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

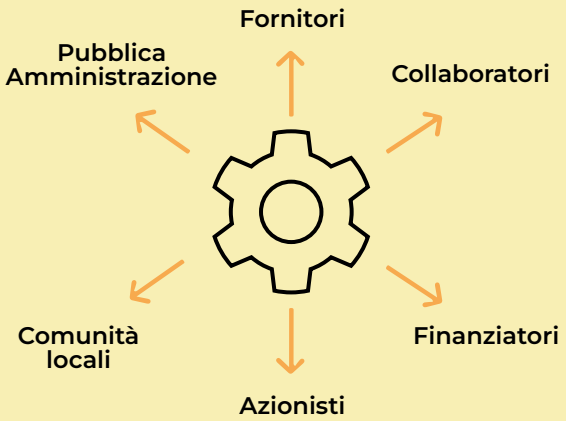
+40 mila euro
donati attraverso il programma fedeltà BennetClub

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.

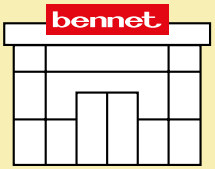
Valore economico generato e distribuito

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

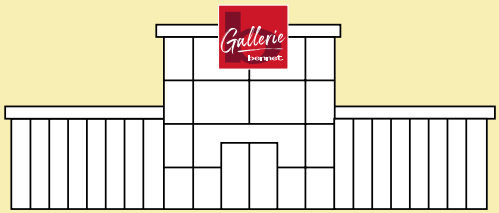


1.354

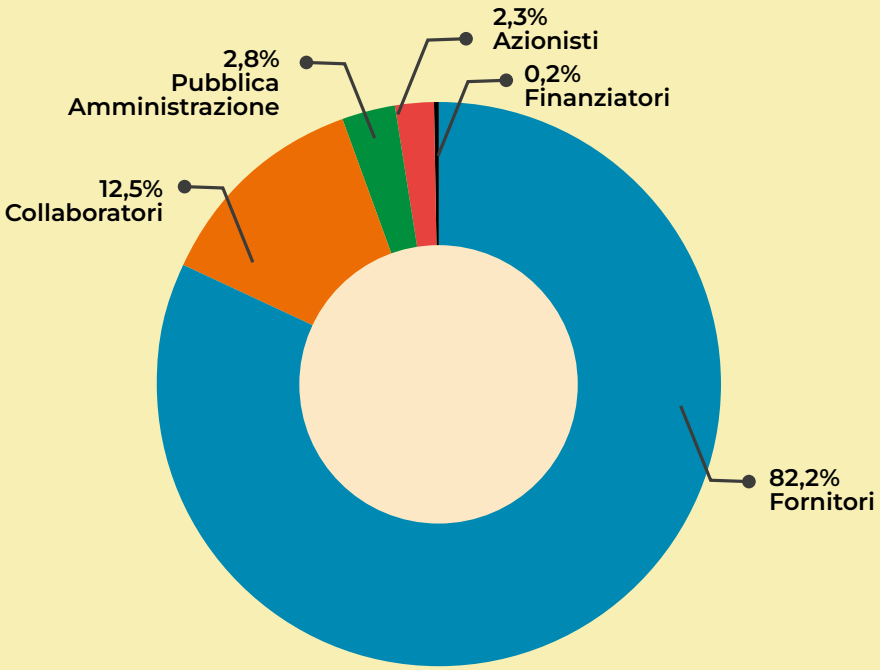
MILIONI DI EURO

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.



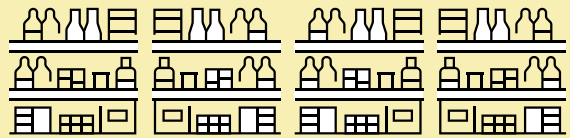
Nel 2025 sono state inoltre realizzate attività che collegano formazione, cultura alimentare e produzioni locali. A Forlimpopoli, ad esempio, è stato organizzato uno show cooking con l’Istituto Alberghiero Pellegrino Artusi, in collaborazione con i fornitori locali per la promozione dei prodotti del 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.

KG
55.105
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



€7,3mln
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.**



LA NOSTRA FAMIGLIA

COMETA

Fondazione VERONESI



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.



CHI SOSTIENE LA CULTURA
MERITA
UN POSTO D'ONORE

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.

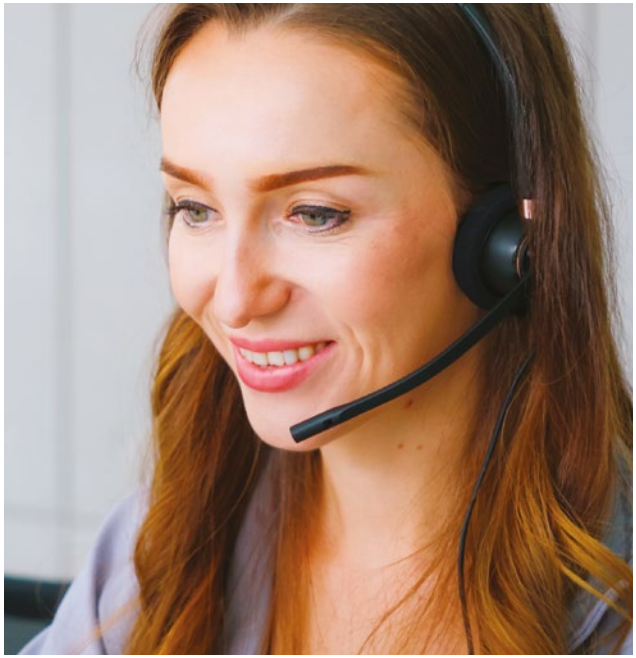
In particolare, per Bennet nel 2025 quasi 1,2 milioni di clienti hanno effettuato acquisti nei punti vendita e sul sito e-commerce utilizzando la carta Bennet Club, confermando il forte legame costruito nel tempo con l'insegna.





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.

287 mila
FOLLOWER

interazioni
300 mila

LinkedIn
48.000 UTENTI
20.000 INTERAZIONI

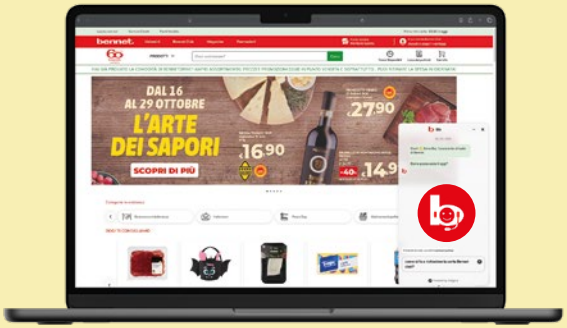


L'attività di social listening consente inoltre di monitorare in modo continuativo la percezione del brand e di raccogliere indicazioni utili per orientare le scelte aziendali. Nel 2025 il sentiment delle conversazioni online è risultato prevalentemente neutrale (57,3%) o positivo (36,7%), mentre i commenti 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.

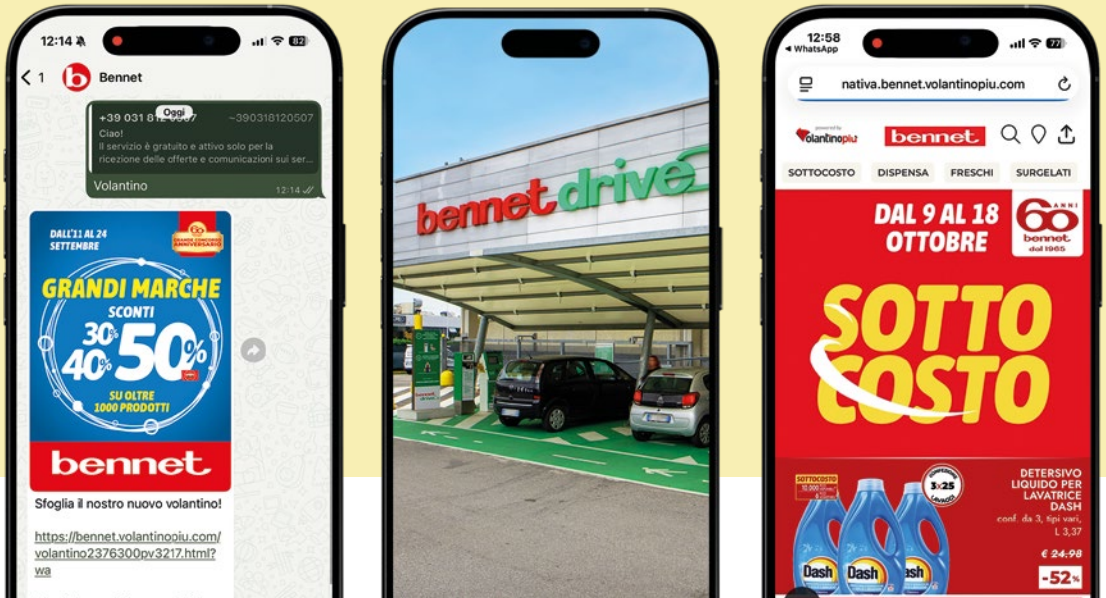
L'ecosistema per migliorare l'esperienza dei clienti: sito accessibile, App, e-commerce, bennetdrive e assistente virtuale BIA, nuovi format in Bennet e diversificazione degli asset di gallerie.



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