibilità è fondamentale in vista dei futuri obblighi normativi della CSRD, secondo cui le informazioni non finanziarie diventeranno parte integrante della Relazione sulla Gestione e saranno quindi soggette ad approvazione ufficiale.

La scelta di rendicontare in modo volontario e continuativo il proprio impegno costituisce parte integrante di questo percorso.

Da sette anni, pubblichiamo il Bilancio di Sostenibilità come strumento di trasparenza e dialogo con gli stakeholder. Con l'introduzione graduale di maggiori requisiti normativi in termini di trasparenza sulle tematiche di sostenibilità, questo impegno si è tradotto in un processo di rendicontazione progressivamente più strutturato. Infatti, all'esercizio volontario di rendicontazione secondo gli standard GRI (Global Reporting Initiative), il Gruppo ha affiancato di recente un percorso di avvicinamento agli obblighi applicabili a partire dall'esercizio 2027: in particolare lo svolgimento di un primo esercizio di doppia materialità secondo i requisiti dei futuri standard ESRS[4] e l'analisi di Tassonomia secondo il Regolamento UE 2020/852.

In questa traiettoria si colloca anche il lavoro svolto nel 2025, che, in continuità con l'impianto metodologico già adottato, ha puntato a rafforzare la robustezza dei processi e la leggibilità dei risultati in chiave evolutiva. Il Gruppo ha scelto di non interpretare la materialità come un esercizio statico o meramente replicato, ma come uno strumento di lettura dinamica delle priorità, capace di accompagnare nel tempo l'evoluzione delle attività e delle aspettative. Un approccio che consente al Gruppo di affrontare le trasformazioni future con maggiore consapevolezza, rafforzando al contempo la trasparenza e la capacità di rendere misurabili gli impatti generati.

L'ANALISI DI MATERIALITÀ: INDIVIDUARE LE PRIORITÀ DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Punto di partenza per il Bilancio di Sostenibilità 2025 è l'analisi di materialità, sviluppata con l'obiettivo di individuare i temi di sostenibilità più rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder. L'analisi costituisce un passaggio centrale per orientare la rendicontazione, consentendo di definire in modo chiaro le priorità su cui si articolano i contenuti del Bilancio.

Nel corso del 2025, il Gruppo ha confermato l'analisi di materialità di impatto condotta per gli anni precedenti in coerenza con gli standard GRI e ha proseguito il percorso di integrazione della dimensione finanziaria, volto a rafforzare la lettura dei temi di sostenibilità anche in termini di rischi e opportunità economico finanziarie.



[4] European Sustainability Reporting Standard, introdotti dal Regolamento delegato 2023/2772.

L'integrazione di queste due prospettive ha portato allo sviluppo dell'analisi di doppia materialità, elemento facoltativo per la rendicontazione attuale del Gruppo ma in prospettiva componente chiave nel percorso di allineamento alla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)[5].
Il processo ha previsto l'individuazione e la valutazione degli impatti effettivi e potenziali, positivi e negativi, che il Gruppo genera sull'ambiente e sulle persone lungo l'intera catena del valore, nel breve, medio e lungo periodo. L'analisi ha tenuto conto delle specificità operative dei principali ambiti di attività – Retail per Bennet S.p.A. e Real Estate per Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. – nonché del contesto competitivo e delle aspettative espresse dagli stakeholder.

La valutazione degli impatti si è basata su criteri di gravità e probabilità, mentre l'analisi di rischi e opportunità ha considerato la magnitudo degli effetti economici potenziali e la loro probabilità di accadimento. Il percorso di analisi ha portato all'individuazione degli impatti, dei rischi e delle opportunità più rilevanti per il Gruppo, successivamente ricondotti ai Topic e Sub Topic previsti dagli Standard ESRS. Questo lavoro ha contribuito a dare forma alla struttura del Bilancio, trovando sintesi nella matrice di Doppia Materialità, che mette in evidenza i temi a maggiore rilevanza per il Gruppo e costituisce il punto di partenza per la narrazione e l'organizzazione dei contenuti del presente Bilancio di Sostenibilità, in coerenza con i requisiti della Direttiva.



[5] Direttiva UE 2022/2464 (e successiva modifica nella Direttiva UE 2026/470).

MACROTEMA	TOPIC	SUBTOPIC	TEMA MATERIALE
AMBIENTE	Cambiamento climatico	Adattamento ai cambiamenti climatici	Cambiamento climatico
		Mitigazione ai cambiamenti climatici	
	Inquinamento	Inquinamento dell'aria	Emissioni inquinanti
		Inquinamento dell'acqua	
	Acqua e risorse marine	Acque	Gestione delle risorse idriche
	Biodiversità	Fattori di impatto diretto sulla perdita di biodiversità	Biodiversità
	Economia circolare	Afflussi di risorse, compreso l'uso delle risorse	Approvvigionamento di risorse naturali
		Rifiuti	Gestione dei rifiuti e spreco alimentare
SOCIETÀ	Forza lavoro propria	Condizioni di lavoro	Salute e sicurezza sul lavoro
		Parità di trattamento e di opportunità per tutti	Formazione e welfare del capitale umano
	Comunità interessate	Diritti economici, sociali e culturali delle comunità	Investimenti per la comunità locale
GOVERNANCE	Consumatori ed utilizzatori finali	Sicurezza personale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	Attenzione al cliente
		Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finale	Comunicazione responsabile
		Impatti legati alle informazioni per i consumatori e/o per gli utilizzatori finali	Sicurezza informatica

I temi individuati, articolati nelle macro aree Ambiente, Società e Governance, guidano la narrazione dei capitoli successivi, offrendo una lettura coerente degli impegni, delle azioni e delle informazioni rendicontate dal Gruppo. Guardare ai prossimi anni significa continuare a integrare la sostenibilità nelle scelte strategiche e nella gestione aziendale, rafforzando un modello orientato alla creazione di valore per clienti, collaboratori e comunità, in coerenza con le priorità individuate e con un dialogo costante con gli stakeholder. Con la stessa passione che ha accompagnato i primi sessant'anni di storia, il Gruppo prosegue il proprio percorso con la consapevolezza che è dal susseguirsi delle scelte quotidiane che prende forma, nel tempo, uno sviluppo sempre più responsabile.



02.
IL NOSTRO IMPATTO SUL PIANETA

1.400.000 kWh risparmiati grazie agli interventi di efficientamento

662.780
GJ di energia consumati nel 2025

-4,5% Rispetto al 2024

10.517 GJ
Consumati nel 2025 per ipermercato Bennet

1.613 GJ
Consumati nel 2025 per sito di Gallerie Commerciali

53.676
tonnellate di CO_2 emesse nel 2025[1]

-17% Rispetto al 2024

880 tonnellate di CO_2
emesse nel 2025 per punto vendita Bennet

107 tonnellate di CO_2
emesse nel 2025 per sito di Gallerie Commerciali

Materiali rinnovabili utilizzati per packaging

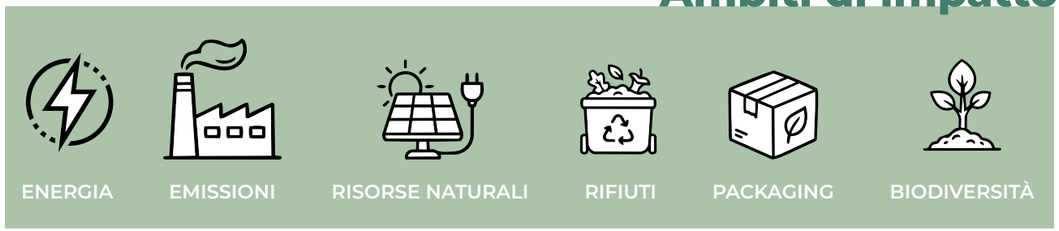
45%
del totale dei materiali impiegati

+9,6%
in termini assoluti rispetto al 2024

[1]Il dato fa riferimento alle emissioni Scope 1 e Scope 2 Location-Based.
I dati di consumo e di emissione per Bennet e Gallerie Commerciali riportati in tabella sono da considerare non comprensivi della flotta aziendale.

L’attenzione alla tutela dell’ambiente guida il modo in cui il Gruppo gestisce e migliora progressivamente le proprie attività, intervenendo sui principali ambiti di impatto: energia, emissioni, risorse naturali, rifiuti, packaging e biodiversità.

Ambiti di impatto



Si tratta di un impegno che prende forma nei punti vendita Bennet e negli asset immobiliari gestiti da Gallerie attraversando ambiti diversi – dai consumi energetici ai processi logistici, fino alla gestione degli assortimenti e al dialogo con fornitori e partner – ma mantenendo un obiettivo comune: ridurre progressivamente gli impatti generati dalle attività.

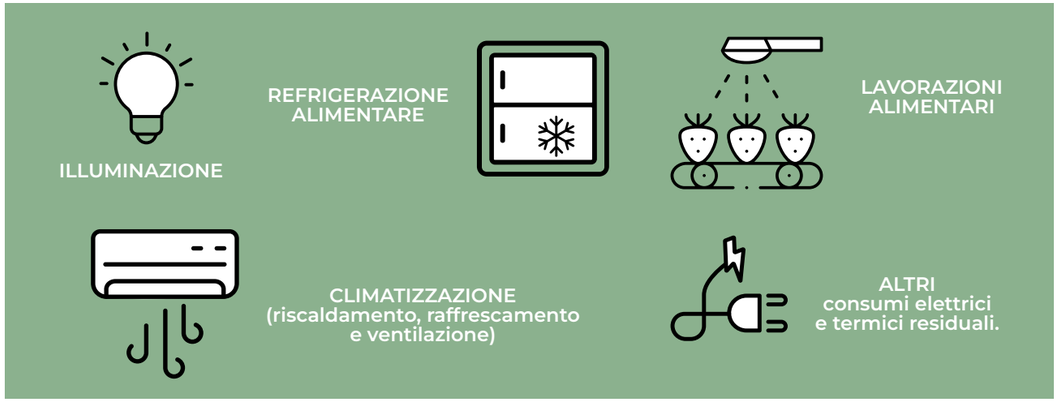
La strategia energetica e le iniziative di efficientamento

Energia che illumina responsabilmente

La nostra strategia energetica si è sviluppata nel tempo attraverso il Progetto **“Energia Green”**, un’iniziativa finalizzata all’ottimizzazione dei consumi lungo l’intera catena operativa. Non si tratta di un singolo intervento, ma di un insieme coordinato di attività di analisi, diagnosi e miglioramento, attraverso cui il Gruppo monitora e gestisce in modo sempre più efficiente l’impiego dell’energia nei diversi ambiti operativi.



Gli interventi si concentrano in particolare sulle principali aree a maggiore intensità energetica, tra cui:



Per ciascuno di questi ambiti, abbiamo progressivamente costruito un insieme di interventi che coniugano soluzioni tecnologiche e attenzione alla gestione operativa quotidiana.

Tra gli interventi più significativi rientra il **completamento del progetto di relamping**, con i lavori **negli ipermercati di Cantù ed Alessandria**.

La sostituzione dei sistemi di illuminazione tradizionali con tecnologia LED ha contribuito non solo alla riduzione dei consumi, ma anche a migliorare le condizioni di funzionamento degli impianti di refrigerazione, grazie alla minore produzione di calore.

Nel 2025 il risparmio stimato è pari a circa 350 mila kWh.

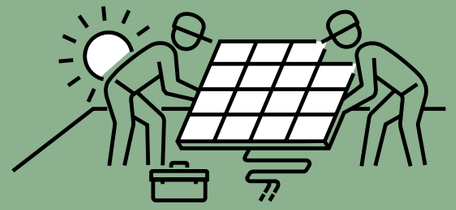


Sul piano della gestione operativa, è stata rafforzata la capacità di monitoraggio e controllo dei consumi attraverso l'introduzione di sistemi **BEMS** (Building Energy Management System), piattaforme avanzate di gestione energetica. La maggiore disponibilità di dati ha reso possibile un'evoluzione delle modalità di intervento, **passando da una logica prevalentemente reattiva a un approccio più orientato alla prevenzione.** I sistemi consentono infatti di individuare tempestivamente eventuali anomalie, anche nelle ore notturne, quando i consumi dovrebbero mantenersi su livelli più contenuti, attivando segnalazioni automatiche e facilitando interventi mirati prima che si traducano in inefficienze più rilevanti.

Queste iniziative si inseriscono in un modello di gestione degli impianti sempre più standardizzato e replicabile, che facilita le attività di manutenzione e consente un controllo più continuo e capillare. La combinazione tra analisi dei dati e controllo remoto rende la gestione degli impianti più proattiva e coerente su scala.

Parallelamente, abbiamo continuato a investire nello **sviluppo di impianti fotovoltaici,** che rappresentano una componente sempre più rilevante del modello energetico adottato.

Con le installazioni effettuate nel 2025 abbiamo portato **a 24 il numero complessivo di impianti fotovoltaici attivi.** La potenza installata complessiva ha **raggiunto 7,76 MW, in crescita di circa il 52%** rispetto ai 5,12 MW del 2024, mentre la produzione annua si è attestata a circa 5.965 MWh, in aumento rispetto ai 4.222 MWh dell'anno precedente. Ulteriori installazioni sono già previste per il 2026, in coerenza con le caratteristiche tecniche degli edifici e con l'evoluzione del quadro normativo.



7,76 MW
POTENZA INSTALLATA COMPLESSIVA

24
IMPIANTI FOTOVOLTAICI ATTIVI

+52%
Rispetto al 2024





Il lavoro sugli impianti ha riguardato anche le aree a maggiore intensità energetica.
Gli interventi sulla refrigerazione alimentare hanno generato nel 2025 un **risparmio stimato di circa 840 mila kWh, mentre le attività di efficientamento dei sistemi di climatizzazione** hanno contribuito con ulteriori **riduzioni dei consumi, pari a circa 60 mila kWh per i punti vendita Bennet e circa 20 mila kWh per gli asset delle Gallerie.**
A questi si affiancano i benefici derivanti dall'adozione dei **quadri elettrici E-POWER**, che consentono un controllo più puntuale dei consumi e una gestione più reattiva degli impianti: nel corso del 2025 tali soluzioni hanno generato un **risparmio stimato di 160 mila kWh nei 29 siti in cui sono installati**.

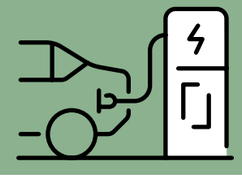
840mila kWh
2025 RISPARMIO STIMATO REFRIGERAZIONE ALIMENTARE

160mila kWh
2025 RISPARMIO STIMATO QUADRI ELETTRICI E-POWER

80mila kWh
2025 RISPARMIO STIMATO CLIMATIZZAZIONE

Inoltre, il Gruppo continua a investire anche nello sviluppo di soluzioni a supporto della mobilità elettrica. Ad oggi, risultano installate **90 colonnine di ricarica in oltre 45 siti**, realizzate in collaborazione con partner specializzati. Le infrastrutture consentono agli utenti di accedere al servizio in modo semplice e immediato tramite applicazioni dedicate, contribuendo a promuovere la mobilità a minore intensità emissiva. L'estensione di questi servizi rappresenta un'evoluzione delle iniziative avviate negli anni precedenti e si inserisce in una visione più ampia di **integrazione tra gestione energetica degli asset e sviluppo di servizi a supporto della transizione**. In questa prospettiva, il Gruppo prosegue nella valutazione di ulteriori installazioni e aggiornamenti tecnologici, con l'obiettivo di ampliare progressivamente la copertura del servizio.

90
COLONNINE RICARICA

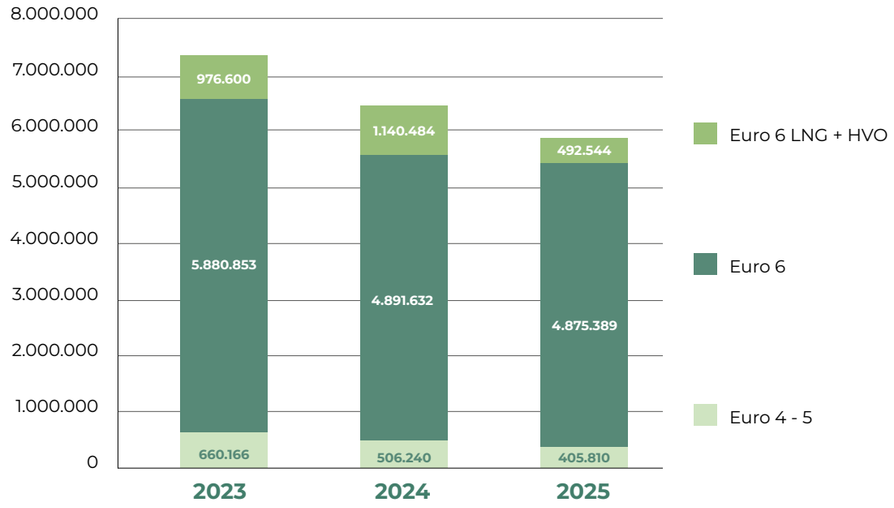


IN OLTRE
45
SITI

L’ottimizzazione della logistica

La gestione efficiente dei trasporti rappresenta una leva fondamentale per ridurre l’impatto ambientale associato alla distribuzione dei prodotti e migliorare le performance operative della filiera. In questa prospettiva, il Gruppo continua a collaborare con i propri partner logistici per promuovere il progressivo rinnovo della flotta e l’adozione di soluzioni di trasporto a minore intensità emissiva.

KM PERCORSI PER CLASSE DI EMISSIONE (2023-2025)



Nel 2025 i chilometri percorsi complessivamente dalla flotta logistica si sono attestati a **oltre 5,7 milioni di km**. Nel corso dell’anno è stato **introdotto per la prima volta l’utilizzo di HVO (Hydrotreated Vegetable Oil)**, un carburante rinnovabile che rappresenta una delle principali innovazioni adottate nell’ambito della strategia di decarbonizzazione della logistica.

I mezzi alimentati a HVO hanno percorso circa 32 mila km, affiancandosi ai veicoli alimentati a LNG (Gas Naturale Liquefatto) che continuano a rappresentare una componente rilevante della flotta a minore impatto ambientale.

Parallelamente al rinnovo dei veicoli, il Gruppo prosegue nelle attività di ottimizzazione dei carichi e delle tratte, con l’obiettivo di massimizzare il coefficiente di riempimento dei mezzi, ridurre i chilometri percorsi a vuoto e contenere i consumi di carburante lungo l’intera rete distributiva. Particolare attenzione viene inoltre dedicata all’impiego di mezzi caratterizzati da maggiori capacità di carico e a una gestione sempre più efficiente dei flussi.

Un ruolo centrale è svolto dalla gestione dei trasporti, che negli ultimi anni ha visto un progressivo percorso di evoluzione e strutturazione. In questo ambito, l’adozione del **Transportation Management System (TMS)**, ormai esteso a tutti i punti vendita, rappresenta un elemento chiave per il miglioramento delle modalità di pianificazione e gestione dei flussi logistici. Il sistema consente infatti di ottimizzare le percorrenze e migliorare la definizione delle rotte, superando logiche operative più frammentate a favore di un approccio integrato e data driven.

Contemporaneamente, il progressivo rafforzamento degli strumenti di tracciamento ha reso possibile monitorare in modo sistematico parametri operativi quali tempi di viaggio, distanze percorse e volumi movimentati, contribuendo a rendere sempre più strutturata la gestione delle emissioni associate alla logistica. In questo contesto, il TMS consente anche di ottimizzare i carichi attraverso logiche di consolidamento delle spedizioni e simulazione degli ingombri, permettendo di ridurre il numero di viaggi a parità di volumi trasportati.
Su queste basi si inseriscono le attività più recenti di razionalizzazione dei flussi logistici, che rappresentano un’evoluzione delle iniziative già avviate negli anni precedenti. Tali interventi hanno portato a una riduzione dei trasporti internazionali e all’introduzione di logiche orientate alla massimizzazione dei carichi per viaggio, con l’obiettivo di ottimizzare l’utilizzo dei mezzi e contenere le percorrenze complessive. Le attività in corso sono volte a rafforzare ulteriormente questo modello operativo, con sviluppi previsti già nel 2026.

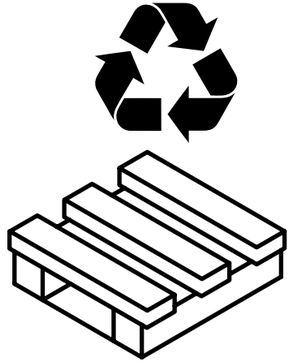
LNG + HVO

492 mila

CHILOMETRI PERCORSI

Da anni Bennet è socia di **CPR System**, cooperativa leader in Italia nella produzione, movimentazione e riciclo di imballaggi in plastica a sponde abbattibili e tra gli attori chiave della filiera agroalimentare nazionale. Attraverso questa partnership, condividiamo **sistemi di imballaggio riutilizzabili** - dalle cassette ai pallet - che contribuiscono concretamente alla riduzione dell'impatto ambientale lungo tutta la catena distributiva.

Le cassette CPR impiegate nei processi logistici sono realizzate attraverso un ciclo produttivo orientato all'efficienza nell'utilizzo delle risorse e al contenimento dei consumi idrici. Al termine del loro ciclo di vita, vengono recuperate, riciclate e reimmesse nel sistema produttivo, contribuendo alla valorizzazione dei materiali e alla riduzione dei rifiuti. Inoltre, il design più leggero e compatto consente di ottimizzare le attività di trasporto, riducendo i volumi movimentati, i consumi di carburante e le emissioni associate. Il **pallet "Noè"**, introdotto nel ciclo logistico di Bennet nel 2024 rappresenta una soluzione che promuove i principi dell'economia circolare e la riduzione dell'impiego di materie prime vergini.





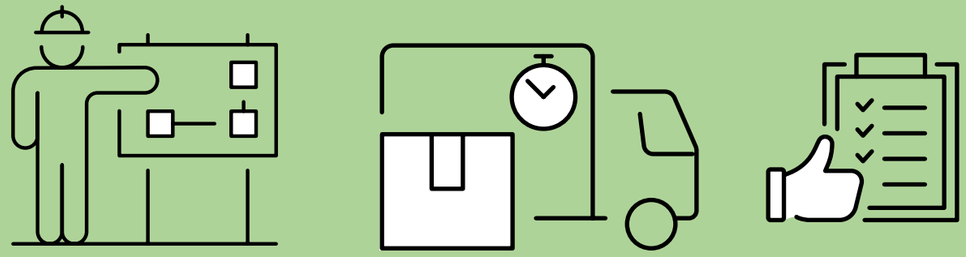
Bennet collabora da tempo con CHEP, fornitore globale per la grande distribuzione che offre piattaforme operative e soluzioni logistiche, utilizzandone i pallet in legno per la logistica. Questa collaborazione, nel 2025, ci ha portato a ricevere il Certificato di Sostenibilità CHEP che quantifica i benefici ambientali generati dall'utilizzo del sistema di pallet pooling.

L'iniziativa si inserisce in una più ampia strategia di valorizzazione delle materie seconde e potrà essere ulteriormente estesa negli anni futuri, favorendo una crescente integrazione di materiali riciclati all'interno della filiera logistica.

Un altro fronte di intervento riguarda il percorso di **digitalizzazione dei processi di gestione logistica, già avviato negli anni precedenti**. Il sistema di tracciamento avanzato tramite dispositivi palmari, introdotto nel 2024, ha continuato a supportare il monitoraggio in tempo reale contribuendo a migliorare l'efficienza operativa e la tempestività degli interventi.

Infine, è anche proseguita l'introduzione di **carrelli alimentati da batterie al litio**, soluzione che consente di ottimizzare la gestione dei cicli di ricarica e manutenzione e di ridurre progressivamente la produzione di rifiuti associati alla sostituzione delle batterie.

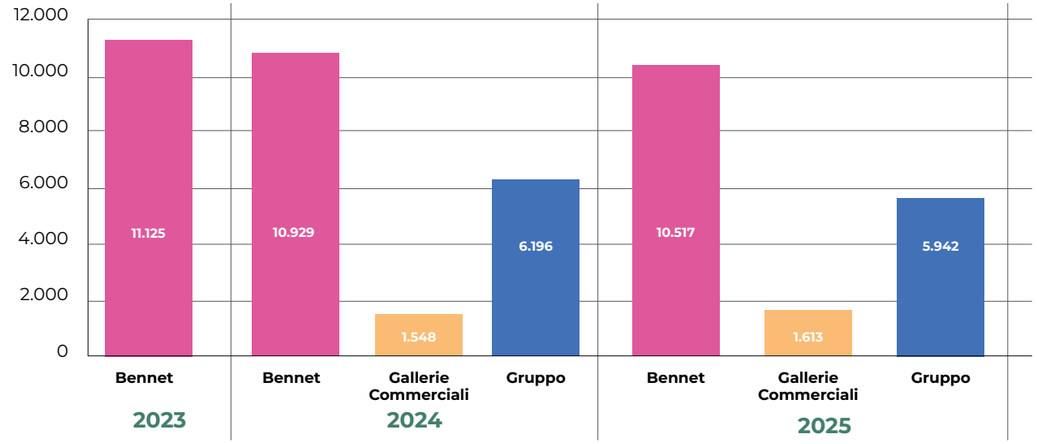
Sul piano della mobilità aziendale, il Gruppo ha avviato un progressivo percorso di rinnovamento della flotta, orientato all'introduzione di veicoli a minore impatto ambientale. L'integrazione di soluzioni ibride plug in ed elettriche si accompagna all'eliminazione dei veicoli diesel, caratterizzati da un profilo emissivo più elevato in termini di CO_2 e altri inquinanti, contribuendo così a una riduzione delle emissioni generate dagli spostamenti aziendali e a una progressiva evoluzione verso modelli di mobilità a minore intensità emissiva.



I consumi energetici

A fronte delle iniziative implementate, il monitoraggio dei consumi energetici consente di leggere in modo integrato l'evoluzione delle performance del Gruppo. Nell'esercizio 2025, i consumi complessivi si attestano a **circa 662.780 GJ, in diminuzione di circa il 4,5%** rispetto all'anno precedente, riflettendo sia l'effetto degli interventi di efficientamento sia l'andamento delle attività operative. La distribuzione dei consumi conferma una prevalenza degli ipermercati Bennet, che rappresentano circa l'86% del fabbisogno energetico dei siti (correlati all'utilizzo degli asset ed escludendo il parco auto) pari 557.385 GJ, mentre gli asset gestiti da Gallerie Commerciali incidono per circa il 14% pari a 90.315 GJ, principalmente in relazione alla gestione degli spazi comuni e degli impianti centralizzati. **In termini di intensità[2] , il consumo medio si attesta a circa 10.517 GJ per punto vendita Bennet e 1.613 GJ per sito di Gallerie Commerciali.**

INTENSITA' ENERGETICA DEI CONSUMI TOTALI PER SITO (GJ/SITO)



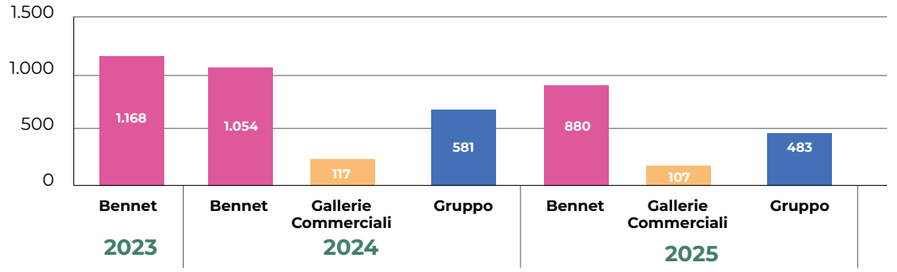
Sul piano del mix energetico, il 2025 mostra un'evoluzione chiara: a fronte di consumi fossili complessivamente stabili, **il Gruppo sta spostando progressivamente il baricentro verso un modello più autonomo e rinnovabile. L'energia autoprodotta e consumata registra infatti un incremento pari a +155%, mentre l'energia elettrica acquistata dalla rete diminuisce di circa 9%:** due risultati che danno evidenza del contributo degli investimenti in autoproduzione e delle iniziative di efficientamento nel corso dell'anno.

[2]Si specifica che i dati inseriti nel grafico non comprendono quelli relativi alla flotta auto.

Meno CO_2 lungo il percorso dei prodotti

Le emissioni di gas a effetto serra (o "emissioni GHG", "Greenhouse Gas") generate dalle attività del Gruppo comprendono sia emissioni dirette sia emissioni indirette, riconducibili rispettivamente alla gestione degli asset, ai consumi energetici e alle attività che si sviluppano lungo la catena del valore (Scope 1, Scope 2 e Scope 3).
Nel contesto operativo del Gruppo, le emissioni di Scope 1 sono principalmente legate al funzionamento degli impianti, in particolare alla gestione della catena del freddo, ai consumi di combustibili per il riscaldamento e l'alimentazione degli edifici, oltre che alla flotta aziendale.
Le emissioni di Scope 2 riguardano invece l'energia elettrica acquistata dalla rete e le forniture energetiche esterne, mentre le emissioni di Scope 3 sono connesse ai processi che si sviluppano lungo la catena del valore, in particolare in relazione a prodotti e servizi acquistati e venduti, attività di logistica, rifiuti.
Nel 2025 il Gruppo ha registrato un miglioramento significativo delle emissioni riconducibili alla gestione diretta delle attività[3]. Le emissioni complessive di Scope 1 e Scope 2 (Location Based[4]) si attestano a circa 53.676 tCO_{2e}, in diminuzione rispetto alle circa 64.661 tCO_{2e} dell'anno precedente (17%), evidenziando l'effetto combinato degli interventi di efficientamento energetico e dell'evoluzione del mix di approvvigionamento.

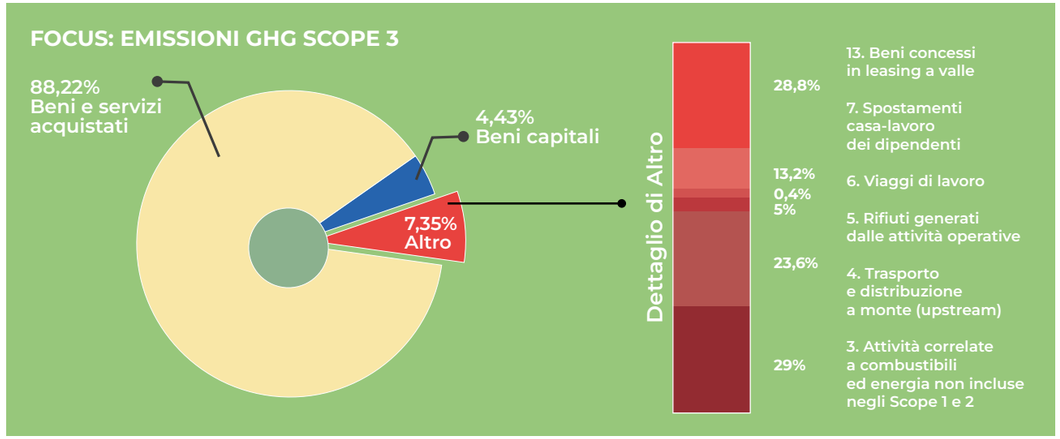
INTENSITÀ DELLE EMISSIONI TOTALI PER SITO (TCO_{2E}/SITO)



La riduzione interessa in particolare le emissioni indirette legate al consumo di energia elettrica (Scope 2 Location-Based), le quali scendono a circa 32.593 tCO_{2e}, mentre le emissioni di Scope 1 si attestano a circa 21.083 tCO_{2e}, riflettendo il progressivo miglioramento delle prestazioni degli impianti e delle modalità di gestione operativa.

[3] Analogamente a quanto indicato per i consumi energetici, i dati relativi al parco auto non sono presenti all'interno del calcolo dell'intensità emissiva. - [4] L'approccio "Location-Based", prevede che le emissioni sono calcolate sulla base del fattore emissivo medio del mix energetico della rete elettrica del territorio in cui l'energia è consumata, indipendentemente dalle specifiche scelte di approvvigionamento del Gruppo. Al contrario, con l'approccio "Market-Based", le emissioni sono calcolate in funzione delle specifiche modalità di approvvigionamento energetico del Gruppo, considerando i contratti di fornitura e l'eventuale acquisto di energia da fonti rinnovabili certificate.

Le emissioni Scope 3 costituiscono la maggior parte dell'impatto in termini di CO2e (634.273 tonCO2e). Delle emissioni totali Scope 3, la quota principale (88,22%) è rappresentata dalla Categoria 1, relativa alla produzione dei beni e servizi acquistati. Segue in termini di rilevanza la categoria 2 (beni capitali) con una quota pari al 4,43%. Ai fini illustrativi, di seguito è riportata una rappresentazione dei pesi relativi alle categorie analizzate.



Le leve di riduzione delle emissioni lungo la catena del valore

Accanto agli interventi sugli impianti, il Gruppo ha progressivamente strutturato nel tempo un percorso articolato di iniziative orientate alla riduzione delle emissioni legate alle attività operative e logistiche. In questa prospettiva, e con l'obiettivo di rafforzare la trasparenza delle informazioni ambientali anche in vista dei futuri obblighi introdotti dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), **il Gruppo ha avviato un primo percorso strutturato di mappatura e rendicontazione delle emissioni indirette lungo la filiera (Scope 3**). Le attività in corso sono finalizzate **alla progressiva identificazione delle principali categorie emissive** e alla definizione di un modello di monitoraggio coerente con gli standard di rendicontazione applicabili, **con l'obiettivo di integrare progressivamente tali informazioni nei sistemi di reporting**. Le emissioni di Scope 3 includono infatti gli impatti collegati alle attività dei fornitori, alla logistica, alla gestione dei rifiuti, agli spostamenti dei dipendenti e ad altre attività a monte e a valle del business.

Le categorie considerate e la relativa descrizione sono riportate nella tabella seguente.

CATEGORIA	DESCRIZIONE	FONTE EMISSIVA CONSIDERATA
ACQUISTO DI BENI E SERVIZI	Emissioni correlate alla produzione dei beni e servizi acquistati nel corso dell'anno	Emissioni indirette associate alla produzione dei beni e dei servizi acquistati dal Gruppo, con particolare riferimento agli assortimenti commercializzati nei punti vendita Bennet, ai materiali di confezionamento utilizzati nei reparti e ai servizi necessari alla gestione degli ipermercati e degli asset immobiliari.
BENI CAPITALI	Emissioni legate alla produzione di beni durevoli acquistati	Emissioni legate alla produzione di beni capitalizzati e immobilizzazioni acquistati dal Gruppo, tra cui impianti tecnici, attrezzature di punto vendita, sistemi per la refrigerazione, soluzioni di illuminazione, infrastrutture energetiche e interventi sugli asset gestiti da Gallerie Commerciali.
ATTIVITÀ RELATIVE A COMBUSTIBILI ED ENERGIA	Emissioni upstream legate alla produzione di energia e combustibili acquistati	Emissioni associate all'estrazione, alla produzione e al trasporto dei combustibili e dell'energia acquistati e consumati dalla Società, non già incluse negli Scope 1 e 2. La categoria comprende inoltre le perdite lungo le reti di trasmissione e distribuzione dell'energia e l'energia acquistata e successivamente ceduta a utilizzatori finali.
TRASPORTO E DISTRIBUZIONE A MONTE	Emissioni da trasporto dei beni acquistati fino ai siti	Emissioni generate dai flussi logistici a monte della rete distributiva, incluse le attività di trasporto e distribuzione dei prodotti dai fornitori ai centri logistici e ai punti vendita Bennet, quando svolte tramite mezzi, operatori o infrastrutture non direttamente controllati dal Gruppo.
RIFIUTI GENERATI DALLE OPERAZIONI	Emissioni dal trattamento dei rifiuti prodotti	Emissioni associate alla raccolta, al trattamento, al recupero e allo smaltimento dei rifiuti generati dalle attività operative del Gruppo, in particolare imballaggi e scarti prodotti nei punti vendita Bennet, nei reparti alimentari, nei magazzini e negli spazi comuni delle Gallerie Commerciali.
VIAGGI DI LAVORO	Emissioni da trasferte dei dipendenti	Emissioni derivanti dagli spostamenti effettuati dal personale per motivi professionali mediante mezzi di trasporto non posseduti o gestiti direttamente dalla Società.
COMMUTING DEI DIPENDENTI	Emissioni dagli spostamenti casa-lavoro	Emissioni correlate agli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti del Gruppo, che operano presso la sede, gli ipermercati Bennet, le piattaforme logistiche e gli asset gestiti da Gallerie Commerciali, effettuati con mezzi esterni al controllo diretto dell'organizzazione.
BENI IN LEASING A MONTE	Emissioni da asset presi in leasing	Emissioni associate all'utilizzo di beni e asset presi in leasing dal Gruppo, non già ricompresi negli Scope 1 e 2, con riferimento a eventuali spazi, attrezzature o mezzi funzionali alle attività commerciali, logistiche e immobiliari.
TRASPORTO E DISTRIBUZIONE A VALLE	Emissioni per distribuzione dei prodotti venduti	Emissioni generate dalle attività di trasporto e distribuzione a valle dei prodotti venduti, successive alla vendita o alla consegna ai clienti, quando svolte tramite operatori, mezzi o infrastrutture non controllati dal Gruppo, incluse eventuali soluzioni di consegna e servizi collegati alla rete commerciale.
BENI IN LEASING A VALLE	Emissioni da asset concessi in leasing	Emissioni derivanti dall'utilizzo di asset di proprietà o nella disponibilità del Gruppo concessi in uso a soggetti terzi, ove non già incluse negli Scope 1 e 2, con particolare riferimento agli spazi commerciali e agli immobili gestiti nell'ambito delle attività di Gallerie Commerciali.

Meno spreco, più valore

Nel percorso intrapreso dal Gruppo, il tema dei rifiuti viene affrontato partendo da una logica chiara: intervenire a monte, riducendo la quantità di scarti generati, prima ancora di gestirli. Questo orientamento si riflette nelle scelte organizzative e operative che, nel tempo, hanno portato a una progressiva evoluzione nella gestione dei flussi.

Nel corso dell'anno, il Gruppo ha prodotto complessivamente 17.395 tonnellate di rifiuti principalmente riconducibili agli imballaggi. Di questi, circa l'89% è stato avviato a recupero, confermando l'efficacia dei sistemi di raccolta differenziata e delle filiere di gestione attivate nel corso del tempo. Il ricorso alla discarica risulta limitato all'11% circa del volume dei rifiuti prodotti, in lieve aumento rispetto al 2024 a seguito dello sviluppo delle attività di Gallerie. Un risultato particolarmente significativo riguarda i rifiuti pericolosi, pari a circa 43 tonnellate, interamente avviati a operazioni di recupero, senza alcun conferimento in discarica. Questo dato riflette l'attenzione posta alla corretta gestione dei flussi più sensibili, inclusi rifiuti elettrici ed elettronici, lampade e materiali tecnici, supportata da sistemi di tracciabilità sempre più strutturati.

Nel loro insieme, questi risultati confermano una costanza delle nostre performance ambientali, accompagnate dall'intensità di produzione dei rifiuti di Gruppo, che si attesta a circa 160 tonnellate per sito, in leggero rialzo rispetto all'anno precedente.

17.395
TONNELLATE DI RIFIUTI

↓

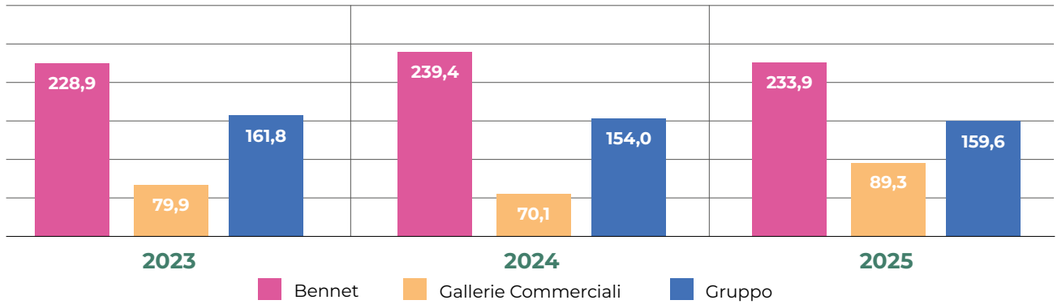
89 % CIRCA
AVVIATO A RECUPERO

43
TONNELLATE DI RIFIUTI PERICOLOSI, INTERAMENTE AVVIATI A OPERAZIONI DI RECUPERO, SENZA ALCUN CONFERIMENTO IN DISCARICA.

160
TONNELLATE DI RIFIUTI PER SITO



INTENSITÀ DI PRODUZIONE DEI RIFIUTI (T /SITO)



Nel quadro delle iniziative orientate alla prevenzione degli sprechi, un primo ambito di intervento riguarda la progressiva digitalizzazione dei processi e la dematerializzazione delle attività amministrative e documentali. Abbiamo ridotto l'utilizzo della carta e il ricorso alla stampa nei punti vendita e nella sede operativa, con effetti positivi non solo in termini di riduzione dei materiali impiegati, ma anche dei consumi energetici ed emissioni indirette associate.

DIGITALIZZAZIONE COME LEVA STRATEGICA

Il Gruppo investe nella digitalizzazione dei processi come leva strategica per ridurre l'impatto ambientale, migliorare l'efficienza operativa, e rafforzare la qualità del servizio offerto ai clienti. **L'evoluzione dell'infrastruttura digitale dei punti vendita, attraverso l'integrazione tra casse, bilance, sistemi di etichettatura e piattaforme gestionali**, consente infatti una gestione più fluida e coordinata dei flussi informativi lungo tutte le fasi operative, migliorando l'affidabilità dei dati e supportando in modo più efficace le attività delle funzioni centrali.
In questo percorso si inserisce anche Relex, la piattaforma introdotta nel 2023 e basata su algoritmi predittivi che, grazie all'analisi delle serie storiche di vendita, permette di stimare la domanda futura e automatizzare i processi di riordino. Completamente integrato nei processi operativi, il sistema contribuisce a ottimizzare la gestione degli spazi di vendita e dei depositi, migliorare l'accuratezza delle previsioni e contenere il rischio di eccedenze e sprechi, rendendo il modello organizzativo più efficiente e flessibile.



La crescente integrazione tra i sistemi informatici genera inoltre benefici sul piano ambientale, favorendo la progressiva dematerializzazione di alcune attività quotidiane del punto vendita.

La disponibilità di informazioni digitali più complete e condivise riduce infatti il ricorso a documentazione cartacea e stampe operative, semplificando la circolazione delle informazioni e limitando l'utilizzo di materiali di consumo.

In questa direzione si collocano anche le analisi avviate nel 2025 per l'introduzione dello scontrino digitale associato alla carta fedeltà, una soluzione che consentirà ai clienti di scegliere la modalità di ricezione del documento nel rispetto della normativa fiscale applicabile e che rappresenta un ulteriore passo verso una gestione più digitale, tracciabile e sostenibile delle interazioni in cassa.

Nel loro insieme, questi interventi consentono di ridurre eccedenze, generando benefici che si estendono lungo l'intera filiera operativa. Nel 2025 prosegue inoltre il potenziamento delle iniziative di raccolta selettiva in collaborazione con partner specializzati.

*Il programma **Coripet**, con **45 macchine attive**, ci ha consentito il recupero di circa **17 milioni di bottiglie in PET** da inizio della collaborazione nel 2023, rafforzando il contributo del Gruppo allo sviluppo di filiere di riciclo di qualità e al coinvolgimento attivo dei clienti in comportamenti responsabili.*

CORIPET BOTTLE TO BOTTLE

17 milioni

BOTTIGLIE IN PET RECUPERATE



Parallelamente, il Gruppo continua a rafforzare il proprio approccio all'economia circolare attraverso iniziative orientate alla prevenzione degli sprechi e alla valorizzazione delle eccedenze alimentari.

In questo ambito, collaborazioni consolidate con **Banco Alimentare** ed altre associazioni del territorio mappate tramite Regusto[5] e **Too Good To Go** consentono di destinare a percorsi alternativi di consumo prodotti ancora idonei ma prossimi alla scadenza, contribuendo a ridurre la generazione di rifiuti e ad estendere il ciclo di vita delle risorse impiegate.

Nel 2025, attraverso le attività di recupero e donazione mappate da Regusto, abbiamo redistribuito oltre 55 tonnellate di prodotti, equivalenti a circa 107.740 pasti, generando benefici ambientali stimati in circa 133 tonnellate di CO_{2e} evitate, oltre 179 mila m^3 di consumo idrico evitato e circa 169 mila m^2 di utilizzo del suolo evitato. Tali iniziative rappresentano un esempio concreto di economia circolare applicata al settore della distribuzione moderna, trasformando le eccedenze in valore sociale e ambientale per i territori e le comunità di riferimento.

PANORAMA DEGLI INDICATORI DI IMPATTO

55.105 kg
TOTALE PRODOTTI TRACCIATI

132.556 kg
EMISSIONI CO_2 EVITATE

179.177 m^3 depriv.
CONSUMO IDRICO EVITATO

168.676 M^2 crop eq
CONSUMO DI SUOLO EVITATO

26.734 €
COSTO RISPARMIATO ALL'AZIENDA

107.740
PASTI EQUIVALENTI DISTRIBUITI

55.105 kg
DONATI

REGUSTO

Dati calcolati dalla piattaforma Regusto e certificati in BlockChain, relativi al periodo 01/01/2025 - 31/12/2025

[5] REGUSTO: è la prima piattaforma esg blockchain per la gestione degli sprechi e la certificazione dell'impatto positivo con indici sociali, ambientali ed economici.

COLLABORAZIONE CON TOO GOOD TO GO
IMPATTO AMBIENTALE DEL 2025

Too Good To Go

71.690

KG CO_{2e} EVITATA

SALVANDO 26.552 PASTI ABIAMO EVITATO

71,69
TONNELLATE DI EMISSIONI DI CO_2

74.346 m^2
DI SUOLO UTILIZZATO ANNUALMENTE

21.507.120
LITRI DI ACQUA

=

CHE EQUIVALGONO A

158
VOLI ROMA - LONDRA

285
CAMPI DA TENNIS

133.585
VASCHE RIEMPITE

Source: Too Good To Go. The Enviromental Impact Equivalency Calculator

THE ENVIRONMENTAL IMPACT EQUIVALENCY CALCULATOR

IL NOSTRO CALCOLO DELL'IMPATTO
SALVARE UN PASTO DALLO SPRECO EVITA: **Un pasto = 1 Surprise Bag = 1 kg di cibo**

2,7 Kg
DI EMISSIONI DI CO_{2e}

2,8 m^2
DI CONSUMO DI SUOLO ALL'ANNO

810
LITRI DI ACQUA

These calculations have been performed by **Mérieux Nutrisciences | Blonk**, a leading expert in food sustainability and is validated by researchers from **Oxford University** (UK), and **WRAP** (UK)

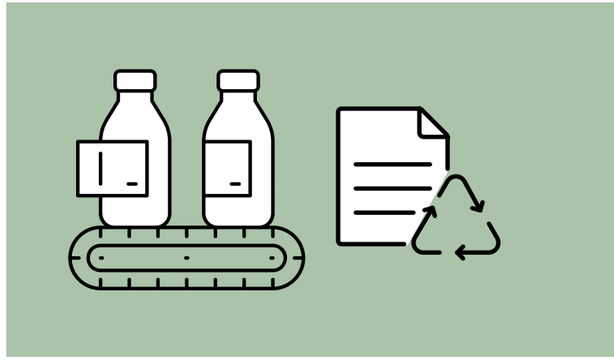
Il packaging che cambia

Il packaging rappresenta uno degli ambiti attraverso cui Bennet traduce in modo concreto il proprio impegno verso un utilizzo più responsabile delle risorse, in continuità con il percorso avviato negli anni precedenti e coerentemente con i principi dell'economia circolare .

Negli ultimi anni, e anche nel corso del 2025, il Gruppo ha progressivamente orientato le proprie scelte verso soluzioni in grado di ridurre l'impatto ambientale degli imballaggi, mantenendo al contempo gli standard di qualità, sicurezza e conservazione dei prodotti, elementi centrali per il modello operativo del retail alimentare. In questo contesto, i dati evidenziano un'evoluzione positiva del modello adottato, con una maggiore efficienza nell'uso delle risorse.

Un primo filone di intervento riguarda l'ottimizzazione dei consumi di carta e materiali nei punti vendita. L'introduzione di bilance evolute e sistemi di etichettatura più avanzati consente oggi di modulare il consumo di carta in funzione delle caratteristiche del prodotto, riducendo gli sprechi rispetto a soluzioni standardizzate. Questa evoluzione si inserisce nel più ampio percorso di digitalizzazione dei processi, contribuendo a una progressiva riduzione dell'utilizzo di carta termica.

Nel corso dell'anno sono state riviste alcune soluzioni di confezionamento con l'obiettivo di ridurre l'impiego di plastica nei casi in cui ciò risulti tecnicamente possibile e compatibile con i requisiti di qualità e sicurezza del prodotto, contribuendo al contempo a una gestione più efficiente delle risorse. Tra gli interventi introdotti rientrano la sostituzione delle basi in plastica delle torte con supporti in cartoncino e l'adozione, per il pollo confezionato, di una diversa tipologia di sacchetto progettata per ridurre l'utilizzo di materiale plastico. Tali iniziative, oltre a generare benefici ambientali, si inseriscono in un approccio più ampio di sostenibilità economica, orientato all'ottimizzazione dei materiali utilizzati, alla riduzione degli sprechi e al miglioramento dell'efficienza complessiva dei processi di confezionamento.



Si tratta di interventi circoscritti, applicati a specifiche categorie di prodotto, che si inseriscono in un percorso graduale di revisione delle soluzioni di packaging, orientato al miglioramento progressivo e alla valutazione puntuale dei possibili impatti lungo il ciclo di vita dei materiali.

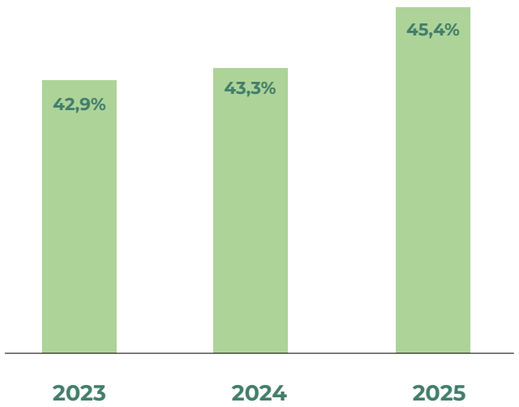
Dal punto di vista dei materiali, Bennet ha utilizzato nel 2025 circa 1.519 tonnellate di packaging impiegate principalmente per il confezionamento dei prodotti nei reparti. Di queste, oltre il 45% è costituito da materiali rinnovabili, in crescita rispetto all'anno precedente. Questo risultato è legato all'incremento dell'utilizzo di carta e cartone e a un maggiore contributo delle bioplastiche, che ha portato a un aumento della quota di materiali rinnovabili pari a + 9,6% rispetto al 2024

1.519
TONNELLATE DI PACKAGING

↓

45 %
COSTITUITO DA MATERIALI RINNOVABILI

MATERIALI RINNOVABILI UTILIZZATI (%)



Per quanto riguarda la plastica, il percorso di transizione richiede un approccio progressivo e attento alla qualità dei materiali e alla stabilità della filiera. Fino allo scorso anno veniva utilizzata esclusivamente plastica vergine; a partire dal 2026 è prevista una combinazione di plastica vergine e riciclata, subordinata alla selezione di fornitori in grado di garantire continuità di approvvigionamento, tracciabilità e affidabilità dei dati.

Permangono tuttavia alcuni limiti legati a vincoli tecnici e normativi. Per categorie come carne e pesce, la plastica resta al momento il materiale più idoneo a garantire sicurezza alimentare e qualità del prodotto. In questi casi, Bennet privilegia soluzioni monomateriale, adottando etichette e confezioni realizzate nello stesso materiale per facilitare il corretto avvio a riciclo.

Si conferma inoltre il mantenimento della certificazione Aticelca per gli imballaggi cellulosici e l'adesione al consorzio Biorepack per le shopper di vendita. Prosegue l'impegno nell'utilizzo di materiali certificati FSC, anche in alcune filiere strategiche, nell'ottica di sostenere pratiche di gestione forestale responsabile.

Nel corso del 2025 è stata inoltre rivista la comunicazione ambientale associata al packaging, con l'obiettivo di garantire maggiore coerenza e trasparenza. In questa prospettiva, Bennet ha scelto di adottare la dicitura "Bennet rispetta l'ambiente", superando formulazioni più generiche a favore di un approccio prudente e supportato da evidenze concrete.
Per le categorie non alimentari e i prodotti a marchio, prosegue il lavoro di revisione degli assortimenti e delle soluzioni di confezionamento.

A partire da un percorso avviato negli anni precedenti, l'attenzione si è focalizzata sulla riduzione dell'utilizzo di plastica e sulla progressiva semplificazione dei materiali impiegati negli imballaggi. In questo ambito rientrano la revisione del packaging nel pet food attraverso l'introduzione di soluzioni monomateriale e la progressiva sostituzione di imballaggi plastici complessi, come i blister, con alternative in cartoncino, con l'obiettivo di facilitarne il riciclo.

Il Gruppo dimostra il proprio impegno ambientale anche nelle confezioni delle insalate a marchio Bennet e anche Filiera Valore Bennet, adottando il BOPP, un imballaggio con il 70% di plastica certificata da fonti rinnovabili (Mass Balance Chain).

ECCO I VANTAGGI DI UTILIZZARE IL BOPP SOSTENIBILE:

- Riduce di 4kg di CO_2 dall'atmosfera per kg di resina sull'impianto di produzione granulo
- Sostiene la gestione dei rifiuti
- Evita l'esaurimento dei fossili
- Aiuta la bio-economia
- È idoneo al contatto alimentare

Nel complesso, il percorso sul packaging conferma un approccio strutturato e graduale, che tiene insieme obiettivi ambientali, vincoli tecnici, esigenze di mercato e aspettative dei consumatori, contribuendo a rafforzare la coerenza tra strategia, operatività e impatti generati lungo la catena del valore.

Misurazione della Circolarità in Bennet con Circol - UP

Nel corso del 2025 Bennet ha avviato un percorso di misurazione del proprio livello di circolarità attraverso l'applicazione dello strumento Circol-UP di GS1 Italy, con l'obiettivo di valutare il grado di integrazione dei principi di economia circolare nei propri processi e individuare possibili ambiti di miglioramento.

PERFORMANCE DI CIRCOLARITÀ COMPLESSIVA



L'analisi, riferita ai prodotti food a marchio e non a marchio e alle principali fasi della filiera retail, ha restituito una performance complessiva pari al 41%, collocando l'azienda nella fascia "Concerned": un livello che evidenzia la presenza di prime iniziative e pratiche orientate alla circolarità, già integrate in alcuni ambiti operativi, ma con ulteriori margini di strutturazione e sviluppo.

Tra le aree con risultati più significativi emergono l'erogazione del servizio, con una performance del 65%, sostenuta da iniziative di efficientamento energetico, ottimizzazione logistica, gestione evoluta dei magazzini e soluzioni tecnologiche per la riduzione degli sprechi; la produzione, con una performance del 55%, grazie all'adozione di pratiche volte alla riduzione degli sprechi nei punti vendita e al monitoraggio delle emissioni Scope 1 e 2; e la gestione dei rifiuti, pari al 53%, ambito in cui Bennet ha attivato iniziative per contrastare lo spreco alimentare, come "Too Good To Go", "Ancora Buoni" e le donazioni al Banco Alimentare, oltre a sistemi strutturati di pretrattamento dei rifiuti da imballaggio.

PERFORMANCE DI CIRCOLARITÀ PER FASE

FASE	PERFORMACE PER FASE
APPROVVIGIONAMENTO	27%
DESIGN	25%
PRODUZIONE	55%
EROGAZIONE DEL SERVIZIO	65%
CONSUMO	19%
GESTIONE RIFIUTI	53%
PERF. COMPLESSIVA	41%

L'assessment ha inoltre evidenziato alcuni elementi distintivi del percorso già avviato, tra cui l'attenzione alla riciclabilità degli imballaggi dei prodotti a marchio, l'approvvigionamento da fornitori prevalentemente nazionali per una quota rilevante dei prodotti a marchio, l'utilizzo di strumenti digitali per migliorare la gestione delle scorte e ridurre le eccedenze, nonché la presenza di prodotti certificati secondo standard di sostenibilità riconosciuti.

Accanto a questi elementi positivi, l'analisi ha messo in luce alcune aree di miglioramento, in particolare nella fase di **consumo**, che registra una performance del **19%**, e nelle fasi di **design** e **approvvigionamento**, rispettivamente pari al **25%** e al **27%**. In questi ambiti, le principali opportunità riguardano **il rafforzamento dei criteri di sostenibilità e circolarità nella selezione dei fornitori, una maggiore formalizzazione degli obiettivi di economia circolare, lo sviluppo di iniziative di eco-design e dematerializzazione degli imballaggi, l'ampliamento delle informazioni rivolte ai consumatori sulle modalità di utilizzo, conservazione e fine vita dei prodotti, nonché l'estensione del monitoraggio lungo la catena del valore.**

Nel complesso, il percorso realizzato consente a Bennet di disporre di una prima fotografia strutturata del proprio livello di circolarità e rappresenta un punto di partenza utile per orientare le azioni future, valorizzare le pratiche già consolidate e integrare progressivamente i principi dell'economia circolare nei processi aziendali, nella relazione con i fornitori e nell'esperienza dei clienti.



19%
CONSUMO



25%
DESIGN

27%
APPROVVIGIONAMENTO



L’acqua, una risorsa da custodire

Tra le risorse naturali coinvolte nelle attività del Gruppo, l’acqua riveste un ruolo essenziale, sia negli ipermercati Bennet sia negli spazi gestiti da Gallerie Commerciali. In questo ambito, l’attenzione si concentra principalmente sul monitoraggio dei consumi e sul miglioramento progressivo dell’efficienza.

Il controllo avviene attraverso la lettura periodica dei contatori e il confronto con i dati storici, un approccio che consente di mantenere sotto osservazione l’andamento dei prelievi e di individuare tempestivamente eventuali scostamenti. **Nel 2025, i prelievi idrici complessivi del Gruppo si attestano a circa 1.890 megalitri, un valore che riflette l’evoluzione del perimetro operativo e l’andamento delle attività nel corso dell’anno. Di questi, circa 500 megalitri sono attribuibili a Bennet S.p.A., mentre la quota restante è riconducibile alle Gallerie Commerciali.** I consumi idrici del Gruppo sono principalmente riconducibili alle attività operative dei punti vendita, in particolare alle operazioni di pulizia e sanificazione degli ambienti e delle attrezzature, nonché ai servizi igienico-sanitari a disposizione di clienti e dipendenti.
In misura minore, l’acqua è utilizzata nei reparti interni per la preparazione alimentare (ove presente) e per il funzionamento degli impianti tecnologici, quali i sistemi di climatizzazione e refrigerazione, necessari a garantire adeguate condizioni di conservazione dei prodotti e di comfort ambientale.



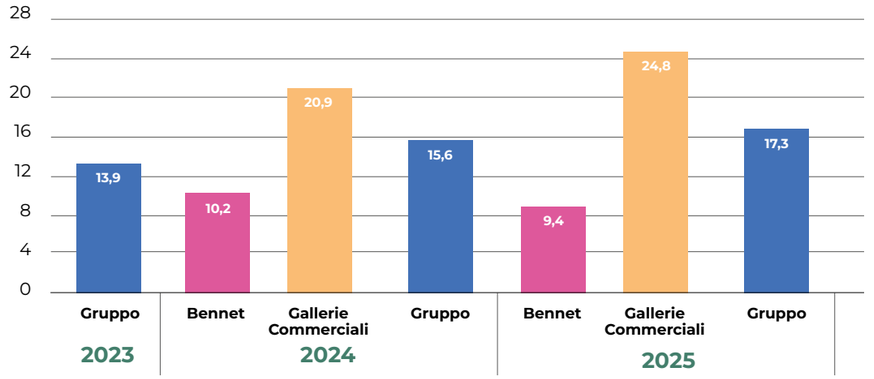
MEGALITRI

1.890

PRELIEVI IDRICI COMPLESSIVI DEL GRUPPO

L’approvvigionamento idrico continua ad avvenire prevalentemente attraverso la rete pubblica. In particolare, l’acqua potabile è utilizzata nelle gallerie per usi sanitari e per l’irrigazione delle aree verdi, mentre negli ipermercati si aggiungono le esigenze legate alle lavorazioni alimentari. In alcuni siti selezionati, l’utilizzo di acqua di falda prelevata da pozzi consente inoltre di supportare i sistemi di climatizzazione e refrigerazione alimentare, con restituzione completa della risorsa alla falda al termine del ciclo di utilizzo.
Dal punto di vista degli scarichi, l’acqua viene convogliata nella rete fognaria e presenta caratteristiche assimilabili a quelle di acque reflue domestiche, ad eccezione dei reflui derivanti dalle lavorazioni alimentari. In questi casi intervengono specifici sistemi di trattamento, come i pozzetti degrassatori, ovvero dispositivi di pre trattamento delle acque reflue progettato per separare oli, grassi e solidi prima dell’immissione in fognatura.
In termini di efficienza, il Gruppo mantiene un’attenzione costante al monitoraggio dell’intensità di utilizzo della risorsa idrica, con l’obiettivo di migliorare progressivamente l’efficienza operativa e contenere i consumi nel tempo.

INTENSITÀ DEL PRELIEVO IDRICO (MEGALITRI/SITO)



L’approccio adottato rimane attualmente basato su sistemi di rilevazione manuale, ma è orientato a un’evoluzione futura verso soluzioni di monitoraggio più avanzate. In questa direzione si inseriscono anche interventi come l’installazione di centraline intelligenti per l’irrigazione, in grado di adattare il funzionamento alle condizioni meteorologiche ed evitare sprechi, e il controllo delle bollettazioni per individuare eventuali scostamenti dai consumi attesi.
Nel complesso, la gestione della risorsa idrica si caratterizza per un approccio prudente e progressivo, che combina controllo operativo, attenzione all’efficienza e capacità di adattamento alle condizioni dei territori, in coerenza con il più ampio impegno del Gruppo nella riduzione degli impatti ambientali.

La tutela della biodiversità

Le attività del Gruppo si sviluppano attraverso una rete diffusa di ipermercati e gallerie commerciali che, nel tempo, sono diventate parte integrante dei territori in cui si inseriscono. Si tratta di luoghi vissuti quotidianamente, spazi di incontro e relazione, che contribuiscono a definire il legame tra il Gruppo e le comunità locali.
In questo contesto, gli impatti diretti sulla biodiversità risultano principalmente riconducibili all'uso del suolo e alla presenza delle infrastrutture, in linea con quanto emerge dalle analisi settoriali del tool ENCORE (Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure)[6] per i comparti retail e real estate, che individuano nel cambiamento d'uso del territorio uno dei principali driver di perdita di biodiversità.

Il Gruppo opera nel Nord Italia, un'area che, oltre a essere tra le più dinamiche dal punto di vista economico, si caratterizza anche per una significativa ricchezza naturalistica rappresentata dai siti di Natura 2000[7], la rete ecologica diffusa europea, istituita ai sensi della Direttiva 92/43/CEE "Habitat" per garantire il mantenimento a lungo termine degli habitat naturali e delle specie di flora e fauna minacciati o rari a livello comunitario.

In questo scenario, molti dei punti vendita e delle gallerie del Gruppo si trovano in prossimità di aree ecologicamente sensibili, secondo la definizione degli standard GRI, che includono habitat ed ecosistemi rilevanti per la conservazione della biodiversità. Questa prossimità non rappresenta un elemento isolato, ma riflette il modo in cui il Gruppo è radicato nei territori: non in contesti separati, ma all'interno di sistemi complessi in cui attività economiche, comunità locali e patrimonio naturale convivono.
Accanto agli impatti diretti, assumono particolare rilievo gli impatti indiretti lungo la filiera, più complessi da individuare ma potenzialmente significativi per la biodiversità. In particolare, la filiera agricola e la catena di approvvigionamento della Grande Distribuzione Organizzata possono contribuire a pressioni sugli ecosistemi attraverso pratiche agricole intensive, monoculture e utilizzo di pesticidi e fertilizzanti chimici, con possibili effetti quali il degrado del suolo e la perdita di specie vegetali e animali.
In risposta a tali dinamiche, il Gruppo promuove l'adozione di certificazioni ambientali lungo la propria offerta commerciale, ampliando progressivamente il numero di prodotti conformi a tali standard e collaborando con i fornitori per favorire la diffusione di pratiche più sostenibili e rispettose degli habitat naturali. Questo impegno si inserisce in un approccio più ampio alla gestione della catena di fornitura, volto a incentivare comportamenti responsabili e a ridurre le pressioni indirette sugli ecosistemi.
La tutela della biodiversità si estende inoltre alla gestione delle risorse e dei flussi operativi, includendo pratiche di gestione responsabile dei rifiuti e degli scarichi idrici, nonché un'attenzione crescente alla scelta di imballaggi riciclabili e compostabili. Attraverso tali azioni, contribuiamo a promuovere modelli di produzione e consumo più sostenibili e consapevoli, coinvolgendo sia i fornitori sia i consumatori finali.



[6] Si tratta di un tool pubblicamente accessibile e sviluppato dall'UNEP (UN Environment Programme) per mappare e valutare gli impatti delle attività economiche sulla biodiversità.

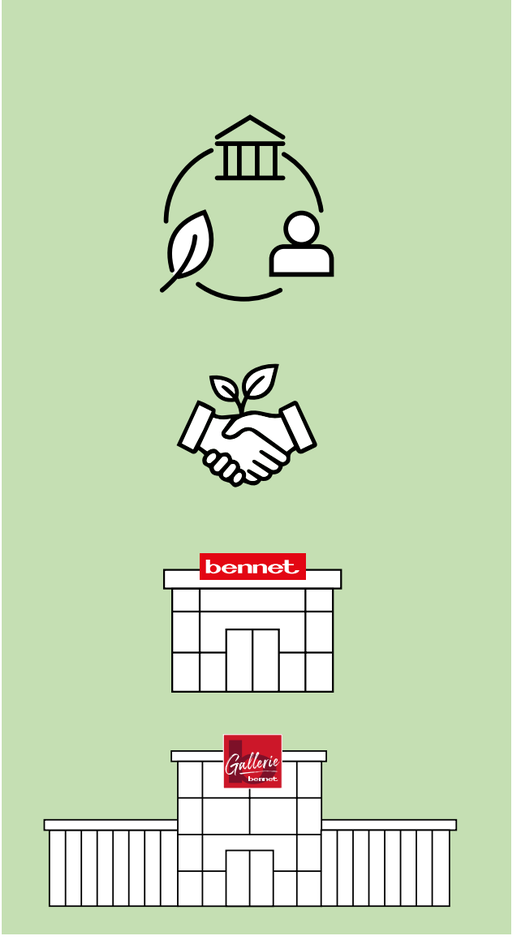
[7] La rete Natura 2000 è costituita dai Siti di Interesse Comunitario (SIC), identificati dagli Stati Membri secondo quanto stabilito dalla Direttiva Habitat, che vengono successivamente designati quali Zone Speciali di Conservazione (ZSC), e comprende anche le Zone di Protezione Speciale (ZPS) istituite ai sensi della Direttiva 2009/147/CE "Uccelli" concernente la conservazione degli uccelli selvatici.

Accanto alla dimensione ecologica, anche il tema delle risorse idriche contribuisce a definire il contesto ambientale in cui il Gruppo opera.

Le analisi condotte tramite il tool Aqueduct del World Resources Institute (WRI)[8] indicano che le aree di presenza del Gruppo presentano un livello complessivo di rischio idrico contenuto: prevalentemente basso o medio-basso in Lombardia e medio in alcune aree del Piemonte e della Liguria.

Questo quadro restituisce l'immagine di territori in cui la disponibilità della risorsa idrica è generalmente adeguata, ma dove rimane importante mantenere un'attenzione progressiva, anche in relazione agli effetti del cambiamento climatico e alle crescenti pressioni sui sistemi naturali. In linea con gli standard GRI, tali condizioni rientrano tra gli elementi utili a comprendere la sensibilità ambientale dei contesti locali, in particolare per quanto riguarda il rischio fisico legato all'acqua.

All'interno di questo equilibrio complesso tra presenza sul territorio e responsabilità ambientale, il Gruppo orienta le proprie scelte verso modelli di sviluppo che privilegiano, ove possibile, la valorizzazione dell'esistente. Le attività di Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. sono infatti frequentemente indirizzate al recupero e alla riqualificazione di strutture già presenti, contribuendo a ridurre il consumo di nuovo suolo e a limitare ulteriori pressioni sugli ecosistemi locali.



Si tratta di un approccio concreto, che nasce dall'esperienza maturata nel tempo e dalla conoscenza dei territori, e che si traduce in una progressiva attenzione a contenere gli impatti, in coerenza con i principi della gerarchia di mitigazione (avoidance e minimization), pur in assenza di strumenti formalizzati dedicati alla biodiversità.

[8] Piattaforma di dati e analisi sui rischi idrici a livello globale sviluppata dal World Resources Institute (link: Aqueduct Water Risk Atlas).

Annex

GRI 302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione

		Bennet			Gallerie Commerciali			Gruppo		
	UdM	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Gasolio consumato per alimentazione impianti e riscaldamento	l	65.139	58.839	81.000	121.402	109.660	88.000	186.541	168.499	169.000
Gas naturale riscaldamento	m^3	3.344.445	3.446.718	3.450.885	981.684	881.847	917.527	4.326.129	4.328.565	4.368.412
Teleriscaldamento	kwh	4.388.230	3.255.808	3.257.581	0	0	0	4.388.230	3.255.808	3.257.581
Energia elettrica acquistata dalla rete	kwh	148.897.900	123.014.133	109.672.082	14.353.021	13.647.157	14.829.659	163.250.921	136.661.290	124.501.742
Energia elettrica autoprodotta e consumata	kwh	957.702	2.314.649	5.929.347	28.750	27.420	35.681	986.452	2.342.069	5.965.028
Gasolio consumato per parco auto	l							339.426	406.048	269.762
Benzina consumata per parco auto	l							97.410	136.222	169.952

Consumi energetici (GJ)

		Bennet			Gallerie Commerciali			Gruppo		
	UdM	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Gasolio consumato per alimentazione impianti e riscaldamento	GJ	2.318	2.095	2.888	4.320	3.905	3.138	6.638	6.000	6.026
Gasolio consumato per parco auto	GJ							12.079	14.458	9.619
Benzina consumata per parco auto	GJ							3.144	4.398	5.461
Gas naturale riscaldamento	GJ	121.035	125.182	126.604	35.527	32.028	33.662	156.563	157.210	160.266
Teleriscaldamento	GJ	15.798	11.721	11.727	0	0	0	15.798	11.721	11.727
Energia elettrica acquistata dalla rete	GJ	536.032	442.851	394.820	51.671	49.130	53.387	587.703	491.981	448.207
Energia elettrica autoprodotta	GJ	3.448	8.333	21.346	103	99	128	3.551	8.431	21.474
TOTALE	**GJ**	**678.631**	**590.182**	**557.385**	**91.621**	**85.162**	**90.315**	**785.476**	**694.199**	**662.780**

GRI 305-1, 305-2: Emissioni Scope 1 e 2 (tonCO_{2e})

		Bennet			Gallerie Commerciali			Gruppo		
CATEGORIA	**UdM**	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Scopo 1	ton CO_{2eq}	**23.553**	**17.602**	**17.878**	**2.351**	**2.121**	**2.159**	**26.960**	**21.028**	**21.083**
Gas naturale		6.869	7.111	7.208	2.016	1.819	1.917	8.885	8.931	9.125
Gasolio per impianti		179	162	223	335	302	242	514	464	465
Gasolio per parco auto								853	1.020	694
Benzina per parco auto								204	284	352
Gas climalteranti		16.504	10.329	10.447	-	-	-	16.504	10.329	10.447
Scopo 2 - Location based	ton CO_{2eq}	**47.691**	**39.334**	**28.779**	**4.521**	**4.299**	**3.814**	**52.212**	**43.633**	**32.593**
Energia Elettrica - ITA		46.903	38.749	28.208	4.521	4.299	3.814	51.424	43.048	32.022
Teleriscaldamento		788	585	571	-	-	-	788	585	571
Scopo 2 - Market based	ton CO_{2eq}	**68.857**	**62.162**	**48.958**	**6.561**	**6.831**	**6.543**	**75.418**	**68.993**	**55.501**
Energia Elettrica - ITA		68.069	61.577	48.387	6.561	6.831	6.543	74.630	68.409	54.930
Teleriscaldamento		788	585	571	-	-	-	788	585	571
TOTALE S1 + S2 LB	**ton CO_{2eq}**	**71.244**	**56.936**	**46.657**	**6.872**	**6.420**	**5.973**	**79.173**	**64.661**	**53.676**
TOTALE S1 + S2 MB	**ton CO_{2eq}**	**92.410**	**79.764**	**66.837**	**8.912**	**8.952**	**8.702**	**102.379**	**90.022**	**76.585**

GRI 305-3: Emissioni Scope 3 (tonCO_{2e})

CATEGORIA	UdM	2025
Cat.1 - Beni e servizi acquistati	ton CO_{2e}	559.560
Cat.2 - Beni strumentali	ton CO_{2e}	28.118
Cat.3 - Attività connesse a combustibili ed energia (non incluse negli Scope 1 o 2)	ton CO_{2e}	13.518
Cat.4 - Trasporto e distribuzione upstream	ton CO_{2e}	11.005
Cat.5 - Rifiuti generati dalle attività	ton CO_{2e}	2.322
Cat.6 - Viaggi di lavoro	ton CO_{2e}	165
Cat.7 - Spostamenti casa-lavoro dei dipendenti	ton CO_{2e}	6.155
Cat.13 - Beni concessi in leasing downstream	ton CO_{2e}	13.430
Totale	**ton CO_{2e}**	**634.273**

GRI 306-3,4,5: Rifiuti

		Bennet			Gallerie Commerciali			Gruppo		
		2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
RIFIUTI INVIATI A RECUPERO										
Rifiuti non pericolosi	t	13.427	12.665	12.274	2.468	2.506	3.187	15.171	15.171	15.461
Rifiuti pericolosi	t	265	158	43	-	-	-	265	158	43
Totale rifiuti inviati a recupero	**t**	**13.692**	**12.823**	**12.317**	**2.468**	**2.506**	**3.187**	**16.160**	**15.329**	**15.504**
RIFIUTI INVIATI A DISCARICA										
Rifiuti non pericolosi	t	270	105	78	1.527	1.348	1.814	1.797	1.453	1.891
Rifiuti pericolosi	t	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale rifiuti inviati a discarica	**t**	**270**	**105**	**78**	**1.527**	**1.348**	**1.814**	**1.797**	**1.453**	**1.891**
TOTALE RIFIUTI	**t**	**13.962**	**12.928**	**12.395**	**3.995**	**3.854**	**5.000**	**17.957**	**16.782**	**17.395**

GRI 301-1: Materiali (solo Bennet)

Categoria	Sottocategoria	UdM	Rinnovabile	2023	2024	2025
Materiali per packaging	Alluminio	Kg	No	2.179	1.725	1.895
	Bioplastica	Kg	Sì	164.646	143.883	166.752
	Carta termica	Kg	No	150.285	131.063	130.680
	di cui certificata FSC o PEFC	Kg	NO	-	-	-
	Carta/Cartone	Kg	Sì	535.030	484.998	522.745
	di cui riciclata	Kg		-	-	-
	di cui certificata FSC o PEFC	Kg		-	-	-
	Plastica	Kg	No	778.051	690.224	696.941
	di cui riciclata	Kg		-	-	-
	Altro	Kg		-	-	-
	TOTALE	**Kg**		**1.630.191**	**1.451.893**	**1.519.013**
	DI CUI RINNOVABILE	**Kg**		**699.676**	**628.881**	**689.497**

GRI 303-3: Risorse idriche

			Bennet			Gallerie Commerciali			Gruppo		
CATEGORIA	SOTTOCATEGORIA	UdM	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Prelievi idrici	**Prelievi idrici totali**	Megalitri	488	550	500	1.052	1.149	1.390	1.540	1.699	1.890
Scarichi idrici	**Scarichi idrici totali**	Megalitri	488	550	500	1.052	1.149	1.390	1.540	1.699	1.890
Consumi idrici	**Consumi idrici totali**	Megalitri	0	0	0	0	0	0	0	0	0



03.
LAVORARE CON NOI

4.621
NUMERO DI DIPENDENTI

al 31 dicembre 2025

PERSONALE PER GENERE

71% donne

29% uomini

PERSONALE PER ETÀ

25% <30

29% >50

46% 30-50

PERSONALE PER CONTRATTO

8% Tempo determinato

92% Tempo indeterminato

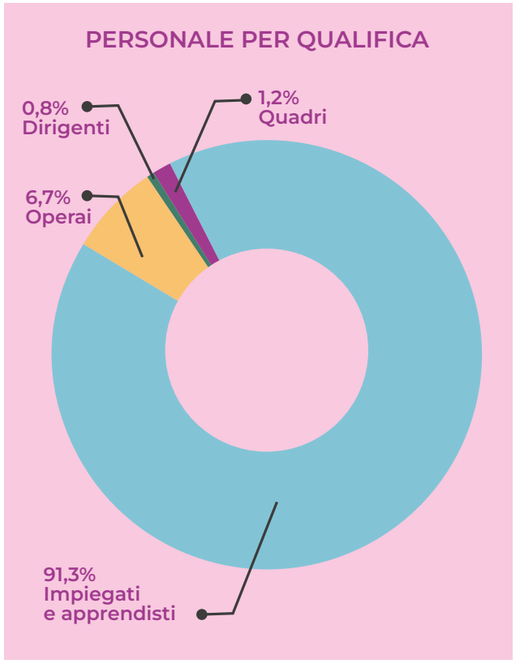
PERSONALE PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO

58% Part-time

42% Full-time

GRUPPO			
DIPENDENTI	**2023**	**2024**	**2025**
Donne	3.968	3.379	3.258
Uomini	1.620	1.414	1.363
TOTALE	**5.588**	**4.793**	**4.621**

Nel modello di crescita del Gruppo, le persone rappresentano un elemento centrale e distintivo: **la qualità del servizio, la relazione con il cliente e la solidità operativa dell'organizzazione** si fondano sull'impegno quotidiano dei collaboratori e su un rapporto di lavoro costruito nel tempo su stabilità, fiducia e valorizzazione delle competenze.

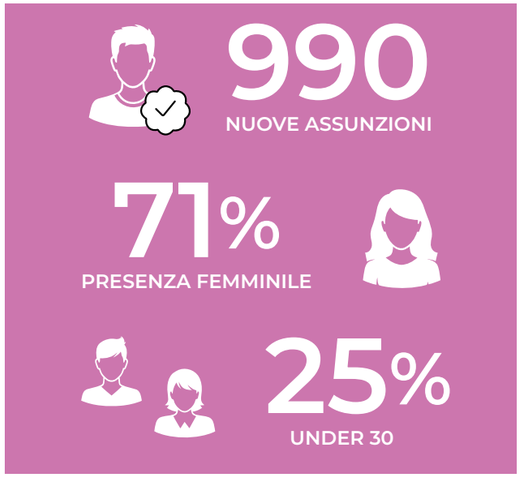


Qualità del servizio

Relazione con il cliente

Solidità operativa dell'organizzazione





In coerenza con questo approccio, anche nel 2025 il Gruppo conferma la centralità del capitale umano quale leva strategica per il proprio sviluppo, adottando un modello di **gestione improntato alla trasparenza** e al monitoraggio continuo dei principali indicatori occupazionali, tra cui numerosità del personale, tipologia contrattuale, distribuzione per fascia di età e genere, nonché i flussi di ingresso e uscita.

I processi di selezione pongono particolare attenzione non solo alle competenze tecniche, ma anche alla determinazione, alla dedizione e al legame con il territorio.

Al 31 dicembre 2025, il Gruppo conta complessivamente **4.621** dipendenti, di cui il **92% con contratto a tempo indeterminato** e l'8% con contratti a termine.

Nel corso dell'esercizio sono state effettuate **990 nuove assunzioni** a fronte di 1.162 cessazioni, in parte dovute alle chiusure dei due punti vendita effettuate nel 2025, con un'incidenza delle uscite pari al 25% dell'organico, in progressiva riduzione rispetto agli anni precedenti.

La struttura occupazionale si caratterizza inoltre per una significativa flessibilità organizzativa, con una quota di personale part time pari al 58% e full time al 42%, oltre a una forte presenza femminile (circa 71%) e una componente giovane rilevante (circa 25% under 30).

ENTRA A FAR PARTE DI **BENNET**



Il modello di gestione delle risorse prevede un approccio organizzato che riguarda tutte le fasi della collaborazione con il Gruppo.
In fase di recruiting, la selezione per le posizioni di vendita è affidata a responsabili locali, mentre le figure professionali e dirigenziali sono gestite centralmente. Per profili specifici vengono utilizzati sistemi di valutazione finalizzati a identificare e misurare con maggiore accuratezza le competenze richieste.

In parallelo, il Gruppo rafforza le attività di employer branding anche attraverso canali digitali e social dedicati al recruiting, come l'attivazione di un canale Instagram finalizzato ad aumentare la nostra visibilità e a intercettare nuove professionalità in linea con i valori aziendali.

Per coloro che sono già dipendenti esiste invece un sistema di **job posting interno**, che consente ai collaboratori dei negozi di candidarsi per posizioni vacanti in sede, favorendo così lo sviluppo di competenze trasversali.

L'attrazione di nuovi talenti passa anche attraverso una stretta collaborazione con scuole e università, in particolare con l'Università Statale di Milano, lo sviluppo di percorsi di orientamento e tirocinio e la partecipazione ai "Career Day" eventi territoriali dedicati all'incontro tra imprese, mondo della formazione e giovani, con l'obiettivo di favorirne l'ingresso nel mercato del lavoro. Bennet, inoltre, partecipa a iniziative di sistema promosse da Federdistribuzione, tra cui il progetto editoriale NoiDistribuzione.it. Si tratta di una piattaforma digitale finalizzata non solo alla condivisione di contenuti, esperienze e buone pratiche del settore della distribuzione moderna, ma anche al rafforzamento della capacità di attrarre professionalità qualificate.

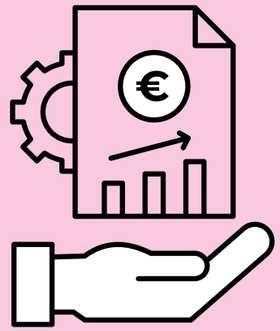
Crescere insieme

Una volta avviata la collaborazione, lo sviluppo delle competenze rappresenta un pilastro della strategia aziendale e si traduce in un sistema formativo strutturato, che integra programmi tecnici, commerciali e manageriali.

Il modello formativo del Gruppo si articola su un insieme coordinato di strumenti e iniziative che combinano **formazione in presenza, affiancamento on the job e soluzioni digitali** , con l'obiettivo di garantire un apprendimento continuo e coerente con le esigenze operative e organizzative, pensato per accompagnare l'evoluzione dell'organizzazione, sostenere la qualità del servizio e rafforzare l'esperienza offerta al cliente.

Il nostro programma di sviluppo professionale è supportato da un **processo di valutazione strutturato** , volto a monitorare l'efficacia dei percorsi formativi e il livello di sviluppo delle competenze, nonché da un piano annuale definito sulla base dei fabbisogni espressi dalle diverse funzioni aziendali, assicurando l'allineamento tra esigenze organizzative e crescita delle persone.

Riteniamo che la retribuzione rappresenti una leva cruciale per valorizzare le competenze e le professionalità dei nostri collaboratori. A tal fine, il Gruppo **adotta una politica retributiva che premia le performance e riconosce il valore delle competenze chiave.**
Per il management, la revisione retributiva e la definizione degli incentivi economici vengono analizzate e discusse annualmente con i direttori delle diverse funzioni aziendali. Le proposte concordate vengono poi sottoposte alla valutazione complessiva della direzione aziendale, che approva eventuali modifiche retributive e incentivi.
Per quanto riguarda i ruoli non manageriali, la remunerazione è determinata sulla base del contratto collettivo nazionale di lavoro (CCNL), rinnovato nel 2025, con un'attenzione particolare alla valorizzazione delle competenze specifiche interne all'azienda.
Anche in questo caso, le revisioni salariali vengono definite in coerenza con le linee guida condivise con il management e previa valutazione dei responsabili di funzione.



Complessivamente il Gruppo nel 2025 ha erogato **31.923 ore di formazione, con 7 ore medie di formazione a dipendente, in linea con l'anno precedente.**

Le iniziative formative realizzate nel 2025 hanno coinvolto in modo trasversale sia i reparti di vendita sia la sede, con percorsi differenziati per contenuti, destinatari e modalità di erogazione.
L'Accademia del Fresco dell'Università dei Sapori di Perugia ha permesso **ai colleghi delle vendite** di consolidare conoscenze specialistiche su pescheria, panetteria, salumi e ortofrutta, con un'attenzione particolare alla qualità dei prodotti, alla corretta gestione dei processi, alla valorizzazione delle eccellenze del territorio e alla capacità di fornire al cliente informazioni chiare, accurate e utili a un acquisto più consapevole.

Parallelamente, i percorsi dedicati **alle collaboratrici di cassa, ai picker del servizio bennetdrive** e il "Cerimoniale di vendita" preparato per i colleghi dei reparti serviti hanno contribuito a rafforzare l'uniformità operativa, la cura della relazione con il cliente con un servizio coerente, competente e distintivo.

31.923
ORE DI FORMAZIONE COMPLESSIVE

Anche **i colleghi della sede** sono stati coinvolti in attività mirate, con iniziative dedicate al category management, alla negoziazione retail e all'intelligenza artificiale. Questi percorsi hanno avuto l'obiettivo di supportare le persone nello svolgimento delle attività quotidiane, favorire decisioni più efficaci, migliorare la gestione delle categorie e delle relazioni professionali e sviluppare una maggiore consapevolezza rispetto alle opportunità offerte dall'innovazione tecnologica. In particolare, la formazione sull'intelligenza artificiale ha rappresentato un ambito di crescente rilevanza, con interventi calibrati sulle esigenze dei diversi uffici e finalizzati a promuovere un utilizzo consapevole, responsabile ed efficace dei nuovi strumenti digitali. Attraverso attività in presenza, momenti pratici, simulazioni ed e-learning, abbiamo proseguito nel rafforzamento di un modello formativo capace di integrare conoscenza, esperienza e innovazione.







77
EVENTI FORMATIVI

Nel 2025 abbiamo consolidato il nostro impegno verso la crescita e la valorizzazione delle persone attraverso il progetto "People Management", un percorso di ascolto strutturato che ha coinvolto 350 collaboratori tra Sede, Gallerie e Depositi.

L'iniziativa, in atto dal 2024, promuove una cultura del feedback bidirezionale, capace di far dialogare tutti i livelli dell'organizzazione in un'ottica di trasparenza e sviluppo continuo.

Il percorso discendente ha accompagnato con ciascun collaboratore in un confronto individuale sulle proprie competenze, sugli obiettivi di sviluppo e sulle aspettative professionali, valorizzando punti di forza come affidabilità, senso di responsabilità e individuando con chiarezza le aree su cui investire per la crescita di ruolo. Il percorso ascendente ha dato voce ai collaboratori, invitandoli a fornire un feedback ai propri responsabili nel pieno rispetto dell'anonimato, garantito da una piattaforma esterna e dalla condivisione dei soli dati aggregati.
Questo approccio riflette la nostra attenzione all'ascolto autentico e allo sviluppo di una leadership responsabile e consapevole.

Nel corso del 2025, abbiamo consolidato le iniziative già avviate negli anni precedenti e proposto 77 eventi formativi e percorsi mirati.

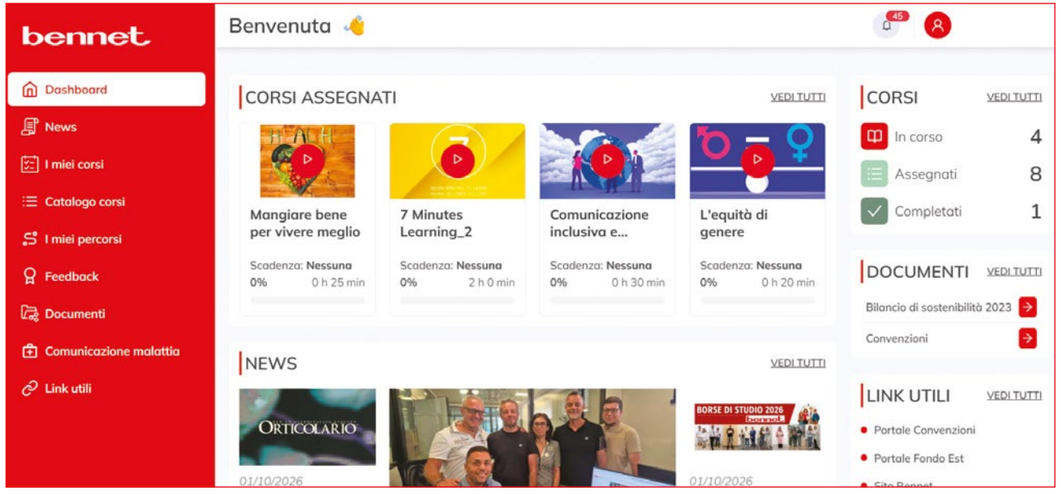






Oltre allo sviluppo professionale, **l'attenzione del Gruppo è rivolta anche al benessere delle persone**, con un sistema articolato di welfare e benefit, che include assicurazione sanitaria integrativa e servizi di assistenza fiscale e amministrativa (tra cui il supporto alla compilazione del modello 730), oltre a convenzioni per l'acquisto di beni e servizi.

Nel corso dell'anno, abbiamo sostituito la piattaforma di formazione digitale "Skilla" con il **nuovo portale "My Bennet"** che diventerà progressivamente il punto di contatto, informazione e formazione tra azienda e collaboratore.
Il portale, accessibile da PC e Mobile, integra oltre alla sezione destinata alla Formazione e-learning, uno spazio news, la sezione dedicata al processo di feedback top down e bottom up, l'area dedicata a documenti e link aziendali utili oltre alla sezione convenzione aziendali.
La flessibilità dello strumento permetterà di integrare nel tempo altre funzionalità (work flow assunzioni...) trasformando progressivamente il portale in un digital work place.



Abbiamo inoltre avviato **iniziative dedicate al benessere organizzativo**, con particolare attenzione ai temi dello stress lavoro-correlato e del tecnostress, generato dall'esposizione prolungata agli strumenti tecnologici.

A tutela dei collaboratori e dei soggetti esterni, nel rispetto della corretta e diffusa applicazione del Modello 231, è stato istituito un Organismo di Vigilanza OdV, incaricato di monitorare, rivedere e aggiornare periodicamente il documento, oltre a gestire eventuali segnalazioni di comportamenti illeciti.

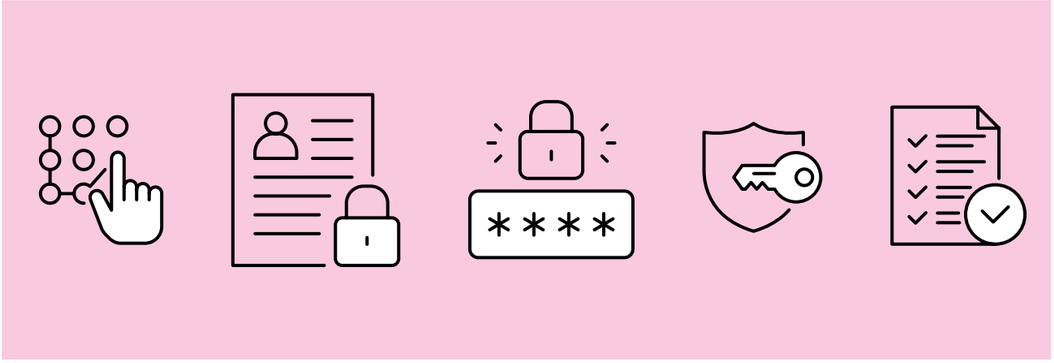
Nel 2025 non sono pervenute segnalazioni relative a comportamenti illeciti. Analogamente, non sono stati registrati né segnalati episodi di corruzione, confermando l'attenzione del Gruppo ai principi di integrità, legalità e correttezza.

L'azienda ha implementato un **sistema di whistleblowing** che consente a dipendenti e soggetti esterni di denunciare episodi sospetti, anche in forma anonima, basandosi su prove concrete, attraverso canali interni o tramite e-mail odv@bennet.com. Questo sistema è accompagnato da misure che garantiscono la tutela dell'identità e dell'integrità del segnalante, prevenendo qualsiasi forma di ritorsione o discriminazione da parte del datore di lavoro.
L'Organismo di Vigilanza relaziona periodicamente, almeno ogni sei mesi o in base all'urgenza delle comunicazioni, il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale, presentando un riepilogo delle attività svolte.
Nel 2025, il sistema di whistleblowing ha registrato per Bennet 4 segnalazioni (di cui 3 ricevute con canale alternativo gestito solo dal Presidente dell'OdV) ed 1 relativa a Gallerie Commerciali Bennet. Le segnalazioni ricevute sono state gestite e chiuse, per quanto di competenza direttamente dall'OdV.



Cybersecurity e protezione delle informazioni

La tutela delle informazioni aziendali e dei dati personali di collaboratori e clienti rappresenta un elemento fondamentale del sistema di governance del Gruppo. In un contesto caratterizzato da una crescente digitalizzazione dei processi e dei servizi, abbiamo adottato misure organizzative e tecnologiche finalizzate a garantire la sicurezza dei sistemi informativi, la riservatezza dei dati e la continuità operativa.



Nel corso degli ultimi anni **abbiamo progressivamente rafforzato i presìdi di cybersecurity attraverso un percorso strutturato di valutazione e gestione dei rischi informatici.** Le attività svolte hanno incluso l'analisi delle principali aree di rischio, il potenziamento delle infrastrutture di sicurezza e l'introduzione di sistemi avanzati di monitoraggio. A supporto di tali attività opera un Security Operation Center (SOC), incaricato del monitoraggio continuo degli ambienti tecnologici, compresi i sistemi in cloud, e della gestione tempestiva di eventuali eventi di sicurezza. Sono state inoltre rafforzate le misure di protezione delle reti e degli accessi attraverso l'adozione di soluzioni basate sui principi dello Zero Trust, contribuendo a ridurre il rischio di accessi non autorizzati e a migliorare il presidio delle attività digitali.

Parallelamente, il Gruppo ha proseguito il percorso di formalizzazione delle policy e delle procedure in materia di sicurezza informatica e protezione delle informazioni, con l'obiettivo di consolidare un modello di governance sempre più strutturato e coerente con l'evoluzione dei rischi cyber e degli obblighi di tutela dei dati personali.



LA FORMAZIONE DEI COLLABORATORI IN MATERIA DI SICUREZZA INFORMATICA

Consapevoli che la sicurezza digitale dipende non solo dalle tecnologie adottate ma anche dai comportamenti delle persone, abbiamo sviluppato **un percorso strutturato di formazione e sensibilizzazione rivolto ai collaboratori sui temi della cybersecurity.**

Le iniziative realizzate hanno riguardato la diffusione della cultura della sicurezza informatica, con particolare attenzione alla protezione dell'identità digitale, alla corretta gestione delle informazioni e alla consapevolezza dei principali rischi connessi all'utilizzo degli strumenti digitali.

I percorsi formativi hanno approfondito le principali minacce informatiche, le modalità con cui si manifestano gli attacchi cyber e le pratiche da adottare per prevenirli e gestirli correttamente. A supporto di queste attività sono state realizzate campagne di phishing simulato e test di attacco controllati, finalizzati a rafforzare la capacità di riconoscere comportamenti potenzialmente rischiosi e ad aumentare la resilienza complessiva dell'organizzazione.

SICUREZZA INFORMATICA



Parallelamente, il Gruppo ha proseguito i progetti dedicati alla gestione delle identità digitali e degli accessi ai sistemi aziendali, con l'obiettivo di garantire livelli sempre più elevati di sicurezza e affidabilità. In linea con l'evoluzione del contesto normativo europeo, sono inoltre state avviate le attività di adeguamento ai nuovi requisiti in materia di cybersicurezza, accompagnate dalla definizione di procedure operative e specifici percorsi formativi destinati al personale.

Sicurezza prima di tutto

Coerentemente con l'attenzione costante alla tutela delle persone, il Gruppo consolida il proprio impegno nella promozione di ambienti di lavoro sicuri, rafforzando un approccio strutturato e proattivo, fondato sul monitoraggio continuo degli indicatori infortunistici e sull'implementazione di azioni di prevenzione e miglioramento.
Un ruolo centrale è rivestito dalla **formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza sul lavoro**, erogata in conformità al D. Lgs. 81/2008 e agli Accordi Stato-Regioni, che coinvolge l'intera popolazione aziendale attraverso programmi specifici dedicati alla prevenzione dei rischi, alla gestione delle emergenze, all'antincendio e al primo soccorso. In tale ambito, le attività si fondano su un sistema di gestione della salute e sicurezza che prevede la valutazione sistematica di tutti i rischi rilevabili nei contesti operativi, l'individuazione e l'aggiornamento continuo delle misure di prevenzione e protezione, nonché la promozione di comportamenti sicuri da parte di tutti i collaboratori.

A supporto di questo approccio, abbiamo formalizzato **una Politica per la Salute e Sicurezza sul Lavoro**, la cui efficacia è verificata attraverso un articolato sistema di controlli, che include il monitoraggio costante degli infortuni e delle malattie professionali, lo svolgimento di sopralluoghi e ispezioni periodiche da parte del Servizio di Prevenzione e Protezione (SPP), la redazione di checklist dedicate, il coinvolgimento attivo dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) e il ricorso a audit interni ed esterni condotti anche da soggetti qualificati.
Il processo di identificazione e valutazione dei rischi si basa su criteri consolidati e tiene conto delle principali categorie di rischio presenti nei contesti aziendali, tra cui rischi comuni, rischi legati alle infrastrutture e agli impianti e rischi specifici connessi alle singole mansioni.



82 ⇨ **-28%**

INFORTUNI — RISPETTO 2024

Non si registrano inoltre infortuni con gravi conseguenze né decessi:

NEL 2025: 82 INFORTUNI DI CUI NESSUNO CON GRAVI CONSEGUENZE[1].

Nel corso dell'anno, abbiamo confermato il presidio sui principali indicatori di sicurezza, registrando 82 infortuni sul lavoro.
Il tasso di infortuni si attesta a 11,8, in miglioramento rispetto al valore dell'anno precedente (15,1), a conferma dell'efficacia delle azioni intraprese. Non si registrano inoltre infortuni con gravi conseguenze né decessi. In linea con il principio di minimizzazione del rischio, l'azienda identifica e attua misure di prevenzione e protezione di natura organizzativa, sanitaria, strutturale e impiantistica, la cui efficacia è oggetto di monitoraggio continuo e revisione periodica.
Gli eventi infortunistici rilevati risultano prevalentemente riconducibili a dinamiche tipiche del settore, quali tagli, urti o schiacciamenti e scivolamenti. I principali fattori di rischio sono connessi all'utilizzo di utensili da taglio e dei mezzi di movimentazione, tra cui transpallet e attrezzature di reparto.
In risposta a tali profili di rischio, nel corso del 2025 abbiamo rafforzato le attività di prevenzione e sensibilizzazione, potenziando i programmi di formazione e addestramento rivolti ai collaboratori. In particolare, abbiamo sviluppato interventi mirati sull'utilizzo in sicurezza di coltelli, affettatrici e strumenti di lavoro nei reparti freschi, sulle corrette modalità di impiego dei mezzi di movimentazione, coinvolgendo i responsabili di punto vendita.



[1] Un infortunio è considerato di gravi conseguenze qualora la prognosi superi i 180 giorni.



Parallelamente, abbiamo migliorato le condizioni operative sostituendo progressivamente i carrelli elettrici con modelli più compatti e maneggevoli, con l'obiettivo di ridurre i rischi di urti e schiacciamenti.
A supporto della gestione operativa e della conformità delle attività manutentive, l'azienda si avvale inoltre di strumenti digitali dedicati, come la piattaforma "Safety", che offre una panoramica completa delle informazioni relative ai dipendenti delle aziende esterne che operano nei punti vendita, consentendo una gestione più efficace dei rischi e delle attività di controllo.
Le modalità operative e le procedure per la gestione dei rischi sono formalizzate nella documentazione aziendale, che include il Manuale per la Sicurezza, diffuso a tutti i lavoratori, i Piani di Gestione delle Emergenze, i programmi formativi e le circolari interne.

Nel corso del 2025, abbiamo erogato interventi formativi dedicati al primo soccorso e all'utilizzo dei dispositivi, che hanno coinvolto più di 200 dipendenti per più di 2.600 ore di formazione.

Inoltre, il Gruppo garantisce la presenza di defibrillatori automatici e semiautomatici esterni (DAE) presso tutte le proprie Gallerie, a supporto della gestione tempestiva delle emergenze sanitarie.

Inclusione che crea valore

Nel percorso di crescita del Gruppo, l'attenzione alla diversità, all'equità e all'inclusione rappresenta un elemento rilevante per la valorizzazione delle persone e il rafforzamento di un ambiente di lavoro rispettoso e inclusivo. In tale ambito, Bennet promuove politiche di diversity, equity & inclusion volte a garantire pari opportunità, contrastare qualsiasi forma di discriminazione e favorire la partecipazione attiva di tutte le persone alla vita aziendale.

Questo approccio trova fondamento nei principi definiti nei Codici Etici adottati da Bennet S.p.A. e Gallerie Commerciali Bennet S.p.A., che disciplinano i diritti, i doveri e le responsabilità nei confronti degli stakeholder e orientano i comportamenti nello svolgimento delle attività aziendali. In particolare, i Codici Etici, pubblicamente disponibili sui rispettivi siti web richiamano il rispetto dell'integrità fisica, morale e culturale delle persone, la tutela della dignità individuale e l'impegno a garantire condizioni di lavoro sicure, nonché il principio di imparzialità, volto a prevenire qualsiasi forma di discriminazione.

Codici Etici

Rispetto dell'integrità fisica, morale e culturale delle persone

Tutela della dignità individuale e l'impegno a garantire condizioni di lavoro sicure

Principio di imparzialità, volto a prevenire qualsiasi forma di discriminazione



In questo contesto, anche nel 2025 prosegue l'impegno del Gruppo nella promozione di politiche di inclusione, valorizzando la pluralità di competenze, esperienze e background come leva per il perseguimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile.
L'approccio adottato si traduce in iniziative orientate sia all'**inclusione lavorativa nei punti vendita Bennet** sia al coinvolgimento attivo dei territori in cui operiamo.
Abbiamo confermato nel 2025 le collaborazioni con realtà del terzo settore, Abele Lavoro, La Nostra Famiglia e Cometa, finalizzate alla realizzazione di percorsi concreti di inserimento lavorativo dedicati a persone in condizioni di vulnerabilità, anche attraverso progetti strutturati.

In particolare, con Abele Lavoro abbiamo in corso da ormai 7 anni "Il progetto FIS – Formazione in Situazione, finanziato dalla Regione Piemonte nell'ambito della Direttiva Formazione per il Lavoro – Macro-ambito 2", rivolto all'inclusione socio-lavorativa di giovani maggiorenni e adulti con disabilità, prevalentemente di tipo intellettivo o psichico, iscritti nelle liste del collocamento obbligatorio ai sensi della Legge 68/99. Il percorso risponde ai fabbisogni formativi e professionali espressi dal territorio e dalle persone, attraverso un approccio innovativo, inclusivo e flessibile, orientato a favorire l'accesso al mondo del lavoro e la valorizzazione delle competenze individuali.

La metodologia adottata si ispira ai modelli "place and train" ed è coerente con i principi della Convenzione ONU sui diritti delle persone con disabilità (CRPD), promuovendo percorsi di apprendimento direttamente connessi ai contesti professionali.

Il progetto prevede uno stage formativo di 300 ore, affiancato da una consulenza gratuita all'ente ospitante per la definizione della mansione e per la sensibilizzazione del team di lavoro, oltre a un'attività di tutoraggio in azienda finalizzata a sostenere il percorso di inserimento.





Con l'Associazione La Nostra Famiglia di Bosisio Parini (LC) abbiamo invece consolidato il progetto "Disabili al lavoro: inclusione, formazione e sviluppo", che sarà attivo fino al 2028.

In questo caso Bennet si impegna a garantire un'integrazione adeguata e a migliorare le prestazioni di tutti i collaboratori, rispettando la diversità di ciascuno, a beneficio dell'intero contesto aziendale.
Per tutti i collaboratori sono inoltre previste delle pillole formative "Formarsi per includere" che permetteranno l'acquisizione di competenze comunicative e relazionali utili a una efficace inclusione di tutte le forme di diversità.

Più di 35 persone con disabilità sono state inserite efficacemente nei punti vendita Bennet delle provincie di Torino, Lecco, Como e Monza Brianza. Nel loro complesso, le iniziative promosse confermano l'impegno nel contribuire allo sviluppo di un modello di business responsabile e inclusivo, capace di generare impatti positivi duraturi per le persone e per le comunità.

Collaboriamo con Cometa nell'ambito del corso professionalizzante per assistenti alle vendite rivolto a persone con disabilità intellettiva. Il percorso, della durata di un anno, è finalizzato a sviluppare competenze professionali utili all'inserimento nel mondo del lavoro nei settori della grande distribuzione, dell'abbigliamento e della ristorazione.

144

COLLABORATORI ASSUNTI ATTRAVERSO IL SISTEMA DELLE QUOTE DI RISERVA PREVISTE DALLA LEGGE 68/99

+35

PERSONE CON DISABILITÀ SONO STATI INSERITI EFFICACEMENTE NEI PUNTI VENDITA BENNET DELLE PROVINCIE DI TORINO, LECCO, COMO E MONZA BRIANZA.



Il progetto prevede una fase formativa in aula, integrata da attività laboratoriali ed esperienze sul territorio, cui segue un periodo di tirocinio presso aziende partner. Grazie all'affiancamento dell'équipe educativa e dei tutor aziendali, i partecipanti hanno l'opportunità di mettere in pratica le competenze acquisite in un contesto lavorativo reale, favorendo lo sviluppo dell'autonomia personale e professionale.

GRI 2-7: Dipendenti al 31/12/2025.

		Bennet			Gallerie Commerciali			Gruppo		
Tipo di contratto di lavoro	**Genere**	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
tempo indeterminato	Donne	3.735	3.145	3.006	12	14	15	3.747	3.159	3.021
	Uomini	1.477	1.252	1.197	37	37	38	1.514	1.289	1.235
	Totale	**5.212**	**4.397**	**4.203**	**49**	**51**	**53**	**5.261**	**4.448**	**4.256**
tempo determinato	Donne	220	219	237	1	1	0	221	220	237
	Uomini	104	124	124	2	1	4	106	125	128
	Totale	**324**	**343**	**361**	**3**	**2**	**4**	**327**	**345**	**365**
TOTALE		**5.536**	**4.740**	**4.564**	**52**	**53**	**57**	**5.588**	**4.793**	**4.621**
Full-time	Donne	1.114	979	963	12	14	14	1.126	993	977
	Uomini	1.199	996	950	38	37	41	1.237	1.033	991
	Totale	**2.313**	**1.975**	**1.913**	**50**	**51**	**55**	**2.363**	**2.026**	**1.968**
Part-time	Donne	2.841	2.385	2.280	1	1	1	2.842	2.386	2.281
	Uomini	382	380	371	1	1	1	383	381	372
	Totale	**3.223**	**2.765**	**2.651**	**2**	**2**	**2**	**3.225**	**2.767**	**2.653**
TOTALE		**5.536**	**4.740**	**4.564**	**52**	**53**	**57**	**5.588**	**4.793**	**4.621**

GRI 405-1: Dipendenti al 31/12/2025 per categoria professionale, genere e fascia d'età.

Bennet

Dipendenti per categoria professionale e genere		2023			2024			2025		
		Donne	Uomini	**TOT**	Donne	Uomini	**TOT**	Donne	Uomini	**TOT**
Dipendenti con contratto di lavoro al 31 dicembre	Dirigenti	7	29	**36**	7	27	**34**	6	25	**31**
	Quadri	5	44	**49**	5	45	**50**	5	45	**50**
	Impiegati	3.760	1.342	**5.102**	3.187	1.157	**4.344**	3.066	1.104	**4.170**
	Operai	183	166	**349**	165	147	**312**	166	147	**313**
TOTALE		**3.955**	**1.581**	**5.536**	**3.364**	**1.376**	**4.740**	**3.243**	**1.321**	**4.564**

Gallerie Commerciali

Dipendenti per categoria professionale e genere		2023			2024			2025		
		Donne	Uomini	**TOT**	Donne	Uomini	**TOT**	Donne	Uomini	**TOT**
Dipendenti con contratto di lavoro al 31 dicembre	Dirigenti	0	2	**2**	0	3	**3**	0	3	**3**
	Quadri	1	7	**8**	1	6	**7**	1	7	**8**
	Impiegati	12	22	**34**	14	21	**35**	14	23	**37**
	Operai	0	8	**8**	0	8	**8**	0	9	**9**
TOTALE		**13**	**39**	**52**	**15**	**38**	**53**	**15**	**42**	**57**

Gruppo

Dipendenti per categoria professionale e genere		2023			2024			2025		
		Donne	Uomini	**TOT**	Donne	Uomini	**TOT**	Donne	Uomini	**TOT**
Dipendenti con contratto di lavoro al 31 dicembre	Dirigenti	7	31	**38**	7	30	**37**	6	28	**34**
	Quadri	6	51	**57**	6	51	**57**	6	52	**58**
	Impiegati	3.772	1.364	**5.136**	3.201	1.178	**4.379**	3.080	1.127	**4.207**
	Operai	183	174	**357**	165	155	**320**	166	156	**322**
TOTALE		**3.968**	**1.620**	**5.588**	**3.379**	**1.414**	**4.793**	**3.258**	**1.363**	**4.621**

GRI 405-1: Dipendenti al 31/12/2025 per categoria professionale, genere e fascia d'età.

Bennet

Dipendenti per categoria professionale e fascia di età		2023				2024				2025			
		<30	fra i 30 e i 50	>50	**TOT**	<30	fra i 30 e i 50	>50	**TOT**	<30	fra i 30 e i 50	>50	**TOT**
Dipendenti con contratto di lavoro al 31 dicembre	Dirigenti	0	8	28	**36**	0	8	26	**34**	0	6	25	**31**
	Quadri	0	22	27	**49**	0	20	30	**50**	0	18	32	**50**
	Impiegati	1.265	2.690	1.147	**5.102**	1.144	2.157	1.043	**4.344**	1.140	1.946	1.084	**4.170**
	Operai	39	125	185	**349**	40	102	170	**312**	46	103	164	**313**
TOTALE		**1.304**	**2.845**	**1.387**	**5.536**	**1.184**	**2.287**	**1.269**	**4.740**	**1.186**	**2.073**	**1.305**	**4.564**

Gallerie Commerciali

Dipendenti per categoria professionale e fascia di età		2023				2024				2025			
		<30	fra i 30 e i 50	>50	**TOT**	<30	fra i 30 e i 50	>50	**TOT**	<30	fra i 30 e i 50	>50	**TOT**
Dipendenti con contratto di lavoro al 31 dicembre	Dirigenti	0	0	2	**2**	0	0	3	**3**	0	0	3	**3**
	Quadri	0	5	3	**8**	0	4	3	**7**	0	5	3	**8**
	Impiegati	3	25	6	**34**	5	24	6	**35**	6	25	6	**37**
	Operai	0	3	5	**8**	0	2	6	**8**	0	3	6	**9**
TOTALE		**3**	**33**	**16**	**52**	**5**	**30**	**18**	**53**	**6**	**33**	**18**	**57**

Gruppo

Dipendenti per categoria professionale e fascia di età		2023				2024				2025			
		<30	fra i 30 e i 50	>50	**TOT**	<30	fra i 30 e i 50	>50	**TOT**	<30	fra i 30 e i 50	>50	**TOT**
Dipendenti con contratto di lavoro al 31 dicembre	Dirigenti	0	8	30	**38**	0	8	29	**37**	0	6	28	**34**
	Quadri	0	27	30	**57**	0	24	33	**57**	0	23	35	**58**
	Impiegati	1.268	2.715	1.153	**5.136**	1.149	2.181	1.049	**4.379**	1.146	1.971	1.090	**4.207**
	Operai	39	128	190	**357**	40	104	176	**320**	46	106	170	**322**
TOTALE		**1.307**	**2.878**	**1.403**	**5.588**	**1.189**	**2.317**	**1.287**	**4.793**	**1.192**	**2.106**	**1.323**	**4.621**

GRI 401-1: Assunzioni e cessazioni dipendenti al 31 dicembre.

		Bennet			Gallerie Commerciali			Gruppo		
ASSUNZIONI	**Età**	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
DONNE	< 30 anni	541	458	524	1	1	0	542	459	524
	Tra 30 e 50 anni	66	66	59	0	1	0	66	67	59
	> 50 anni	26	21	24	0	0	0	26	21	24
Numero totale di donne assunte		**633**	**545**	**607**	**1**	**2**	**0**	**634**	**547**	**607**
UOMINI	< 30 anni	309	313	314	3	1	4	312	314	318
	Tra 30 e 50 anni	28	39	48	1	1	3	29	40	51
	> 50 anni	15	11	14	0	0	0	15	11	14
Numero totale di uomini assunti		**352**	**363**	**376**	**4**	**2**	**7**	**356**	**365**	**383**
Numero totale di assunzioni		**985**	**908**	**983**	**5**	**4**	**7**	**990**	**912**	**990**

		Bennet			Gallerie Commerciali			Gruppo		
CESSAZIONI	**Età**	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
DONNE	< 30 anni	693	530	461	0	0	0	693	530	461
	Tra 30 e 50 anni	434	371	175	1	0	0	435	371	175
	> 50 anni	243	235	92	0	0	0	243	235	92
Numero totale di donne cessate		**1.370**	**1.136**	**728**	**1**	**0**	**0**	**1.371**	**1.136**	**728**
UOMINI	< 30 anni	402	313	250	0	0	2	402	313	252
	Tra 30 e 50 anni	166	156	109	4	3	1	170	159	110
	> 50 anni	104	99	72	1	0	0	105	99	72
Numero totale di uomini cessati		**672**	**568**	**431**	**5**	**3**	**3**	**677**	**571**	**434**
Numero totale di cessazioni		**2.042**	**1.704**	**1.159**	**6**	**3**	**3**	**2.048**	**1.707**	**1.162**

Il tasso di nuove assunzioni è determinato come rapporto fra i dipendenti assunti nell'anno di rendicontazione e i dipendenti totali. Il tasso di turnover è determinato come rapporto fra i dipendenti che hanno terminato il proprio rapporto con l'azienda e i dipendenti totali.

GRI 403-9: Infortuni sul lavoro.

		Bennet			Gallerie Commerciali			Gruppo		
DIPENDENTI	**UdM**	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
ORE LAVORATE	n.	8.596.373	7.434.456	6.837.653	92.264	97.148	96.200	8.688.637	7.531.604	6.933.853
NUMERO TOTALE DI INFORTUNI SUL LAVORO REGISTRABILI, INCLUSI I DECESSI	n.	119	114	82	0	0	0	119	114	82
DI CUI INCIDENTI IN ITINERE	n.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DI CUI CON GRAVI CONSEGUENZE	n.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DI CUI IL NUMERO DI DECESSI	n.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TASSO DEGLI INFORTUNI SUL LAVORO REGISTRABILI	-	13,8	15,3	12,0	0,0	0,0	0,0	13,7	15,1	11,8
TASSO DEGLI INFORTUNI SUL LAVORO CON GRAVI CONSEGUENZE	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TASSO DI DECESSI	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

I dati relativi alla Salute e Sicurezza dei lavoratori non dipendenti non sono riportati, poiché al 31 dicembre 2025 non risultano lavoratori attivi di questo tipo.

GRI 404-1: Ore di formazione.

		Bennet			Gallerie Commerciali			Gruppo		
ORE DI FORMAZIONE PER CATEGORIA DI OCCUPAZIONE	**UdM**	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Ore di formazione fornite ai dirigenti	h	131	857	510	36	132	52	167	989	562
Ore di formazione fornite ai quadri	h	789	1.836	1.195	489	366	136	1.278	2.202	1.331
Ore di formazione fornite agli impiegati	h	28.106	30.075	28.431	187	1.715	868	28.293	31.790	29.299
Ore di formazione fornite agli operai	h	1.120	695	691	16	0	40	1.136	695	731
Totale ore di formazione fornite ai dipendenti	**h**	**30.146**	**33.463**	**30.827**	**728**	**2.213**	**1.096**	**30.874**	**35.676**	**31.923**
ORE DI FORMAZIONE PER GENERE DEL DIPENDENTE	**UdM**	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Ore di formazione fornite alle donne	h	21.768	21.997	17.330	210	670	256	21.978	22.667	17.586
Ore di formazione fornite agli uomini	h	8.378	11.466	13.497	518	1.543	840	8.896	13.009	14.337
Ore di formazione fornite ai dipendenti di genere altro	h	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ore di formazione fornite ai dipendenti il cui genere non è indicato	h	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale ore di formazione fornite ai dipendenti	**h**	**30.146**	**33.463**	**30.827**	**728**	**2.213**	**1.096**	**30.874**	**35.676**	**31.923**

GRI 404-1: Ore di formazione. (h/dipendente)

		Bennet			Gallerie Commerciali			Gruppo		
NUMERO MEDIO DI ORE DI FORMAZIONE PER CATEGORIA PROFESSIONALE	**UdM**	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Dirigenti	h	3,6	25,2	16,5	18,0	44,0	17,3	4,4	26,7	16,5
Quadri	h	16,1	36,7	23,9	61,1	52,3	17,0	22,4	38,6	22,9
Impiegati	h	5,5	6,9	6,8	5,5	49,0	23,5	5,5	7,3	7,0
Operai	h	3,2	2,2	2,2	2,0	0,0	4,4	3,2	2,2	2,3
Totale ore di formazione media per dipendente	**h**	**5,4**	**7,1**	**6,8**	**14,0**	**41,8**	**19,2**	**5,5**	**7,4**	**6,9**
NUMERO MEDIO DI ORE DI FORMAZIONE PER GENERE	**UdM**	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Donne	h	5,5	6,5	5,3	16,2	44,7	17,1	5,5	6,7	5,4
Uomini	h	5,3	8,3	10,2	13,3	40,6	20,0	5,5	9,2	10,5
Altro	h	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Non indicato	h	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale ore di formazione media per dipendente	**h**	**5,4**	**7,1**	**6,8**	**14,0**	**41,8**	**19,2**	**5,5**	**7,4**	**6,9**



04.
LA COMUNITÀ OLTRE IL CARRELLO

€1.452 mln
valore economico generato

€1.337 mln
valore economico distribuito

1,2 mln
di titolari di carta bennet club

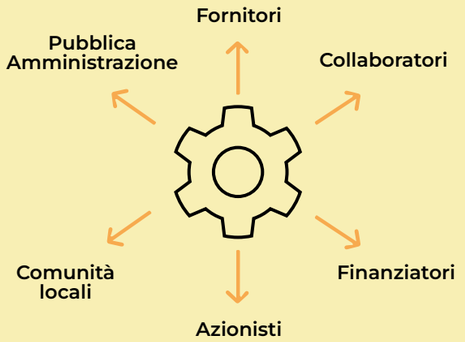
+40 mila euro
donati attraverso il programma fedeltà BennetClub

155 tonnellate
raccolti con le collette alimentari

55.105 KG
eccedenze alimentari donate

107.740
pasti distribuiti

Distribuzione del valore



La capacità di creare e distribuire valore è uno degli elementi attraverso cui il Gruppo contribuisce concretamente allo sviluppo economico e sociale dei territori in cui opera. Nel 2025 il contributo economico del Gruppo si è tradotto nella distribuzione del valore generato tra fornitori, collaboratori, pubblica amministrazione, azionisti, finanziatori e comunità locali.

Attraverso le attività retail e la gestione delle gallerie commerciali, alimentiamo un circolo virtuoso di crescita e sviluppo, generando benefici economici tangibili per stakeholder e territori di riferimento.

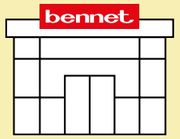
Valore economico generato e distribuito

Nel 2025 il Gruppo ha registrato un valore economico direttamente generato pari a circa 1.452 milioni di euro, di cui 1.354 milioni riferibili a Bennet S.p.A. e 98 milioni a Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. Rispetto al 2024, quando il dato era pari a circa 1.500 milioni di euro, si osserva una riduzione complessiva di circa il 3,2%.

VALORE ECONOMICO

1.452

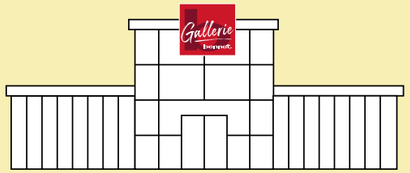
MILIONI DI EURO



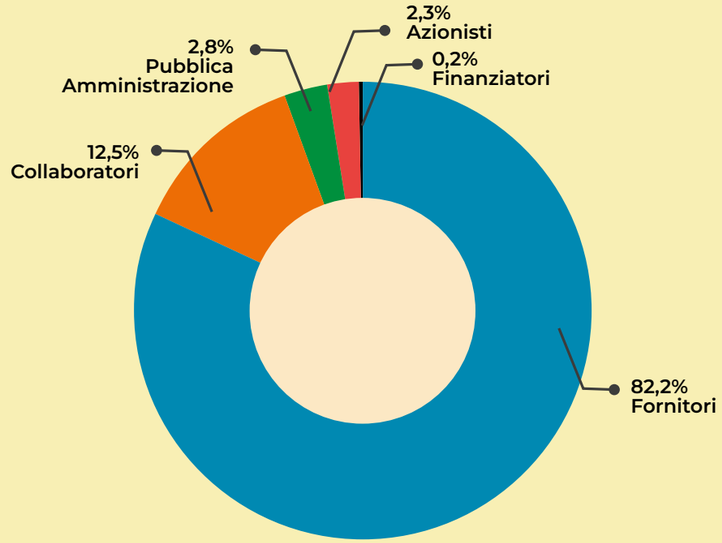
1.354

MILIONI DI EURO

98 MILIONI DI EURO



Valore economico distribuito agli stakeholder



1.337

MILIONI DI EURO DISTRIBUITI

Il valore economico distribuito agli stakeholder di riferimento è stato pari a 1.337 milioni di euro, corrispondenti al 92,1% del valore economico generato.
La quota principale è stata destinata ai fornitori, per un valore di 1.100 milioni di euro, pari all'82,2% del valore distribuito. Seguono i collaboratori, con 167 milioni di euro (sottoforma di salari e costi previdenziali), pari al 12,5%, la pubblica amministrazione, con 37 milioni di euro, pari al 2,8%, gli azionisti, con 30 milioni di euro, pari al 2,3%, i finanziatori, con 3 milioni di euro, pari allo 0,2%, e la comunità, con circa 178 mila euro destinati a donazioni e liberalità.
Il restante 7,9%, pari a 115 milioni di euro, è stato trattenuto all'interno del Gruppo a sostegno della continuità aziendale e della futura capacità di investimento.

Ma il valore condiviso non si concretizza esclusivamente attraverso i risultati economici

Grazie alla rete concreta e consolidata nel tempo dei punti vendita Bennet e delle Gallerie, offriamo non solo prodotti e servizi, ma ospitiamo associazioni e organizzazioni che promuovono campagne e iniziative solidali, garantiamo opportunità di informazione, sensibilizzazione e partecipazione, favorendo così l'incontro e il dialogo con i cittadini.

La spesa quotidiana da Bennet e lo shopping in Galleria rappresentano quindi un'importante occasione di relazione con la comunità.
In particolare, per Bennet il momento della spesa è un'occasione per proseguire il proprio impegno a sostegno delle persone e delle comunità, promuovendo iniziative dedicate al contenimento del costo della vita.

L'azienda ha aderito anche nel 2025 al programma governativo "Carta Dedicata a Te", offrendo ai titolari della carta un buono aggiuntivo pari al 15% della spesa per l'acquisto di beni di prima necessità.

DEDICATA A TE

Attraverso l'iniziativa "SOS Spesa", ha continuato a contenere l'impatto dell'inflazione sui consumi quotidiani, applicando prezzi agevolati su numerosi prodotti essenziali e sviluppando progetti dedicati alle fasce più vulnerabili della popolazione.

SOS SPESA

Il Progetto Over 65, attivo nei punti vendita di Pontedassio, Albano Sant'Alessandro e Monza garantisce ai clienti over 65 iscritti a Bennet Club uno sconto del 5% sulla spesa.

PROGETTO OVER 65

A rafforzare ulteriormente la convenienza per i clienti contribuisce Bennet club con l'iniziativa "+Punti +Sconti", che consente di trasformare i punti accumulati in buoni spesa utilizzabili in tutti i canali.

+PUNTI +SCONTI

Il sostegno alle comunità si concretizza in attività ospitate negli spazi commerciali, iniziative collegate al programma di fidelizzazione, donazioni dirette e sponsorizzazioni.
L'approccio adottato si basa sulla continuità delle collaborazioni nel tempo. Molti progetti sono riproposti o aggiornati negli anni, così da mantenere un rapporto stabile con i partner e adattare le attività ai bisogni segnalati. Nello stesso tempo, il Gruppo valuta continuamente nuove proposte quando queste riguardano temi ritenuti particolarmente sensibili.
Le liberalità, le sponsorizzazioni e le attività di supporto al territorio sono prese in esame rispetto alla coerenza con i valori aziendali e con i presidi di governance del Gruppo. Gli accordi e le collaborazioni devono rispettare i principi contenuti nel Codice Etico e nel Modello Organizzativo aziendale. Questo processo aiuta a definire responsabilità, finalità e modalità di gestione delle singole iniziative.

Gallerie Bennet: luoghi di incontro e partecipazione

Le Gallerie Commerciali Bennet **rappresentano luoghi di incontro e partecipazione aperti** al territorio, dove associazioni, enti e organizzazioni del terzo settore possono promuovere campagne di sensibilizzazione, raccolte benefiche e iniziative a favore delle comunità locali. Nel corso del 2025 hanno ospitato, tra le altre attività, progetti per la fornitura di materiale scolastico a famiglie in situazione di fragilità e raccolte alimentari. Gli spazi delle gallerie sono stati inoltre messi a disposizione per iniziative di raccolta fondi, come il servizio di impacchettamento regali natalizi gestito da associazioni locali a fronte di una donazione libera.



Tra i progetti più significativi dell'anno rientra la campagna dedicata al fenomeno degli **“Hikikomori”**, realizzata in numerose gallerie nei primi mesi del 2025. Attraverso attività informative negli spazi comuni, contenuti diffusi sui canali digitali e il coinvolgimento di volontari e giovani, l'iniziativa ha contribuito a promuovere una maggiore consapevolezza sul tema dell'isolamento sociale, portando informazioni e occasioni di confronto all'interno di luoghi frequentati quotidianamente da migliaia di persone.



Nel 2025 sono state inoltre realizzate attività che collegano formazione, cultura alimentare e produzioni locali. A Forlimpopoli, ad esempio, è stato organizzato uno show cooking con l’Istituto Alberghiero Pellegrino Artusi, in collaborazione con i fornitori locali per la promozione dei prodotti del territorio. L’iniziativa ha messo in contatto studenti, operatori e pubblico della galleria attraverso una dimostrazione pratica legata alla cucina e ai prodotti della regione.
Le Gallerie hanno ospitato attività rivolte alle scuole, tra cui lezioni gratuite di educazione alimentare e percorsi dedicati a scelte di consumo più consapevoli.
L'impegno verso le comunità locali si concretizza anche attraverso il sostegno a progetti di carattere sociale, assistenziale e benefico. Nel corso dell'anno le Gallerie hanno supportato iniziative di mobilità solidale, tra le più significative quella in collaborazione con il comune di Caselle Torinese (TO) destinata al trasporto di anziani in carrozzina.

Raccolte alimentari: la sinergia di Gallerie e Bennet

Le raccolte di generi alimentari rappresentano una delle principali modalità di sostegno alle persone e alle famiglie in difficoltà: il Gruppo mette a disposizione spazi, supporto organizzativo e visibilità, mentre i clienti donano i prodotti e gli enti partner ne curano la raccolta e la redistribuzione.
In questo contesto si inserisce la partecipazione alla 29° **Giornata Nazionale della Colletta Alimentare**, organizzata da **Fondazione Banco Alimentare**, che nel 2025 ha consentito di raccogliere **oltre 79.000 kg** di prodotti alimentari. **Le donazioni, per un valore stimato di circa 263.670 euro, hanno generato l'equivalente di oltre 158.000 pasti.** Rispetto al 2024, sono aumentati sia i quantitativi raccolti sia il numero di pasti equivalenti distribuiti, confermando il valore della collaborazione tra clienti, volontari, associazioni e azienda.
La collaborazione con **Croce Rossa Italiana** con le due collette di maggio e ottobre ha permesso la distribuzione a quasi 15.000 persone in difficoltà di prodotti alimentari per quasi **76.000 KG**.

155mila KG
DI PRODOTTI ALIMENTARI







Redistribuzione delle eccedenze alimentari

Oltre alle raccolte alimentari, il Gruppo ed in particolar modo Bennet, collabora stabilmente con organizzazioni quali Banco Alimentare impegnate nel recupero e nella redistribuzione delle eccedenze ancora idonee al consumo, contribuendo al sostegno delle persone in difficoltà e alla riduzione dello spreco alimentare.

Più volte a settimana, i volontari delle associazioni passano negli ipermercati a ritirare prodotti freschi, ortofrutta, prodotti da forno e molto altro ancora.

I collaboratori dei punti vendita sono sensibilizzati e formati al gesto della donazione alimentare. Nel corso degli anni le donazioni sono continuate con impegno, anche se la maggiore attenzione e l'introduzione di sistemi di gestione e di riordino automatico dei prodotti hanno contribuito alla riduzione dell'invenduto.

Sono 55.105 i kg di prodotti donati tracciati, pari a 107.740 pasti equivalenti distribuiti.

55.105 KG
PRODOTTI DONATI

107.740
EQUIVALENTI A PASTI DISTRIBUITI

COMPLESSIVAMENTE NEL 2025 IL VALORE DELLE DONAZIONI IN BENEFICENZA DI PRODOTTI ALIMENTARI È STATO PARI

€466.117



PROGETTO ANCORA BUONI



€7,3ml
SCONTI AI CLIENTI

Lo stesso obiettivo ispira il progetto **"Ancora Buoni"**, attivo in tutti i punti vendita Bennet, che prevede la vendita a prezzo ridotto dei prodotti prossimi alla scadenza.
L'iniziativa che consente di limitare l'invenduto e di offrire ai clienti un'opportunità di risparmio, ha generato nel 2025 sconti complessivi per oltre 7,3 milioni di euro.

Attività solidali: sostegno alla ricerca scientifica, alla scuola e allo sport

Le attività solidali del Gruppo comprendono infine campagne di raccolta fondi e iniziative commerciali sviluppate in collaborazione con organizzazioni del terzo settore. In questi progetti il coinvolgimento dei clienti può avvenire attraverso il programma fedeltà o l'acquisto di prodotti collegati a specifiche campagne.
Anche nel 2025 il Gruppo, in particolare **Bennet** ha promosso iniziative a favore della ricerca scientifica e di progetti a elevato impatto sociale, coinvolgendo attivamente i clienti attraverso il programma fedeltà **Bennet Club**, che consente di trasformare i punti accumulati in contributi destinati a organizzazioni non profit impegnate in ambito sanitario, educativo e assistenziale.
Grazie alla partecipazione dei clienti, nel corso dell'anno sono stati devoluti complessivamente **40.147 euro** a favore di enti del terzo settore. Di questi, **25.740 euro** sono stati destinati a **Fondazione Umberto Veronesi**, **13.255 euro** all'Associazione **La Nostra Famiglia Onlus** e **1.152 euro** ad **Amici di Cometa Onlus.**



Un gesto d'amore

Offri un aiuto concreto a favore della sostenibilità e del futuro del nostro pianeta. Ogni piccolo gesto si unirà a quello di tanti altri e diventerà grandissimo.

LA NOSTRA FAMIGLIA

COMETA

Fondazione VERONESI





GRAZIE AI NOSTRI CLIENTI SONO STATI DEVOLUTI

€40.147
A FAVORE DI ENTI DEL TERZO SETTORE

La collaborazione con **Fondazione Umberto Veronesi** si inserisce nel più ampio impegno a sostegno della ricerca oncologica del Gruppo. Le risorse raccolte nel 2025 contribuiranno al cofinanziamento del progetto di ricerca "HER2DX", dedicato ai tumori femminili. L'iniziativa mira a valutare come il test genomico "HER2DX" possa supportare i medici nella definizione delle strategie terapeutiche per le pazienti affette da tumore al seno, contribuendo allo sviluppo di percorsi di cura sempre più efficaci e personalizzati.



Fondazione VERONESI



Dalla collaborazione tra Bennet e Fondazione Umberto Veronesi ETS è nato **anche "The Screening Banana", un progetto di comunicazione e sensibilizzazione.** L'iniziativa ha trasformato un gesto quotidiano come la spesa in **un'opportunità di informazione e sensibilizzazione sui tumori della pelle**, utilizzando un prodotto come le banane quale veicolo di un messaggio immediato e facilmente riconoscibile.

Nei reparti ortofrutta dei punti vendita Bennet, i clienti hanno potuto trovare sticker informativi con QR code che consentivano di accedere a contenuti di approfondimento scientifico e a indicazioni utili per l'auto-osservazione dei nei.

Attraverso questa iniziativa, Bennet ha contribuito a diffondere una maggiore consapevolezza sull'importanza della diagnosi precoce e dell'adozione di comportamenti orientati alla tutela della salute.

Anche nel 2025 Bennet ha sostenuto la campagna di AIRC **"Le Arance Rosse per la Ricerca"**. Grazie alla vendita delle confezioni di arance rosse italiane è stato possibile contribuire concretamente con **quasi 20.000 euro al finanziamento della ricerca oncologica**, confermando il valore delle collaborazioni con enti e organizzazioni impegnati nella tutela della salute e del benessere collettivo.

Attraverso il sostegno a **La Nostra Famiglia Onlus**, abbiamo invece contribuito ad attività di ricerca dedicate ai **disturbi dello spettro autistico**.

Le donazioni raccolte supportano in particolare i progetti sviluppati dal **BabyLab dell'Istituto Scientifico Eugenio Medea**, che studia i primi segnali di vulnerabilità nei bambini ad alto rischio di autismo. L'obiettivo è favorire diagnosi e interventi sempre più precoci, mettendo a disposizione delle famiglie strumenti utili per migliorare la qualità della vita dei bambini e dei loro percorsi di crescita.

Oltre alla ricerca, il programma Bennet Club ha consentito di supportare anche **Amici di Cometa Onlus**, realtà impegnata nel progetto **"Una Casa per Crescere"**, che ogni giorno accoglie bambini e ragazzi in percorsi educativi, formativi e ricreativi.

L'iniziativa offre un ambiente inclusivo in cui sviluppare relazioni, competenze e opportunità di crescita personale, affiancando le famiglie nel percorso educativo dei più giovani.

Bennet ha promosso, in collaborazione con l'Ordine dei Medici di Como, il progetto **"Un salto oltre lo zucchero"**, un'iniziativa educativa rivolta a più di 200 studenti delle scuole medie per sensibilizzarli sull'importanza di una corretta alimentazione e di uno stile di vita sano.







Nel corso del 2025 abbiamo continuato a sostenere iniziative capaci di generare valore per le comunità locali, promuovendo lo sport, l'istruzione e il benessere animale attraverso progetti che hanno coinvolto attivamente clienti, associazioni e istituzioni del territorio.

Tra marzo e maggio, l'iniziativa **“Noi amiamo lo sport”** ha permesso di supportare concretamente il tessuto delle associazioni sportive dilettantistiche presenti nelle aree in cui Bennet opera.
Grazie alla partecipazione dei clienti, **131 associazioni** hanno ricevuto complessivamente **oltre 62.000 euro**, contribuendo a sostenere attività che promuovono il benessere fisico, l'inclusione sociale, il rispetto delle regole e la crescita delle persone attraverso la pratica sportiva.





Successivamente, da settembre a dicembre, Bennet ha promosso **“Noi amiamo la scuola”**, un'iniziativa finalizzata a supportare gli istituti scolastici mediante la raccolta di QR Code digitali, convertiti in materiale didattico e attrezzature scolastiche e sportive. Il progetto ha consentito a **192 scuole** di beneficiare di forniture per un valore complessivo superiore a **60.000 euro**, contribuendo a migliorare gli strumenti a disposizione di studenti e insegnanti.

L'impegno verso la comunità si è esteso anche alla tutela degli animali. Attraverso la campagna **“Noi amiamo gli animali”**, Bennet ha sostenuto le organizzazioni impegnate nella cura e nell'accoglienza degli animali in difficoltà, destinando circa **34.000 euro a sette strutture della Lega Nazionale per la Difesa del Cane (LNDC), quattro in Piemonte e tre in Lombardia.** Un contributo concreto a favore di realtà che operano quotidianamente sul territorio per garantire protezione e assistenza agli animali abbandonati o in condizioni di fragilità.





Accanto a queste iniziative, continuiamo a sostenere attività culturali e territoriali, con il Teatro Sociale di Como.

Le iniziative Noi amiamo lo sport, Noi amiamo la scuola e Noi amiamo gli animali sono realizzate in collaborazione con il Gruppo Végé.

La comunità oltre il carrello: i nostri clienti ed il nostro ecosistema

I nostri clienti

Soddisfare i bisogni delle persone attraverso prodotti, servizi e un’esperienza d’acquisto di qualità rappresenta da sempre la missione del Gruppo. L’ascolto delle esigenze dei clienti costituisce un elemento fondamentale per migliorare costantemente l’offerta e anticipare l’evoluzione dei consumi. Le relazioni con i clienti si sviluppano ogni giorno attraverso molteplici punti di contatto: le gallerie con i loro negozi, i punti vendita Bennet, il servizio bennetdrive e l’e-commerce, l’App Bennet e i canali social e il servizio clienti. Queste interazioni consentono di raccogliere indicazioni preziose sui bisogni emergenti e sulle aspettative delle persone, contribuendo all’aggiornamento costante di prodotti, servizi e iniziative.

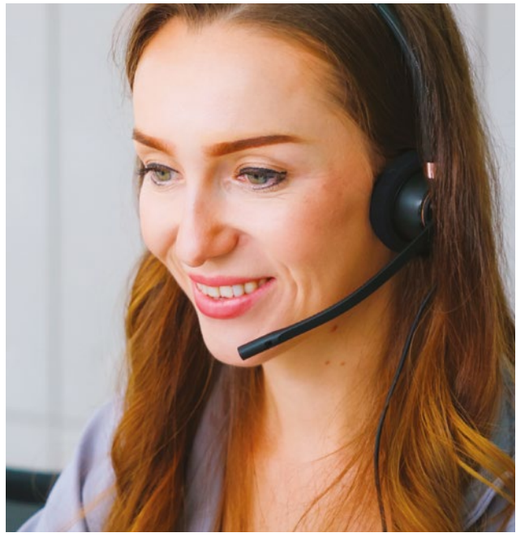
In particolare, per Bennet nel 2025 quasi 1,2 milioni di clienti hanno effettuato acquisti nei punti vendita e sul sito e-commerce utilizzando la carta Bennet Club, confermando il forte legame costruito nel tempo con l’insegna.

1,2 mln
DI CLIENTI





L’attenzione alla qualità dell’esperienza si esprime non solo nell’accoglienza dei punti vendita, nella selezione dei prodotti, ma anche nella professionalità del personale e nell’assistenza post-vendita.

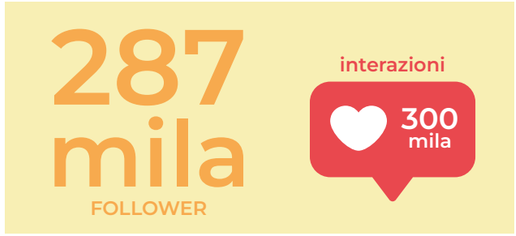


A supporto di questo impegno opera il Servizio Clienti Bennet, attivo dal 2002 e raggiungibile tramite numero verde, form online, posta elettronica e canali social. Nel 2025 il servizio ha gestito **oltre 41.000 segnalazioni**, circa il **60% delle quali ricevute telefonicamente**, garantendo risposte tempestive grazie alla collaborazione tra diverse funzioni aziendali, tra cui Assicurazione Qualità, Commerciale, Marketing, Legale. Anche i canali digitali rappresentano per il Gruppo uno strumento fondamentale di **relazione, ascolto e confronto con i propri stakeholder**.

Nel corso del 2025 Bennet ha ulteriormente rafforzato i propri strumenti di assistenza al cliente attraverso **l'introduzione di Bia, un assistente virtuale basato su tecnologie di intelligenza artificiale conversazionale.** Integrato nei canali digitali dell'azienda, il servizio consente di fornire risposte rapide e aggiornate a numerose richieste informative, garantendo un supporto continuativo e facilmente accessibile.
L'adozione di questa soluzione contribuisce a migliorare l'esperienza del cliente, riducendo i tempi di attesa e semplificando **l'accesso alle informazioni relative ai punti vendita, ai servizi e alle iniziative dell'insegna. Attraverso modalità di interazione self-service, disponibili 24 ore su 24 e 7 giorni su 7**, i clienti possono ottenere in pochi secondi le informazioni di cui necessitano, mentre il Servizio Clienti può dedicare maggiore attenzione alla gestione delle richieste più complesse e personalizzate. L'assistente virtuale rappresenta inoltre un ulteriore punto di contatto digitale con i clienti, favorendo la conoscenza e l'utilizzo dei servizi omnicanale sviluppati da Bennet, tra cui l'e-commerce, bennetdrive e bennet a casa. Questa iniziativa si inserisce nel più ampio percorso di innovazione dei servizi digitali volto a rendere la relazione con il cliente semplice, efficace e accessibile.

Ciao sono Bia!

Nel 2025 la presenza di Bennet sui principali social network ha raggiunto **una community complessiva di oltre 287.000 follower, generando quasi 300.000 interazioni tra commenti, reazioni, condivisioni e altre forme di engagement.** Questi numeri testimoniano la capacità di mantenere un dialogo costante con clienti, collaboratori e comunità locali, creando occasioni di scambio che vanno oltre la semplice comunicazione commerciale. Particolarmente significativo è il **ruolo di Linkedin**, che ha raggiunto una fanbase di quasi 48.000 utenti e oltre 20.000 interazioni nell'anno, confermandosi uno strumento strategico per comunicare i valori aziendali, le iniziative di sostenibilità, i progetti rivolti al territorio e le opportunità professionali offerte dal Gruppo.





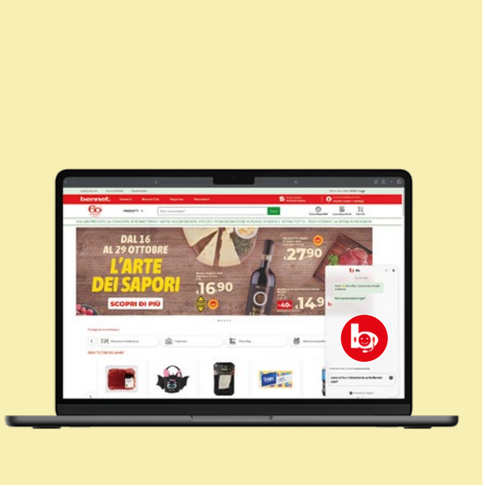


L'attività di social listening consente inoltre di monitorare in modo continuativo la percezione del brand e di raccogliere indicazioni utili per orientare le scelte aziendali. Nel 2025 il sentiment delle conversazioni online è risultato prevalentemente neutrale (57,3%) o positivo (36,7%), mentre i commenti negativi si sono attestati al 6%. Questi risultati evidenziano una percezione complessivamente favorevole dell'azienda e confermano l'importanza dell'ascolto digitale come strumento di comprensione delle aspettative e dei bisogni delle persone.

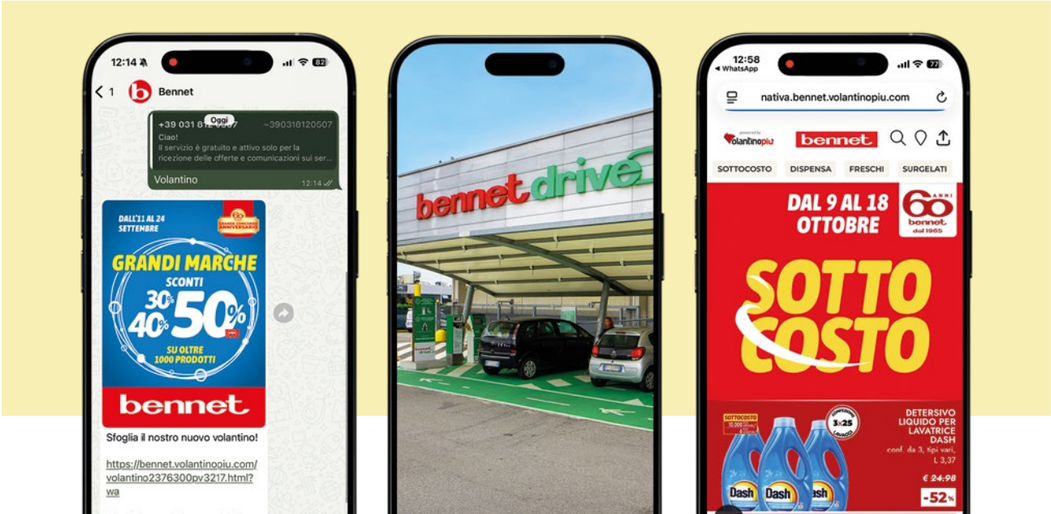
L'ecosistema per migliorare l'esperienza dei clienti: sito accessibile, App, e-commerce, bennetdrive e assistente virtuale BIA, nuovi format in Bennet e diversificazione degli asset di gallerie.



Per migliorare l'esperienza dei clienti e rendere i propri servizi sempre più accessibili, il Gruppo investe costantemente nello sviluppo dei canali digitali.
Il sito web e l'App di Bennet consentono di pianificare la spesa in modo semplice e rapido, offrendo informazioni, servizi e strumenti utili in qualsiasi momento. In quest'ottica, la progressiva diffusione dei **volantini digitali** in sostituzione di quelli cartacei contribuisce alla riduzione del consumo di carta e delle relative emissioni, promuovendo comportamenti di acquisto più sostenibili e una comunicazione più efficiente.



In linea con i principi di accessibilità e inclusione, le piattaforme digitali integrano funzionalità dedicate alle persone con disabilità visive e percettive, come la regolazione dei caratteri, la gestione del contrasto e la lettura ad alta voce dei contenuti. Nel 2025 Bennet ha inoltre adottato il principio **"dell'accessibilità by design"**, che prevede l'integrazione dei requisiti di accessibilità in tutte le attività di sviluppo e aggiornamento dei servizi digitali.
Per rispondere all'evoluzione delle abitudini di acquisto e offrire un'esperienza sempre più flessibile, Bennet mette a **disposizione servizi digitali che consentono ai clienti di scegliere la modalità di spesa più adatta alle proprie esigenze**.





Bennetdrive, il servizio “clicca e ritira”, permette di effettuare la spesa online e ritirarla presso il punto vendita selezionato senza scendere dall’auto. **Grazie a un assortimento di oltre 23.000 referenze** tra prodotti alimentari e non alimentari, il servizio garantisce la stessa convenienza e le medesime promozioni disponibili nei negozi fisici. La preparazione degli ordini è affidata a personale dedicato, che seleziona i prodotti nel rispetto degli standard qualitativi aziendali e delle corrette modalità di conservazione, con particolare attenzione alla catena del freddo.

Bennet a casa, il servizio di consegna a domicilio accessibile da sito e App, è attivo nelle province di Lodi e Pavia e offre ai clienti lo stesso assortimento disponibile tramite bennetdrive, ampliando le possibilità di accesso ai servizi dell’insegna.



L’evoluzione del modello di relazione con il cliente non riguarda esclusivamente i canali digitali, **ma coinvolge l’intero ecosistema Bennet**, integrando in modo sempre più efficace esperienza fisica e servizi omnicanale.
Questo percorso si traduce nel costante rinnovamento dei punti vendita Bennet, con un ampliamento dell’offerta dei reparti freschi e freschissimi, l’introduzione di servizi specializzati e di nuove formule commerciali, come gli **MEDIAWORLD Xpress**, spazi dedicati all’elettronica di consumo, alle **parafarmacie** e ad altre categorie ad alto contenuto di servizio.
Parallelamente, anche Gallerie Bennet evolve i propri spazi per rispondere ai cambiamenti nelle abitudini di consumo e alle aspettative dei clienti, valorizzando un mix di insegne, servizi e funzioni sempre più diversificato. In questo contesto, ipermercati, superstore, discount e gallerie operano in modo complementare, contribuendo a offrire un’esperienza d’acquisto ampia, qualificata e integrata, capace di rispondere ai bisogni quotidiani delle comunità e di rafforzare nel tempo la relazione con i clienti.

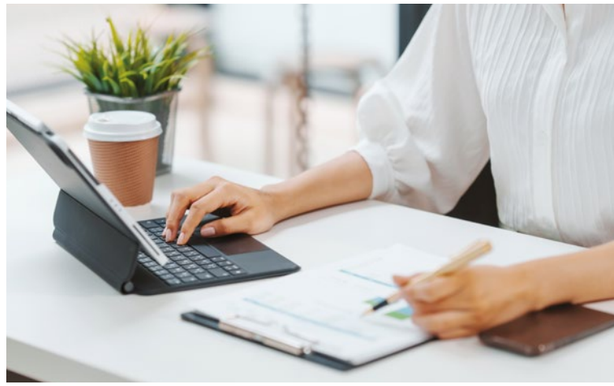
Tutela della privacy dei clienti

Lo sviluppo dei servizi digitali è accompagnato da una costante attenzione alla protezione dei dati personali dei clienti. Il Gruppo opera nel rispetto della normativa vigente in materia di privacy e ha sviluppato nel tempo un percorso strutturato di analisi dei processi e di adeguamento normativo, con particolare riferimento al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR UE 2016/679) e alla normativa nazionale di recepimento.

La tutela della privacy rappresenta un elemento essenziale della relazione di fiducia con i clienti e trova applicazione in tutti i canali di contatto e di vendita, compresi i servizi digitali e i programmi di fidelizzazione. In tale ambito, garantiamo che il consenso al trattamento dei dati personali sia raccolto in modo libero, specifico, informato e inequivocabile, assicurando la massima trasparenza sulle finalità del trattamento, sulle modalità di gestione delle informazioni, sui tempi di conservazione dei dati e sui diritti riconosciuti agli interessati.

Particolare attenzione è dedicata alla corretta gestione delle informazioni raccolte attraverso la Carta Bennet Club, i canali digitali e i servizi online, adottando misure organizzative e tecnologiche volte a garantire la sicurezza dei dati e un utilizzo responsabile delle tecnologie digitali. Attraverso informative chiare e processi di raccolta del consenso strutturati, i clienti sono messi nelle condizioni di compiere scelte consapevoli riguardo all'utilizzo dei propri dati personali.

Nel 2025 il Gruppo ha proseguito le attività di rafforzamento dei presìdi a tutela della privacy e della sicurezza delle informazioni, confermando l'impegno a garantire elevati standard di protezione dei dati personali e a preservare la fiducia riposta dai clienti nei confronti dell'insegna.





Analisi reputazionale: come i clienti ci percepiscono

In un contesto caratterizzato da una crescente attenzione da parte delle persone e delle comunità nei confronti delle aziende, Bennet ha condotto un'analisi reputazionale per capire come i propri stakeholder percepiscono l'operato dell'azienda e per valutare l'efficacia delle proprie strategie di responsabilità sociale e relazione con il territorio.
Il monitoraggio della reputazione rappresenta uno strumento di ascolto che consente di individuare aspettative emergenti, aree di miglioramento e fattori in grado di rafforzare il rapporto di fiducia con le persone. I risultati dell'analisi supportano inoltre i processi decisionali aziendali, contribuendo a orientare le iniziative volte a generare valore condiviso.
La componente sociale si conferma particolarmente rilevante.
I consumatori attribuiscono crescente





importanza ai valori di rispetto, inclusione, correttezza e attenzione alle persone, riconoscendo a Bennet una capacità sempre maggiore di instaurare rapporti basati sulla fiducia.
Questo andamento si riflette anche nella crescita degli indicatori collegati alla fiducia e al cosiddetto benefit of the doubt, ovvero la propensione a riconoscere all'azienda credibilità e affidabilità anche in contesti complessi.
Tra i driver reputazionali emergono segnali positivi nelle dimensioni riconducibili ai temi ESG, con un miglioramento della percezione relativa alla correttezza dei comportamenti aziendali, all'equità, alla trasparenza e alla capacità di generare un impatto positivo sulla società. Parallelamente, cresce il riconoscimento dell'impegno dell'azienda nella tutela dell'ambiente e nell'adozione di pratiche responsabili lungo la propria catena del valore.
Anche sul fronte ambientale si registra un consolidamento della percezione positiva delle iniziative orientate alla protezione delle risorse e alla riduzione degli impatti, confermando come la sostenibilità rappresenti un fattore sempre più rilevante nella costruzione della reputazione aziendale. Le evidenze emerse indicano che i temi ambientali, sociali e di buona governance costituiscono oggi una delle principali leve di rafforzamento reputazionale per Bennet. In particolare, l'integrazione tra qualità dell'offerta, convenienza, trasparenza e responsabilità rappresenta un elemento distintivo sul quale costruire ulteriormente la relazione di fiducia con clienti e stakeholder.

In sintesi, i risultati confermano come una reputazione solida non derivi esclusivamente dalla qualità dei prodotti e dei servizi offerti, ma anche dalla capacità dell'azienda di generare valore per le persone, le comunità e l'ambiente. La combinazione tra fiducia costruita nel tempo e responsabilità concreta rappresenta pertanto un fattore chiave per una crescita sostenibile e duratura.

Annex

GRI 201-1 Valore economico diretto generato e distribuito (mln €)

	Bennet			Gallerie Commerciali			Gruppo		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Valore economico direttamente generato	1.553	1.408	1.354	87	92	98	1.640	1.500	1.452
Valore economico distribuito	1.463	1.306	1.284	47	49	53	1.510	1.355	1.337
Valore economico trattenuto	90	102	70	40	43	45	131	145	115



05.

DENTRO OGNI PRODOTTO: QUALITÀ E FILIERA

47
PRODOTTI
BENNET DOP

163
PRODOTTI
FILIERA VALORE BENNET

186
PRODOTTI
BIO

RIPARTIZIONE FORNITORI PER AREA

54,2% FOOD

29,1% FRESCHI

12,4% NON FOOD

4,3% ALTRO

711
PRODOTTI BENNET CERTIFICATI
SECONDO PROGRAMMI
DI QUALITÀ NEL 2025.

RIPARTIZIONE TERRITORIALE FORNITORI

97,8% ITALIANI

2% EUROPEI

0,2% ETRA EUROPEI

Operare nella grande distribuzione comporta la gestione di una filiera articolata e caratterizzata da un'elevata complessità di processi, informazioni e responsabilità, che richiede sistemi di controllo strutturati e presidi coerenti lungo tutte le fasi della catena del valore. In questo contesto, il Gruppo attraverso Bennet considera essenziali il presidio della filiera e la qualità dei prodotti in quanto elementi centrali della proposta commerciale e della relazione di fiducia costruita quotidianamente con i clienti.

In questo quadro si collocano le attività di rafforzamento dei **processi di controllo** e **tracciabilità** della filiera di approvvigionamento, la gestione puntuale delle **informazioni di prodotto**, l'attenzione agli aspetti di **sostenibilità del packaging** e lo sviluppo di una **comunicazione trasparente** e accessibile. Si tratta di ambiti strettamente interconnessi, che concorrono a garantire l'affidabilità delle informazioni trasmesse e la qualità complessiva dell'esperienza di acquisto.

PROCESSI DI CONTROLLO E TRACCIABILITÀ



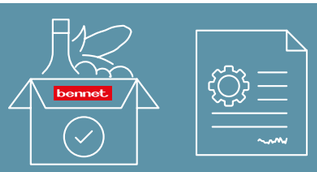
TRACCIABILITÀ DELLA FILIERA

INFORMAZIONI DI PRODOTTO

SOSTENIBILITÀ DEL PACKAGING

COMUNICAZIONE TRASPARENTE

711 PRODOTTI BENNET CERTIFICATI SECONDO PROGRAMMI DI QUALITÀ NEL 2025.



Il continuo impegno di Bennet nel garantire un'offerta di qualità è testimoniato dalla gamma di prodotti con percorsi di certificazione.

Certificazione/ Label	Linea	N° prodotti offerti 2023	N° prodotti offerti 2024	N° prodotti offerti 2025
DOP	Bennet	44	47	47
IGP	Bennet	46	41	45
ISCC (prima noto come FSC)	Award Green Life	85	87	87
Ecolabel	Bennet Eco	40	31	31
Rainforest Alliance (prima nota come UTZ)	Bennet	17	13	13
BIO	Bennet Bio	180	158	186
FAIR TRADE[1]	I gustosi Bennet	9	9	9
A.I.C.	Senza glutine	8	8	5
ATICELCA	Bennet - Prodotti selezione Gourmet e Vivisì	10	5	5
OEKO-TEX	Bennet	165	120	120
Filiera Valore	Bennet	42	43	163

[1] Linea certificata Fair Trade in dismissione nel 2025.

Un esempio concreto di assortimento che esalta la tracciabilità e il legame con il territorio è la linea **“Filiera Valore Bennet”**, frutto della collaborazione tra Bennet e un selezionato gruppo di fornitori dei comparti macelleria, ittico e ortofrutta, che si distingue per un modello di filiera controllata e tracciabile in tutte le fasi del processo, orientato a garantire elevati standard qualitativi e la sicurezza delle materie prime.



Parallelamente, il nostro assortimento include **linee specifiche** caratterizzate da pratiche produttive e **scelte orientate alla minimizzazione degli impatti ambientali e alla tutela della salute**, tra cui le linee “**Bennet BIO**”, “**Bennet Cosmesi naturale**” e “**Bennet ECO**”.

Gli articoli di queste linee sono realizzati privilegiando, ove possibile, materiali certificati, catene di custodia (FSC[2] e PEFC[3]) e plastica riciclata con certificazione ambientale (IPPR)[4] , contribuendo a una scelta più consapevole e attenta rispetto agli impatti sull’ambiente.

[2]La certificazione FSC è una certificazione internazionale, indipendente e di parte terza, specifica per il settore forestale e i prodotti, legnosi e non legnosi, derivati dalle foreste.

Selezione e monitoraggio dei fornitori

La gestione della filiera rappresenta da sempre una priorità per Bennet, che nel tempo, ha consolidato sistemi e modalità di lavoro finalizzati a garantire qualità, sicurezza e controllo lungo tutte le fasi della catena del valore direttamente presidiate. In coerenza con il proprio ruolo nelle attività grocery del Gruppo e con la responsabilità diretta sull’assortimento e sui fornitori, Bennet ha sviluppato un modello organizzativo orientato ad assicurare affidabilità delle informazioni, **uniformità operativa e un monitoraggio costante delle attività**. In questo ambito, abbiamo adottato procedure di selezione e valutazione dei fornitori che integrano anche aspetti ambientali e sociali, inseriti nei processi di qualificazione e aggiornamento periodico. Il dialogo con i partner commerciali comprende inoltre la condivisione dei principi e degli standard aziendali in materia di qualità, sicurezza, sostenibilità e corrette pratiche operative, contribuendo a rafforzare nel tempo la trasparenza e la responsabilità lungo la filiera.

Il modello adottato è inoltre supportato da attività di verifica e monitoraggio finalizzate a intercettare eventuali criticità lungo la catena di fornitura e ad attivare, ove necessario, azioni di approfondimento e percorsi di miglioramento condivisi con i fornitori. Questo approccio consente di rafforzare nel tempo il presidio dei rischi ambientali e sociali, contribuendo a garantire maggiore trasparenza e affidabilità lungo la filiera, nonché a sostenere un’evoluzione progressiva delle pratiche dei partner in linea con gli orientamenti del Gruppo.

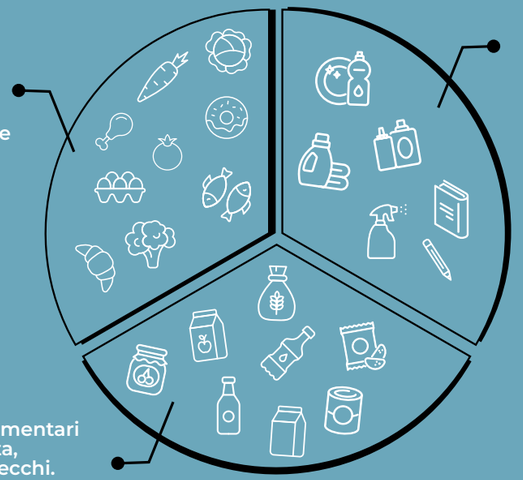
Dal 2023, in linea con le indicazioni di Federdistribuzione, tutti i fornitori e le aziende agricole che partecipano ai programmi di fornitura a marchio Bennet devono rispettare specifici standard di certificazione etico-sociale, tra cui SA8000, SMETA e BSCI, oltre al Global G.A.P. add-on GRASP6 e all’iscrizione alla Rete del Lavoro Agricolo di Qualità.

Processi di selezione e monitoraggio dei fornitori



[3]PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes) è un'organizzazione internazionale non governativa, senza scopo di lucro, che promuove la gestione sostenibile delle foreste attraverso la certificazione indipendente di terze parti. Il sistema PEFC garantisce che i prodotti forestali (come legno, carta e derivati) provengano da foreste gestite in modo sostenibile, nel rispetto di rigorosi criteri ambientali, sociali ed economici.
[4]IPPR (Istituto per la Promozione delle Plastiche da Riciclo), nato nel 2004 per volontà di Unionplast, Plasticseurope Italia e Corepla, ha l’obiettivo di favorire l’incontro tra domanda e offerta nel settore delle plastiche da riciclo, sia tra aziende private, sia tra aziende e Pubblica Amministrazione.

I NOSTRI FORNITORI



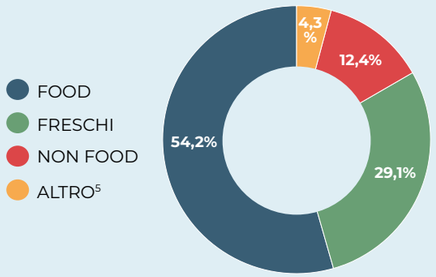
Area freschi
include carni, pesce, ortofrutta, pane e pasticceria, salumi, formaggi, surgelati, self-service e gastronomia.

Area non food
comprende tutti gli articoli in vendita nei nostri ipermercati che non rientrano nelle categorie precedenti.

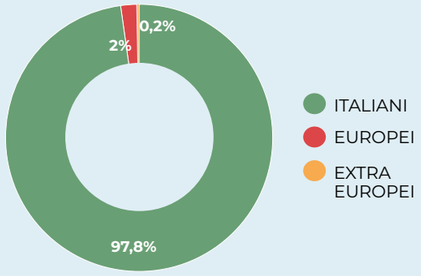
Area food
dedicata ai prodotti alimentari non freschi, come pasta, scatolame e altri cibi secchi.

Alle aree freschi food e non food, Bennet affianca la gestione indipendente delle proprie forniture delle diverse aree di business dell'azienda.

Ripartizione fornitori per area



Ripartizione territoriale dei fornitori 2025



IL TOTALE DEI FORNITORI ATTIVI NEL 2025 RISULTA ESSERE 2.477, DI CUI IL 97,8% ITALIANI.
LA PERCENTUALE NON È CAMBIATA RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE.

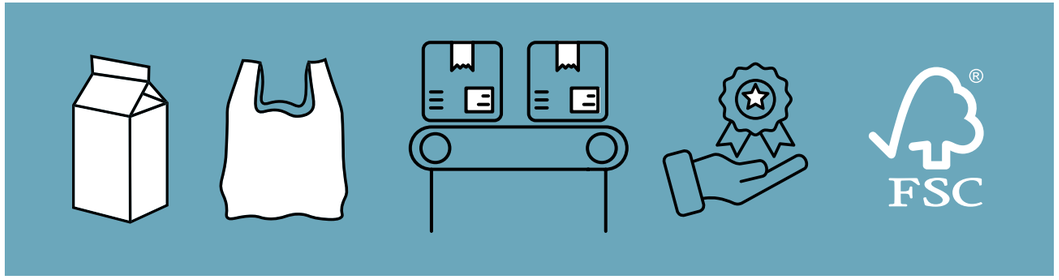
[5]La categoria "altro" rappresenta le forniture alle altre aree di business

Prodotti a marchio

Per Bennet rimane centrale il presidio dei prodotti a proprio marchio, considerati un elemento distintivo dell'offerta commerciale. La gestione dei prodotti a marchio implica un presidio diretto delle fasi a monte della filiera, che si traduce in processi strutturati di selezione e qualificazione dei fornitori. In questo ambito, abbiamo adottato criteri che tengono conto non solo degli aspetti commerciali, ma anche della qualità e sicurezza dei prodotti, dell'affidabilità dei processi produttivi e della tracciabilità delle materie prime.

Nel corso dell'anno di rendicontazione Bennet ha continuato a gestire e aggiornare le proprie linee, affrontando in modo strutturato i temi legati alla selezione dell'assortimento, alle caratteristiche degli imballaggi e alla relazione con i fornitori. In alcuni casi ciò ha comportato una revisione e una razionalizzazione dell'assortimento, al fine di mantenere un perimetro di offerta coerente con gli obiettivi di qualità, tracciabilità e gestione del prodotto.

*Le attività di revisione dei confezionamenti sono proseguite con una crescente attenzione alla **semplificazione dei materiali e alla preferenza per soluzioni monomateriale**, ove compatibili con le esigenze di conservazione e funzionalità del prodotto. In questo ambito si inserisce il mantenimento e l'estensione dell'utilizzo di materiali certificati, come la carta FSC, e il progressivo incremento di materiali riciclati in alcune categorie di prodotto. Il dialogo con i fornitori assume un ruolo centrale nel garantire continuità, tracciabilità e qualità delle informazioni relative ai materiali impiegati e ai processi adottati.*



FILIERA VALORE BENNET

In linea con quanto già accennato, la Filiera Valore Bennet, ha nella tracciabilità un elemento cardine: ogni fase del processo è monitorata in modo puntuale, con la registrazione precisa di operazioni e operatori. Questo approccio consente un controllo costante delle materie prime e assicura il rispetto dei più elevati standard di qualità e sicurezza.

La filiera Bennet propone le linee:

Frutta e Verdura di Filiera Valore Bennet, arricchite ***nel 2025 dall'inserimento di patate ed uva nel reparto ortofrutta****; tanti prodotti per la spesa di tutti i giorni dalle uova al miele, dai surgelati ai freschi confezionati quali ad esempio la pancetta a cubetti inserita anch'essa nel 2025 ed infine Macelleria e Pescheria.*

BOVINI

Le carni bovine della Filiera Valore Bennet provengono da allevamenti che rispettano standard elevati di benessere animale, spesso superiori a quelli richiesti dalla normativa vigente. Questo impegno ha un duplice valore: etico e sanitario. Infatti, la cura nell'alimentazione, nella pulizia e nella sanificazione delle stalle contribuisce in modo significativo alla prevenzione delle malattie. Le condizioni ambientali e strutturali degli allevamenti, insieme a tutti gli aspetti legati alla gestione degli animali, vengono attentamente valutati secondo lo standard Classyfarm[6].





[6]ClassyFarm è un sistema informatico del Ministero della Salute per il monitoraggio degli allevamenti e la loro caratterizzazione in base al rischio. Le principali aree d'interesse sono benessere animale, biosicurezza dell'allevamento, macello e antimicrobici (consumo e suscettibilità).

SUINI

Anche i suini appartenenti alla nostra linea di Filiera Valore sono allevati seguendo criteri di benessere animale più rigorosi rispetto a quelli previsti dalla normativa vigente. Questi standard sono definiti attraverso un Capitolato di Fornitura, frutto di accordi diretti tra Bennet e i propri fornitori.

POLLI E TACCHINI

I polli e i tacchini della linea Filiera, cresciuti senza l'impiego di antibiotici, sono interamente italiani: nati, allevati e macellati sul territorio nazionale.

GALLINE OVAIOLE

Un altro ambito in cui Bennet è impegnata, seguendo un percorso responsabile e consapevole, riguarda le galline ovaiole. L'obiettivo di eliminare l'utilizzo di uova e ovoprodotti provenienti da allevamenti in gabbia ha già portato a risultati significativi: il 100% delle uova in guscio presenti nei nostri punti vendita e il 100% delle uova e ovoprodotti impiegati come ingredienti nei laboratori interni provengono da galline allevate a terra. Inoltre, il 100% dei prodotti a marchio contiene uova e/o ovoprodotti provenienti da allevamenti a terra.

CAPPONI, FARAONE, GALLETTI

Capponi, faraone e galletti sono allevati in ambienti che garantiscono ampi spazi per una maggiore libertà di movimento e arricchimenti ambientali che favoriscono il benessere comportamentale. Le quaglie della linea Filiera Valore, sono allevate e macellate in Italia all'interno di un allevamento a ciclo chiuso, dove tutte le fasi del ciclo produttivo – dalla nascita alla crescita fino all'età adulta – si svolgono nello stesso luogo. Le condizioni strutturali, gestionali e nutrizionali ottimali contribuiscono al benessere complessivo degli avicoli, riducendo l'incidenza di malattie e favorendo un uso più razionale e contenuto dei farmaci. I trattamenti farmacologici sono infatti limitati ai soli casi di effettiva necessità, in linea con le indicazioni del Piano Nazionale promosso da UNAITALIA per contrastare l'antibiotico-resistenza.

BRANZINI, ORATE E TROTE

I branzini, le orate e le trote della linea Filiera Valore provengono da allevamenti certificati Friend of the Sea, uno schema di certificazione internazionale che definisce specifici requisiti per le attività di pesca e acquacoltura.

Considerando l'importanza dell'alimentazione per la crescita e le caratteristiche organolettiche dei pesci, l'allevamento avviene utilizzando esclusivamente materie prime vegetali non OGM, senza impiego di antibiotici nei sei mesi precedenti la macellazione.

friendofthesea.org



LINEE GOURMET E VIVISÌ

La selezione della linea Gourmet Bennet comprende prodotti di qualità, realizzati con materie prime selezionate e secondo processi produttivi certificati che celebrano le eccellenze italiane, nel rispetto delle ricette e dei metodi tipici dei luoghi di provenienza. A questa si affianca la linea Vivisì, pensata per rispondere a esigenze nutrizionali specifiche, con prodotti senza zuccheri aggiunti, senza lattosio, senza uova, senza glutine, ricchi di fibre o a ridotto contenuto calorico, di sale e di grassi.

Per entrambe le linee, Bennet ha scelto di utilizzare packaging certificati Aticelca, una metodologia che valuta il livello di riciclabilità di materiali a prevalenza cellulosica, come carta e cartone. Questo sistema, divenuto norma UNI 11743:2019, simula le principali fasi del processo industriale di riciclo della carta, fino alla produzione di un nuovo foglio, consentendo di valorizzare le caratteristiche di riciclabilità del materiale e di orientare le scelte di packaging verso soluzioni coerenti con i requisiti del processo di recupero.





BENNET ECO



Tutti i prodotti per la pulizia della casa della linea Bennet Eco sono formulati con materie prime di origine vegetale, completamente e rapidamente biodegradabili. Queste sostanze derivano da fonti rinnovabili o dalla fermentazione di scarti di lavorazione, come quelli della barbabietola da zucchero e del grano, offrendo così una seconda vita ai rifiuti trasformandoli in risorse di qualità.
I prodotti non contengono coloranti aggiunti, presentano un contenuto ridotto o nullo di allergeni e sono sottoposti a controlli costanti per mantenere al minimo i livelli di nichel, cromo e cobalto. I flaconi utilizzati riportano il marchio Plastica Seconda Vita, certificato dall'IPPR, che attesta l'impiego di plastica riciclata post-consumo al 100%. Bennet aderisce inoltre al Protocollo Europeo dell'AISE (Associazione Internazionale dei Saponi, Detergenti e Prodotti di Manutenzione), avendo sottoscritto il programma Charter for Sustainable Cleaning, che prevede l'adozione di pratiche aziendali coerenti con i requisiti del programma e il monitoraggio di indicatori specifici. I prodotti della linea Bennet ECO riportano il marchio Cleanright.eu, simbolo concreto del nostro impegno verso una pulizia responsabile.

BENNET COSMESI NATURALE

Bennet Cosmesi Naturale è la linea dedicata alla cura di adulti e bambini, formulata con materie prime biologiche certificate Bios NaturCosmetics. Gli ingredienti utilizzati sono di origine naturale, come mandorla, avena, timo e lino, noti per le loro proprietà benefiche nel campo della cosmesi. Tutti i prodotti della linea sono dermatologicamente testati su pelli sensibili e nickel-tested, per garantire che il contenuto di nichel sia inferiore a 1 mg/kg. La linea comprende anche referenze specificamente studiate per la cura dei più piccoli, tra cui: bagnetto e shampoo delicato, pasta protettiva e crema corpo.



BENNET BIO

Per il nostro assortimento biologico selezioniamo con cura prodotti provenienti da aziende qualificate e certificate, che adottano metodi di coltivazione naturali e rispettosi dell'ambiente. Vengono privilegiati fertilizzanti organici e pratiche come la rotazione delle colture, fondamentali per preservare la fertilità del suolo e ridurre l'impatto ambientale. Proporre ai nostri clienti un'offerta biologica di qualità è da sempre una nostra priorità, con particolare attenzione al comparto ortofrutticolo. Siamo certificati da Bioagricert per la commercializzazione dei prodotti biologici a marchio, a garanzia della trasparenza e della conformità alle normative vigenti.



I PRODOTTI A MARCHIO FDAI DELLA FILIERA VALORE

Attraverso il marchio FDAI – Firmato Dagli Agricoltori Italiani – viene garantito un modello produttivo etico, che valorizza l'intera filiera agricola nazionale.

FIRMATO DAGLI AGRICOLTORI ITALIANI

filiera Valore bennet



Tre pilastri fondamentali

VALORI QUALITATIVI

Tracciabilità della filiera agricola, a garanzia della trasparenza e della qualità del prodotto.

VALORI SOCIALI

Equa e trasparente distribuzione del valore tra tutti gli attori coinvolti nella filiera.

VALORI IDENTITARI E AMBIENTALI

Tutela della biodiversità e valorizzazione dei territori produttivi, nel rispetto del benessere animale e dell'ambiente, considerati patrimonio dell'identità locale.

Percorsi di certificazione

Nell'ambito del proprio impegno per una filiera sempre più responsabile, Bennet attribuisce particolare valore ai percorsi di certificazione riconosciuti, promuovendo la presenza in assortimento di prodotti e fornitori in grado di garantire standard elevati sotto il profilo qualitativo, ambientale ed etico. Le certificazioni rappresentano infatti un importante presidio di trasparenza e tracciabilità lungo la catena di fornitura.

CERTIFICAZIONE DELLE AZIENDE VINICOLE

Stiamo consolidando il percorso di certificazione con Equalitas, società che ha sviluppato l'omonimo standard di sostenibilità per il settore vitivinicolo, riconosciuto tra i più completi a livello nazionale e internazionale. Il modello di certificazione adotta un approccio integrato che considera l'intera filiera del vino attraverso tre ambiti di valutazione: l'organizzazione aziendale, il prodotto e il territorio, disciplinati rispettivamente dallo **Standard di Organizzazione**, dallo **Standard di Prodotto** e dallo **Standard di Territorio**, destinato alle denominazioni di origine e ai consorzi di tutela.

I criteri principali includono buone pratiche agronomiche, gestione in cantina, aspetti economici e comunicazione, con un'attenzione particolare all'impronta carbonica e idrica. Attualmente, 30 aziende presenti nell'assortimento Bennet hanno ottenuto questa certificazione, tra cui diverse realtà del settore vitivinicolo particolarmente impegnate sui temi della sostenibilità e della responsabilità sociale. Tra queste rientrano anche alcuni produttori dei vini a marchio Bennet.

Dal 2025, inoltre, la nuova etichetta dei vini "Segnavento" di Bennet riporta il simbolo della certificazione, rendendo tangibile ai consumatori il percorso intrapreso per la qualificazione sostenibile della filiera vitivinicola.

L'obiettivo nei prossimi anni è quello di coinvolgere un numero sempre maggiore di produttori, estendendo progressivamente la certificazione a tutto il complesso di 60 referenze a marchio.



OEKO-TEX

Anche nel corso del 2025, la gamma di articoli per il tessile da bagno e per la casa a marchio **Casa**, certificati **OEKO-TEX**, si compone di **120 articoli**, di cui **30** appartenenti alla linea **Casa Premium**.

La certificazione OEKO-TEX, indipendente e volontaria, attesta che i prodotti tessili rispettino standard di controllo più severi rispetto a quelli previsti dalla normativa vigente in materia di sostanze nocive, garantendo così la sicurezza per la salute umana e per l'ambiente.

L'ottenimento della certificazione richiede il superamento di un audit aziendale e di analisi di laboratorio sui prodotti, condotti da un ente terzo. I controlli vengono effettuati non solo presso la struttura Bennet, ma anche presso i fornitori, sia in Italia che all'estero.

Più estesa è la superficie del tessuto a contatto con la pelle, più rigorosi saranno i test a cui viene sottoposto.

OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN TEXTILES
STANDARD 100

CASA

CASA PREMIUM

UTZ – RAINFOREST ALLIANCE

Il marchio UTZ, oggi integrato nel programma della Rainforest Alliance, rappresenta uno schema di certificazione riconosciuto a livello internazionale per le filiere agricole.

RAINFOREST ALLIANCE CERTIFIED

Questa certificazione garantisce un percorso verso pratiche agricole più resilienti, inclusive e rispettose dell'ambiente. Grazie a sistemi tecnologici avanzati e a un solido meccanismo di garanzia, la Rainforest Alliance offre valore concreto a oltre quattro milioni di agricoltori e lavoratori, oltre che a migliaia di aziende impegnate in filiere produttive responsabili.

Attraverso questo marchio, si promuove una produzione agricola che tutela le persone, la biodiversità e il futuro del pianeta.

Sicurezza alimentare

Per Bennet, sicurezza e qualità dei prodotti sono valori imprescindibili. Per questo l'azienda mantiene un presidio costante lungo tutta la filiera, nel rispetto delle normative vigenti e con l'obiettivo di garantire la massima tutela dei consumatori.



*Abbiamo creato un **ufficio Assicurazione Qualità**, composto da esperti qualificati, dedicati sia al settore Food che al Non-Food. Le attività dell'ufficio spaziano dalla pianificazione di analisi su materie prime e prodotti finiti, che includono articoli a marchio proprio, prodotti di marca e di filiera, fino a campionamenti ambientali e di superficie per valutazioni microbiologiche.*
Tutte queste operazioni vengono organizzate secondo un'analisi del rischio per prodotto e fornitore.

PERCENTUALE DELLE CATEGORIE SIGNIFICATIVE DI PRODOTTI E SERVIZI PER CUI SONO VALUTATI GLI IMPATTI SULLA SALUTE E SICUREZZA. (GRI 416-1)

100%

29

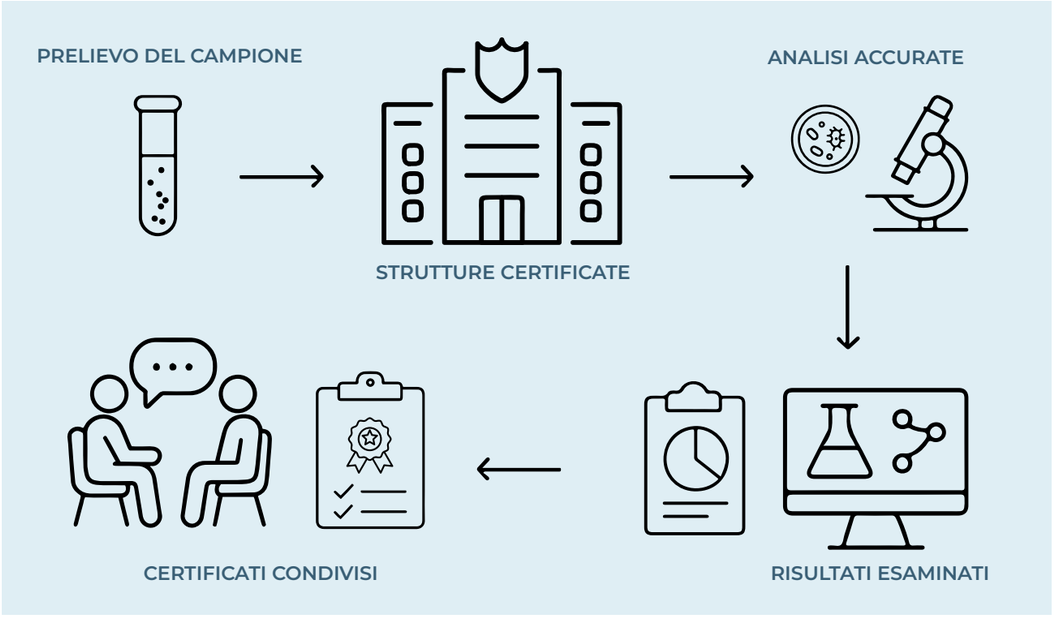
CASI DI NON CONFORMITÀ A REGOLAMENTI E/O CODICI VOLONTARI RELATIVI AGLI IMPATTI SULLA SALUTE E SICUREZZA DEI PRODOTTI E SERVIZI (GRI 416-2)



Ogni mese, vengono prelevati campioni e inviati a strutture certificate per l'esecuzione di analisi mirate per accertare la conformità, nel rispetto delle normative e degli standard stabiliti dai nostri capitolati tecnici e disciplinari di produzione. I risultati vengono attentamente esaminati e i certificati condivisi con fornitori e punti vendita, con eventuali indicazioni su azioni correttive da intraprendere, qualora necessarie.

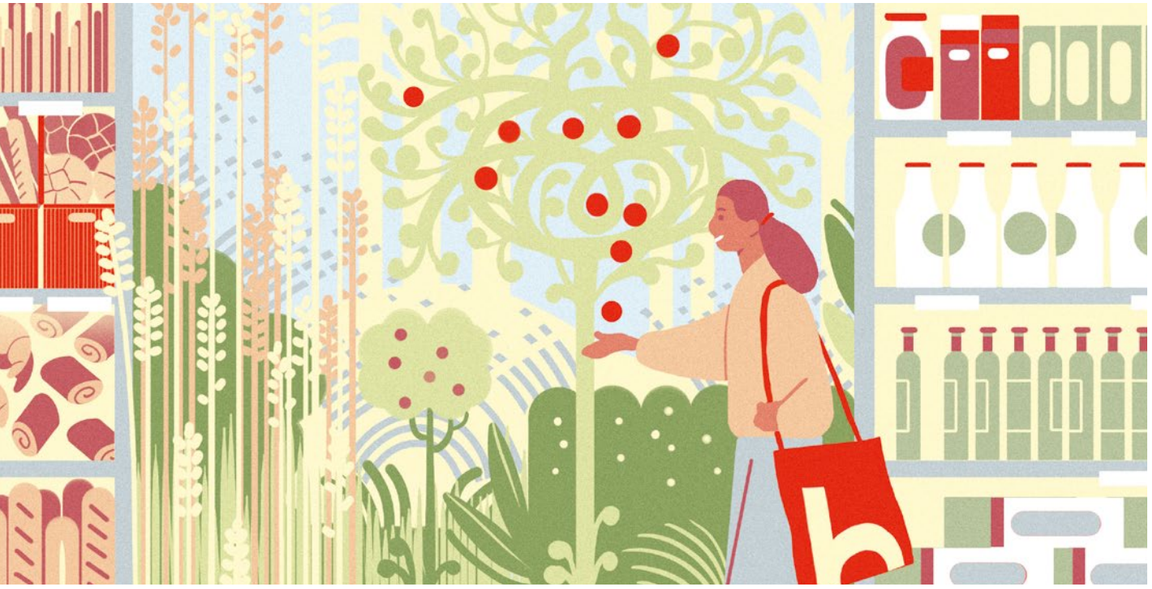
Per mantenere un elevato standard qualitativo, si investe nella formazione del personale dei punti vendita e ci si aggiorna costantemente grazie alla collaborazione con esperti del settore, il monitoraggio delle evoluzioni normative, la partecipazione a seminari e tavoli di lavoro di categoria e approfondimenti su tematiche di interesse specifico. Inoltre, si lavora a stretto contatto con le aziende produttrici per individuare e risolvere eventuali criticità sui prodotti.

I controlli vengono effettuati sia nei depositi che nei punti vendita, attraverso procedure di due diligence e autocontrollo, oltre a monitoraggi analitici condotti presso laboratori esterni accreditati, in modo da garantire la massima sicurezza e qualità per i prodotti distribuiti nei nostri ipermercati.



Il sistema di controllo qualità è focalizzato in particolare sui prodotti a marchio, con attività di verifica e sorveglianza finalizzate a garantire il rispetto dei requisiti normativi applicabili e la coerenza delle informazioni riportate in etichetta. La progressiva digitalizzazione dei flussi informativi e documentali contribuisce a rafforzare la tracciabilità lungo le fasi presidiate e a facilitare le attività di monitoraggio.

Nel corso dell'anno, l'attenzione dell'ufficio Controllo Qualità si è concentrata anche sull'evoluzione del quadro normativo che interessa la filiera e sulle conseguenti richieste di documentazione ed informazioni rivolte ai fornitori. L'adeguamento a requisiti in costante aggiornamento ha richiesto un presidio continuativo e un confronto costante con i partner della filiera, contribuendo a rafforzare la collaborazione e a migliorare la disponibilità delle informazioni.



Bennet ha inoltre rafforzato le attività di controllo sulle informazioni ambientali riportate sui prodotti a marchio, attraverso la revisione delle diciture e l'aggiornamento delle formulazioni che richiedevano maggiore precisione. L'iniziativa si inserisce nel percorso di miglioramento continuo della trasparenza e della qualità delle informazioni fornite ai consumatori.

Informazioni chiare per scegliere meglio

La qualità e la chiarezza delle informazioni messe a disposizione dei clienti rappresentano un elemento centrale del nostro approccio alla comunicazione responsabile. Le politiche di etichettatura e di marketing adottate sono orientate a garantire informazioni corrette, verificabili e conformi ai requisiti normativi, tutelando il diritto del consumatore a effettuare scelte consapevoli.
Manteniamo un presidio costante sui contenuti informativi associati ai prodotti, verificando la coerenza tra le caratteristiche dell'offerta e i messaggi comunicati. In questo quadro, nel 2025 sono stati registrati **2 casi di non conformità a regolamenti e/o codici volontari relativi alle informazioni e all'etichettatura di prodotti e servizi**, confermando l'importanza di un monitoraggio continuo e puntuale. Parallelamente, **non sono stati rilevati casi di non conformità relativi alle comunicazioni di marketing**, incluse pubblicità, promozioni e sponsorizzazioni, a testimonianza dell'attenzione dedicata alla correttezza e alla trasparenza dei messaggi rivolti ai clienti.

Dichiarazione Nutrizionale

Valori medi per	100g di prodotto	biscotto (6,3 g ca.)	*AR per cracker
Energia	1952 kJ 464 kcal	123 kJ 29 kcal	1 %
Grassi di cui acidi grassi saturi	16 g 8,0 g	1,0 g 0,5 g	1 % 3 %
Carboidrati di cui zuccheri	78 g 20 g	5,0 g 1,2 g	2 % 1 %
Fibre	<0,5 g	0 g	-
Proteine	1,8 g	0,1 g	<1 %
Sale	0,48 g	0,03 g	1 %

*AR: Assunzioni di Riferimento di un adulto medio (8400 kJ/2000 kcal). 300 g = 48 biscotti da 6,3 g circa.



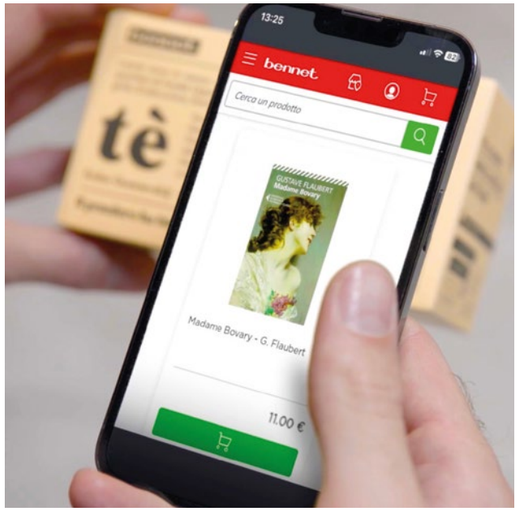
Il lavoro sui claim ambientali si inserisce in questo approccio e risponde all'esigenza di prevenire informazioni potenzialmente fuorvianti, promuovendo una comunicazione chiara, responsabile e vicina alle persone. Questo impegno trova ulteriore espressione nel rafforzamento dell'accessibilità dei canali digitali e nell'adozione di strumenti di ascolto e segnalazione, che contribuiscono a promuovere inclusione, trasparenza e confronto con gli stakeholder.



Informazioni chiare per scegliere meglio: etichette e **Good to Read Packs**

In un contesto in cui l'etichetta ed il pack del prodotto rappresentano uno dei principali, e talvolta l'unico, punto di contatto informativo con il consumatore, abbiamo riflettuto anche sul valore culturale e sociale di questi "mezzi" di comunicazione.

*Da questa consapevolezza è nato **"Good to Read Packs"**, un progetto che amplia il ruolo tradizionale del packaging trasformandolo non solo in uno strumento per informare, ma anche in un'opportunità per sensibilizzare alla lettura e invitare ognuno di noi a farne una sana abitudine quotidiana.*







Su una selezione di pack di prodotto a marchio Bennet sono stati riportati brani tratti da grandi classici della letteratura, offrendo così un'occasione inattesa di incontro con la lettura. L'iniziativa invita a riscoprire il valore dei libri e della lettura come strumenti di conoscenza e riflessione, trasformando un supporto normalmente dedicato alle informazioni di prodotto in uno spazio capace di generare valore culturale.
Il progetto è stato riconosciuto con il premio **Innova Retail Award 2025-2026**, risultando vincitore nella categoria Negozi Alimentari e vincitore assoluto dell'edizione.

Riconoscimenti internazionali

CANNES LIONS X2 SHORTLIST
D&AD XI SHORTLIST
NYF NEW YORK FESTIVALS XI BRONZE XI SHORTLIST
GERETY XI GOLD X2 SILVER
effie Awards XI BRONZE
Lia XI SILVER

1 ORO AL GERETY
2 ARGENTI AL GERETY
1 ARGENTO AL LIA
1 BRONZO AGLI EFFIE AWARDS
1 BRONZO AL NEW YORK FESTIVAL

1 SHORTLIST AL NEW YORK FESTIVAL
2 SHORTLIST AI CANNES LIONS
1 SHORTLIST AL D&AD

NOTA METODOLOGICA

Perimetro, scopo e contenuti del Bilancio di Sostenibilità

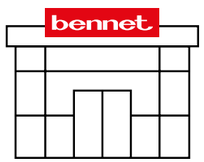
Il Bilancio di Sostenibilità 2025, redatto su base volontaria, presenta i risultati e le principali iniziative del Gruppo in ambito economico, sociale e ambientale con riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025.
Il documento è predisposto con periodicità annuale e copre il periodo compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2025, in coerenza con il periodo di riferimento della rendicontazione economico-finanziaria. Il perimetro di rendicontazione è rappresentato da BGB HOLDING S.p.A., e le società da questa controllate incluse nel perimetro del Gruppo, come dettagliato nel Capitolo 1, con sede legale in Piazzale Cadorna n.6, Milano.

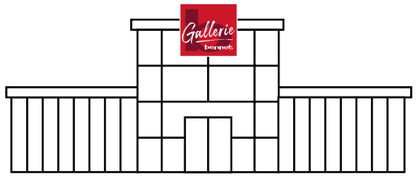
Il testo è stato predisposto in conformità ai GRI Standards applicabili, secondo l'opzione di rendicontazione "in accordance". I contenuti rendicontati sono stati definiti in coerenza con i temi materiali del Gruppo, con l'obiettivo di rappresentare in modo equilibrato gli impatti più significativi generati dalle attività sulle persone, sull'ambiente e sull'economia.

Nella predisposizione del documento sono stati considerati i principi di accuratezza, equilibrio, chiarezza, comparabilità, completezza, contesto di sostenibilità, tempestività e verificabilità. Il GRI Content Index riportato nella seconda parte della presente sezione consente di individuare le informative rendicontate e la relativa collocazione nel Bilancio.

Per informazioni sul contenuto del presente Bilancio di Sostenibilità 2025 e sulle iniziative del Gruppo si rimanda alla seguente casella di posta elettronica: marketing@bennet.com

BGB HOLDING





PROCESSO DI RACCOLTA E CONSOLIDAMENTO DELLE INFORMAZIONI

Il processo di raccolta dei dati e delle informazioni ha coinvolto le funzioni responsabili dei diversi ambiti oggetto di rendicontazione. I dati quantitativi derivano, a seconda della loro natura, dai sistemi gestionali aziendali, dalla contabilità, dai sistemi di monitoraggio tecnico, dalla documentazione amministrativa e dalle rilevazioni predisposte dalle funzioni competenti.

Il Consiglio di Amministrazione svolge un ruolo di indirizzo nella definizione della strategia e degli obiettivi del Gruppo, inclusi quelli relativi allo sviluppo sostenibile. La gestione operativa degli impatti economici, ambientali e sociali è affidata alle funzioni aziendali competenti, responsabili dell'attuazione delle iniziative e del monitoraggio delle attività nei rispettivi ambiti. Il Consiglio di Amministrazione riceve periodicamente aggiornamenti sui principali temi di sostenibilità e sulla gestione degli impatti individuati dal Gruppo.

Salvo ove diversamente specificato nel testo, nelle tabelle o nelle relative note, i dati sono consolidati con riferimento all'intero perimetro del Gruppo. Qualora un indicatore riguardi una sola società o presenti un perimetro più limitato, tale circostanza è segnalata in prossimità dell'informazione.

Per gli indicatori di intensità ambientale, il denominatore è rappresentato dal numero di siti pertinente al perimetro considerato. Le eventuali esclusioni, tra cui quelle riferite alla flotta aziendale, sono indicate nelle note associate ai singoli indicatori.





Criteri di calcolo degli indicatori quantitativi

INDICATORI DI INTENSITÀ AMBIENTALE

Gli indicatori di intensità energetica, emissiva, idrica e di produzione dei rifiuti sono determinati rapportando il valore assoluto dell'indicatore al numero di siti compreso nel relativo perimetro. Per Bennet S.p.A. il denominatore è costituito dai punti vendita pertinenti; per Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. dai siti; per il Gruppo dalla somma dei siti considerati. Eventuali esclusioni sono indicate nelle note ai singoli indicatori. In particolare, i dati relativi alla flotta aziendale non sono inclusi nel calcolo delle intensità energetica ed emissiva.

ENERGIA

I consumi energetici sono rilevati nelle unità fisiche originarie e convertiti in gigajoule mediante fattori di conversione coerenti con la tipologia di fonte energetica. Il consumo complessivo comprende l'energia elettrica acquistata dalla rete, l'energia elettrica autoprodotta e consumata, il gas naturale, il gasolio, la benzina e il teleriscaldamento, ove applicabili. L'intensità energetica è calcolata come rapporto tra i consumi energetici espressi in GJ e il numero di siti del perimetro considerato.

EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA

Le emissioni sono calcolate moltiplicando i dati di attività per i relativi fattori di emissione e sono espresse in tonnellate di CO_2 equivalente. L'intensità emissiva riportata nel capitolo ambientale è determinata dividendo il valore delle emissioni di Scope 1 e Scope 2 Location-based per il numero di siti del perimetro considerato. I criteri specifici applicati all'inventario GHG, incluse le assunzioni utilizzate per lo Scope 3, sono descritti nella sezione successiva.

MATERIALI DI PACKAGING

I materiali impiegati per il packaging sono rendicontati in peso e classificati per tipologia. La quota di materiali rinnovabili è calcolata come rapporto tra il peso dei materiali qualificati come rinnovabili e il peso complessivo dei materiali di packaging inclusi nel perimetro dell'indicatore.

INFORTUNI

Il tasso degli infortuni sul lavoro registrabili è calcolato come rapporto tra il numero di infortuni registrabili e le ore lavorate, moltiplicato per 1.000.000.

Fattori di conversione e di emissione

I consumi rilevati nelle unità fisiche originarie sono convertiti in gigajoule mediante i fattori indicati di seguito. Le emissioni sono calcolate applicando ai dati di attività i fattori pertinenti alla fonte energetica o alla categoria emissiva. Le fonti sono selezionate in funzione della natura del dato disponibile e dell'anno di rendicontazione.

RISORSA ENERGETICA	FONTE DEL FATTORE DI CONVERSIONE IN GJ
GAS NATURALE	DEFRA, UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025, Fuel properties, Natural gas (100% mineral blend).
ENERGIA ELETTRICA	DEFRA, UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025, Conversions, Energy.
GASOLIO PER RISCALDAMENTO	DEFRA, UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025, Fuel properties, Gas oil.
GASOLIO PER PARCO AUTO	DEFRA, UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025, Fuel properties, Diesel (average biofuel blend).
BENZINA PER PARCO AUTO	DEFRA, UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025, Fuel properties, Petrol (average biofuel blend).
TELERISCALDAMENTO	DEFRA, UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025, Conversions, Energy, ove applicabile.

RISORSA ENERGETICA	FONTE DEL FATTORE DI EMISSIONE
GAS NATURALE	DEFRA, UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025, Fuels, Natural gas (100% mineral blend).
TELERISCALDAMENTO	DEFRA, UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025, Heat and steam, Direct heat and steam.
GAS REFRIGERANTI	DEFRA, UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025, Refrigerant & other.
GASOLIO PER RISCALDAMENTO	DEFRA, UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025, Fuels, Gas oil.
GASOLIO PER PARCO AUTO	DEFRA, UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025, Fuels, Diesel (average biofuel blend).
BENZINA PER PARCO AUTO	DEFRA, UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025, Fuels, Petrol (average biofuel blend).
ENERGIA ELETTRICA, LOCATION-BASED	Terna, Confronti internazionali 2024.
ENERGIA ELETTRICA, MARKET-BASED	Association of Issuing Bodies (AIB), European Residual Mixes 2024

Fattori di emissione utilizzati per lo Scope 3

Per lo Scope 3, i fattori di emissione sono stati selezionati in funzione della categoria, del dato di attività disponibile e del metodo di calcolo applicato. La tabella seguente riporta tutte le categorie incluse nell'inventario 2025 e le relative fonti.

CATEGORIA SCOPE 3	FONTE DEI FATTORI DI EMISSIONE
CATEGORIA 1 - BENI E SERVIZI ACQUISTATI	Ecoinvent 3.12; Agribalyse 3.2. Fattori selezionati in funzione della tipologia merceologica e del dato fisico disponibile.
CATEGORIA 2 - BENI CAPITALI	DEFRA SIC Multipliers 2022. Fattori spend-based applicati agli incrementi in conto capitale.
CATEGORIA 3 - ATTIVITÀ CONNESSE A COMBUSTIBILI ED ENERGIA NON INCLUSE NEGLI SCOPE 1 E 2	DEFRA 2025, WTT-fuels; DEFRA 2025, WTT-heat and steam; DEFRA 2021, WTT overseas electricity generation and transmission and distribution.
CATEGORIA 4 - TRASPORTO E DISTRIBUZIONE A MONTE	DEFRA 2025, Freighting goods. Fattori applicati ai chilometri percorsi dai mezzi della logistica.
CATEGORIA 5 - RIFIUTI GENERATI DALLE OPERAZIONI	Ecoinvent 3.12; DEFRA 2025, Waste. Fattori selezionati in funzione della tipologia di rifiuto e della destinazione a recupero o smaltimento.
CATEGORIA 6 - VIAGGI DI LAVORO	DEFRA SIC Multipliers 2022. Fattori spend-based applicati alle voci di costo disponibili.
CATEGORIA 7 - SPOSTAMENTI CASA-LAVORO DEI DIPENDENTI	DEFRA 2025, Business travel. Fattori applicati alle stime delle distanze e dei mezzi di trasporto utilizzati.
CATEGORIA 13 - BENI IN LEASING A VALLE	Terna, Confronti internazionali 2024. Fattori applicati ai consumi energetici stimati degli asset concessi in locazione e non inclusi negli Scope 1 e 2.



Criteri metodologici dell'inventario delle emissioni GHG



Le informazioni relative alle emissioni climalteranti sono state elaborate adottando l'approccio di consolidamento basato sul controllo operativo. Le emissioni sono espresse in tonnellate di CO2 equivalente e articolate in Scope 1, Scope 2 e Scope 3. Per lo Scope 2 sono presentati sia il risultato Location-based, calcolato sulla base del mix energetico della rete, sia il risultato Market-based, determinato tenendo conto delle caratteristiche delle forniture energetiche acquistate.Per la Categoria 1 dello Scope 3, relativa ai beni e servizi acquistati, le quantità vendute sono state utilizzate come proxy delle quantità acquistate, non disponibili in forma puntuale. I servizi acquistati e i beni acquistati da Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. sono stati considerati non rilevanti e non inclusi nel calcolo. Le assunzioni specifiche, i dati di attività utilizzati e i principali limiti informativi sono descritti nel capitolo ambientale e nell'Inventario GHG 2025.

GRI Content Index 2025

Il GRI Content Index restituisce la corrispondenza tra le informative GRI selezionate e i contenuti del Bilancio di Sostenibilità 2025. In questa fase i rinvii sono espressi per capitolo e paragrafo, in attesa della numerazione definitiva delle pagine. Le informative per le quali la documentazione disponibile non consente ancora di verificare una copertura completa sono contrassegnate come “Da completare” o “Parzialmente rendicontato”.

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE INDICATORE	SEZIONE DEL DOCUMENTO	NOTE E OMISSIONI
INFORMATIVE GENERALI				
GRI 2: Informativa generale 2021	**2-1**	Dettagli dell’organizzazione	Cap. 1 - Ogni scelta conta; Presenza sul territorio	-
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell’organizzazione	Cap. 1 - Ogni scelta conta	-
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica	-
	2-4	Revisione delle informazioni	Nota metodologica	Il presente documento non è oggetto di restatement rispetto ai dati 2023-2024.
	2-5	Assurance esterna	GRI Content Index	Il presente documento non è soggetto ad assurance esterna.
	2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Cap. 1 - Ogni scelta conta; Cap. 5 - Dentro ogni prodotto: Qualità e filiera, 5.1 Selezione e monitoraggio dei fornitori	-
	2-7	Dipendenti	Cap. 3 3.1 Lavorare in Bennet con noi; Annex	-
	2-8	Lavoratori non dipendenti	Cap. 3 3.1 Lavorare in Bennet con noi; Annex	-
	2-9	Struttura e composizione della governance	GRI Content Index	Il Consiglio di Amministrazione è composto da sei membri, di cui cinque uomini e una donna, comprendendo il Presidente, un Consigliere Delegato e quattro consiglieri. Il Collegio Sindacale è composto da tre sindaci.
	2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	Cap. 1 – Ogni scelta conta; Governance, visione di lungo termine e integrazione della sostenibilità	-
	2-11	Presidente del massimo organo di governo	Cap. 1 – Ogni scelta conta; Governance, visione di lungo termine e integrazione della sostenibilità	-
	2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Cap. 1 – Ogni scelta conta; Governance, visione di lungo termine e integrazione della sostenibilità	-
	2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Nota metodologica	-
	2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	GRI Content Index	Il Consiglio di Amministrazione approva i temi materiali alla base del Bilancio ed è aggiornato almeno annualmente sulla gestione degli impatti.
	2-15	Conflitti d’interesse	GRI Content Index	I Codici Etici adottati definiscono i principi e le regole finalizzati a prevenire e contrastare i conflitti di interesse. La supervisione e la gestione delle segnalazioni sono affidate ai rispettivi Organismi di Vigilanza.
	2-16	Comunicazione delle criticità	GRI Content Index	Le criticità possono essere comunicate attraverso il sistema di whistleblowing. Gli Organismi di Vigilanza gestiscono le segnalazioni e riferiscono al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale. Nel 2025 non sono state registrate segnalazioni di comportamenti illeciti.
	2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	GRI Content Index	Il Consiglio di Amministrazione non ha al momento sviluppato specifiche competenze in ambito di sostenibilità ed è regolarmente aggiornato sulle decisioni aziendali e sulle principali novità in merito.
	2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	GRI Content Index	Attualmente, i membri del Consiglio di Amministrazione non sono soggetti a valutazione periodica delle performance su tematiche di sostenibilità.
	2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	GRI Content Index	La remunerazione del management è composta da una componente fissa e da eventuali sistemi incentivanti definiti nell’ambito del processo annuale di revisione retributiva.

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE INDICATORE	SEZIONE DEL DOCUMENTO	NOTE E OMISSIONI
INFORMATIVE GENERALI				
GRI 2: Informativa generale 2021	**2-20**	Procedura di determinazione delle retribuzioni	GRI Content Index	Le revisioni retributive e gli incentivi sono valutati annualmente dalla Direzione aziendale con il coinvolgimento dei responsabili delle funzioni interessate.
	2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	-	Il rapporto di retribuzione totale annuale non è rendicontato all'interno del documento per vincoli di riservatezza.
	2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder	-
	2-23	Impegno in termini di policy	Cap. 1 - Ogni scelta conta; Cap. 3 - 3.3 Sicurezza prima di tutto 3.4 - Inclusione che crea valore Cap. 5 - 5.1 Selezione e monitoraggio dei fornitori	-
	2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	Cap. 3 - 3.3 Sicurezza prima di tutto - 3.4 - Inclusione che crea valore Cap. 5 - 5.1 Selezione e monitoraggio dei fornitori 5.2 - Sicurezza alimentare 5.3 - Informazioni chiare per scegliere meglio	-
	2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	Cap. 3 - 3.3 Sicurezza prima di tutto Cap. 5 - 5.2 Sicurezza alimentare - 5.3 - Informazioni chiare per scegliere meglio	-
	2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Cap. 5 - 5.3 Informazioni chiare per scegliere meglio Whistleblowing	-
	2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Cap. 5 - 5.2 Sicurezza alimentare 5.3 - Informazioni chiare per scegliere meglio GRI Content Index	Nel triennio di rendicontazione non sono state riscontrate non conformità.
	2-28	Appartenenza ad associazioni	Cap. 3 - 3.1 Lavorare in Bennet con noi Cap. 5 - 5.1 Selezione e monitoraggio dei fornitori	-
	2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Cap. 1 – Ogni scelta conta; L'analisi di materialità: individuare le priorità del Bilancio di Sostenibilità Cap. 4 – La comunità oltre il carrello	-
	2-30	Contratti collettivi	GRI Content Index	L'intero personale del Gruppo è coperto da contrattazione collettiva nazionale.

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE INDICATORE	SEZIONE DEL DOCUMENTO	NOTE E OMISSIONI
TEMI MATERIALI				
GRI 3: Temi Materiali 2021	**3-1**	Processo di determinazione dei temi materiali	Cap. 1 – Ogni scelta conta; L'analisi di materialità: individuare le priorità del Bilancio di Sostenibilità	-
	3-2	Elenco dei temi materiali	Cap. 1 – Ogni scelta conta; L'analisi di materialità: individuare le priorità del Bilancio di Sostenibilità	-
CAMBIAMENTO CLIMATICO				
GRI 3: Temi Materiali 2021	**3-3**	Processo di determinazione dei temi materiali	Cap. 2 – I consumi energetici	-
GRI 302: Energia 2016	**302-1**	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	Cap. 2 – I consumi energetici	-
	302-3	Intensità energetica	Cap. 2 – I consumi energetici	-
GRI 305: Emissioni 2016	**305-1**	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Cap. 2 – Meno CO_2 lungo il percorso dei prodotti	-
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Cap. 2 – Meno CO_2 lungo il percorso dei prodotti	-
	305-3	Altre emissioni indirette GHG Scope 3	Cap. 2; Inventario GHG 2025	-
	305-4	Intensità delle emissioni di GHG	Cap. 2 – Meno CO_2 lungo il percorso dei prodotti	-
GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE				
GRI 3: Temi Materiali 2021	**3-3**	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 – L'acqua, una risorsa da custodire	-
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	**303-1**	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Cap. 2 – L'acqua, una risorsa da custodire	-
	303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Cap. 2 – L'acqua, una risorsa da custodire	-
	303-3	Prelievo idrico	Cap. 2 – L'acqua, una risorsa da custodire	Il livello di stress idrico dell'area in cui avvengono prelievo e scarico è qualificato da "Low" a "Medium" dal Water Risk Atlas del World Resources Institute.

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE INDICATORE	SEZIONE DEL DOCUMENTO	NOTE E OMISSIONI
GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE				
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	**303-4**	Scarico di acqua	Cap. 2 – L'acqua, una risorsa da custodire	-
	303-5	Consumo di acqua	Cap. 2 – L'acqua, una risorsa da custodire	-
BIODIVERSITÀ				
GRI 3: Temi Materiali 2021	**3-3**	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 – La tutela della biodiversità	-
GRI 304: Biodiversità 2016	**304-2**	Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità	Cap. 2 – La tutela della biodiversità	-
GESTIONE DEI RIFIUTI				
GRI 3: Temi Materiali 2021	**3-3**	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 – Meno spreco, più valore	-
GRI 306: Rifiuti 2020	**306-1**	Produzione di rifiuti e impatti significativi	Cap. 2 – Meno spreco, più valore	-
	306-2	Gestione degli impatti significativi legati ai rifiuti	Cap. 2 – Meno spreco, più valore	-
	306-3	Rifiuti prodotti	Cap. 2 – Meno spreco, più valore	-
	306-4	Rifiuti non inviati a smaltimento	Cap. 2 – Meno spreco, più valore	-
	306-5	Rifiuti inviati a smaltimento	Cap. 2 – Meno spreco, più valore	-
APPROVVIGIONAMENTI DI RISORSE NATURALI				
GRI 3: Temi Materiali 2021	**3-3**	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 – Il packaging che cambia	-
GRI 301: Materiali 2016	**301-1**	Materiali utilizzati per peso o volume	Cap. 2 – Il packaging che cambia	-
APPROVVIGIONAMENTO DI RISORSE NATURALI				
GRI 3: Temi Materiali 2021	**3-3**	Gestione dei temi materiali	Cap. 2 – L'ottimizzazione della logistica	-

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE INDICATORE	SEZIONE DEL DOCUMENTO	NOTE E OMISSIONI
APPROVVIGIONAMENTO DI RISORSE NATURALI				
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	**308-1**	Nuovi fornitori che sono selezionati sulla base di criteri ambientali	Cap. 5 – Dentro ogni prodotto: Qualità e filiera - 5.1 Selezione e monitoraggio dei fornitori	-
	308-2	Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	Cap. 5 – Dentro ogni prodotto: Qualità e filiera - 5.1 Selezione e monitoraggio dei fornitori	-
SALUTE E SICUREZZA DEL PERSONALE				
GRI 3: Temi Materiali 2021	**3-3**	Gestione dei temi materiali	Cap. 3 – 3.3 Sicurezza prima di tutto Cap. 5 – Dentro ogni prodotto: Qualità e filiera	-
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	**403-1**	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 3 – 3.3 Sicurezza prima di tutto	-
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Cap. 3 – 3.3 Sicurezza prima di tutto	-
	403-3	Servizi di medicina del lavoro	Cap. 3 – 3.3 Sicurezza prima di tutto	-
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 3 – 3.3 Sicurezza prima di tutto	-
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 3 – 3.3 Sicurezza prima di tutto	-
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Cap. 3 – 3.3 Sicurezza prima di tutto	-
	403-9	Infortuni sul lavoro	Cap. 3 – 3.3 Sicurezza prima di tutto Annex	-
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	**414-1**	I nuovi fornitori sono selezionati sulla base di criteri sociali	Cap. 5 – Dentro ogni prodotto: Qualità e filiera - 5.1 Selezione e monitoraggio dei fornitori	-
FORMAZIONE E WELFARE DEL PERSONALE				
GRI 3: Temi Materiali 2021	**3-3**	Gestione dei temi materiali	Cap. 3 – 3.1 Lavorare in Bennet con noi 3.2 Crescere insieme	-

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE INDICATORE	SEZIONE DEL DOCUMENTO	NOTE E OMISSIONI
FORMAZIONE E WELFARE DEL PERSONALE				
GRI 401: Occupazione 2016	**401-1**	Nuove assunzioni e turnover	Cap. 3 – 3.1 Lavorare in Bennet con noi Annex	-
	401-2	Benefit previsti per dipendenti a tempo pieno	Cap. 3 – 3.1 Lavorare in Bennet con noi Annex	-
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	**404-1**	Ore medie di formazione annua per dipendente	Cap. 3 – 3.1 Lavorare in Bennet con noi Annex	-
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	**405-1**	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	Cap. 3 – 3.1 Lavorare in Bennet con noi 3.4 Inclusione che crea valore; Annex	-
ATTENZIONE AL CLIENTE				
GRI 3: Temi materiali 2021	**3-3**	Gestione dei temi materiali	Cap. 5 – Dentro ogni prodotto: Qualità e filiera 5.2 Sicurezza alimentare 5.3 Informazioni chiare per scegliere meglio	-
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	**416-1**	Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	GRI Content Index	Tutti i prodotti offerti dai nostri punti vendita, siano essi alimentari che non alimentari, devono rispettare stringenti normative in materia di impatto sulla salute e sulla sicurezza, sottoposti a un monitoraggio costante.
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	**418-1**	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	Cap. 5 – Dentro ogni prodotto: Qualità e filiera 5.3 Informazioni chiare per scegliere meglio	-
INVESTIMENTI PER LA COMUNITÀ LOCALE				
GRI 3: Temi materiali 2021	**3-3**	Gestione dei temi materiali	Cap. 4 – La comunità oltre il carrello – 4.1 Valore economico generato e distribuito 4.2 Ospitalità ad associazioni locali e nazionali 4.5 Campagne sociali e attività di inclusione territoriale; Annex	-
GRI 201: Performance economica 2016	**201-1**	Valore economico direttamente generato e distribuito	Cap. 4 – La comunità oltre il carrello – 4.1 Valore economico generato e distribuito Annex	-

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE INDICATORE	SEZIONE DEL DOCUMENTO	NOTE E OMISSIONI
INVESTIMENTI PER LA COMUNITÀ LOCALE				
GRI 413: Comunità locali 2016	**413-1**	Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazionidegli impatti e programmidi sviluppo	Cap. 4 La comunità oltre il carrello 4.2 Ospitalità ad associazioni locali e nazionali 4.3 Raccolte alimentari e iniziative solidali 4.4 Progetti educativi 4.5 Campagne sociali e attività di inclusione territoriale	-
COMUNICAZIONE RESPONSABILE				
GRI 3: Temi materiali 2021	**3-3**	Gestione dei temi materiali	Cap. 5 Dentro ogni prodotto: Qualità e filiera 5.3 Informazioni chiare per scegliere meglio	-
GRI 417: Marketing ed etichettatura	**417-2**	Non conformità relative a informazioni ed etichettatura	Cap. 5 Dentro ogni prodotto: Qualità e filiera 5.3 Informazioni chiare per scegliere meglio	-
	417-3	Non conformità relative alle comunicazioni di marketing	Cap. 5 Dentro ogni prodotto: Qualità e filiera 5.3 Informazioni chiare per scegliere meglio	-
SICUREZZA INFORMATICA				
GRI 3: Temi materiali 2021	**3-3**	Gestione dei temi materiali	Cap. 5 Dentro ogni prodotto: Qualità e filiera 5.3 Informazioni chiare per scegliere meglio	-

Annex impatti, rischi e opportunità

La tabella riporta, per ciascun tema materiale, gli impatti individuati e i principali rischi o opportunità associati.

TEMA MATERIALE	IMPATTI	RISCHI/OPPORTUNITÀ
CAMBIAMENTO CLIMATICO	Contributo al cambiamento climatico dovuto alla produzione di emissioni climalteranti	**Rischio** di danni fisici legati al cambiamento climatico che possono danneggiare strutturalmente gli immobili, diminuendone il valore
	Consumo di risorse energetiche	**Opportunità** di transizione energetica legata al cambiamento climatico ed alle emissioni di GHG che può determinare un maggior valore degli immobili in gestione
		Rischio di aumento dei prezzi di beni e servizi legato alla necessità, da parte dei fornitori, di implementare strategie di adattamento e mitigazione al cambiamento climatico
GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE	Spreco di risorse idriche	**Rischio** di potenziale interruzione delle attività dell'azienda e dei fornitori a causa della scarsità idrica nelle fasi di produzione
BIODIVERSITÀ	Perdita di biodiversità derivante dall'impiego di monocolture o sostanze nocive	
GESTIONE DEI RIFIUTI E SPRECO ALIMENTARE	Impatto ambientale generato da uno scorretto smaltimento dei rifiuti	
	Contributo allo spreco alimentare	**Opportunità** collegata alla riduzione dei costi e delle passività associati allo spreco alimentare
APPROVVIGIONAMENTO DI RISORSE NATURALI	Depauperamento di risorse naturali dovuto all'impiego di materiali non rinnovabili	**Rischio** di aumento dei prezzi di beni e servizi legato alla necessità, da parte dei fornitori, di adattarsi a nuovi regolamenti sull'approvvigionamento di materie prime vergini
EMISSIONI INQUINANTI	Emissione di inquinanti atmosferici	**Rischio** di aumento dei prezzi dei servizi di trasporto legato alla necessità, da parte dei fornitori, di adattarsi a nuovi regolamenti sull'inquinamento dell'aria
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	Esposizione dei lavoratori a rischi per la salute e la sicurezza	**Rischio** operativo e reputazionale associato alla mancata protezione dei diritti umani e dei lavoratori dell'azienda e della catena di fornitura
FORMAZIONE E WELFARE DEL CAPITALE UMANO	Promozione del benessere dei dipendenti e dell'occupazione	**Opportunità** legate all'attrazione e ritenzione di talenti grazie ai programmi di aggiornamento professionale dei dipendenti e alla promozione del benessere aziendale
	Sviluppo di nuove competenze per i dipendenti	
ATTENZIONE AL CLIENTE	Violazione della privacy dei clienti	**Rischio** reputazionale dovuto al verificarsi di casi di violazione della privacy
	Danni alla salute dei consumatori	**Rischio** reputazionale e di non conformità legato a potenziali danni alla salute e alla sicurezza dei clienti a causa di prodotti pericolosi
INVESTIMENTI PER LA COMUNITÀ LOCALE	Creazione di valore per il territorio e per i clienti	
COMUNICAZIONE RESPONSABILE	Accessibilità del servizio e comunicazione trasparente	**Opportunità** legate alla multimodalità di acquisto e ad una comunicazione chiara ed accessibile dei servizi offerti online e di promozioni disponibili
	Promozione di una alimentazione equilibrata, favorendo la consapevolezza dei consumatori	
	Promozione di pratiche di sostenibilità all'interno delle proprie attività	
SICUREZZA INFORMATICA		**Rischio** di discontinuità del business associato alla mancanza di un sistema di cybersecurity adeguato



bGb
HOLDING

bennet

Gallerie
bennet

Visita **bennet.com**, scarica **l'App** e seguici sui social