

Persone

I nostri collaboratori, i clienti che ogni giorno vengono a fare la spesa nei nostri ipermercati, nonché le comunità locali con cui conviviamo: **il loro benessere e la loro sicurezza sono il nostro obiettivo primario.**

Le *nostre* persone

6.593 dipendenti con contratto a tempo indeterminato e determinato al 2022

71% dei dipendenti costituito da donne, di cui il **73%** con contratto part-time

1.060 dipendenti assunti nel 2022, di cui il **90%** sotto i 30 anni

La selezione del personale

I nostri collaboratori sono il cuore pulsante della nostra attività e, nel loro processo di selezione, sono fattori fondamentali la provenienza dal territorio in cui operiamo, la forte motivazione al ruolo e la passione per il settore della Grande Distribuzione.

Costruiamo le nostre squadre **valorizzando rapporti lavorativi stabili e diretti.**

Con questo obiettivo non ricorriamo a contratti di somministrazioni nelle nostre filiali.

L'uso di appalti e terziazioni è ridotto al minimo e solo dove necessario, come nel caso di esigenze tecniche e contenuti professionali non gestibili internamente.

Ai responsabili di selezione che operano sul territorio affidiamo la ricerca del personale di vendita, mentre il processo per figure professionali ed executive viene gestito in maniera centralizzata.

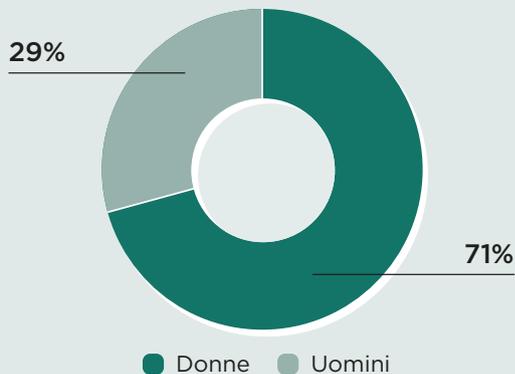
Le persone neoassunte vengono formate internamente, sia a livello teorico, sia mediante un affiancamento on the job.

Questa politica ci ha permesso, negli anni, di **valutare e valorizzare i migliori professionisti e farli crescere all'interno dell'azienda**, affidando loro ruoli di sempre maggiore responsabilità. Ci siamo dotati di un sistema di Job Posting interno, che permette ai dipendenti dei negozi di candidarsi per posizioni vacanti in sede, valorizzando le proprie professionalità inesprese.

Chiaramente, alla valorizzazione dei percorsi di crescita professionale interni, si affianca l'inserimento di risorse con un alto livello di competenze tecniche e manageriali provenienti da esperienze esterne, le quali ci permettono di arricchire i contenuti professionali dell'azienda.

Per la selezione di alcune figure specifiche, utilizziamo sistemi di valutazione di recruiting che ci consentono di definire e misurare con maggiore precisione le competenze dei candidati che stiamo cercando.

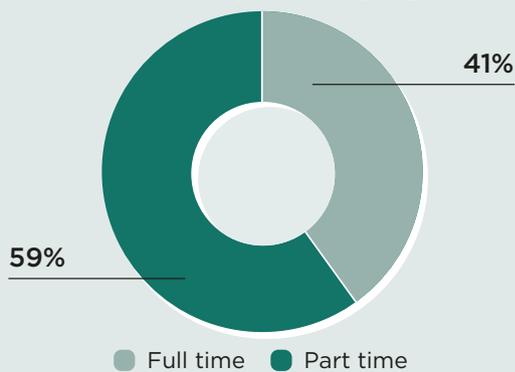
Personale per genere



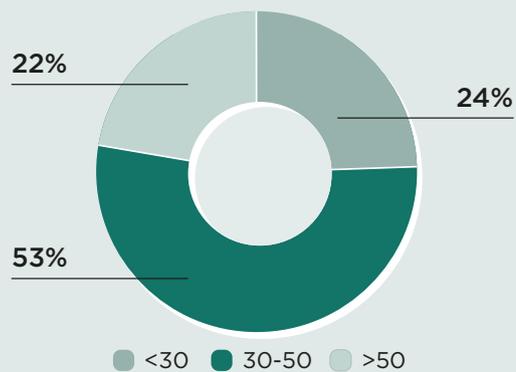
Personale per contratto



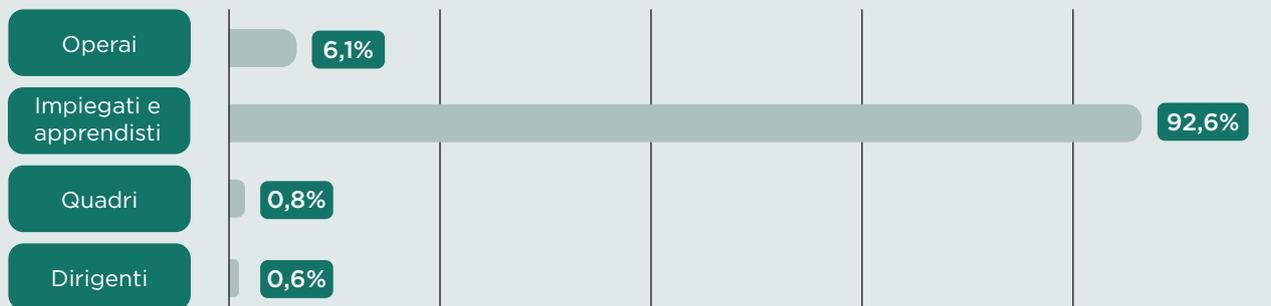
Personale per tipologia di impiego



Personale per età



Personale per qualifica



II PODCAST

Storie nel carrello

A marzo 2022 è andato in onda il primo di sei episodi di “Storie nel carrello”, serie podcast firmata da Bennet che porta per la prima volta il formato “audiodramma” tra gli scaffali della GDO. Distribuito su tutte le principali piattaforme di ascolto (Spotify, Apple Podcast, Spreaker e altre ancora) e sul sito **bennet.com**.

Ambientati tra le mura di un ufficio e le corsie di un punto vendita Bennet, gli episodi raccontano momenti della vita in comune di cinque colleghi di lavoro. Con umorismo frizzante e dialoghi leggeri, a cavallo tra la quotidianità dell’ufficio e la immancabile macchinetta del caffè, i protagonisti disegnano storie che sono anche specchio della nostra normalità: le incombenze e gli imprevisti sul lavoro, la gestione familiare che non può essere rimandata, le urgenze della spesa dell’ultimo momento, i piccoli desideri da voler soddisfare.

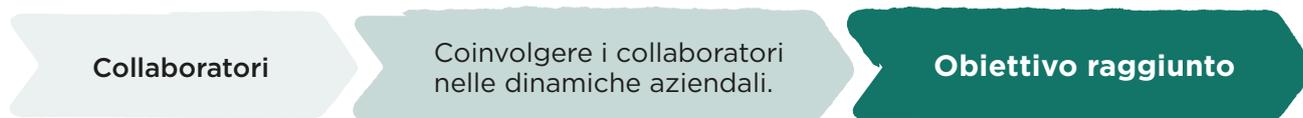
Il punto vendita Bennet si inserisce nel flusso del racconto come co-protagonista, aiuto e soluzione a portata di mano per risolvere esigenze di ogni tipo.



Welfare e benefit

Prenderci cura delle nostre persone e promuovere un ambiente di lavoro sicuro è da sempre uno dei nostri più importanti obiettivi. Tutto il personale Bennet dispone di **assistenza sanitaria integrativa**.

Persone



I nostri collaboratori possono inoltre beneficiare dell'**assistenza fiscale**, della compilazione del modello 730 e dell'assistenza gratuita per pratiche amministrative quali la richiesta di assegni familiari e permessi in base alla legge 104/92 (assistenza a familiari).

Tutti i collaboratori hanno accesso a un **sistema di convenzioni** stipulate in modo esclusivo che consentono di ottenere agevolazioni di acquisto o di fruire di diversi servizi e attività.

Abbiamo inoltre lanciato una **newsletter interna** che, con cadenza mensile, informa le squadre di sede e tutti i responsabili presenti sul territorio relativamente all'evoluzione dei progetti strategici e delle nuove iniziative, oltre che dell'andamento economico dell'azienda.

Questa iniziativa risponde a uno degli obiettivi specifici identificati nel nostro piano strategico di sostenibilità, nell'ambito del pilastro riguardante le persone.

Smart working

Il mutato contesto del biennio 2020-2021 ha velocizzato il processo di transizione verso il **consolidamento di questa modalità di lavoro** per il personale degli uffici.

La **digitalizzazione**, in termini di strumenti e di cultura, è diventata più centrale nella vita della nostra azienda, coinvolgendo un numero sempre maggiore di collaboratori e permettendo un dialogo più costante e proficuo tra i negozi e la sede. Il lavoro con audio e video conference è diventato la regola e le persone possono pianificare i loro spostamenti senza compromettere le attività professionali.

Nel 2022, sebbene superato il momento emergenziale, Bennet ha comunque deciso di **mantenere, compatibilmente con le specificità di ogni funzione e direzione, il ricorso allo smart working per i collaboratori della sede.**

A oggi, il 6% dei lavoratori usufruisce di questa possibilità.

La decisione di mantenere questa modalità di lavoro è frutto anche dei risultati derivanti da una survey, volta ad analizzare i bisogni dei lavoratori legati allo smart working e allo smart management.

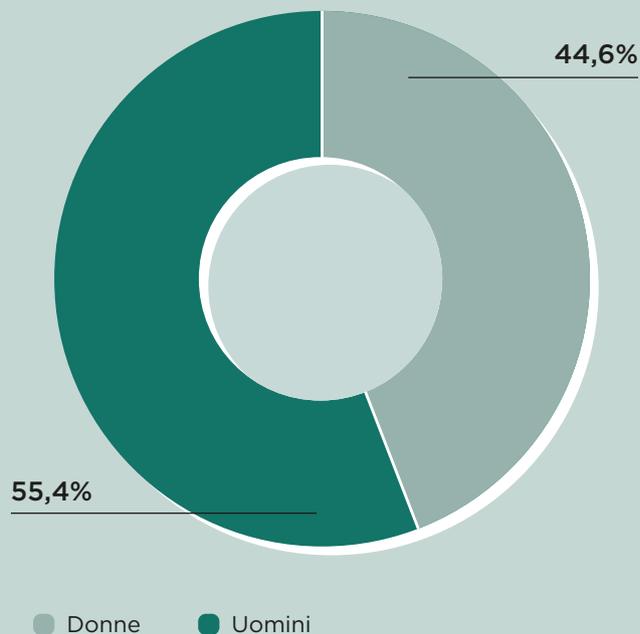
Al questionario hanno risposto 233 persone, metà uomini e metà donne, con età media di 43 anni e per il 52% con figli. I risultati hanno evidenziato un giudizio medio positivo sullo smart working (8,2/10). Il 76% ha giudicato molto o addirittura moltissimo produttive le proprie giornate in smart working. Il 60% dei rispondenti afferma che lo smart working ha favorito la loro capacità di concentrazione. Le criticità emerse riguardano il passaggio delle informazioni, talvolta difficoltose.

In considerazione di questi risultati e del fatto che il 78% delle attività risulta remotizzabile,

è stato costruito il modello di gestione dello smart working oggi presente in azienda, che in via sperimentale prevede due giorni da remoto a settimana e attività di supporto informatico e formativo.

Possiamo anche in questo caso affermare di avere realizzato un'altra delle tappe della nostra strategia di sostenibilità: riduzione degli spostamenti e aumento del lavoro da remoto.

Personale per genere che usufruisce dello smart working



Formare per crescere

	2022	Variazione sul 2021
Ore erogate	33.684	+11,6%
Ore per dipendente (medie)	5,1	+27,1%
Ore erogate da remoto	83,6%	

Ogni anno, procediamo a elaborare il nostro piano formativo per accrescere ulteriormente la professionalità delle nostre squadre, definendo i contenuti in base alle specifiche esigenze e richieste avanzate delle diverse funzioni.

Nel 2022 è stata progettata una formazione ad hoc per i responsabili di funzione.

Le dinamiche lavorative subentrate a partire dal 2020 hanno determinato un'evoluzione dell'offerta e delle modalità formative.

Alla formazione "tradizionale", imprescindibile per alcuni mestieri, si integra la formazione da remoto, gestita dal **Learning Management System (LMS)**, una piattaforma per l'erogazione in modalità sincrona o asincrona, la misurazione e la gestione dei programmi di formazione on line.

La formazione è supportata da un processo di valutazione e da un'attività mirata a rafforzare le competenze dei nostri collaboratori.



Le attività formative del 2022

Miglioramento della relazione con i clienti. Riconoscendo ed apprezzando il valore dei collaboratori che devono quotidianamente rispondere alle esigenze sempre nuove dei clienti, abbiamo voluto arricchire le loro competenze attraverso un percorso formativo.

Recenti ricerche e indagini sui consumi hanno dimostrato quanto i reparti **freschi e freschissimi** siano un elemento chiave nella scelta del supermercato.

Il dato non indica esclusivamente il valore legato alla qualità del prodotto, ma anche il livello di experience collegato al **servizio** e alla **relazione** che si stabilisce nel contatto con il personale in vendita.

Allo scopo di valorizzare il fondamentale momento in cui il cliente entra in contatto con il personale al banco, e di stimolare un suo maggior coinvolgimento alla scoperta dei freschissimi Bennet, abbiamo creato un **cerimoniale di vendita**, con uno stile e un linguaggio comune in tutti i punti vendita. Nell'ambito del corso, attraverso **sessioni in aula** dedicate, gli specialisti dei vari reparti panetteria, pasticceria, gastronomia, pescheria e salumeria hanno approfondito non solo gli aspetti relativi all'accoglienza del cliente ma anche quelli relativi alla narrazione del prodotto e al cross selling.

Anche il nostro **Customer care** è stato coinvolto nel 2022 in un progetto formativo ad hoc. L'obiettivo in questo caso è stato quello di gestire e organizzare il lavoro attraverso strumenti informatici sempre più sofisticati, in modo tale da conseguire elevati livelli di competenza ed autonomia.

Relazionarsi dunque con i clienti in modo sicuro, affidabile e al passo con i nuovi strumenti di pagamento e le principali tecnologie.

Inoltre, è stata completata la formazione sulla qualità della nostra ortofrutta, progetto trasversale che ha coinvolto tutta la filiera Bennet (dal deposito fino alla vendita) e sono proseguiti i progetti sulla "scuola di mestiere" con la formazione destinata alla gastronomia. Quest'ultima era finalizzata al coinvolgimento dei nostri specialisti nella rivisitazione di assortimenti, ricette, tecniche di lavorazione e cottura, al fine di integrare l'offerta del banco gastronomia con prodotti nuovi e sempre più vicini ai gusti e alla curiosità dei clienti.

Il progetto Cucina

Nel corso del 2022, abbiamo intrapreso un nuovo progetto formativo in collaborazione con Iter – Università dei sapori, volto a ottimizzare gli assortimenti, l'ingredientistica ed i processi produttivi stagionali del reparto cucina, per realizzare 4 nuove ricette, una per singola stagione, da inserire nell'assortimento. **Il progetto formativo ha coinvolto gli specialisti** della cucina, le vendite e gli acquisti, ma anche il nostro ufficio controllo qualità food.

Ha inoltre migliorato l'accoglienza e la gestione dei clienti in reparto e suggerito le risposte più corrette a fronte di domande sempre più complesse, specifiche e consapevoli.



Le competenze digitali sono state oggetto di percorsi formativi ad hoc e, inoltre, sono state dedicate risorse importanti ai temi della **sicurezza sul lavoro**.

Nel corso dell'anno sono stati proposti **corsi specialistici nel mondo della manutenzione e formazioni** peculiari destinate alla vendita, oltre che corsi destinati ai responsabili.

Interazione con le scuole

Coltiviamo uno stretto rapporto con le scuole, che ci permette di dare vita, negli uffici della sede amministrativa, a tirocini curricolari PCTO, cioè percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento (ex alternanza scuola-lavoro).

Strutturiamo dei percorsi formativi utili a orientare gli studenti dell'ultimo triennio delle scuole superiori che, per qualche settimana,

si calano nella nostra attività quotidiana e condividono i nostri valori. In punto vendita questo tipo di percorso formativo coinvolge principalmente le scuole professionali, in primis gli istituti alberghieri.

Gli studenti possono avvicinarsi al mondo del lavoro nei nostri reparti pasticceria, gastronomia, panetteria.

Infine, negli uffici della sede offriamo la possibilità di tirocini extracurricolari per neo-diplomati e neo-laureati.

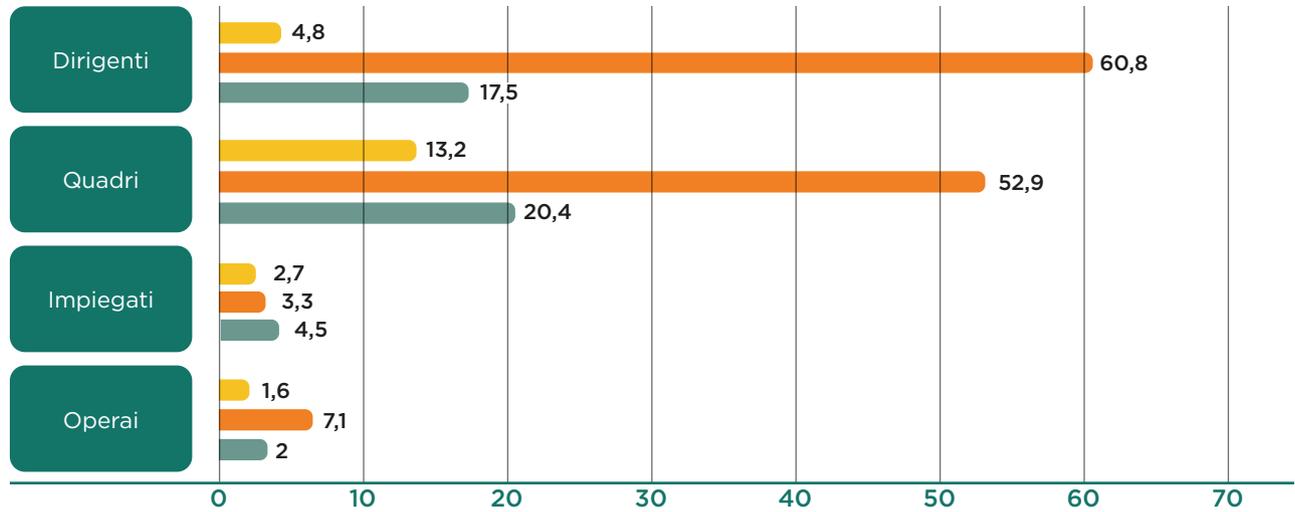
Pillole formative

In concomitanza con la pubblicazione del bilancio di sostenibilità 2021 sono state messe a disposizione di tutti i dipendenti otto **pillole formative**, di libera fruizione, incentrate sui temi di diversità e inclusione e della sostenibilità, con l'obiettivo di offrire conoscenze, strumenti e stimoli.

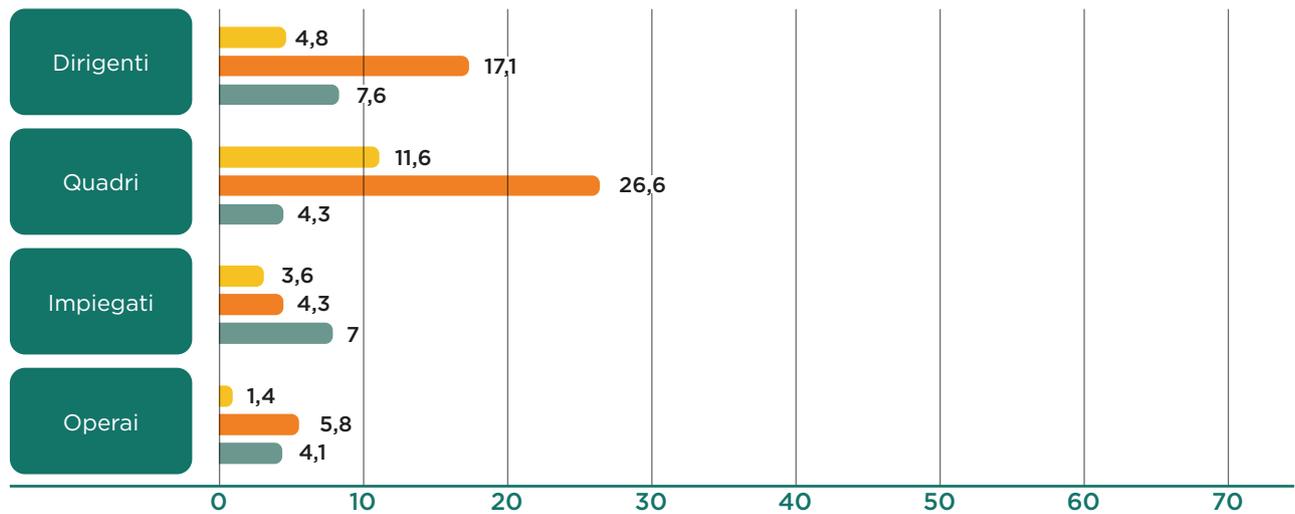
Nel corso dell'anno è stato avviato un progetto, che troverà piena applicazione nel 2023 sul **performance management** e il feedback, che vedrà coinvolti progressivamente tutti i manager Bennet. Infine, con l'obiettivo di rendere sempre

più partecipi i responsabili di funzione ai progetti di sviluppo delle proprie squadre, abbiamo avviato un'indagine on line seguita da un incontro in presenza finalizzato alla definizione dell'offerta formativa 2023.

Ore medie di formazione donne

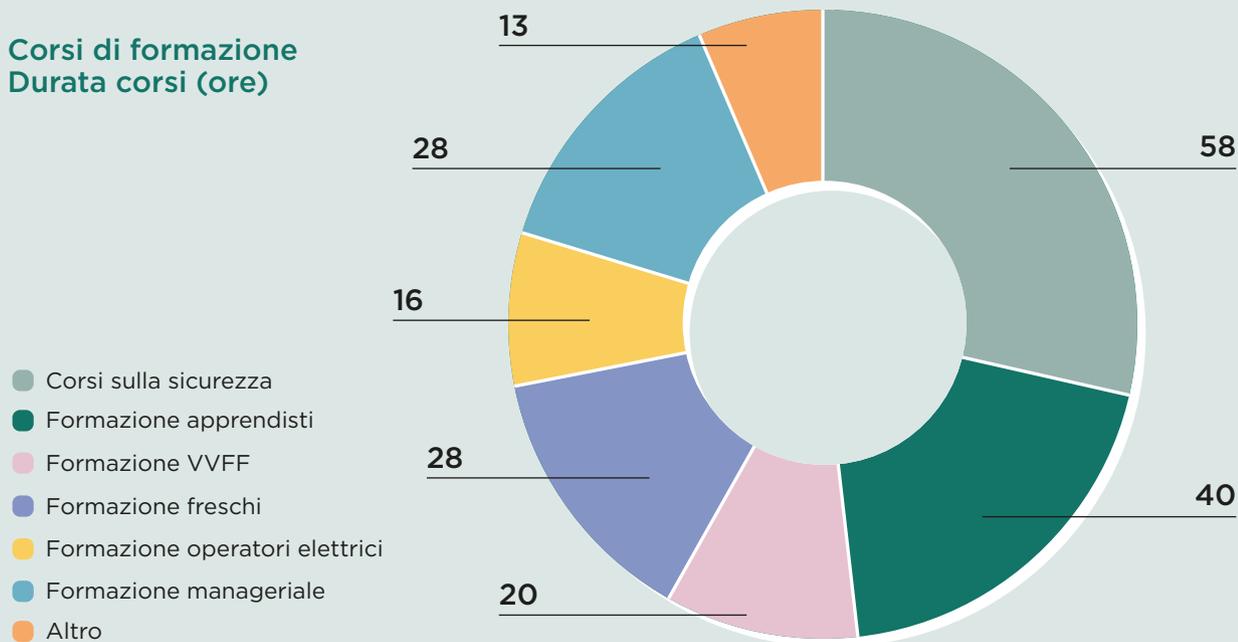


Ore medie di formazione uomini

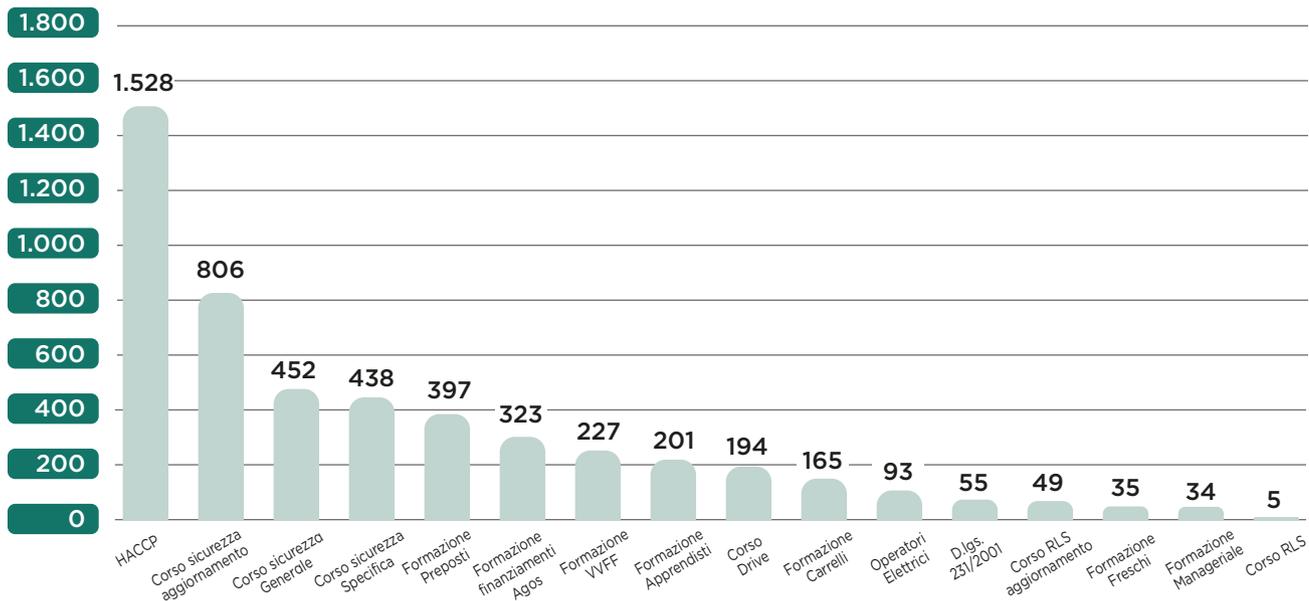


■ 2020 ■ 2021 ■ 2022

Corsi di formazione Durata corsi (ore)



Corsi di formazione - Numero di partecipanti





La salute e la sicurezza al centro

Nel rispetto del D. Lgs. 81/2008, la nostra azienda è impegnata a **valutare tutti i rischi** rilevabili presenti nelle attività svolte, ad individuare le relative **misure di prevenzione e protezione**, a rispettare, a far rispettare e a promuovere la tutela della salute, della sicurezza e dell'igiene sul lavoro.

Per l'individuazione dei pericoli, Bennet fa ricorso a liste di controllo, all'analisi delle specifiche mansioni, al diretto coinvolgimento e partecipazione nel percorso analitico dei RLS (Rappresentati dei Lavoratori per la Sicurezza) e dei collaboratori, oltre che al monitoraggio dell'andamento infortunistico.

I criteri di valutazione del rischio hanno tenuto conto di quanto esistente in letteratura, identificando tre possibili tipologie di rischio:

- **rischi comuni a tutti i lavori inseriti in una realtà lavorativa;**
- **rischi legati alla struttura e impianti generali;**
- **rischi legati alla singola mansione lavorativa.**

Le attività lavorative sono ispirate al **principio di minimizzazione dei rischi** per i lavoratori e per l'ambiente, pertanto, sono state individuate misure di prevenzione e protezione di carattere organizzativo, sanitario, strutturale e impiantistico. L'efficacia di queste misure viene costantemente analizzata per intervenire concretamente attraverso iniziative volte al miglioramento dei livelli di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro. L'ordine di priorità rispetto all'attuazione degli interventi, oltre che rispondere a dettami normativi, tiene conto dell'entità del rischio valutato.

Le modalità con cui i lavoratori sono tenuti ad allontanarsi da situazioni di potenziale pericolo sono contenute nelle documentazioni aziendali quali il Manuale per la Sicurezza (distribuito a tutti i lavoratori), i Piani di Gestione di Emergenza, i programmi formativi specifici, le circolari e le procedure riguardanti la gestione dei rischi.

L'azienda, inoltre, si impegna a mantenere costantemente **aggiornate le attrezzature** e a impartire un'adeguata **formazione e informazione** ai propri collaboratori in merito ai rischi derivanti dalle attività lavorative. La formazione, qualunque sia la modalità adottata, coinvolge tutti i collaboratori e viene erogata nel rispetto dell'Accordo Stato-Regioni.

Nel 2022, in tema di formazione aggiuntiva specialistica, particolare attenzione è stata rivolta alle attività di addestramento degli addetti alla movimentazione delle merci con utilizzo di mezzi di sollevamento e trasporto e, più in generale, delle macchine, delle attrezzature e degli utensili utilizzati nello svolgimento delle mansioni. Inoltre, è stato svolto un aggiornamento sulla formazione antincendio degli addetti delle squadre.

Il **coinvolgimento dei lavoratori** nelle scelte riguardanti la salute e la sicurezza avviene mediante momenti formali, quali riunioni, prove di gestione delle emergenze o comitati, convocati periodicamente e sulla base delle necessità; o informali, nel confronto diretto con i propri superiori. In questi momenti, emergono sempre spunti di miglioramento significativi. I risultati delle misure attuate vengono periodicamente analizzati per poter intervenire concretamente.

Verifichiamo l'efficacia della politica di salute e sicurezza mediante il continuo **monitoraggio** delle analisi storiche dei dati relativi agli infortuni e alle malattie, professionali e non. Attraverso sopralluoghi e/o ispezioni dei luoghi di lavoro a cura del Servizio di Prevenzione e Protezione (SPP), siamo in grado di verificare le condizioni presenti e le misure applicate cui

si uniscono la redazione di periodiche check list e le consultazioni dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), interviste ai lavoratori e riunioni con i gruppi di studio del servizio di prevenzione e protezione. Infine, ci avvaliamo della collaborazione di enti e istituti di consulenza esterna specializzata, anche mediante degli audit eseguiti in accordo con l'organismo di vigilanza.

Nel corso del 2022, la nostra attenzione ha continuato a rivolgersi particolarmente al

contenimento della diffusione e del contagio da Covid-19. Bennet ha proseguito una capillare campagna di informazione relativa alle regole di contrasto della pandemia e sono stati effettuati gratuitamente, a più ripetizioni, tamponi antigenici ai collaboratori.

Inoltre, accompagnati da professionisti del settore, abbiamo effettuato una nuova valutazione dello stress da lavoro correlato estendendola, anche se non prevista per legge, alle filiali acquisite nel corso degli ultimi anni.

La piattaforma Safety

Nell'ambito della gestione delle procedure di manutenzione ordinaria e straordinaria utilizziamo la piattaforma Safety di Zucchetti. Questo sistema integrato di software e hardware permette di avere una **visuale completa delle informazioni riguardanti i lavoratori delle società che operano nei nostri punti vendita**, in modo da poter monitorare i loro requisiti e garantire la piena sicurezza.

Nel corso del 2022 si sono verificati 161 infortuni, di cui 1 con prognosi superiore ai 6 mesi. Il tasso di frequenza risulta essere 16,26, contro i 17,41 del 2021. Tra le principali cause di infortunio si annoverano tagli (68), urti (57) e scivolamenti (19).



I nostri clienti

La fidelizzazione

Una delle iniziative che sosteniamo per consolidare rapporti stabili e di lunga durata è il programma fedeltà Bennet Club, che conta 1,37 milioni di affiliati ed è pensato per offrire vantaggi e opportunità oltre alla convenienza della spesa. La nostra **strategia di innovazione omnicanale**, basata su App e sito, ha permesso di migliorare e personalizzare la **customer experience**.

La raccolta punti sostenibile

Nel 2022, tramite la raccolta punti, uno dei touch point del programma fedeltà, abbiamo presentato delle attività che promuovono attenzione alla comunità, inclusività e ambiente.

Abbiamo proposto una linea di prodotti in vetro riciclato, lunch box e borraccia “Re-generation”, creati con materiali di scarto approvvigionati in modo responsabile e tracciabili in ogni fase. La catena di approvvigionamento è certificata dalla Forest Stewardship Council (FSC) per garantire la sostenibilità dei prodotti in carta. Anche l'attività con le borse “I Love Eco Smemoranda” fatte con il **100% di PET riciclato**, si inserisce in questo percorso.

Sempre in ascolto

Diversi sono i canali di contatto e di interazione: il numero **verde 800.236638** (attivo dal lunedì alla domenica 9.00 - 21.00); il **form** su **bennet.com** e i **social network** di proprietà.

Il **Servizio clienti** Bennet è attivo dal 2002 nella sede amministrativa di Montano Lucino. La scelta di mantenere il contact center nei nostri uffici, con personale interno formato per questa attività, ha permesso negli anni di **migliorare la conoscenza dei nostri clienti** e di garantire **risposte efficaci, tempestive, chiare e trasparenti**.

L'ufficio conta dieci collaboratrici che lavorano

su turni, garantendo presenza e disponibilità continua.

Un'attività resa possibile da un significativo lavoro di condivisione interna delle informazioni che coinvolge numerose divisioni: il controllo qualità food e non food, l'ufficio commerciale, l'ufficio acquisti, il marketing e il personale di punto vendita.

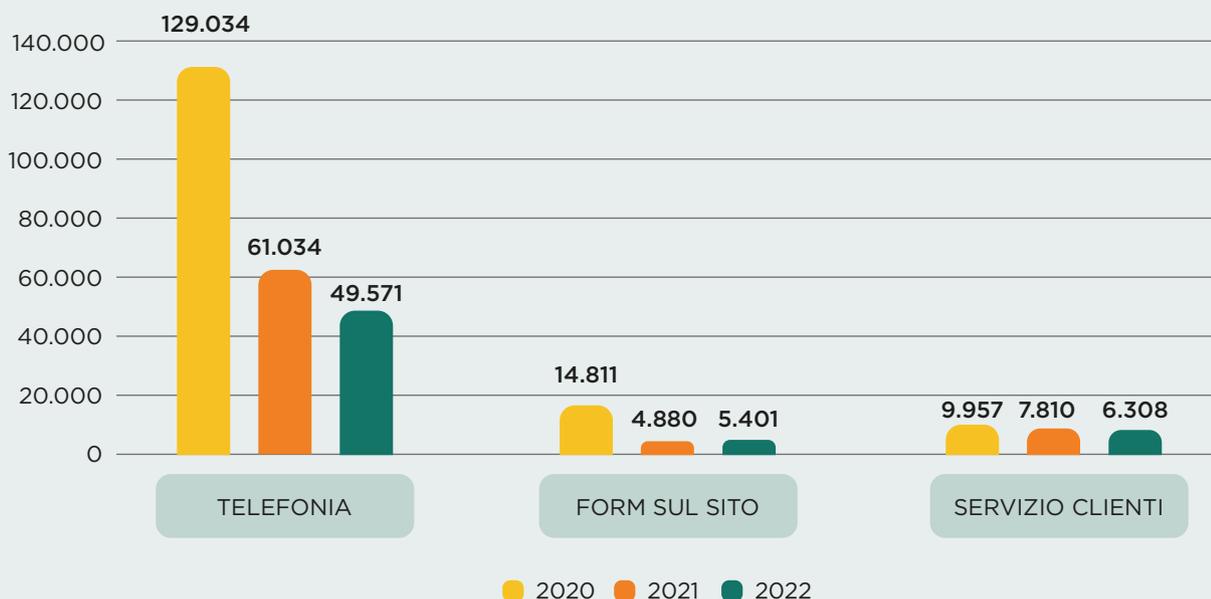
Dai clienti arrivano informazioni, suggerimenti, sollecitazioni, che poniamo alla base delle nostre decisioni per offrire un servizio sempre migliore.

Le interazioni con i clienti nel 2022

La formazione delle operatrici del call center.

Nel corso del 2022 le operatrici hanno usufruito di 3 tipologie di corsi relativi al Digital Mindset Customer Service, Eccellenza Customer Service e Alfabetizzazione Digitale, per un totale complessivo di 148 ore.

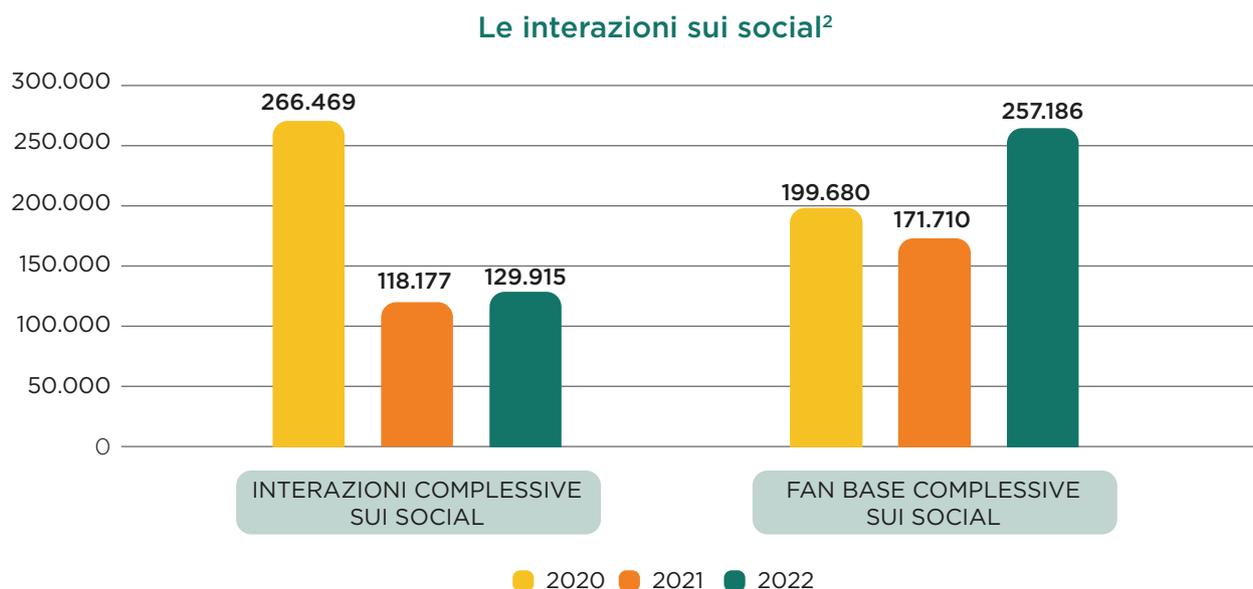
Le interazioni nei canali tradizionali



Un nuovo touch point al passo con i tempi

Bennet entra in Tik Tok, inserendo contenuti in sintonia con i più giovani. L'iniziativa prevede diversi format:

- **Tg Bennet** che va in onda avendo come protagonisti i prodotti che si “collegano” in qualità di corrispondenti dai reparti per raccontare agli utenti promozioni e offerte;
- **le freddure da banco** tutte le news più fresche dei punti vendita, dai nuovi prodotti alle offerte e iniziative speciali;
- **house of cart** incentrato sulla creazione di un tema che possa caratterizzare la spesa corredato da consigli mirati;
- **pack oh my pack** in cui si ricercano le etichette più d'impatto declinate in musica e in rima;
- **Bennet POV** dedicato alle parodie dei comportamenti più divertenti in cassa;
- **guess my job** domande di ogni genere ai dipendenti da parte dei consumatori per indovinare la mansione del dipendente.



² I social presi in considerazione sono Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e YouTube.

La misurazione dell'impatto del Bilancio di Sostenibilità sulla reputazione

Nel 2022 abbiamo valutato con web listening e analisi reputazionale awareness e apprezzamento del nostro bilancio di sostenibilità.

La campagna di comunicazione del bilancio 2021 ha avuto su Google quasi **11 milioni di impression** e più di **22.000 atterraggi** sulle pagine relative mentre sui social quali Facebook e Instagram le impression sono state 175 mila.

Queste interazioni hanno permesso di raccogliere una grande quantità di dati con cui analizzare le principali variabili relative alla

sostenibilità: prodotti e servizi, governance, workplace, citizenship e leadership.

Bennet viene percepita come una realtà capace di fornire, attraverso la propria comunicazione, informazioni rilevanti per i consumatori. Bennet viene valutata molto positivamente per la sua capacità di contenere i consumi e di risparmiare energia.



La comunicazione del Bilancio

La parola a Lisa Casali

Nel 2022 abbiamo consolidato il rapporto con Lisa Casali, blogger, scrittrice, scienziata ambientale e appassionata di Eco-cucina, che ha raccontato ai nostri clienti non solo il **Bilancio di Sostenibilità**, ma anche profuso consigli su come acquistare al meglio, limitando gli sprechi. Attraverso un linguaggio semplice ma scientificamente preciso, Lisa ha illustrato sui social gli obiettivi e i risultati del nostro report di sostenibilità.

In tal modo è stato possibile raggiungere un pubblico giovane, sensibile, che ha conosciuto la nostra strategia, il nostro impegno e verificato la trasparenza del nostro operato.

Crediamo nella necessità di trasmettere attraverso tutti i nostri canali di comunicazione **l'urgenza di riflettere sui comportamenti collettivi in tema di sostenibilità**. Ma riteniamo altrettanto importante stimolare il consumatore a pensare anche ai propri comportamenti individuali.

Ed è per questo che con Lisa abbiamo dato vita ogni mese a dei contenuti social che potessero stimolare comportamenti virtuosi, in relazione alle scelte alimentari, alla conoscenza di frutta e verdura stagionali, per evitare gli sprechi e scegliere prodotti freschi e di stagione.

Deve essere chiaro a ciascuno di noi quale impatto abbia il semplice gesto quotidiano della spesa sull'ambiente, sulla biodiversità, sull'equità sociale.

La diffusione del nostro Bilancio di Sostenibilità e la presentazione e delle nostre buone pratiche avviene anche attraverso i canali digital di **Lifegate**, uno tra i più conosciuti network di informazione e servizi per le persone e le aziende impegnate per un futuro sostenibile.

Innovazione al servizio del cliente

Il sito web: per una customer experience sempre più evoluta

Nel 2022 abbiamo ottimizzato il nostro sito **bennet.com**. Abbiamo integrato la piattaforma e-commerce e l'area corporate.

Il lavoro di ottimizzazione ha portato a una **maggiore chiarezza nella presentazione dei prodotti e ampliato la disponibilità**, per garantire al cliente un'esperienza più agevole, veloce e appagante.

Analogamente il perfezionamento dei motori di ricerca ha reso più veloce la scelta del prodotto e la sua collocazione nel carrello.

Il sito Bennet risponde a tre principi guida: **comfort, velocità e qualità** dei servizi offerti, assicurando un'esperienza coinvolgente e ricca di valore. Raggiunge l'obiettivo chiave di accogliere molti più clienti. Attraverso una maggiore scalabilità presenta una serie di funzionalità innovative sia dal punto di vista della User Experience sia del Visual Design. Inoltre, abbiamo realizzato l'**App-bennet**, utilizzabile in qualsiasi momento dal telefono.

All'interno di sito e App, nel momento in cui si pianifica una spesa, è possibile interagire con i volantini digitali, che negli ultimi tre anni hanno soppiantato in modo significativo quelli cartacei, in ottica di sostenibilità ambientale e di risparmio.

L'esperienza dell'utente, tuttavia, non è altro che la punta dell'iceberg di un sistema molto complesso di gestione dell'e-commerce. Quest'area di business ha registrato una crescita del 9%³ nel 2022 in Italia, altro dato positivo dopo gli aumenti esponenziali degli anni 2020 e 2021. Non è più possibile quindi considerare l'e-commerce come un fenomeno passeggero e contingente.

Il 2022 ha anche favorito le spese multicanale, con un quarto degli italiani che dichiara di aver acquistato sia online che nei negozi fisici. In questa composita realtà la nostra strategia multicanale di modernizzazione e digitalizzazione si è rivelata adeguata.

³ Osservatorio Digital Netcomm Fmcg, 2022.

EYE-ABLE: accessibilità digitale di bennet.com

Nella Convenzione sui Diritti Umani del 2006, le Nazioni Unite definiscono come un diritto umano fondamentale l'accesso libero all'informazione e alla comunicazione, includendo anche Internet.

Internet e i media digitali offrono l'opportunità di superare le barriere che molte persone incontrano quando comunicano e interagiscono. È in quest'ottica che in collaborazione con l'Eye Able, azienda leader a livello europeo, abbiamo reso accessibile nel 2022 il nostro sito bennet.com. Abbiamo lavorato affinché tutti i nostri visitatori possano in **autonomia accedere a tutte le funzionalità e le informazioni** presenti su bennet.com, **indipendentemente dalle loro difficoltà visive, cognitive o di altra natura**. Il software installato prevede un totale di 25 funzioni che permettono la regolamentazione dei caratteri, del contrasto, fino alla lettura ad alta voce.

Il premio Insegna Web dell'Anno Italia categoria Ipermercati & Superstore

Il lancio del nuovo sito e le iniziative in ambito di comunicazione hanno portato Bennet alla vittoria del premio Insegna Web dell'Anno Italia, per la categoria Ipermercati & Superstore.

I consumatori eleggono le **realità distributive di maggior successo**. Bennet è stata particolarmente orgogliosa di ricevere questo premio per la **quarta volta negli ultimi cinque anni**.

Il risultato è frutto di una strategia di investimenti ormai consolidata e dedicata alla costruzione di una relazione omnicanale con i consumatori.

La spesa online

59 punti bennetdrive nel 2022

84% del totale dei punti vendita possiede un drive

Bennetdrive

Bennetdrive è il nostro servizio di spesa veloce (clicca e ritira), che permette di passare a ritirare in un punto vendita la spesa fatta on line, senza scendere dall'auto. Ideato per rispondere ai principi di **comodità, velocità e qualità**, vuole incontrare le esigenze della clientela per agevolarla nella propria quotidianità.

Il cliente può scegliere fra un **assortimento di oltre 25.000 prodotti (+66% rispetto al 2021)**, tra alimentari e non, in costante aggiornamento per ampiezza e profondità di gamma delle categorie. La presenza di un così rilevante numero di prodotti è dovuta alla grande attenzione che riponiamo nei prodotti stagionali per rendere sempre più completa l'esperienza di acquisto. Le offerte di Bennet Drive sono le stesse presenti nel punto vendita. La presentazione dei prodotti è strutturata con schede di inserimento delle informazioni obbligatorie per legge prima della conclusione dell'ordine⁴.

Una squadra di "picker" preleva gli alimenti con la massima cura, scegliendo solo i prodotti con le date di scadenza più lontane. Questi vengono

poi conservati nel rispetto delle norme igienico-sanitarie e della catena del freddo.

La preparazione e la consegna sono amministrate da un **software** nato per snellire e semplificare il processo. In particolare, il programma permette una gestione pianificata della turnazione dei "picker" in funzione della domanda. In questo modo la forza lavoro viene tarata sulla base degli ordini e i singoli collaboratori possono beneficiare di una ripartizione del carico.

La gestione automatizzata permette una maggiore cura dei prodotti che si traduce in una migliore conservazione degli stessi.

A dicembre 2022 i **bennetdrive sono 59**.

⁴ Sulla base di quanto previsto dal reg. UE 1169/2011.

Punti di ritiro al 31 dicembre 2022

33 in Lombardia

21 in Piemonte

4 in Emilia Romagna

1 in Liguria



Bennet servizio di consegna della spesa a domicilio

Il servizio è attivo nelle provincie di Lodi e Pavia e offre lo stesso assortimento di **bennetdrive**. Vi si accede da **bennet.com** e dall'**App**.

Nel 2022 la consegna a domicilio ha avuto un'ulteriore evoluzione, con il **pagamento pre-autorizzato** direttamente su **bennet.com** con carta di credito.

Per le consegne ci avvaliamo di un **vettore locale** esterno che opera con mezzi di trasporto Bennet, pensati per non interrompere mai la catena del freddo.

La partnership con Glovo

Il servizio si propone di garantire la **consegna della spesa in tempi molto rapidi**, generalmente tra i 30 e 40 minuti e sfrutta la **tecnologia Glovo per la ricezione e l'elaborazione degli ordini**.

Nel corso dell'anno abbiamo avviato il progetto pilota sull'area di Cesano Boscone e, successivamente, di Monza. I test sono stati molto soddisfacenti con valutazioni degli store Bennet nell'APP di Glovo ben oltre il 90%. L'obiettivo per il 2023 sarà quello di ampliare la rete e offrire il servizio in modo ancora più capillare.

La collaborazione con Everli

Nel 2022 abbiamo **esteso a 34 ipermercati la collaborazione con Everli**, la piattaforma di spesa online che garantisce la **consegna a domicilio**. Il rapporto con Everli, collaudato proficuamente al tempo della pandemia, risponde non solo alle esigenze dei nostri clienti tecnologicamente più esperti ma supporta anche le necessità di chi ha bisogno della consegna a domicilio.

La nostra comunità

Il momento particolare ci sollecita a **tutelare la capacità di acquisto di nostri clienti** e in particolare di chi è stato colpito dalle difficoltà economiche, attraverso una attenta politica dei prezzi e ad azioni che coinvolgano associazioni ed enti locali.

Oltre al valore economico che l'azienda produce e alle opportunità di lavoro che mette a disposizione sul territorio, nel 2022 ci siamo mossi in tre ambiti a sostegno e valorizzazione della comunità.

- **Riduciamo e gestiamo le eccedenze alimentari**, affinché da rifiuto possano diventare risorsa. Generiamo così un impatto positivo e misurabile in termini di economia circolare.
- Abbiamo sostenuto **progetti di ricerca scientifica** che riguardano la salute e la prevenzione delle malattie, appoggiando fondazioni, associazioni e centri di ricerca di eccellenza.
- E infine, impegnandoci come sponsor tecnici, **sosteniamo attività culturali**, che si svolgono nell'ambito dei nostri territori.

Al momento non abbiamo ancora in essere sistemi di valutazione dell'impatto per le sponsorizzazioni tecniche o le donazioni. Tutti gli atti di liberalità, le iniziative sociali e di sponsorizzazione seguono delle precise linee guida. Gli accordi sono vincolati all'accettazione del nostro Codice Etico e dei principi del nostro Modello Organizzativo Aziendale.

Il nostro obiettivo è quello di superare la fase di pura filantropia, per arrivare a esercitare un ruolo attivo, generando un valore culturale e sociale positivo nei territori in cui siamo presenti.

Emergenze

Nel 2022 il pesante rallentamento economico, l'inflazione e la guerra in Ucraina hanno **depresso la capacità di spesa** delle famiglie. In particolar modo sono stati colpiti gli anziani che vivono condizioni di disagio sanitario e alimentare.

Giù il prezzo

Abbiamo intrapreso un'iniziativa commerciale di **contenimento dei prezzi**.

Il nostro obiettivo è stato quello di farci carico, fin dove possibile, degli aumenti dei prodotti cercando di rallentare il loro passaggio ai clienti.

Da aprile a novembre 2022 abbiamo proposto l'iniziativa "Giù il prezzo". Ogni tre mesi, una selezione di oltre **400 referenze a marchio è stata coinvolta in un ribasso dei prezzi di vendita**. Il paniere di prodotti selezionati risponde all'esigenza della spesa quotidiana completa, con l'obiettivo di garantire qualità, sicurezza e convenienza.

I prodotti evidenziati "Giù il prezzo" sono stati disponibili in tutti i punti vendita e su bennet.com

+Punti +Sconti

Anche il nostro programma fedeltà ha contribuito in maniera significativa a garantire convenienza ai nostri clienti. A maggio 2022 è partita l'iniziativa **"+PUNTI +SCONTI"** che

permette di trasformare i punti fedeltà in buoni sconto per la spesa, in modo semplice e veloce in tutti i touch point Bennet (ipermercato, sito bennet.com e App).

Progetto over 65

Grazie a questo progetto, presso gli ipermercati di Pontedassio, Albano Sant'Alessandro, Milano Viale Rucellai, Milano Viale Corsica, San Giuliano Milanese e Monza, tutti i clienti rispondenti ai requisiti di anzianità e in possesso di Bennet Club possono ricevere un buono **sconto del 5% sulla singola spesa**.

Gift Card

Anche nel 2022, per facilitare i comuni nell'assistenza alle famiglie abbiamo continuato ad erogare **buoni spesa sotto forma di Gift Card**. Sono stati 90 i comuni che hanno acquistato le nostre Gift Card con sconto del 10% come raccomandato dal Governo, a cui Bennet ha aggiunto un ulteriore sconto del 5%.

291.000
euro erogati

A sostegno dei rifugiati ucraini

147.000
euro donati

#AllTogether4Ukraine

Nell'ambito della raccolta punti, la cui chiusura con redenzione finale è avvenuta nel mese di marzo 2022, abbiamo chiesto ai nostri clienti di essere solidali con la popolazione dell'Ucraina martoriata dalla guerra.

Già a fine febbraio 2022 abbiamo stretto un accordo con FEBA - European Food Banks Federation (Federazione dei Banche Alimentari Europei, di cui è parte Banco Alimentare Italia) con l'obiettivo di sostenere i Banche Alimentari in Ucraina e nei paesi limitrofi che nelle settimane successive avrebbero soccorso

centinaia di migliaia di rifugiati.

Abbiamo aderito all'iniziativa internazionale #AllTogether4Ukraine di FEBA, dando ai clienti la possibilità di **convertire i punti fedeltà Bennet Club in contributi economici per la popolazione.**

I clienti hanno potuto destinare 500 punti (equivalente a 5 euro) oppure 100 punti (equivalente a 1 euro) a sostegno del popolo ucraino. Grazie alla solidarietà dei nostri clienti sono stati raccolti ben 147.608 euro. La raccolta fondi a sostegno della popolazione ucraina continua anche nella raccolta punti 2023.

Hope Onlus

Il 25 marzo 2022 dal nostro centro di distribuzione di Origgio (VA) sono partiti due bilici carichi di **alimenti e prodotti di prima necessità** con destinazione Medyka in Polonia, dove Hope Onlus - Organizzazione no profit laica e indipendente - è in prima linea portando aiuti.

Il confine di Medyka è tutti i giorni il luogo di arrivo di migliaia di rifugiati ucraini, e ospita il più grande campo profughi in Polonia, allestito in scuole e spazi improvvisati. Bennet e tutti i suoi professionisti sono stati pronti a rispondere all'invito di **Hope Onlus** mettendo a disposizione tutte le professionalità per l'intero processo logistico e organizzativo.

Una vera catena umana che in pochissimo tempo ha allestito tutto il necessario, permettendo di **far giungere alle famiglie ucraine 65.000 prodotti.**

Per la ricerca scientifica

Le “Arance Rosse per la Ricerca” di AIRC

19.852
euro donati

Abbiamo sostenuto AIRC nella campagna “Arance Rosse per la Ricerca”. Per ogni reticella di arance rosse acquistata, AIRC ha ricevuto una donazione di 50 centesimi.

Nel mese di febbraio, in sole due settimane sono state vendute più di 40.000 confezioni, donando così 19.852 euro, quasi il doppio rispetto all'anno passato.

Fondazione Umberto Veronesi

53.000
euro donati

Nel 2022 tramite la Raccolta Punti sono stati donati a Fondazione Umberto Veronesi 53.000 euro che serviranno a sostenere il PALM: **progetto di ricerca internazionale sulla Leucemia Mieloide Acuta Pediatrica.**

Le donazioni dei clienti Bennet contribuiranno a creare una rete di strutture oncologiche nazionali e internazionali.

Saranno coinvolte, oltre a Fondazione Umberto Veronesi, l'Università di Padova e l'Università di Houston in Texas. Il progetto durerà 5 anni e sarà dedicato a bambini e ragazzi fino ai

18 anni di età. La leucemia mieloide acuta (LMA) rappresenta il 20% dei casi osservati nell'età pediatrica.

La collaborazione con Fondazione Umberto Veronesi si sostanzia anche attraverso la campagna “I Limoni per la Ricerca” in collaborazione con Citrus, Società Benefit. 10.752 sono state le retine di Limoni vendute, che hanno permesso di devolvere 4.300 euro per finanziare la ricerca nell'ambito della nutrigenomica, scienza che studia il rapporto tra genoma e dieta.

Per il territorio

La Nostra Famiglia

13.321
euro donati

Sosteniamo la Nostra Famiglia, che si impegna a tutelare la dignità e migliorare la qualità della vita di persone con disabilità, in particolare bambini e ragazzi.

Abbiamo supportato il progetto “SPAZIO RAP Ri-abilitazione Autismo in età Prescolare”, che prevede l’adeguamento di un padiglione del Polo di Bosisio Parini (LC) per realizzare

un **servizio dedicato ai bambini** di età tra i 2 e i 5 anni, con diagnosi di disturbo dello **spettro autistico**. L’obiettivo è offrire un percorso educativo-abilitativo, con presa in carico precoce, per promuovere lo sviluppo delle loro potenzialità e della partecipazione sociale, con il coinvolgimento delle famiglie.

Bennet e La Nostra Famiglia: uniti per l’inclusione

Il rapporto che abbiamo con la Nostra Famiglia va oltre la raccolta fondi. Abbiamo avviato insieme un progetto innovativo, volto a valorizzare le potenzialità delle persone con disabilità.

• **Consulenza per il collocamento al lavoro:** attraverso il modello O*NET, che classifica tutte le mansioni sulla base dei compiti di cui sono composte, si valuta la possibilità, ponderata al grado di handicap, di svolgerli o meno. Collocando in maniera mirata gli individui sulla base delle loro competenze, si riduce al minimo il senso di inadeguatezza, legato al loro handicap, che le persone spesso provano sul posto di lavoro.

• **Formazione in materia di sicurezza:** affiancando un tutor nelle lezioni d’aula e testando il comportamento delle persone disabili sul luogo di lavoro, si vuole redigere

del materiale didattico utilizzabile come guida per il futuro inserimento di nuove risorse.

• **Utilizzo di competenze di data entry da parte di persone con autismo “ad alto funzionamento”:** quest’area del progetto prevede che queste persone, che tipicamente prediligono ripetizioni ordinate di sequenze, eseguite con precisione, possano applicare questa loro peculiarità (ad esempio) alla digitalizzazione dei documenti aziendali.

Il progetto ha coinvolto 11 persone negli ipermercati Bennet delle provincie di Torino, Lecco, Como, Monza e Brianza.

La colletta alimentare della Croce Rossa Italiana

Abbiamo ospitato le delegazioni locali di **CRI** che hanno dato vita alle raccolte alimentari. Inoltre, in parecchi punti vendita abbiamo garantito la presenza dei carrelli solidali **CRI** a sostegno dei comitati locali.

La collaborazione con Banco Alimentare

319.358
euro di prodotti donati dai clienti

Abbiamo sostenuto Banco Alimentare nella **Giornata Nazionale della Colletta Alimentare**. Questo evento, oltre ad essere un aiuto concreto per le persone bisognose che ricevono gli alimenti donati, ha forte valenza educativa verso la società civile, chiamata a riflettere sul concetto di condivisione.

Nei nostri ipermercati i clienti hanno acquistato prodotti alimentari per 84.167 kg, per un valore economico stimato di 319.358 euro.

Amici di Cometa - Una Casa per Crescere

“Una Casa per Crescere” è il centro diurno di Cometa che a Como accoglie ogni giorno oltre 120 tra **bambini e ragazzi provenienti da contesti di disagio e fragilità**. Bennet e Cometa consolidano attraverso la raccolta punti un rapporto che - da diversi anni - le vede fianco a fianco nel sostegno alle

famiglie in difficoltà del territorio comasco. La somma raccolta contribuisce a garantire un'esperienza educativa di crescita. Ciascun bambino segue un percorso personalizzato che coinvolge il contesto familiare e quello scolastico, fondamentali nel suo processo di crescita.

5.200
euro donati

Scuola, sport e cultura

Noi amiamo la scuola

Dal 9 marzo al 29 maggio 2022 abbiamo condiviso con il Gruppo VEGÉ l'iniziativa "Noi amiamo la scuola" volta a **fornire alle scuole materiale didattico**, attrezzature scolastiche e sportive, attraverso una raccolta di QR code digitali.

Noi amiamo lo sport

Dal 21 settembre all'11 dicembre 2022 abbiamo aderito all'iniziativa "**Noi amiamo lo sport**" in collaborazione con il Gruppo VEGÉ, **a sostegno della pratica sportiva e delle associazioni sportive dilettantistiche**.

Attraverso questo progetto abbiamo rilevato i bisogni concreti della comunità colpita dalla pandemia e aiutato le famiglie a riconquistare il proprio benessere dopo il lockdown che ha inciso negativamente soprattutto sui più piccoli.

La campagna ha rappresentato un **generoso impegno economico** a sostegno di un bacino di destinatari tanto ampio quanto sommerso, fatto di circoli, palestre, club e associazioni sportive, che hanno potuto così promuovere i valori positivi dello sport, della salute, dell'inclusione sociale e del rispetto delle regole.

Pallacanestro Cantù

A ottobre 2020 abbiamo siglato un accordo di sponsorizzazione triennale con Pallacanestro Cantù (CO), per supportarla in qualità di Gold Sponsor. Questa partnership si è consolidata ulteriormente nel 2022. Il nostro obiettivo di finanziare le importanti iniziative del territorio ci ha permesso di posizionarci come partner strategico nella promozione e realizzazione dell'importante progetto di costruzione del nuovo Palasport, che sorgerà a Cantù.

Donacibo

È ormai una tradizione la partecipazione di Bennet come sponsor tecnico dell'iniziativa Donacibo del Banco di Solidarietà di Como, giunta nel 2022 alla sua quindicesima edizione. Agli alunni delle scuole della provincia di Como viene proposta una **raccolta di generi alimentari non deperibili da destinare alle persone più bisognose**.

Sono stati coinvolti più di 40.000 studenti, grazie all'adesione di 198 scuole.

Tutto il raccolto serve per assistere le oltre 380 famiglie bisognose, 1.400 persone che, si sono rivolte al Banco di Solidarietà per ricevere aiuto.

Sostegno al Teatro Sociale di Como e al Festival Città della Musica

Anche nel 2022 non abbiamo trascurato il sostegno alle iniziative in campo culturale nel nostro territorio di riferimento, la città e la provincia di Como.

Abbiamo scelto di appoggiare come sponsor tecnico una parte della comunicazione off line del **Teatro Sociale**, condividendo pienamente il nuovo approccio alla sostenibilità, all'accessibilità e alla transizione digitale intrapreso dal Teatro.

Progetto SHOPPER BENNET

Nel 2021 abbiamo lanciato il progetto “Che sapore ha la felicità” affidando la progettazione delle Shopper Bennet agli studenti dell'I.S.I.S. Setificio Paolo Carcano di Como.

Nel 2022 abbiamo affidato la nuova collezione Shopper in vendita nel 2023 allo IED Milano, l'Istituto Europeo di Design. Abbiamo coinvolto nel processo creativo e realizzativo 12 studenti designer della comunicazione, graphic designer e illustratori che hanno realizzato delle borse in **tessuto ricavato da PET riciclato, pratiche e resistenti, pensate per la spesa ma rispettose dell'ambiente.**

La collaborazione con questa scuola unica, per inclusività e per esperienza transdisciplinare, ci ha offerto nuovi stimoli di confronto con una categoria di giovanissimi stakeholder in grado di anticipare i cambiamenti culturali del nostro tempo e del nostro paese.

Remuoviamole Il retail oltre le barriere dell'inclusione

Progetto sostenuto da Federdistribuzione dal 1° aprile al 15 luglio 2022.

Attraverso l'App **WeGlad - Welcome Gladiator**, i clienti potevano dare vita a Mappathon, una mappa on line di Milano segnalando gli spazi inaccessibili per le persone con disabilità. Dopo essersi registrati sull'App e

geolocalizzati, gli utenti dovevano segnalare il tipo di ostacolo e inserirne una foto.

L'obiettivo di Bennet è quello di favorire un cambiamento sociale e culturale e rendere l'accessibilità una normale buona pratica.

Hungry for Culture

In concomitanza con BookCity, la festa del libro e della lettura svoltasi a Milano nel mese di novembre, abbiamo voluto dare un segnale innovativo di sostegno alla lettura con la campagna “Hungry for Culture”.

La cultura è un bisogno primario tanto quanto il cibo. Abbiamo proposto un video in cui raccontiamo una giornata al supermercato di alcuni clienti che hanno trovato in luoghi totalmente inattesi – nei banchi freschi dei reparti di macelleria, pescheria e ortofrutta – diversi libri, confezionati esattamente come se fossero prodotti alimentari, ma... senza scadenza. Gli accostamenti tra alimenti e titoli proposti non sono stati casuali, un filo ideale li lega: Moby Dick, per esempio, è stato esposto nel reparto pescheria. Queste combinazioni, insieme ad altri suggerimenti, vivono comunque anche al di fuori del video: grazie a un catalogo di titoli raddoppiato, tra classici, novità e libri per bambini, diventano parte integrante della spesa online di Bennet.

È un modo diverso di parlare di cultura e lettura: non entità lontane dalla quotidianità, ma parte di una normalità come il carrello della spesa.

La campagna “Hungry for Culture” rispolvera un pensiero che già negli anni '70 veniva condiviso dal fondatore dell'Azienda:

“Non possiamo limitarci a vendere certosino, dobbiamo vendere anche i libri”, affermava Enzo Ratti.

Una visione illuminata che non è mai stata tradita e che trova oggi un modo fuori dagli schemi per essere nuovamente diffusa. Il progetto è stato ideato e sviluppato in collaborazione con la nostra agenzia di comunicazione Gruppo DDB Italia.