

È ONLINE LA QUARTA EDIZIONE DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ DI BENNET

Montano Lucino,

giovedì 30 novembre 2023

È stato pubblicato sul sito web https://www.bennet.com/Bilancio_di_sostenibilita_2022 il nuovo Bilancio di Sostenibilità di Bennet. L'aggiornamento, giunto alla quarta edizione, rendiconta le azioni intraprese nel 2022 dall'azienda per crescere in modo strategico e insieme sostenibile.

Nella dinamica complessa che combina il business con le tante urgenze ambientali, sociali ed economiche, Bennet mostra di aver raggiunto un importante livello di maturità e consapevolezza. "Abbiamo sviluppato una nostra attitudine a focalizzarci sui temi di sostenibilità che più contano per l'azienda e le tante criticità del 2022 - guerra in Ucraina, aumento dell'inflazione, rincari di materie prime ed energia - ci hanno trovati preparati", ha commentato Adriano De Zordi, amministratore delegato di Bennet. "Anche se quanto accadeva nel mondo rendeva ogni previsione volatile, abbiamo continuato a lavorare su risparmio energetico, revisione del format merceologico, formazione dei collaboratori e legame con i nostri territori. In questo contesto agire in modo sostenibile non è stato per noi un vincolo in più, ma un'occasione di miglioramento dell'impresa".

AMBIENTE

Il 2022 di Bennet è stato segnato da un'accelerazione delle azioni volte a ridurre i consumi energetici e migliorare l'efficienza degli impianti. Tra climatizzazione e refrigerazione alimentare, negli impianti dei punti vendita si concentra infatti il 97,7% dei consumi di energia. Dal 2018 al 2022, grazie ai molti interventi di restyling dei negozi, il loro efficientamento ha portato a una riduzione annua media del consumo energetico medio per punto vendita del 4,7%, mentre le emissioni di CO₂ medie per punto vendita sono calate del 14% rispetto al 2021.

Logistica e gestione dei rifiuti sono altre due voci rilevanti per misurare l'impatto ambientale. Rispetto al 2021 la logistica fornita da terzi, preponderante per il business dell'azienda, ha generato -2,4% di CO₂, mentre i rifiuti medi per punto vendita sono calati del 10,8%.

Bennet è inoltre intervenuta con due modalità parallele sull'impiego dei materiali per il packaging: da un lato ha limitato allo stretto necessario i volumi dei materiali che risultano meno sostenibili, il cui utilizzo è calato del 7,1%; dall'altro ha promosso l'adozione di materiali rinnovabili nell'ambito dei prodotti a marchio e della gastronomia.

Altro importante contributo è venuto dalla lotta allo spreco alimentare. Nel 2022 le eccedenze alimentari recuperate da Bennet sono state pari a 353.619 kg. Dietro a questo numero si nascondono 527.483 tonnellate di CO₂ evitate, 176.810 euro di costi di smaltimento risparmiati, 1.601.911 euro di valore economico degli alimenti rimessi in circolo, e soprattutto 647.284 kg di pasti equivalenti recuperati.

I prodotti prossimi alla scadenza o imperfetti nella confezione, ma ancora edibili, sono stati donati a Banco Alimentare e ad altre associazioni. Si è anche estesa a 32 punti vendita la partnership con Too Good To Go, l'applicazione attraverso cui è possibile recuperare e vendere a prezzi ribassati gli alimenti invenduti "troppo buoni per essere buttati".

PERSONE: COLLABORATORI E CLIENTI

Il riconoscimento e l'apprezzamento del valore dei collaboratori nella relazione con i clienti sono stati alla base della scelta aziendale di arricchire le loro competenze con specifici percorsi formativi. Le ore totali erogate nel 2022 sono aumentate dell'11,6% e molta parte è stata dedicata a migliorare l'accoglienza del cliente e il racconto dei prodotti. Attraverso formule innovative proposte in aula, come la creazione di un cerimoniale di vendita per gli operatori dei reparti freschi e freschissimi, è stato condiviso uno stile e un linguaggio comuni per tutti i punti vendita, utili a rendere più stretto e solido il rapporto con il cliente.

Il servizio al cliente è stato ulteriormente migliorato e incrementato anche attraverso l'innovazione continua degli strumenti digitali. Due gli obiettivi: far sentire il cliente apprezzato e accolto e rendere il momento della spesa più semplice e alla portata di tutti, quindi più inclusivo. Rientrano in questi interventi l'ottimizzazione del sito Bennet, reso più chiaro nella presentazione dei prodotti e il potenziamento dell'App-bennet. Quest'ultima non solo rende la spesa

online ancora più comoda, ma permette di interagire con i volantini digitali, che hanno ormai definitivamente sostituito quelli cartacei con un significativo contributo alla sostenibilità ambientale.

PERSONE: LA COMUNITÀ

Un principio guida che Bennet ha seguito in modo costante è stato la tutela della capacità di acquisto dei clienti, in particolare di chi è stato colpito da difficoltà economiche. In questa categoria rientrano iniziative di contenimento degli aumenti come “Giù il prezzo”, un paniere di 400 referenze a marchio che ogni tre mesi a rotazione erano proposte a prezzi ribassati, e +Punti+Sconti, la possibilità di trasformare in buoni sconto per la spesa i punti fedeltà del programma Bennet Club.

Tramite la raccolta punti sono anche stati raccolti e donati a Fondazione Umberto Veronesi 53.000 euro, somma destinata a sostenere un grande progetto di ricerca internazionale sulla Leucemia Mieloide Acuta Pediatrica denominato PALM.

Il desiderio di esercitare un ruolo attivo generando valore culturale e sociale positivo nei territori in cui Bennet è presente, è alla base delle iniziative promosse a livello locale. Da anni Bennet sostiene Amici di Cometa e il loro progetto “Una Casa per Crescere”, il centro diurno a Como che accoglie ogni giorno 120 tra bambini e ragazzi provenienti da contesti di disagio e fragilità. Con l’associazione Nostra Famiglia è stato invece avviato il progetto Uniti per l’inclusione, un’azione innovativa volta a valorizzare le potenzialità professionali delle persone con disabilità.

11 persone coinvolte sono state occupate negli ipermercati Bennet delle provincie di Torino, Lecco, Como, Monza e Brianza.

PRODOTTI

Anche nell’area prodotti si registrano novità che hanno rilevanza per il Bilancio. Nel 2022 le referenze a marchio Bennet certificate sostenibili sono aumentate del 41,3%. Alla linea Filiera Valore si sono aggiunti inoltre altri 29 prodotti a marchio FDAI (Firmato Dagli Agricoltori Italiani). Si tratta di referenze che arrivano dalla Filiera Agricola Italiana, prodotti tracciabili, sicuri e sostenibili perché rispettosi del territorio. L’attenzione per la materia prima di origine italiana ha dato anche un’ulteriore spinta al progetto “Pasta Frolla”, sviluppato in collaborazione con l’Università dei Sapori di Perugia. Gli specialisti della pasticceria di Bennet hanno infatti creato nuove ricette partendo da ingredienti di alta qualità e sostituendo con esse il semilavorato utilizzato in precedenza.

Bennet nasce nei primi anni 60 da una visione di Enzo Ratti. Da allora la sua espansione è stata continua, trasformandola nel corso degli ultimi 60 anni in leader nel mercato degli ipermercati e dei centri commerciali, con sedi in tutto il Nord Italia.

Bennet conta 61 ipermercati e superstore e 55 punti di ritiro bennetdrive, con una superficie di vendita complessiva maggiore di mq. 280.000, circa 6.000 dipendenti, 50 gallerie commerciali di proprietà e più di 1.350 negozi al proprio interno.

La competenza, l’esperienza e la professionalità hanno permesso a Bennet di essere sempre all’avanguardia e di anticipare i bisogni dei clienti in modo da garantire un’offerta sempre migliore nel rapporto qualità-prezzo, nell’ampiezza dell’assortimento e nel servizio.

Attraverso una politica commerciale al passo con i tempi, programmi di espansione mirati e la creazione di un’immagine e di uno stile inconfondibili, Bennet è riuscita a conquistare e mantenere sempre una leadership di mercato nelle aree in cui opera.

Ufficio Stampa Bennet: AZComunicazione

Alessandra Zaco alessandra.zaco@azcomunicazione.com - Tel. 339/6534643

Elena Zaco elena.zaco@gmail.com - Tel. 348/3113189