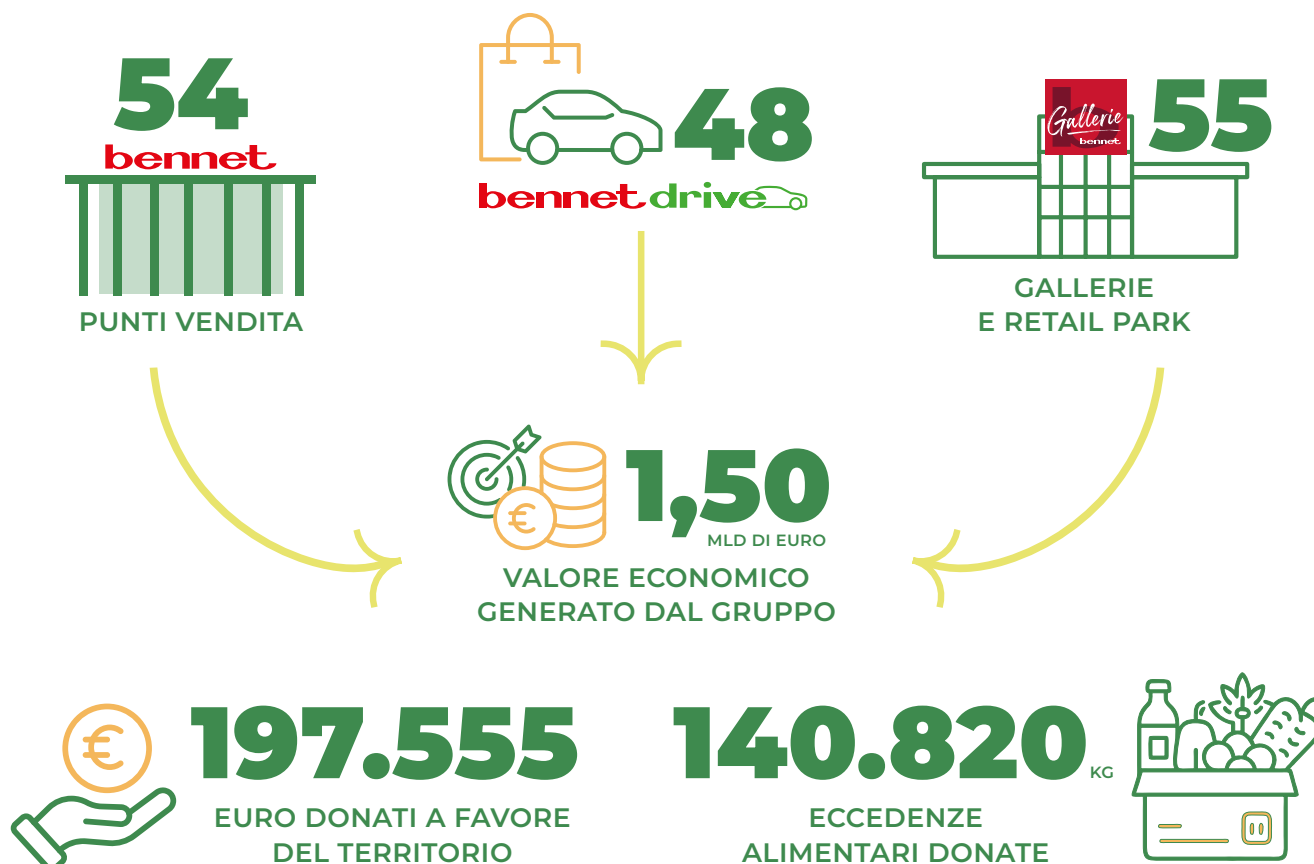





# CHI SIAMO:

## Bennet S.p.A. e Gallerie Commerciali Bennet S.p.A.



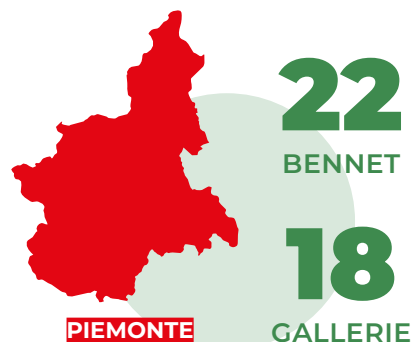
PILASTRO	INDICATORE	2022	2023	2024
 <b>PERSONE</b>	Persone con un contratto a tempo indeterminato	<b>6.256</b>	<b>5.261</b>	<b>4.448</b>
	Dipendenti DONNE	<b>4.692</b>	<b>3.968</b>	<b>3.379</b>
	Dipendenti con meno di 30 anni	<b>1.600</b>	<b>1.307</b>	<b>1.184</b>
	Tasso d'infortunio	<b>16,3</b>	<b>13,8</b>	<b>15,3</b>
	Ore medie di formazione	<b>5,1</b>	<b>5,5</b>	<b>7,4</b>
 <b>PRODOTTI</b>	Percentuale dei fornitori italiani	<b>96%</b>	<b>97%</b>	<b>97%</b>
	Prodotti offerti con almeno un marchio sostenibile	<b>563</b>	<b>646</b>	<b>519</b>
 <b>PIANETA</b>	Indice di consumo dei materiali per PV (t/pv)	<b>25,8</b>	<b>26,7</b>	<b>26,9</b>
	Indice di consumo di acqua per sito (Ml/sito)	<b>15,1</b>	<b>13,9</b>	<b>15,6</b>
	Indice di consumo energetico degli impianti per PV (GJ/pv)	<b>12.449</b>	<b>11.375</b>	<b>11.221</b>
	Indice di emissione degli impianti per PV (tCO <sub>2</sub> /pv)	<b>1.255</b>	<b>1.185</b>	<b>1.075</b>
	Indice di emissione logistica per PV (tCO <sub>2</sub> /pv)	<b>104,5</b>	<b>97,8</b>	<b>95,7</b>
	Indice di produzione di rifiuti per PV (t/pv)	<b>222</b>	<b>229</b>	<b>239</b>

I dati relativi alle Persone fanno riferimento all'intero perimetro del Gruppo. Le informazioni sui prodotti riguardano la sola Bennet, in quanto di sua pertinenza; allo stesso modo, i dati riguardanti i materiali si riferiscono a Bennet, poiché le materie prime concernono la sua attività. Inoltre, al fine di garantire una coerenza nell'analisi dei trend, si è deciso di riportare per l'energia, le emissioni e i rifiuti i dati relativi alla singola Bennet, poiché per l'anno 2022 non è stato possibile reperire i numeri di pertinenza di Gallerie.

## Ipermercati Bennet e Gallerie Bennet

Al 31 dicembre 2024, il Gruppo conta 54 ipermercati a marchio Bennet situati tra Lombardia, Piemonte e Liguria.

Sono invece 55 le gallerie di proprietà presenti in Lombardia, Piemonte, Emilia-Romagna, Veneto e Friuli che con una gestione autonoma e specializzata ospitano oltre 1.350 negozi, occupando una superficie di 300.000 mq.



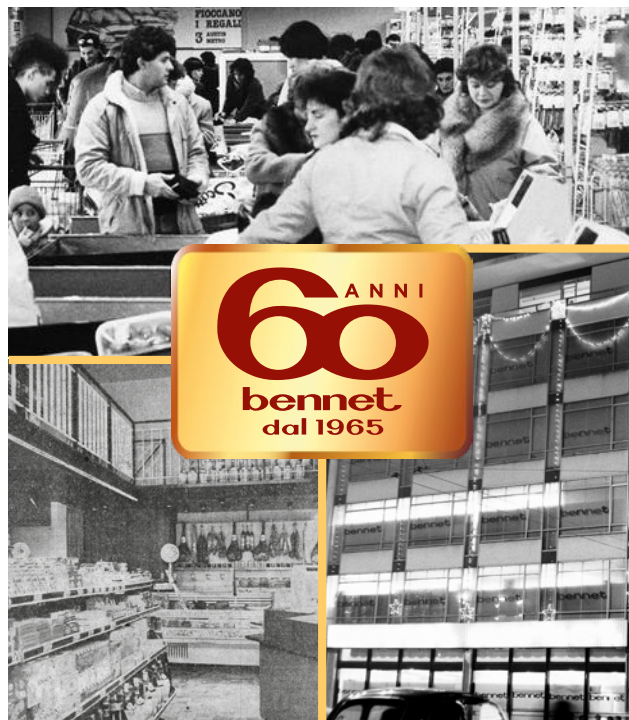
## Bennet e Gallerie: una storia di crescita, innovazione e radicamento sul territorio

“ *Il primo ipermercato a insegna Bennet viene inaugurato a Legnano (MI) l'11 settembre 1965, grazie alla visione imprenditoriale della famiglia Ratti. Sin dalle origini, l'azienda si distingue per la volontà di innovare il concetto di esperienza d'acquisto quotidiana, offrendo ai propri clienti una proposta completa: dai prodotti alimentari di qualità a un'ampia gamma di articoli per la casa, la persona e il tempo libero.* ”

Negli anni '70 e '80, **Bennet** ha saputo evolvere e crescere, consolidando la propria presenza nel settore della Grande Distribuzione Organizzata e ampliando progressivamente la sua offerta.

A partire dagli anni '90, la proprietà ha dato impulso allo sviluppo di spazi commerciali integrati, capaci di coniugare shopping, servizi e momenti di socialità, collaborando così a creare nuovi poli di attrazione per le comunità locali.

Da questa visione nasce “**Gallerie Bennet**”, oggi realtà leader nello sviluppo e nella gestione di proximity mall moderni e funzionali, che si distinguono per la capacità di rispondere in modo proattivo alle esigenze del territorio e dei consumatori. Le gallerie, integrate con un ipermercato, offrono un mix bilanciato di negozi, servizi e intrattenimento, contribuendo alla vitalità economica e sociale delle aree in cui operano.

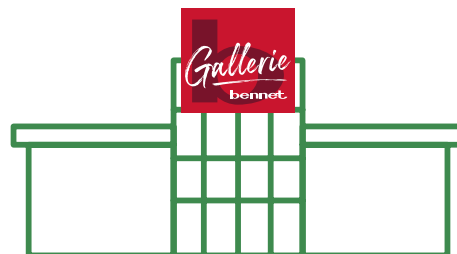


Il percorso di crescita di Bennet e di Gallerie si fonda su strategie lungimiranti, caratterizzate da investimenti mirati, sull'innovazione e su una visione orientata al lungo termine e alla sostenibilità. Questo approccio ha permesso al Gruppo di costruire nel tempo un'identità distintiva e un modello di business solido.

**1.350**  
NEGOZI

---

**300.000**  
MQ GLA



# Una lunga storia di innovazione

## Anni '60

La Famiglia Ratti crea il primo negozio integrato in Italia.

Bennet ha 63 dipendenti.

Bennet apre il primo ipermercato (3.000 mq) a Erba.

## Anni '70

## Anni '80

Bennet ha 145 dipendenti.

Le strutture multifunzionali accolgono aree tematiche che riproducono le piccole botteghe di quartiere per un'esperienza di acquisto coinvolgente.

Enzo Ratti costituisce il Sun (Supermercati Uniti Nazionali), una tra le prime centrali d'acquisto in Italia. La strategia è vincente e l'esperienza continua con l'adesione a un'altra centrale d'acquisto.

## Anni '90

## Check point 1993

Aprire il centro commerciale di Cantù: 30.000 mq di superficie a pavimento, un ipermercato di 8.000 mq più una galleria di 50 negozi.

La rete Bennet entra in una fase di espansione e consolidamento, in cui viene costruito un gruppo forte e affiatato. Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. si espande nel nord Italia e rinnova alcuni dei centri più importanti.

## Anni 2000

## Anni '10

Con l'apertura di Vaprio d'Adda viene inaugurata una nuova concezione di store più leggero (4.000 mq) e votato anche all'e-commerce.

Abbiamo definito la nostra strategia di sostenibilità e avviato un percorso di rendicontazione delle nostre performance socio-ambientali.

**Check point  
2019**

## Dal 2021

Abbiamo intrapreso un processo di razionalizzazione del perimetro dei punti vendita e definito la nostra strategia commerciale e di format.

Sono stati effettuati interventi di natura straordinaria volti alla revisione degli spazi e al restyling di alcune Gallerie.

È proseguita l'ottimizzazione e la riduzione dei consumi energetici attraverso il progetto "Energia Green".

Abbiamo perfezionato l'esperienza di acquisto online attraverso la piattaforma di e-commerce.

**Ad oggi**

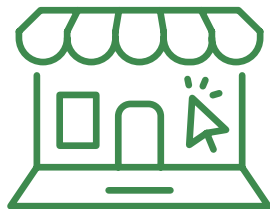
## L'identità distintiva dei punti vendita Bennet: qualità, innovazione e attenzione al cliente

Tutti i punti vendita Bennet sono progettati per riflettere i valori distintivi del nostro modello commerciale, che pone al centro la **qualità dei prodotti freschi e freschissimi** e una sempre **maggiore integrazione tra canali fisici e digitali**, in un'ottica omnicanale.

La qualità rappresenta un pilastro fondamentale della nostra offerta: dalla filiera produttiva – tracciabile e controllata – fino al banco di vendita, **garantiamo la sicurezza e la freschezza dei prodotti**, valorizzando i grandi marchi e le eccellenze dei territori di origine. Questo impegno si traduce in un assortimento capace di soddisfare le esigenze in continua evoluzione dei clienti e di rispondere in modo puntuale ai trend di mercato.

“*Grazie a un costante monitoraggio del contesto competitivo, a una solida esperienza e a competenze consolidate nel settore della grande distribuzione, Bennet è in grado di anticipare i bisogni dei consumatori, offrendo un equilibrio ottimale tra qualità, prezzo e varietà dell'offerta.*”

Innovazione, attenzione al cliente e un modello di servizio evoluto sono gli elementi che ci consentono di proporre un'esperienza di acquisto sempre più personalizzata, moderna e in linea con le aspettative delle famiglie e delle comunità che ci scelgono ogni giorno.





## Gallerie Bennet: il brand italiano dello shopping

Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. nasce negli anni '90 affiancando la crescita significativa della rete Bennet, con l'obiettivo di valorizzare, sviluppare e gestire al meglio ogni centro commerciale. Questa realtà si è evoluta nel tempo, **diventando un operatore di riferimento nel retail immobiliare**, capace di **integrare spazi di acquisto, svago e socialità** in modo armonico con il territorio e le comunità locali.

“ *Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. adotta un approccio attento alla sostenibilità ambientale, implementando soluzioni tecniche efficienti, ottimizzando la gestione operativa e promuovendo iniziative mirate a ridurre l'impatto ambientale.* ”

Nel 2024, Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. ha concluso il percorso di rebranding avviato nel 2022, con l'obiettivo di rafforzare l'identità dei propri centri come luoghi di riferimento per le comunità e attrattori strategici per tenant, stakeholder e consumatori. Il nuovo logo, che integra una grande “b” evocativa del legame con il brand Bennet, esprime il concetto di piazza e di spazio condiviso, sottolineando l'appartenenza a una rete solida e riconoscibile.



## Bennet e la collaborazione con MediaWorld

Bennet nel 2023 ha avviato una collaborazione con MediaMarkt-Saturn, il principale gruppo nel settore dell'elettronica di consumo in Europa, che opera in Italia con il marchio MediaWorld. Questa partnership ha preso forma con l'inaugurazione del primo shop-in-shop della catena di elettronica all'interno dell'ipermercato di **Montano Lucino (CO)**, arricchendo così l'esperienza di acquisto dei consumatori.

Nel 2024, grazie agli ottimi risultati del progetto pilota, è stato siglato un accordo di partnership che proseguirà anche nel 2025 e che ha portato alla creazione di una rete di negozi shop-in-shop MediaWorld in 5 punti vendita strategici Bennet. La selezione dei punti vendita per la rete di shop-in-shop MediaWorld è stata effettuata tenendo conto delle specificità dei negozi e delle caratteristiche del bacino di clientela.

**MediaWorld**

**5**

PUNTI VENDITA

**2024**



**BRUGHERIO**



**VANZAGHELLO**



**PAVONE CANAVESE**



**VERCELLI**



**TORINO via Giordano Bruno**

Il progetto alla base di questo accordo si fonda su un attento ascolto delle esigenze dei clienti e sull'evoluzione delle abitudini di consumo, al fine di garantire un'esperienza di acquisto integrata, dove innovazione e servizio si uniscono in un unico spazio. I nuovi shop-in-shop sono stati progettati per offrire ai clienti una vasta gamma di prodotti tecnologici, soluzioni e servizi all'interno di un ambiente moderno e funzionale, perfettamente integrato nel punto vendita Bennet. I clienti possono beneficiare di un'assistenza specializzata, promozioni esclusive e di tutti i vantaggi offerti da entrambe le catene.

## Le parafarmacie

Offriamo ogni giorno un servizio di consulenza qualificata su farmaci da banco, prodotti senza obbligo di prescrizione e soluzioni per il benessere, grazie alla professionalità dei nostri farmacisti. In 6 ipermercati Bennet, abbiamo realizzato apposite aree parafarmacia, gestite da un team di 29 farmacisti specializzati, per garantire un supporto competente e puntuale ai nostri clienti.

Le parafarmacie sono state concepite per semplificare la vita quotidiana delle persone, offrendo un accesso diretto a prodotti che normalmente richiederebbero una visita in punti vendita specializzati, con il vantaggio di trovare tutto in un unico spazio.

Inoltre, in 41 ipermercati Bennet sono state realizzate aree "Prendi e Vai", pensate per il ritiro rapido e pratico di prodotti per la cura della persona e il benessere, con l'obiettivo di rispondere alle esigenze di una clientela sempre più attenta, dinamica e alla ricerca di soluzioni comode e veloci.

**29**  
FARMACISTI



la PARAFARMACIA   
**bennet**

**41**  
AREE

*prendi&vai*

## Filiali parafarmacia servita

**BRUGHERIO**

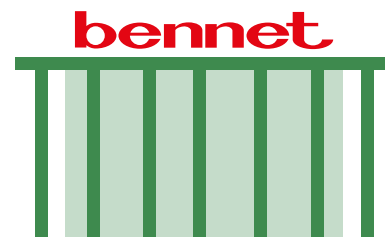
**CANTÙ**

**COMO TAVERNOLA**

**ERBA**

**MONTANO LUCINO**

**SAN MARTINO SICCOMARIO**







benetton

ACCOGLIENZA

AUDIO e VIDEO

DEEM

## Il nostro percorso di sostenibilità

In un contesto economico e sociale sempre più complesso e in continua evoluzione, costruire un modello di business basato su principi di sostenibilità ambientale, responsabilità sociale e buona governance è una scelta strategica imprescindibile per garantire competitività e resilienza nel lungo periodo. Con questa consapevolezza, a partire dal 2019, abbiamo intrapreso un percorso di crescita responsabile che ci ha portato a definire i nostri pilastri strategici: **Persone, Prodotti e Pianeta**. Questi principi guidano ogni nostra decisione, orientando la trasformazione delle pratiche aziendali e permettendoci di rispondere in modo proattivo alle sfide ambientali, sociali ed economiche, in linea con le aspettative del mercato e della società.

Il nostro obiettivo è creare valore condiviso, generando impatti positivi per tutti i nostri stakeholder e contribuendo allo sviluppo

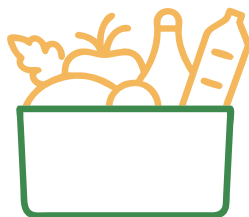
sostenibile delle comunità in cui operiamo. A testimonianza di questo impegno, da sei anni rendiamo pubblici i nostri progressi attraverso la pubblicazione volontaria del **Bilancio di Sostenibilità**. Dal 2023 questo impegno si è concretizzato in un processo di rendicontazione più completo e conforme agli standard internazionali della Global Reporting Initiative (GRI). Il 2024 ha visto, inoltre, un anticipo del concetto di doppia materialità, uno dei requisiti della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) e un avvicinamento ai nuovi standard di rendicontazione introdotti dalla stessa CSRD, gli European Sustainability Reporting Standards (ESRS).

Questi traguardi rappresentano un passo importante nel rafforzamento della nostra strategia ESG, con l'obiettivo di rendere sempre più trasparente e misurabile il nostro impegno verso una crescita sostenibile e responsabile.

## 3 PILASTRI STRATEGICI



**PERSONE**



**PRODOTTI**



**PIANETA**

# La materialità del Gruppo: verso la futura rendicontazione

Nonostante il Gruppo sarà soggetto alla CSRD a partire dall'anno fiscale 2027, già dallo scorso anno sono state avviate le prime attività preparatorie per i futuri obblighi di rendicontazione. Infatti, oltre all'analisi di materialità di impatto secondo GRI<sup>1</sup>, a valle della quale sono stati individuati i temi rilevanti in termini di rendicontazione, si è scelto di svolgere anche un'analisi di materialità finanziaria, volta a individuare le tematiche di sostenibilità rilevanti anche dal punto di vista dei rischi e delle opportunità finanziarie, generate dal contesto di riferimento, dalle dipendenze del Gruppo e dalla documentazione interna rilevante.

L'insieme delle due analisi compone l'**analisi di doppia materialità** che rappresenta il primo passo fondamentale verso la futura rendicontazione allineata alla CSRD e secondo i relativi standard ESRS.

Tuttavia, per l'esercizio in corso, ai fini delle attività di reporting, viene presa in considerazione unicamente la materialità di impatto, in linea con gli standard GRI.

L'analisi di materialità ha permesso di individuare gli effetti, sia positivi che negativi, effettivi e potenziali, che il Gruppo genera sull'ambiente e sulle persone lungo l'intera catena del valore, nel breve, medio e lungo termine. Per questa prima parte di analisi, sono stati considerati il contesto operativo, le tematiche di settore (Food Retail per Bennet S.p.A. e Real Estate per Gallerie Commerciali Bennet S.p.A.) e un'analisi di benchmark con i principali competitor. È stata inoltre esaminata la catena del valore per identificare gli impatti generati sia a monte che a valle delle attività dirette.

## Materialità di impatto Materialità finanziaria



Per la materialità finanziaria invece, sono stati valutati rischi e opportunità legati agli impatti identificati e alle dipendenze commerciali del Gruppo, come quelle relative ai fornitori o alle materie prime strategiche per l'attività. Da tali dipendenze, infatti, possono scaturire effetti monetari e finanziari, sia negativi (rischi) che positivi (opportunità) sul Gruppo. Questi aspetti sono stati integrati nel sistema di gestione del rischio aziendale, coinvolgendo le funzioni interessate.

<sup>1</sup> Gli standard GRI (Global Reporting Initiative) sono gli standard di rendicontazione di riferimento della performance sostenibile di aziende e organizzazioni di qualunque dimensione, appartenenti a qualsiasi settore e paese del mondo. Questi verranno sostituiti dai nuovi standard ESRS (European Sustainability Reporting Standards).

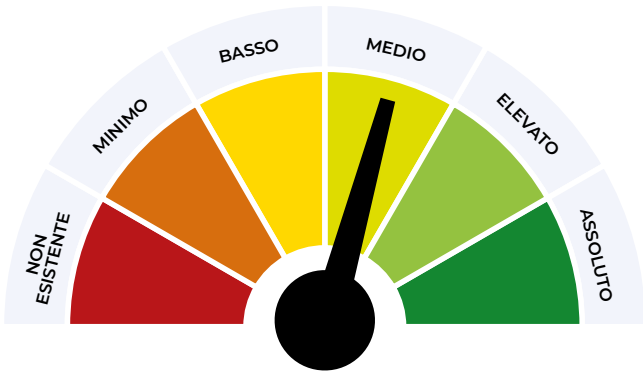
Nell'analisi sono stati considerati anche i nostri principali stakeholder, con i quali il gruppo mantiene un dialogo costante.



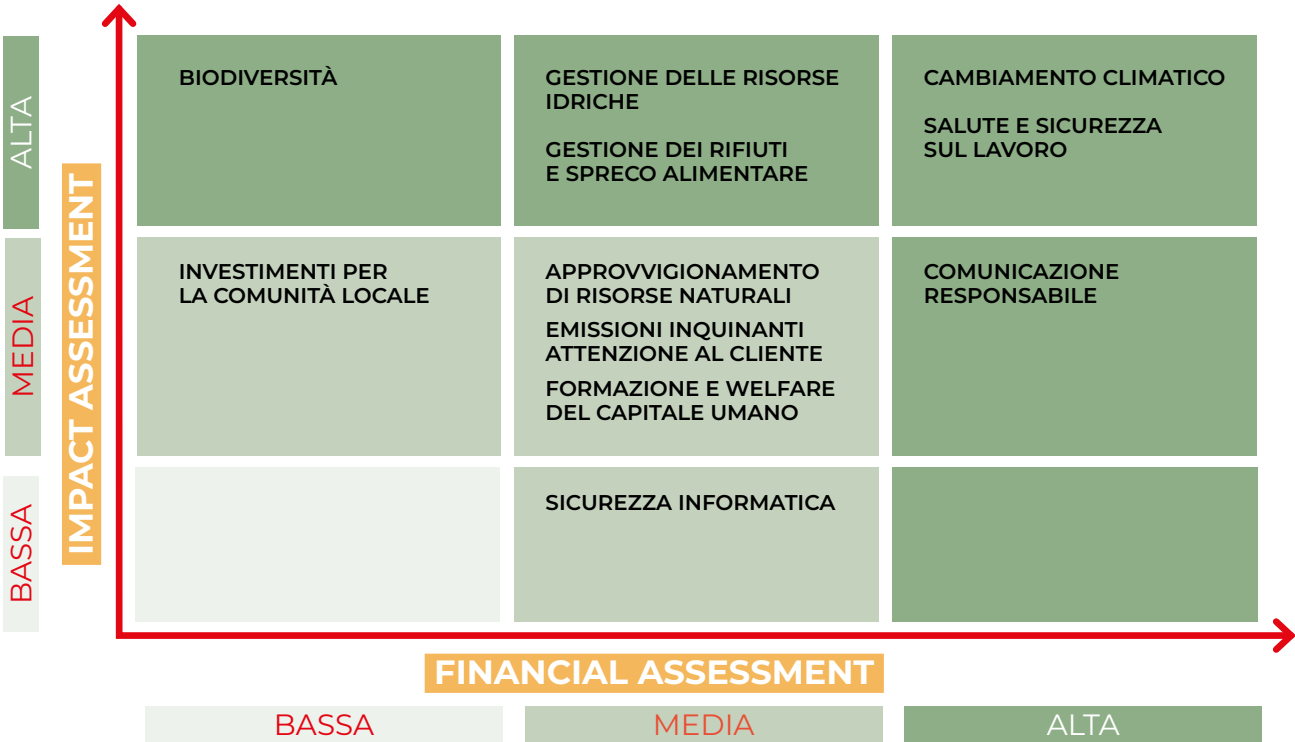


Infine, i temi identificati sono stati valutati e ordinati per priorità, considerando la **significatività degli impatti** tramite criteri di **gravità** (scale, scope, irrimediabilità) e **probabilità**. Per rischi e opportunità, invece, si è adottato un approccio basato su **magnitudo** (entità dell'effetto economico) e **probabilità**.

Il risultato, validato dalla direzione, è stato sintetizzato nella **Matrice di Doppia Materialità**, dove gli assi rappresentano la materialità d'impatto e finanziaria, evidenziando i temi di rilevanza **media o alta**.






## Matrice di Doppia Materialità





L'aggiornamento metodologico dell'analisi e l'estensione del perimetro aziendale hanno portato a un elenco di temi materiali, così come indicato dalla seguente tabella:

MACROCATEGORIA	TEMI MATERIALI 2023 - 2024
 AMBIENTE	Cambiamento climatico
	Gestione delle risorse idriche
	Biodiversità
	Approvvigionamento di risorse naturali
	Emissioni inquinanti
	Gestione dei rifiuti e spreco alimentare
 SOCIETÀ	Salute e sicurezza sul lavoro
	Formazione e welfare del capitale umano
	Investimenti per la comunità locale
	Attenzione al cliente
 GOVERNANCE	Comunicazione responsabile
	Sicurezza informatica

## Governance e compliance

***A partire da maggio 2024 il Gruppo, composto da Bennet S.p.A. e Gallerie Commerciali Bennet S.p.A., ha assunto la denominazione legale di BGB HOLDING S.p.A.***

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 possono essere 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 CRSD, secondo cui le informazioni non finanziarie diventeranno parte integrante della Relazione sulla Gestione e saranno quindi soggette ad approvazione ufficiale.



## La politica retributiva

***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 2024, 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.

Sono previsti, per alcuni uffici, incentivi economici specificatamente legati alla gestione degli impatti di sostenibilità individuati dall'azienda.

Inoltre, non è ancora operativo un sistema di monitoraggio per il gender pay gap, né sono state implementate certificazioni in materia. Questa scelta è motivata dalla composizione della nostra forza lavoro: la maggior parte è impiegata nei negozi ed è regolata dal CCNL.



## Il Modello di Organizzazione e Gestione 231

Il nostro obiettivo è essere per i clienti un punto di riferimento nella spesa quotidiana e nello shopping di qualità, offrendo servizi di eccellenza. A tal fine, sia Bennet S.p.A. che Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. sono state dotate di un proprio modello di organizzazione, gestione e controllo (Modello 231), conforme al D.Lgs. . 231/2001, progettato per garantire la massima efficacia ed efficienza, assicurando al contempo totale trasparenza verso tutti gli stakeholder nel pieno rispetto della nostra missione e dei nostri valori.

***Il Modello 231 rappresenta un sistema integrato di regole e procedure di controllo che promuove trasparenza e correttezza nelle attività aziendali, salvaguardando reputazione e immagine, gli interessi dei soci e il lavoro dei dipendenti, prevenendo al contempo eventuali reati che potrebbero essere commessi.***

Per garantire la corretta e diffusa applicazione del Modello, è stato istituito un Organismo di Vigilanza, incaricato di monitorare, rivedere e aggiornare periodicamente il documento, oltre a gestire eventuali segnalazioni di comportamenti illeciti. 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<sup>2</sup>.

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 2024, il sistema di whistleblowing non ha registrato alcuna segnalazione di comportamenti illeciti, confermando l'impegno del Gruppo per la legalità e la trasparenza.***

## L'approccio prudentiale

I presidi del modello 231 coprono tutte le tipologie di rischio aziendale, coerentemente con le caratteristiche, le dimensioni e la complessità delle attività svolte dalle società del Gruppo. In qualità di Gruppo, adottiamo un approccio prudente e responsabile alla gestione dei rischi, con particolare attenzione alla prevenzione e alla mitigazione degli stessi.

Il nostro **Codice Etico** rappresenta il quadro di riferimento per l'agire responsabile e sostenibile di tutte le società del Gruppo. I principi in esso contenuti orientano le decisioni aziendali, promuovendo comportamenti improntati a trasparenza, legalità, integrità, equità e rispetto delle persone, dell'ambiente e delle comunità in cui operiamo.

## Il Codice Etico

Sia Bennet S.p.A. che Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. dispongono di un proprio Codice Etico, adottato dal Consiglio di Amministrazione rispettivamente nel 2015 e nel 2017. Questi documenti disciplinano i diritti, i doveri e le responsabilità che assumiamo nei confronti degli stakeholder con cui interagiamo quotidianamente nelle nostre attività.

In particolare, i Codici Etici stabiliscono norme per prevenire e contrastare fenomeni di corruzione e conflitti di interesse, sottolineando il ruolo cruciale dell'Organismo di Vigilanza nella gestione di tali questioni.

*Nel 2024, il numero totale di episodi di corruzione accertati è stato pari a zero.*

Il Codice Etico viene comunicato a tutti i nostri dipendenti, collaboratori e organi di governo per garantirne la conoscenza ed è pubblicato sui rispettivi siti aziendali. Per qualsiasi dubbio riguardante il contenuto e l'applicazione del Codice Etico, è possibile fare riferimento all'Organismo di Vigilanza.

## I nostri principi

**Valorizziamo e promuoviamo le risorse umane, rispettando l'integrità fisica, morale e culturale di ogni individuo.**

**Garantiamo condizioni di lavoro che tutelano la dignità personale e offriamo ambienti di lavoro sicuri.**

**Assicuriamo la riservatezza delle informazioni e dei dati personali raccolti nell'ambito delle attività lavorative.**

**Puntiamo costantemente alla qualità e all'eccellenza dei nostri prodotti, attraverso attività di ricerca e sviluppo.**



**Ci impegniamo a mantenere la massima imparzialità, evitando qualsiasi forma di discriminazione.**

**Siamo dedicati alla salvaguardia dell'ambiente.**

**Promuoviamo una competizione leale con gli operatori di mercato, evitando comportamenti collusivi o abusi di posizione dominante che possano compromettere il principio di concorrenza leale.**

## La tutela della privacy dei clienti

Nel 2024 abbiamo sviluppato un articolato percorso di analisi delle nostre attività e di adeguamento alle normative vigenti, in particolare al GDPR UE 2016/679, il Regolamento Generale per la protezione dei dati personali, recepito nel diritto italiano con il D. Lgs. 101/2018. Il cliente è una figura centrale nella nostra operatività, quindi la tutela della sua privacy è una priorità fondamentale.

In questo contesto, abbiamo concentrato i nostri sforzi sul programma di fidelizzazione, adottando un approccio rigoroso in conformità con le linee guida stabilite dall'Autorità Garante. Garantiamo che il consenso al trattamento dei dati personali per il rilascio

delle carte fedeltà sia ottenuto in modo libero, specifico, informato e inequivocabile. La raccolta del consenso avviene in modo granulare, permettendo ai clienti di comprendere appieno l'impatto delle loro scelte prima di aderire al programma di fidelizzazione di Bennet.

Informiamo i nostri clienti riguardo ai dati personali che raccogliamo, le finalità del trattamento, le modalità di gestione, la durata della conservazione e su chi ha accesso a tali dati. Inoltre, forniamo i dettagli sul trasferimento, sui diritti dei clienti riguardo ai propri dati, inclusi i modi per esercitare tali diritti.



***Nel 2024 non abbiamo registrato alcuna segnalazione al Garante da parte dei clienti in merito alla tutela della privacy, un segno tangibile del nostro impegno costante verso la protezione dei dati personali e della fiducia che i nostri clienti ripongono in noi.***

## L'impegno per la cybersecurity

Abbiamo intrapreso importanti iniziative per potenziare il livello di sicurezza informatica.

È stato realizzato un assessment dei rischi per identificare le aree critiche e definire le priorità di intervento, tracciando un percorso di potenziamento nelle infrastrutture di sicurezza.

Abbiamo creato un Security Operation Center (SOC) dotato di tecnologie avanzate, responsabile del monitoraggio continuo di tutti i sistemi, inclusi quelli in cloud, che permette una reazione rapida alle minacce.

Sono stati implementati miglioramenti nella gestione del traffico di rete, trasferendo la raccolta dei log di sicurezza dal server locale al cloud tramite Google Chronicle.

L'analisi dei log continua a essere gestita dal SOC, mentre è stata avviata un'attività di sedimentazione della rete, con particolare attenzione alla navigazione internet dei clienti, grazie all'adozione di NetScope e all'approccio di zero trust. In futuro, si prevede di eliminare l'uso delle VPN, adottando soluzioni sempre tramite NetScope.

“

*Nel 2024 abbiamo avviato il processo di formalizzazione delle policy e delle procedure in ambito security con l'obiettivo di garantire una governance strutturata e coerente dei rischi informatici e della sicurezza digitale a livello aziendale.*

”



## La formazione dei collaboratori nell'ambito della cybersecurity

Nel corso del 2024, abbiamo avviato un percorso strutturato di formazione interna sui temi della sicurezza informatica, coinvolgendo i collaboratori attraverso corsi dedicati alla **cybersecurity awareness**.

È stato approvato un programma formativo specifico, volto a fornire competenze avanzate in materia di sicurezza digitale, con un focus sull'importanza dell'identità digitale e sul valore dell'informazione, considerata un asset strategico e imprescindibile per la crescita e la continuità operativa di ogni organizzazione.

Il programma formativo ha approfondito, inoltre, le principali minacce informatiche, le motivazioni alla base degli attacchi, le diverse tipologie di rischio e le principali strategie di prevenzione e difesa.

Parallelamente, sono stati avviati progetti dedicati al tema della **gestione dell'identità digitale** (identity), con l'obiettivo di implementare un ecosistema di login unificato e sicuro, in grado di supportare un numero crescente di utenti e applicazioni. A integrazione, sono state condotte campagne di phishing simulato e test di simulazione di attacco, per sensibilizzare gli utenti sui rischi e potenziare la resilienza organizzativa.

In linea con gli aggiornamenti normativi europei, l'Azienda ha inoltre avviato l'adeguamento ai requisiti del **Regolamento RIS2**, definendo procedure operative, materiali formativi e test finali obbligatori, da superare al termine dei percorsi formativi.



### Cybersecurity Awareness





## La digitalizzazione: driver di crescita

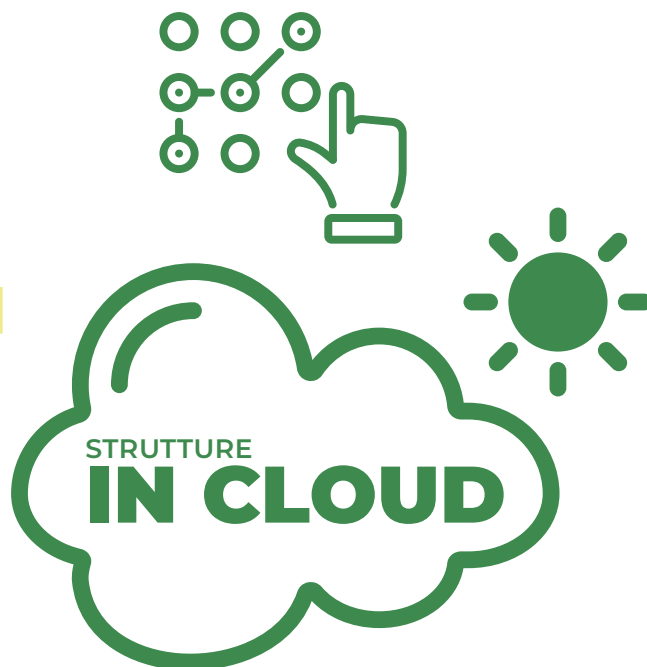
Nel percorso di trasformazione digitale e ottimizzazione delle risorse, il Gruppo ha avviato un processo strutturato di automazione delle principali attività amministrative, con particolare riferimento alla gestione delle bolle, alla registrazione delle fatture, alle attività HR (gestione delle contestazioni, delle buste paga e dei curricula).

Queste attività, tradizionalmente ad alto impatto in termini di risorse umane e materiali, sono state semplificate grazie all'introduzione di sistemi automatizzati, con un effetto positivo in termini di efficienza, precisione e riduzione dei margini di errore.

Un ulteriore avanzamento tecnologico di rilievo ha riguardato **il passaggio dei server aziendali per la gestione dei processi e-commerce e degli uffici da soluzioni "on premise" a infrastrutture completamente "in cloud"**. Si è realizzata anche **l'esternalizzazione della gestione dei server dei punti vendita**, attraverso l'adozione di soluzioni "in hosting".

Questa scelta strategica consente di ottimizzare l'utilizzo delle risorse e ridurre l'impatto ambientale: i data center esterni, infatti, sono progettati per una gestione energetica più efficiente, assicurando una maggiore sicurezza nella protezione e nel trattamento dei dati, oltre a favorire una razionalizzazione delle risorse informatiche e delle competenze interne.

*In linea con l'impegno per l'innovazione e la digitalizzazione dei punti vendita, nel 2024 si è completata l'estensione delle etichette elettroniche a tutta la rete. Questa evoluzione tecnologica contribuisce a migliorare l'esperienza d'acquisto del cliente, a ottimizzare i flussi operativi interni e a ridurre l'utilizzo di carta e materiali stampati.*



L'innovazione legata alle etichette elettroniche genera benefici commerciali, in quanto il prezzo è sempre corretto e velocemente modificabile e di ottimizzazione delle risorse. I display più grandi, quindi maggiormente leggibili forniscono al cliente informazioni

prontamente fruibili, aumentando trasparenza e chiarezza. Nell'ambito del nostro percorso verso un modello di business sempre più responsabile e sostenibile, nel 2024 abbiamo implementato un sistema avanzato di **pricing automatizzato**.

*Questo motore di pricing acquisisce in tempo reale i prezzi applicati dai principali competitor, permettendo di definire le migliori strategie di prezzo in linea con le nostre politiche commerciali, da sempre orientate a tutelare il potere d'acquisto delle famiglie.*

In coerenza con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale delle nostre attività, abbiamo **ridotto significativamente l'utilizzo dei volantini cartacei** che accompagnano le campagne promozionali quindicinali. A partire dalla primavera del 2023, in tutti i punti vendita sono stati introdotti **totem e cartellonistica realizzati interamente in materiali ecocompatibili e riciclabili al 100%**, dotati di **QR Code** che consentono ai clienti di accedere direttamente, tramite smartphone, alle offerte aggiornate in formato digitale.

A supporto di questa iniziativa, abbiamo inoltre attivato nel luglio del 2024 il **servizio di invio dei volantini tramite WhatsApp**, una soluzione che ci consente di ridurre ulteriormente il consumo di carta e di materiali stampati, garantendo al tempo stesso una comunicazione **più efficace, tempestiva e trasparente** con i nostri clienti. Questa scelta unisce attenzione per l'ambiente, innovazione tecnologica e qualità del servizio, rafforzando il nostro impegno nel promuovere un consumo più consapevole e sostenibile.

The advertisement features a green background. At the top, a yellow banner with the word "NOVITÀ" in green is next to the WhatsApp logo. Below this, the text "IL VOLANTINO BENNET È SU WHATSAPP!" is written in green and white. In the center, there is a QR code with a red 'b' logo in the middle. Below the QR code, the text "INQUADRA QUI E RICEVILO SUBITO" is written in yellow. Underneath, in smaller white text, it says "OPPURE SCRIVI 'VOLANTINO' AL NUMERO +39 0318120507". At the bottom left, the Bennet logo is shown with the tagline "per l'ambiente" and the text "MENO CARTA USIAMO, PIÙ TUTELIAMO L'AMBIENTE." At the bottom right, a smartphone is displayed showing a WhatsApp chat with Bennet. The chat message says "Ciao, mi piacerebbe ricevere il volantino Bennet su WhatsApp?". The phone screen also shows a digital flyer for a 50% discount on a product, with the price 3,29 and the Bennet logo.

## Innovazione digitale al servizio di un business sostenibile e responsabile



La nostra strategia di sostenibilità passa anche attraverso l'innovazione digitale con l'obiettivo di migliorare costantemente l'esperienza dei clienti, ottimizzando i processi interni e riducendo l'impatto ambientale delle nostre attività.

Abbiamo completato un importante aggiornamento del motore di ricerca **interno del nostro sito di e-commerce**, focalizzandoci sulla **personalizzazione dell'esperienza di acquisto**.

In conformità al **Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR)**, offriamo ai clienti che hanno espresso il loro consenso la possibilità di accedere a **raccomandazioni personalizzate** e a **funzionalità di ricerca su misura**, migliorando così l'interazione con il nostro ecosistema digitale e favorendo una fruizione più mirata e responsabile dei nostri servizi.

Parallelamente, abbiamo lavorato allo sviluppo di un **sistema innovativo dedicato anche ai negozi fisici** nei quali è presente il servizio drive ottimizzando la gestione dei processi interni, per ridurre i tempi di consegna e limitare le inefficienze.

Questo progetto introduce anche la possibilità di proporre **prodotti alternativi** nel caso di articoli non disponibili, riducendo così il rischio di sprechi e migliorando la soddisfazione dei clienti. Il pagamento della spesa drive alla consegna rimane una peculiarità molto apprezzata dalla clientela insieme al supporto pratico offerto in fase di ritiro, come ad esempio l'assistenza nel carico della merce in auto.

*La formazione del personale che si occupa delle spese drive, in particolare, gioca un ruolo centrale in questo percorso: investiamo in programmi formativi che promuovano non solo la competenza tecnica, ma anche la capacità di costruire un rapporto di fiducia con i clienti, considerato un pilastro fondamentale per il rafforzamento della loyalty e per il successo del nostro modello di business.*

Guardando al futuro, nel 2024 abbiamo iniziato a sviluppare un progetto di **experience mapping**, che consentirà di mappare e analizzare i comportamenti e le interazioni dei clienti, sia nei punti vendita fisici, sia attraverso i canali digitali, come il sito web e l'applicazione mobile. Questa iniziativa, attualmente in fase di progettazione, rappresenta un ulteriore passo di Bennet verso la creazione di un ecosistema integrato e sostenibile.



## Gestione dei dati, ascolto dei clienti e innovazione per un retail più efficiente e vicino alle persone

Bennet monitora costantemente la qualità dei propri servizi digitali attraverso strumenti di ascolto e analisi delle esigenze dei clienti. Tra le iniziative consolidate, i **sondaggi annuali** permettono di raccogliere feedback utili per il miglioramento continuo. In particolare, il servizio **Click & Collect** ha ottenuto valutazioni medie comprese tra 4,5 e 4,9 su 5, mentre il servizio di consegna a domicilio ha registrato punteggi inferiori, riflettendo le sfide di un mercato competitivo. Per arricchire e semplificare la raccolta dei feedback, stiamo inoltre integrando la piattaforma e-commerce con software specifici e con i canali social.

*L'impegno nella gestione proattiva della reputazione digitale è testimoniato dalla classifica di settore, in cui Bennet si è posizionata al secondo posto tra i principali player del mercato, grazie alla capacità di rispondere in modo tempestivo ai commenti dei clienti e alla qualità delle soluzioni proposte.*



**ACCURATEZZA  
COERENZA  
ACCESSIBILITÀ**



Nel 2024, Bennet ha portato a termine l'implementazione della soluzione di **Customer Master Data Management (MDM)**. Questo progetto rappresenta un passo strategico verso una gestione più efficace e integrata dei dati dei clienti, finalizzata a migliorare l'esperienza d'acquisto e l'efficienza dei processi operativi. La centralizzazione e la standardizzazione delle informazioni ci consentono di garantire maggiore **accuratezza, coerenza e accessibilità** dei dati su tutti i canali di contatto, facilitando così lo sviluppo di strategie personalizzate e l'erogazione di servizi sempre più in linea con le aspettative dei consumatori.

L'adozione dell'MDM permette di **ridurre le ridondanze**, limitare gli errori, semplificare i processi e migliorare la qualità delle decisioni, generando così benefici tangibili in termini di efficienza e di contenimento dei costi operativi.

Questa evoluzione tecnologica è parte di un percorso più ampio che include anche l'introduzione della piattaforma **Relex per il Living Retail**. Attiva dal 2023, la piattaforma utilizza algoritmi predittivi basati sulle serie storiche di vendita per stimare la domanda futura e gestire in modo automatico i riordini. Questo sistema integrato consente di ottimizzare la gestione degli spazi, ridurre il rischio di sprechi e migliorare l'accuratezza delle previsioni, contribuendo a un modello operativo più snello ed efficace.

*Attraverso questi progetti, Bennet rafforza il proprio impegno verso l'innovazione responsabile, promuovendo una trasformazione digitale che non solo migliora l'efficienza dei processi interni, ma crea anche valore per i clienti e supporta una gestione più consapevole delle risorse.*

## Bennet nel Metaverso

Dopo il lancio del Bennet NFT Club, dal 2023 Bennet è entrata nel Metaverso<sup>3</sup> con la Raccolta Punti Bennet Club. Bennet è la prima azienda della distribuzione organizzata in Italia a offrire ai propri clienti un progetto di loyalty veicolato attraverso un'esperienza virtuale.

La Raccolta Punti Bennet Club mantiene il suo impianto tradizionale, la presentazione e la scoperta dei premi si trasformano in modo radicale. I possessori di Bennet Club, ma anche tutti i curiosi non tesserati, navigando su [bennet.com](https://nft.bennet.com) possono "esplorare" i premi offerti della raccolta all'interno del Metaverso: un mondo digitale 3D accessibile da ogni dispositivo.



<sup>3</sup> <https://nft.bennet.com/metaverso/>

## La performance economica

Nel 2024 le turbolenze geopolitiche e sociali (conflitti in Ucraina e Palestina) hanno esercitato una profonda influenza sul nostro attuale contesto. Le conseguenze di tali eventi si riflettono sulle aspettative dei consumatori, sul reddito disponibile e sulla propensione a spendere, influenzando direttamente le performance commerciali, operative e finanziarie del Gruppo.

Nel corso dell'anno, tuttavia, l'attività economica ha mostrato segnali di graduale ripresa, sostenuta da un incremento del reddito reale disponibile, una diminuzione dell'inflazione e una dinamica salariale in evoluzione.



A maggio 2024 la controllante Bennet Holding S.p.A. ha mutato il proprio nome in **BGB Holding S.p.A.** Questo cambiamento fa parte di un più ampio processo di riorganizzazione del gruppo, mirato a rafforzare la nostra posizione e a migliorare l'efficienza operativa.

Nel 2024 **Bennet S.p.A.** ha continuato, sia la propria attività in tutte le direttrici progettuali di carattere strategico, sia il processo di revisione dei punti vendita, con la decisione

di chiudere quelli che, per il loro formato o la loro posizione geografica, non si allineavano più con le strategie del Gruppo.

Alcuni di questi punti vendita sono stati ceduti a operatori esterni, segnando così un passo importante verso una maggiore efficienza e coerenza con gli obiettivi aziendali. Nel corso del periodo, sono stati, infatti, ceduti a operatori terzi i rami d'azienda relativi agli ipermercati di Nerviano (MI), San Giuliano Milanese (MI), Comacchio (FE), Brescia, Cento (FE) e Verbania. Inoltre, è stata interrotta l'attività di vendita alimentare presso il punto vendita di Legnano (MI), contestualmente all'affitto del relativo ramo d'azienda a una società terza operante nel settore non alimentare. Sono state inoltre cedute a operatori terzi le porzioni immobiliari dei punti vendita di Forlimpopoli (FC), Castelvetro Piacentino (PC) e Ronchi dei Legionari (GO), già interessati negli esercizi precedenti dalla cessione, agli stessi acquirenti, dei rispettivi ipermercati.

Bennet S.p.A. ha deciso di concentrare ulteriormente i propri sforzi sulla strategia commerciale e sui formati da adottare, per rendere la propria offerta più competitiva in un mercato in continua evoluzione e sempre più sfidante. In questo contesto, 24 ipermercati hanno subito modifiche, con una riduzione degli spazi e un rinnovamento dei formati. Il piano di revisione ha riguardato in particolare il settore non alimentare, toccando tutte le categorie di prodotti in quest'area, con un focus speciale sull'elettronica di consumo e sul tessile.



“

*Questa significativa riduzione della presenza di tali categorie nei punti vendita ha liberato spazi che sono stati utilizzati per affittare negozi a operatori esterni e ha permesso inoltre di ampliare e approfondire l'offerta alimentare. Inoltre, sono state riviste le aree promozionali per allinearsi meglio con il nuovo assortimento, rendendo l'esperienza di acquisto più coerente e attrattiva per i clienti.*”

”

Per quanto riguarda **Gallerie Commerciali Bennet S.p.A.**, l'anno in esame ha mostrato un rafforzamento delle performance attribuibile principalmente all'apertura di nuove attività.

La crescita è stata sostenuta anche dalla revisione del formato e del layout degli ipermercati di Bennet S.p.A.

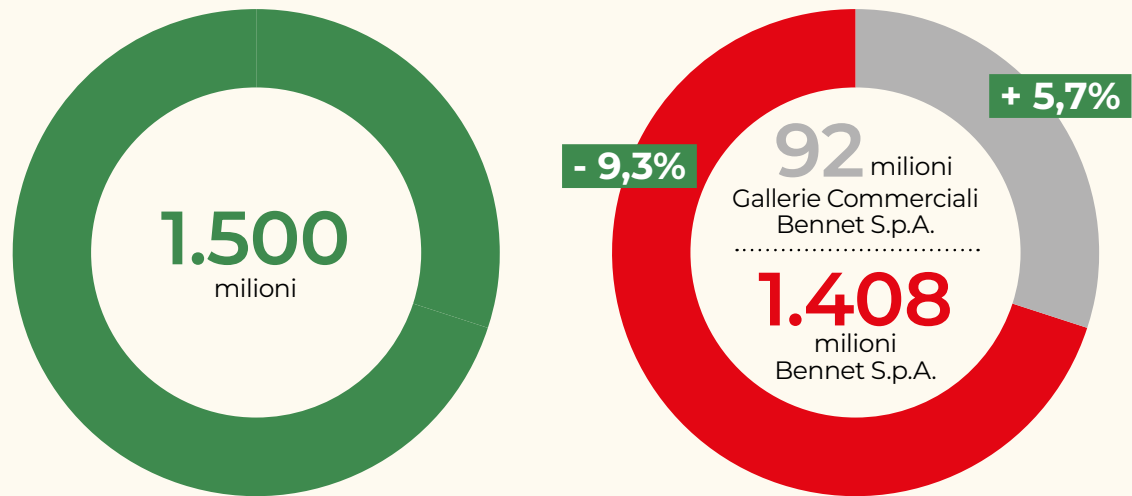
Questi spazi sono stati affittati a operatori specializzati, contribuendo così a diversificare l'offerta e a rendere le gallerie ancora più attrattive per i clienti.

Sono stati inoltre portati a termine nel corso dell'esercizio tutti i progetti pianificati nel quadro del programma di sviluppo strategico della controllata Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. nelle direttrici dei restyling e della politica ESG.





**Nel 2024, il Gruppo ha generato un valore economico di 1.500 milioni di euro**, di cui 1.408 milioni provenienti da Bennet S.p.A. e la restante parte, pari a 92 milioni, relativa a Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. Rispetto al 2023, quando il Gruppo ha generato 1.640 milioni di euro, il valore economico di Bennet è diminuito (-9,3%) , mentre quello di Gallerie è aumentato (5,7%).



**Il valore economico generato è stato per il 90% (1.355 milioni di euro) distribuito agli stakeholder di riferimento.**

In particolare, di questo i fornitori ne hanno ricevuto l'82,7% (1.121 milioni), il personale il 13% (176 milioni), la Pubblica Amministrazione il 2,6% (35 milioni), gli azionisti l'1,4% (20 milioni), i finanziatori lo 0,2% (3 milioni), e la comunità (sotto forma di liberalità e donazioni) lo 0,01% (198 mila).

Il restante 10% (145 milioni) è stato trattenuto all'interno dell'azienda a sostegno della futura crescita.

