



IL NOSTRO PERCORSO.

CHI SIAMO - HIGHLIGHTS 2019.

64 punti vendita

33 punti bennetdrive nel 2019 - 12 nuove aperture previste nel 2020

1,4 miliardi di euro di ricavi netti

PERSONE.

6.528 dipendenti nel 2019 assunti a tempo indeterminato e determinato

71% dei dipendenti sono donne

1.376 dipendenti assunti nel 2019 di cui il **92%** sotto ai 30 anni

26.901 ore di formazione erogate nel 2019

+17% ore totali di formazione erogate rispetto al 2018

Quasi **220.000 euro** in donazioni ad associazioni donati tramite la raccolta punti

66.000 euro in prodotti tecnologici e cancelleria donati alle scuole

1,6 milioni di euro il valore dei prodotti donati a Banco Alimentare, che hanno permesso di preparare più di **531.000** pasti

PRODOTTI.

195 Prodotti Bennet certificati sostenibili nel 2019 (+11% rispetto al 2018)

265.963 kg di prodotti donati a **Banco Alimentare** (in particolare prodotti freschi e verdure) pari a un valore di vendita di **1.630.352 euro**.

Possiamo ipotizzare di aver contribuito alla preparazione di più di **531.000 pasti**.

PIANETA.

9 colonnine di ricarica per le auto elettriche nei punti vendita Bennet in partnership con EnelX e Be Charge

-6,7% consumi totali di gas metano rispetto al 2018

-4,1% consumi totali di energia elettrica rispetto al 2018

355.000 kWh di energia rinnovabile prodotta da fotovoltaico hanno permesso di evitare **127 tCO₂**

-6,3% emissioni dirette e indirette di gas a effetto serra rispetto al 2018

-12% di carta per volantini rispetto al 2018: **971,45** tonnellate di carta risparmiata

UNA LUNGA STORIA DI INNOVAZIONE.

Da “Il Fondatore Enzo Ratti, Storia di una vita e di un’impresa”, Giorgio Gandola

Tra gli scaffali del negozio di famiglia, Enzo Ratti comincia a cogliere l’importanza di due concetti: dedizione e qualità. La dedizione nell’essere puntuali, precisi, attenti alle esigenze dei clienti. E la qualità, con cui distinguersi dagli altri. A fare la differenza sono la ricerca dei prodotti, la cura per le diverse tipologie di clientela, le antenne sempre dritte a cogliere le tendenze gastronomiche in un’Italia che – dopo avere stretto la cinghia durante il periodo bellico – ricomincia a farsi valere nel commercio, nell’industria, nel terziario. E ad avvertire il bisogno di imbadire la tavola mentre il boom economico prende forma.

Siamo nel **1964** a Legnano. Insieme ad altri imprenditori, Enzo Ratti crea un punto vendita di tessuti e abbigliamento che offre anche generi alimentari. È il primo **negozio integrato**, in anticipo di alcuni anni sul mercato: è la possibilità di vendere insieme, “a libero servizio”, prodotti alimentari di qualità e non-food.

L’anno successivo, il **1965**, compare per la prima volta l’insegna Bennet. Nel **1970** la formula decolla e il **numero di dipendenti sale a 63**. Il marchio si amplia con nuovi punti vendita di grande superficie fino ad aprire, nel **1979**, il primo ipermercato di **oltre 3.000 metri quadrati** di esposizione a Erba.

Negli **anni Ottanta** i dipendenti **aumentano a 145**. Accanto alle strutture multifunzionali, che trasformano la spesa in un’**esperienza coinvolgente**, convivono i servizi personalizzati che riproducono **le piccole botteghe**



di quartiere: pescheria, gastronomia, enoteca. Anticipando le richieste di un mercato in grande evoluzione, nel **1987** Bennet è tra i primi a introdurre la **salutistica** con il supporto di un dietologo.

La competizione aumenta ed Enzo capisce che per poter cavalcare l'onda si devono unire le forze. Così nel **1990** con altri imprenditori costituisce il Sun (Supermercati Uniti Nazionali), una tra le prime **centrali d'acquisto** in Italia. La strategia è vincente e l'esperienza continua in Intermedia 1990. Ora Bennet ha tutti i presupposti per giocare ad armi pari con i colossi nazionali e stranieri la partita della Grande Distribuzione.

L'inizio degli anni Novanta è segnato anche dall'ingresso in azienda del figlio Michele, nato nel 1964, che ha 30 anni, una laurea all'Università Bocconi (con la tesi su Strategie della Grande Distribuzione e caso Bennet) e ha maturato esperienza rimboccandosi le maniche, mentre il **numero di dipendenti Bennet sale a 1.116.**

Nasce il progetto della fondazione Pro Elisoccorso 118.

Nel **1993** Bennet apre a Cantù uno dei centri commerciali più rivoluzionari nel panorama italiano: **30.000 metri quadrati** di superficie a pavimento, **un ipermercato** di 8.000 metri quadrati più una **galleria** di 50 fra negozi, spazi artistici e di divertimento con bar, ristoranti, sportello bancomat, edicola.

A metà anni Novanta la tecnologia irrompe con prepotenza nelle imprese e il “signor Bennet” accoglie il cambiamento. Nasce il software di rifornimento: ogni notte tutti i punti vendita si collegano automaticamente con il sistema centrale che, in base al venduto del giorno, predispone automaticamente il rifornimento della merce mancante. Il tutto avviene grazie ad un software realizzato in casa, studiato e applicato dai tecnici di Bennet.

UN RICONOSCIMENTO AL VALORE DEL LAVORO.

È il 2 giugno 1995 quando Enzo Ratti riceve una lettera dal Quirinale, che annuncia una nomina e un invito firmati da Oscar Luigi Scalfaro.

Il presidente della Repubblica lo chiama per consegnargli l'onorificenza per eccellenza: **Cavaliere del Lavoro**.

“Questo riconoscimento mi onora molto, ma sento di doverlo condividere con mia moglie Gianna che ha saputo portare il settore non food a lei affidato a vette altissime; con mio figlio Michele che ha dato una forte accelerazione allo sviluppo della società specialmente nel campo degli ipermercati e dei centri commerciali. E con le 2.500 persone che quotidianamente lavorano al nostro fianco con capacità e professionalità” commenta il Signor Bennet.

È il 28 settembre 1998, quando Enzo Ratti si spegne nella sua casa davanti al lago, a 70 anni. Partendo da un piccolo negozio ha compiuto un viaggio straordinario e ha realizzato un'impresa che oggi dà lavoro a oltre 6.500 persone.

Quasi dieci anni dopo, il figlio Michele Ratti, accompagnato dalla moglie Elena e dai figli, torna nello stesso salone del Quirinale per ricevere da Giorgio Napolitano lo stesso riconoscimento di suo padre: Cavaliere del Lavoro.

Arrivano gli anni 2000: lo studio, la ricerca continua e la costruzione di una vera squadra nell'azienda, insieme a Michele Ratti e alla madre Gianna, generano nuovi stimoli e avvicinano Bennet a nuove proposte e formati.

Dal 2014 in poi si progettano nuovi concept store dalla struttura architettonica unica nella loro modernità, ideata in modo da coniugare essenzialità, rigore espositivo e pulizia a un'atmosfera coinvolgente. È in questo senso che nascono reparti come il “Mercato dei freschi”, una vera e propria piazza dove passeggiare tra i banchi dei prodotti freschi e freschissimi, dalla pescheria alla panetteria passando per pasticceria, frutta e verdura, salumeria e cucina.

Il percorso di evoluzione culmina nel punto vendita di Vaprio d'Adda, inaugurato nel 2015. Il nuovo concetto di “store” Bennet parte proprio da qui, con una formula di ipermercato più leggero e contenuto nelle dimensioni, sui 4.000 mq, con 16 casse (di cui 6 fai da te), 116 dipendenti, 500 posti auto gratuiti con parcheggi a raso e sul tetto. Con il punto vendita di Vaprio d'Adda, Bennet lancia anche l'e-commerce, nuovo pilastro di business per la catena a cui seguiranno nuove aperture impostate secondo lo stesso modello.

Le successive aperture, Nichelino e Chivasso, confermeranno la volontà dell'insegna di concentrarsi sullo sviluppo di nuovi modelli che si fondano su superfici diverse (5.000/6.000 mq) lasciando il restante spazio al centro commerciale. L'investimento nell'immobiliare resta centrale per l'azienda in questi anni, una caratteristica che porta Bennet ad espandersi in altre regioni con nuovi formati. Come spesso soleva dire ai suoi collaboratori il fondatore Enzo Ratti, “Mai dormire sugli allori, pungono”. Forte di questo saggio insight, il figlio Michele, ora alla guida dell'azienda di famiglia con la madre, continua questo viaggio iniziato dal padre, pronto ad accogliere nuove sfide dal mercato e ad anticipare le nuove tendenze.

Da “Il Fondatore Enzo Ratti, Storia di una vita e di un'impresa”, Giorgio Gandola



LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ DI BENNET.

La sostenibilità è il grande tema di oggi e i suoi benefici saranno al centro del domani.

Nel nostro mondo veloce e mutevole, rendere il proprio business sostenibile è una scelta strategica essenziale per continuare a essere competitivi nel lungo periodo. Con questa consapevolezza, noi di Bennet abbiamo deciso di intraprendere un percorso di crescita sostenibile, riformando e trasformando le pratiche aziendali per affrontare in modo propositivo il cambiamento delle condizioni ambientali, sociali ed economiche e rispondere al meglio ai bisogni e alle aspettative del mercato e della società, con il fine ultimo di accrescere il nostro valore e di dividerlo con tutti i portatori d'interesse.

Attraverso il diretto coinvolgimento dei nostri stakeholder, abbiamo perciò definito la Strategia di Sostenibilità 2020-2022, che individua tre pilastri su cui basare il nostro percorso di crescita sostenibile: le Persone, i Prodotti, il Pianeta.

- Le Persone comprendono i clienti che ogni giorno vengono a fare la spesa nei nostri ipermercati, i nostri collaboratori e le comunità locali con cui conviviamo.

Il nostro obiettivo primario è il loro benessere, a cui intendiamo contribuire innovando costantemente l'offerta di prodotti e servizi, mettendo a disposizione del nostro personale opportunità di flessibilità, welfare e formazione mirata, e sostenendo progetti e organizzazioni non-profit capaci di generare impatti socioeconomici e ambientali positivi sui territori in cui operiamo.

- I nostri Prodotti sono il filo che ci unisce alle persone: devono quindi rispecchiare il nostro impegno attraverso la garanzia di standard qualitativi elevati. Ci impegniamo a utilizzare materie prime certificate e di qualità, affinché i consumatori possano verificare facilmente l'origine. Con il proposito di diffondere la cultura della sostenibilità lungo tutta la filiera, selezioneremo fornitori che rispettino elevati standard ambientali e sociali.
- Il nostro Pianeta è sotto pressione per lo sfruttamento delle sue risorse e le richieste di alleggerire questa pressione non possono più essere ignorate. Noi di Bennet siamo risolti ad agire dove possiamo fare la differenza. Il nostro impegno mira a rendere più sostenibile il packaging, continuando al tempo stesso a combattere lo spreco alimentare, a limitare le emissioni di gas serra lungo tutta la nostra catena del valore e a gestire in modo ottimale i rifiuti, perché da un peso possano diventare una risorsa per l'ambiente e per la comunità.

Per ognuno dei pilastri, la Strategia di Sostenibilità individua azioni specifiche e concrete che riprendono e ampliano quelle avviate negli ultimi anni, permettendoci di avanzare in un processo di miglioramento continuo.

IL NOSTRO MARCHIO: GARANZIA DI QUALITÀ.

64 punti vendita

6.528 dipendenti, di cui 71% sono donne

1.4 miliardi di euro di ricavi netti

Bennet è un'azienda orgogliosa di essere **completamente italiana**. Dopo **oltre 50 anni** di impegno assiduo, serietà e attenzione nei confronti dei nostri clienti, siamo una catena di ipermercati **in costante crescita e in continuo rinnovamento**. Sempre all'avanguardia, proponiamo la più grande varietà di prodotti con la garanzia di sicurezza, competenza e convenienza in un ambiente nuovo, moderno e accogliente, guidati da valori di **innovazione, qualità e formazione**.

Per noi l'**innovazione** è una sfida quotidiana che anticipa e soddisfa tendenze e bisogni del consumatore, per trasformare il "fare la spesa" da semplice approvvigionamento in un'esperienza emotivamente coinvolgente.

Offerta e servizio di qualità significano puntare a essere sempre all'avanguardia offrendo il meglio nel rapporto qualità-prezzo, garantendo un assortimento molto ampio e un servizio sempre molto attento, in un ambiente serio e qualificato.

Valorizziamo le risorse umane con la **Formazione**, offrendo ai nostri collaboratori la possibilità di arricchire le proprie conoscenze e capacità per crescere insieme all'azienda.

Conquistare e mantenere una leadership di mercato e attuare programmi di espansione nel settore della grande distribuzione: una politica commerciale al passo con i tempi che ha permesso di raggiungere il traguardo di ben 64 punti vendita e 45 gallerie commerciali.

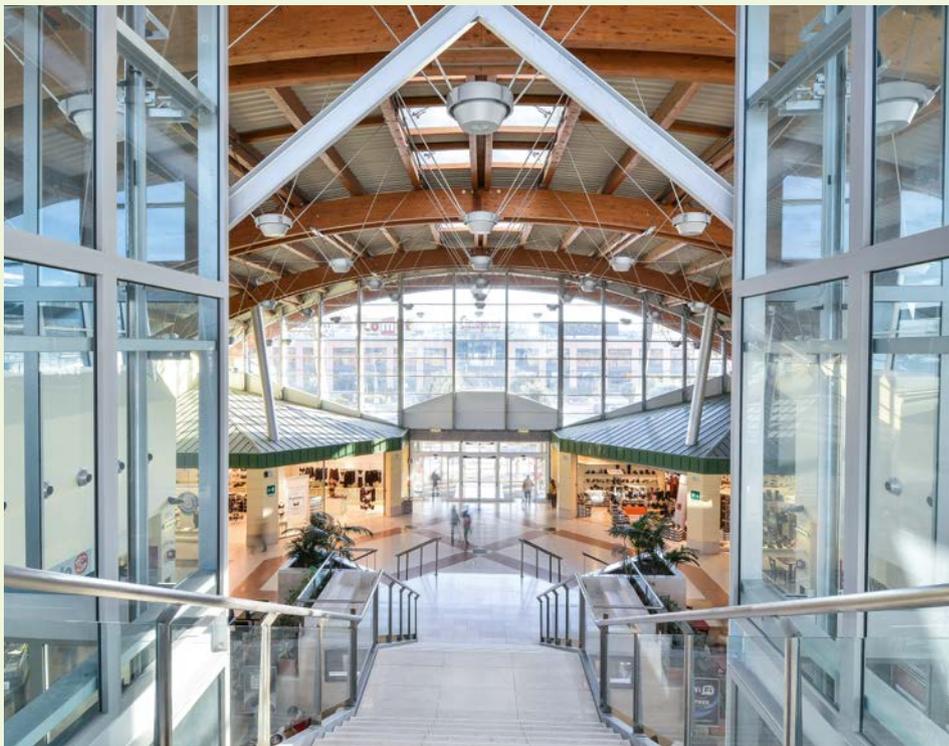
LE GALLERIE COMMERCIALI BENNET.

Gallerie Commerciali Bennet S.p.A. è un'azienda in continua evoluzione, leader nello sviluppo e gestione di *proximity mall* situati nelle più dinamiche aree geografiche, punti di riferimento per il territorio circostante.

Sono 45 i centri commerciali di proprietà, tutti con all'interno un ipermercato a insegna Bennet, 189 negozi e 249.652 mq affittati a fine 2019. Un mix capace di offrire al cliente un'esperienza dedicata alle sue esigenze e gratificazioni, grazie alla proposta merceologica dei brand e ai servizi innovativi che la caratterizzano.

Attraverso una continua evoluzione, Gallerie Commerciali Bennet si pone l'obiettivo di rendere le proprie gallerie sempre più accoglienti e a misura di cliente, per continuare a consolidare la sua posizione nel mercato immobiliare italiano dei centri commerciali.

Un focus particolare è rivolto alla scelta del territorio, perseguendo obiettivi strategici di carattere sia economico sia demografico, per creare un'integrazione con tutti i soggetti coinvolti: popolazione, istituzioni, tenant e partner.



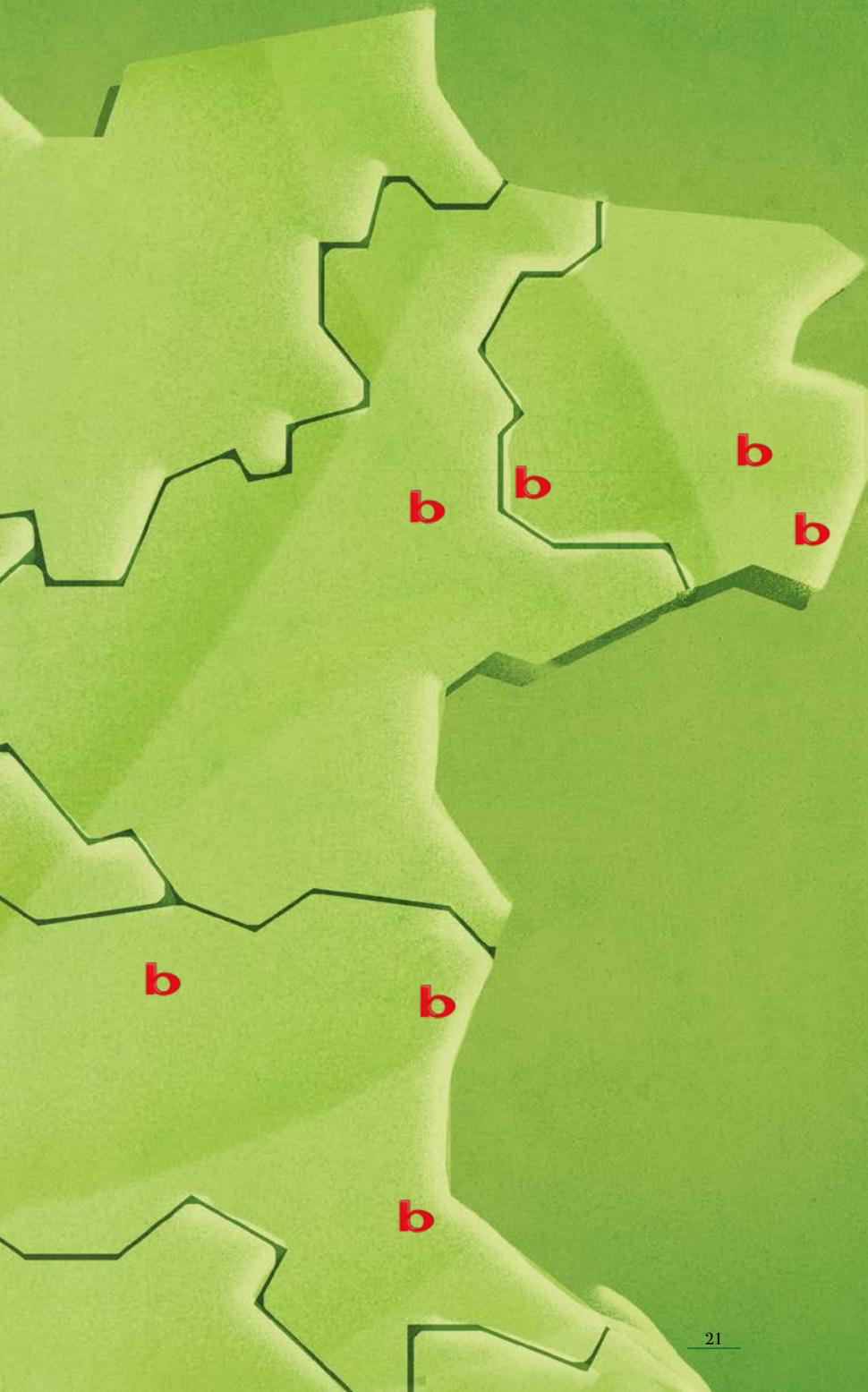
45 centri commerciali di proprietà

Oltre 249.000 mq affittati

189 negozi

CI TROVI QUI.





I nostri punti vendita

29 in Lombardia

26 in Piemonte

1 in Liguria

1 in Veneto

4 in Emilia Romagna

3 in Friuli Venezia Giulia

LA PERFORMANCE ECONOMICA.

I risultati del bilancio 2019 evidenziano un andamento sostanzialmente stabile delle principali voci, rispetto al 2018. Il prospetto nella pagina a fianco mostra il valore economico direttamente generato da Bennet e distribuito agli stakeholder .

Nel 2019 Bennet ha generato **1.544 milioni** di euro di valore economico, in sostanziale stabilità rispetto all'esercizio precedente.

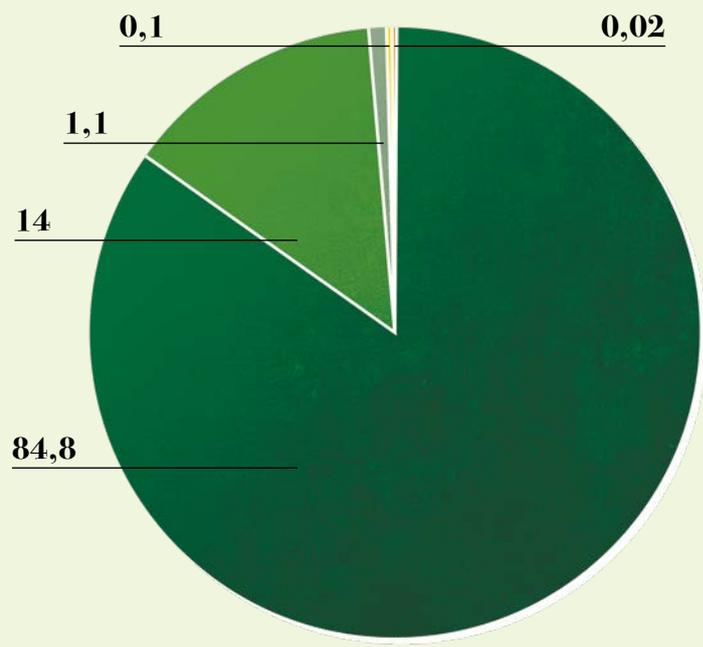
Tale valore è stato per il 94,8% (1.465 milioni di euro) distribuito agli stakeholder.

In particolare, i fornitori ne hanno ricevuto l'84,8% (1.242 milioni), il personale il 14,0% (205 milioni), la Pubblica Amministrazione l'1,1% (15,7 milioni), i finanziatori lo 0,1% (1,5 milioni) e la comunità (sotto forma di liberalità e donazioni) lo 0,02% (252 mila).

Il restante 5,4% (79,7 milioni) è stato trattenuto all'interno del Gruppo.



VALORE AGGIUNTO DISTRIBUITO AGLI STAKEHOLDER



(valori in migliaia di euro)

- Fornitori
- Personale
- Pubblica amministrazione
- Finanziatori
- Comunità

GOVERNANCE E COMPLIANCE.

Rispetto alla nostra tipologia di attività abbiamo adottato, quale organizzazione più efficiente ed efficace, la Società per Azioni (S.p.A.) come forma giuridica e il sistema di amministrazione e controllo contabile tradizionale, caratterizzato dalla separazione tra l'organo di gestione (Consiglio di Amministrazione) e quello di controllo (Collegio Sindacale). A garanzia di ulteriore correttezza, le attività di revisione dei conti sono affidate a un Revisore Legale dei Conti.

La governance aziendale, in linea con il nostro Statuto, prevede meccanismi che mirano a rendere non solo efficiente, ma anche trasparente il funzionamento degli organi di governo e dei sistemi di controllo della società. In particolare, i membri del Consiglio di Amministrazione sono nominati dall'Assemblea in considerazione dei criteri di onorabilità, professionalità e competenza definiti dallo Statuto. Restano in carica per un periodo non superiore a tre esercizi e scadono alla data dell'assemblea convocata

per approvare il bilancio dell'ultimo esercizio relativo alla loro carica. Gli Amministratori sono rieleggibili, come prevede l'art. 2383 del Codice Civile.

L'attuale Consiglio è stato nominato dall'assemblea degli azionisti con delibera del 28 aprile 2020, rimarrà in carica fino all'approvazione del bilancio di esercizio 2022 ed è composto da 4 membri: Presidente Onorario, Presidente, Consigliere Delegato e Primo consigliere. Il collegio sindacale è composto da 3 sindaci.

Al 31 dicembre 2019, tra i comitati del più alto organo di governo vi è solo il Comitato di Direzione, a cui partecipano il Presidente, Il Consigliere Delegato e i responsabili di funzione invitati. Un Organismo di Vigilanza ha il compito di vigilare sull'attuazione, l'osservanza e l'aggiornamento del modello organizzativo.

IL MODELLO DI ORGANIZZAZIONE E GESTIONE 231.

Il nostro fine è offrire ai clienti un'elevata qualità con un servizio di eccellenza. Per raggiungere questo obiettivo abbiamo attuato un modello di organizzazione, gestione e controllo (conforme al d.lgs. 231/2001, quindi detto in breve Modello 231) che mira alla massima efficacia ed efficienza, in totale trasparenza verso tutti i nostri portatori d'interesse e nel massimo rispetto della nostra missione e dei nostri valori.

Il modello costituisce un sistema organico di regole e attività di controllo che assicura condizioni di trasparenza e correttezza nelle attività aziendali a tutela della nostra reputazione e immagine, degli interessi dei soci e del lavoro dei dipendenti. Ha lo scopo inoltre di prevenire i reati che potrebbero essere posti in essere da questi ultimi ed esonera dalle responsabilità la nostra azienda in caso dei reati individuati nel d.lgs. 231/2001.



LA LOTTA ALLA CORRUZIONE.

Siamo consapevoli che la lotta alla corruzione e il sostegno dei diritti umani e dei lavoratori costituiscono una delle principali sfide per lo sviluppo sostenibile. Dal 2015, con l'adozione del nostro Codice Etico, abbiamo in particolare rafforzato ulteriormente il nostro impegno

contro la corruzione. Il Modello viene periodicamente rivisto e aggiornato.

Il numero totale degli episodi di corruzione accertati nel 2019 è stato pari a zero.

IL CODICE ETICO.

Il Codice Etico di Bennet, adottato dal Consiglio di Amministrazione nel 2015 e periodicamente aggiornato, regola il complesso di diritti, doveri e responsabilità che la società assume nei confronti degli stakeholder con cui interagisce quotidianamente nell'ambito dello svolgimento della propria attività.

I NOSTRI PRINCIPI ETICI.

- Rispettiamo e promuoviamo il valore delle risorse umane, dell'integrità fisica, morale e culturale della persona
- Assicuriamo condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e ambienti di lavoro sicuri
- Garantiamo la riservatezza delle informazioni e dei dati personali acquisiti in relazione all'attività lavorativa
- Miriamo costantemente alla qualità ed eccellenza dei prodotti, attraverso le attività di ricerca e sviluppo
- Ci atteniamo alla massima imparzialità, per evitare qualsiasi tipo di discriminazione
- Ci impegniamo a salvaguardare l'ambiente
- Sosteniamo un'equa competizione con gli operatori del mercato, astenendoci da ogni forma di comportamento collusivo o abuso di posizione dominante che potrebbe generare una violazione del principio di concorrenza leale

Siamo inoltre consapevoli degli effetti della nostra attività sul contesto di riferimento, sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività, nel rispetto dell'ambiente e delle esigenze della comunità locale.

In coerenza con i valori di onestà e trasparenza ci impegniamo a mettere in atto tutte le misure necessarie a prevenire ed evitare fenomeni di corruzione e di conflitto di interesse.

LA TUTELA DELLA PRIVACY DEI CLIENTI.

In tema di privacy, è stato svolto nel 2018 ed è tuttora in corso, un importante lavoro di analisi delle attività e di adeguamento al nuovo GDPR UE 2016/679.

Nel quadro della centralità del cliente nelle nostre attività, la privacy riveste un ruolo fondamentale, quindi particolare attenzione è stata rivolta alla richiesta delle Carte Fedeltà.

In relazione al programma di fedeltà, l'approccio è stato rigoroso rispetto ai requisiti del consenso al trattamento dei dati personali per il rilascio delle carte, in linea con quanto stabilito dall'Autorità Garante. Da sempre raccogliamo il consenso al trattamento dei dati quale manifestazione di volontà libera, specifica, informata e inequivocabile dell'interessato. La raccolta del consenso avviene quindi in modo granulare, così da rendere gli interessati consapevoli dell'impatto delle diverse scelte che hanno a disposizione.

I clienti vengono avvisati tramite informativa di quali sono i dati personali raccolti, per quali finalità, come, dove e per quanto tempo vengono trattati e conservati. Informiamo inoltre i nostri clienti su chi ha accesso ai loro dati personali, sul trasferimento dei dati, oltre che sui loro diritti relativamente ai propri dati e le modalità con cui possono esercitarli.

Nel 2019 non abbiamo registrato denunce riguardanti la tutela della privacy dei clienti.