

BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ



20
19

In viaggio verso una nuova sostenibilità.	5	CAPITOLO 5. LA RESPONSABILITÀ DEI NOSTRI PRODOTTI.	58
In prima linea per l'emergenza Coronavirus.	6	La qualità prima di tutto.	59
Trasforma i tuoi punti in solidarietà.	6	Informazioni trasparenti in etichetta.	60
Polizza sanitaria e gestione familiare.	6	La nostra offerta sostenibile.	61
Sospensione pagamento consegna Over 65.	7	I marchi sostenibili.	62
Gift card.	7	Bennet Bio.	63
Supporto a Cometa.	7	Bennet Cosmesi Naturale Bio.	63
Croce Rossa e Carrello solidale.	8	L'importanza della provenienza dei prodotti.	65
Carrello sospeso.	8	I Tuoi Buoni vicini.	65
Bennet e gli SDG.	8	Obiettivo 100% benessere animale.	65
CAPITOLO 1. IL NOSTRO PERCORSO.	10	CAPITOLO 6. L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE.	68
Chi siamo - HIGHLIGHTS 2019.	11	Tutelare le risorse.	69
Una lunga storia di innovazione.	13	La sostenibilità del packaging.	70
La strategia di sostenibilità.	17	Promuovere la digitalizzazione.	73
Il nostro marchio: garanzia di qualità.	18	Il Premio Innovazione SMAU 2019.	73
Ci trovi qui.	20	L'attenzione ai consumi idrici.	74
La performance economica.	22	L'efficienza energetica.	75
Governance e compliance.	24	L'illuminazione per il miglioramento dell'esperienza	
Il Modello di Organizzazione e Gestione 231.	25	di acquisto e dell'efficienza energetica.	76
La lotta alla corruzione.	26	Efficientamento energetico quadri elettrici tecnologia	
Il codice etico.	26	E-POWER.	77
La tutela della privacy dei clienti.	27	La gestione degli impianti.	78
CAPITOLO 2. NEL CUORE DELLA NOSTRA ATTIVITÀ.	28	Perché è importante calibrare gli impianti.	78
Le nostre persone.	29	Il monitoraggio delle emissioni.	80
La selezione del personale.	29	Ottimizzare i trasporti.	82
Welfare e benefit.	32	Ridurre l'impatto della logistica.	82
Formare per crescere.	34	Il sistema CPR contro gli sprechi.	84
Salute e sicurezza al centro.	36	Il sistema di Pallet Pooling.	85
CAPITOLO 3. DEDICATI AL CLIENTE.	38	Recuperare i rifiuti: una gestione responsabile.	86
Bennet Club si rinnova.	39	NOTA METODOLOGICA.	88
1, 2, 3... Sconto!	41	Perimetro, scopo e contenuti del Bilancio di Sostenibilità.	88
Sempre in ascolto.	42	L'analisi di materialità.	89
La spesa online: il servizio bennetdrive.	44	GRI CONTENT INDEX.	95
CAPITOLO 4. RADICATI NEL TERRITORIO.	48		
Salute e cultura.	49		
A sostegno della Sanità.	51		
I progetti con le scuole.	54		
Il recupero sociale dell'invenuto.	55		

Sostenibilità



IN VIAGGIO VERSO UNA NUOVA SOSTENIBILITÀ.

Il primo bilancio di sostenibilità di Bennet. Potremmo considerarlo il punto di arrivo di un lungo percorso che conferma l'attenzione da sempre riservata dall'azienda all'ambiente, alle persone, alla loro sicurezza e qualità della vita. Ma preferiamo vederlo come il punto di partenza di un viaggio ancora più importante che fa delle istanze sociali e ambientali non più un corollario alle attività commerciali, ma parte integrante delle strategie e delle scelte future dell'azienda.

Una fondamentale tappa di evoluzione che è anche venuta a coincidere con un momento storico unico in cui l'azienda è chiamata a far fronte all'emergenza del COVID-19. E lo sta facendo con risultati straordinari, grazie alla collaborazione di tutti i dipendenti a ogni livello, diventando un punto di riferimento per le persone nella loro quotidianità come per le istituzioni e gli enti locali.

Pur se in modo imprevedibile, questo scenario ci ha dimostrato ancora una volta come ogni attività di business sia connessa con la realtà che la circonda e ci spinge a proseguire, con rinnovata forza e consapevolezza, nella creazione di un futuro più sostenibile sotto ogni punto di vista.

Un futuro basato sull'equilibrio tra aspetti finanziari, commerciali, di qualità del prodotto e del servizio, di controllo e sicurezza, di salvaguardia dell'ambiente, di cura e rispetto per i clienti e i dipendenti, di sostegno al tessuto sociale e alle realtà produttive del territorio.

Un futuro che pone Bennet al centro di un mondo costantemente connesso, in cui ogni scelta è orientata alla costruzione di valore non solo per l'azienda ma per l'intera collettività. E maggiore sarà il valore che riusciremo a creare intorno a noi, maggiore sarà il valore del nostro brand. Un futuro verso cui ci dirigiamo con fiducia, proseguendo un viaggio iniziato oltre cinquant'anni fa e che continua a sorprenderci e appassionarci ogni giorno. E allora, lasciandovi alla lettura del nostro primo bilancio di sostenibilità, non mi resta che augurare a tutti noi il migliore dei viaggi possibili.

Il Presidente
Cavaliere del Lavoro Dott. Michele Ratti



IN PRIMA LINEA PER L'EMERGENZA CORONAVIRUS.

A fronte dei casi di COVID-19 registrati in Italia ci siamo immediatamente attivati con misure interne di prevenzione nei confronti del personale e della clientela, nel pieno rispetto delle informative emesse dalle autorità competenti.

Abbiamo mantenuto l'operatività su tutti i fronti e siamo stati in grado di affrontare ogni esigenza e necessità: non abbiamo

registrato alcuna situazione critica relativa alle scorte e abbiamo consentito ai collaboratori della sede amministrativa di operare in smart working.

Tutti i prezzi dei prodotti coinvolti nell'emergenza COVID-19 sono rimasti inalterati, in modo da non gravare ulteriormente sui cittadini-clienti.

TRASFORMA I TUOI PUNTI IN SOLIDARIETÀ.

Con l'iniziativa "Trasforma i tuoi punti in solidarietà" abbiamo dato la possibilità di donare i punti della carta fedeltà Bennet Club a favore del Fondo Emergenza Coronavirus istituito dalla Fondazione Provinciale Comasca con l'obiettivo di acquistare attrezzature mediche, quali sistemi radiologici portatili, dispositivi di protezione individuale, monitor multiparametrici e letti per la terapia intensiva, destinandoli agli ospedali Sant'Anna di S. Fermo

della Battaglia, Valduce di Como e Fatebenefratelli di Erba. Con 500 Punti Bennet Club donati, Bennet devolve 5 euro al Fondo Emergenza Coronavirus. È possibile sostenere il progetto anche con micro-donazioni di 1 euro, donando 100 Punti Bennet Club. Con la stessa modalità, Bennet sostiene anche l'Ospedale di Bergamo, grazie alla collaborazione con CESVI e l'iniziativa "Andrà tutto bene" a favore dell'ospedale della città.

POLIZZA SANITARIA E GESTIONE FAMILIARE.

Fin dai primi momenti di emergenza, in Bennet ci siamo impegnati a garantire la continuità di un servizio primario per i cittadini, assicurando al tempo stesso la sicurezza dei nostri 7.000 collaboratori. A questi ultimi va quindi il ringraziamento per lo straordinario impegno profuso in questi mesi. **In segno di vicinanza Bennet ha stipulato per ognuno di loro una polizza assicurativa che prevede un programma di assistenza sanitaria in caso di positività al COVID-19.**

La polizza garantisce aiuti e assistenza anche nel post-ricovero, con l'invio di medici presso il domicilio, trasporti in ambulanza, spostamenti per visite. È prevista la copertura anche a fronte delle difficoltà nella gestione familiare prevedendo collaboratrici domestiche, baby-sitter, accompagnamento dei figli a scuola e pet-sitter.

SOSPENSIONE PAGAMENTO CONSEGNA OVER 65.

Abbiamo inoltre aderito fin da subito all'iniziativa di Supermercato24 che ha previsto la sospensione del pagamento del costo della consegna della spesa per gli over 65 residenti nella città di Milano. Per tutto il mese di marzo, l'iniziativa di Bennet e Supermercato24 ha inteso

offrire un supporto concreto e tangibile ai clienti senior, che hanno potuto effettuare la spesa online dal sito oppure dall'applicazione di Supermercato24, e riceverla a casa all'orario stabilito senza alcun costo supplementare.

GIFT CARD.

Bennet aiuta concretamente le famiglie grazie alle Gift Card, carte regalo di differenti tagli, che sono state acquistate dalle amministrazioni comunali per essere distribuite ai cittadini in difficoltà secondo i criteri ritenuti più opportuni. L'insegna ha portato lo sconto al 15% sul valore della carta regalo, 5% in più rispetto a quanto raccomandato dal Governo.

SUPPORTO A COMETA.

Da sempre attenta e sensibile al contesto sociale, Bennet ha offerto il suo supporto a Cometa, l'associazione comasca che sostiene bambini e ragazzi in difficoltà accogliendoli ed educandoli in un contesto familiare di crescita e condivisione.

Bennet ha donato oltre 20.000 pasti, che rappresentano per la struttura il fabbisogno necessario sino alla fine del mese di agosto. Un primo passo che andrà a coprire l'offerta alimentare dedicata agli ospiti di Cometa.

CROCE ROSSA E CARRELLO SOLIDALE.

Sono stati 4.534 i kg di prodotti alimentari raccolti all'interno dei punti vendita Bennet della Lombardia grazie alla collaborazione tra l'insegna e i volontari della Croce Rossa Italiana, nel contesto della campagna Carrello Solidale del 15 aprile 2020 a favore delle fasce più

sensibili della popolazione. Gli incaricati della CRI, posizionati all'interno dei punti vendita Bennet nel rispetto delle norme di sicurezza, in divisa e muniti di mascherine e guanti, hanno invitato i consumatori a donare generi alimentari a lunga conservazione per le famiglie più in difficoltà.

CARRELLO SOSPESO.

L'iniziativa Carrello Sospeso in molti ipermercati Bennet del Piemonte è un'ulteriore azione messa in atto grazie alla collaborazione con Banco Alimentare. Bennet ha aderito all'operazione di raccolta di generi alimentari di prima necessità per sostenere anche in questo caso le famiglie in difficoltà. I clienti Bennet hanno potuto acquistare i prodotti e donarli depositandoli nell'apposito carrello posizionato all'ingresso del punto vendita.

L'emergenza sanitaria è tuttora in corso e al suo termine Bennet non smetterà di sostenere le comunità ed i territori in cui è presente, risoluti nell'agire dove possiamo fare la differenza, verso le persone, i nostri clienti ed i nostri collaboratori.

BENNET E GLI SDG.

Gli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile (SDG - Sustainable Development Goals), definiti dalle Nazioni Unite nell'ambito dell'Agenda 2030 e sottoscritti dai 193 Paesi membri nel 2015, rappresentano i 17 assi di impegno che mirano a proteggere il pianeta e assicurare prosperità per tutti entro il 2030 e a cui deve ispirarsi l'azione dei governi, della società civile, delle imprese e delle altre istituzioni.

La tabella seguente presenta i Goal prioritari per Bennet, in associazione ai temi materiali e il contributo al loro raggiungimento generato dalle politiche e iniziative di sostenibilità di Bennet con i relativi risultati, sulla base del documento "SDG Compass" pubblicato nel 2019 da GRI, UN Global Compact e WBCSD – World Business Council for Sustainable Development.

GOAL	TEMI MATERIALI PER BENNET	POLITICHE E INIZIATIVE DI BENNET	RISULTATI 2019	RIF. IN BILANCIO
 <p>Porre fine alla fame, garantire la sicurezza alimentare migliorare nutrizione e promuovere l'agricoltura sostenibile</p>	Investimenti per la comunità locale	Recupero sociale dell'inventario	1,6 milioni di euro di prodotti donati a Banco Alimentare, che hanno permesso di preparare più di 531.000 pasti	Cap. 4, pag. 55
 <p>Garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età</p>	Investimenti per la comunità locale	Programma "Bennet per il territorio"	Quasi 220.000 euro donati alle associazioni sanitarie locali tramite la raccolta punti	Cap. 4, pag. 51
 <p>Promuovere un'educazione di qualità, inclusiva e paritaria e garantire opportunità di apprendimento permanente per tutti</p>	Attenzione alle persone	Iniziative di formazione del personale	26.901 ore di formazione erogate al personale nel 2019	Cap. 2, pag. 34
	Investimenti per la comunità locale	Progetto Scuola Bennet	Donazione alle scuole di 66.000 euro in prodotti tecnologici e cancelleria	Cap. 4, pag. 54
 <p>Promuovere una crescita economica inclusiva, sostenuta e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti</p>	Performance economiche	Valore economico distribuito	Sono stati distribuiti circa 1.5 miliardi di euro agli stakeholder	Cap. 1, pag. 22
	Occupazione	Diversity del personale	71% di dipendenti di genere femminile	Cap. 2, pag. 29
 <p>Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo</p>	Riduzione impatti ambientali	Strategia di riduzione della quantità di imballaggi	-11% materiali utilizzati per l'imballaggio dei prodotti a marchio	Cap. 6, pag. 69
		Progetti per la riduzione dei consumi di carta	-12% utilizzo di carta per volantini rispetto al 2018 971,45 tonnellate di carta risparmiata	Cap. 6, pag. 73
		Gestione responsabile dei rifiuti	99% dei rifiuti contabilizzati destinati a recupero nel 2019	Cap. 6, pag. 86
	Innovazione e sostenibilità	Aumento strategico dei prodotti certificati sostenibili	195 Prodotti Bennet certificati sostenibili	Cap. 5, pag. 61
 <p>Misure per contrastare il cambiamento climatico</p>	Riduzione impatti ambientali	Continuo efficientamento energetico	Riduzione dei consumi totali di energia elettrica del 4,1% rispetto al 2018 -4% emissioni dirette e indirette di gas a effetto serra	Cap. 6, pag. 75
		Pallet pooling e CPR	101.092 tonnellate di CO ₂ eq evitate con pallet pooling e CPR	Cap. 6, pag. 85



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 condividerlo 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.

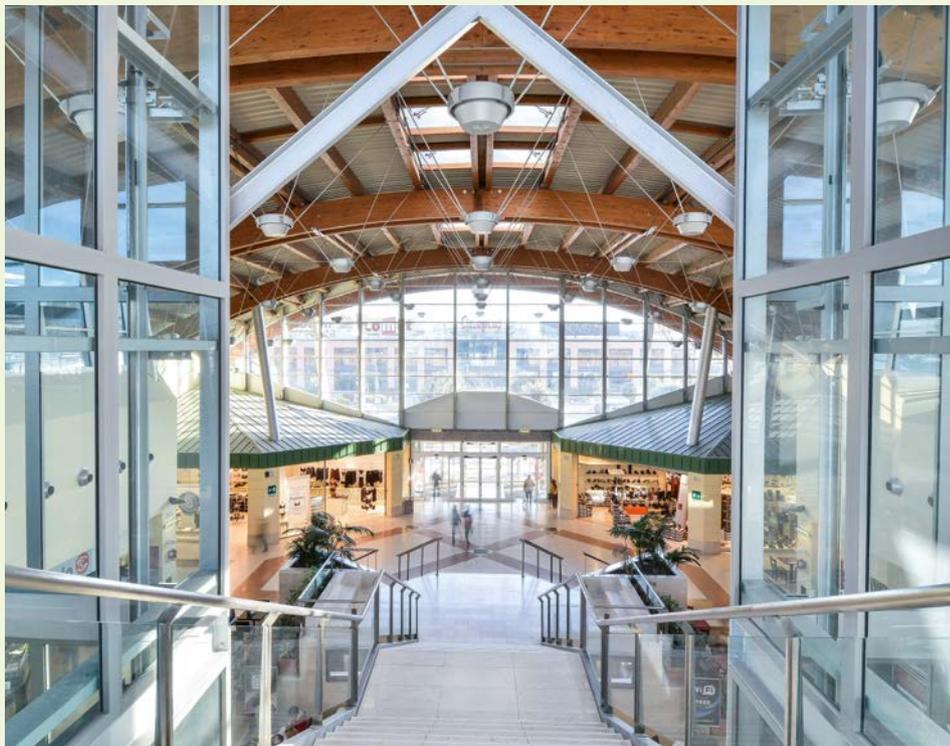
LE GALLERIE COMMERCIALI BENNET.

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.



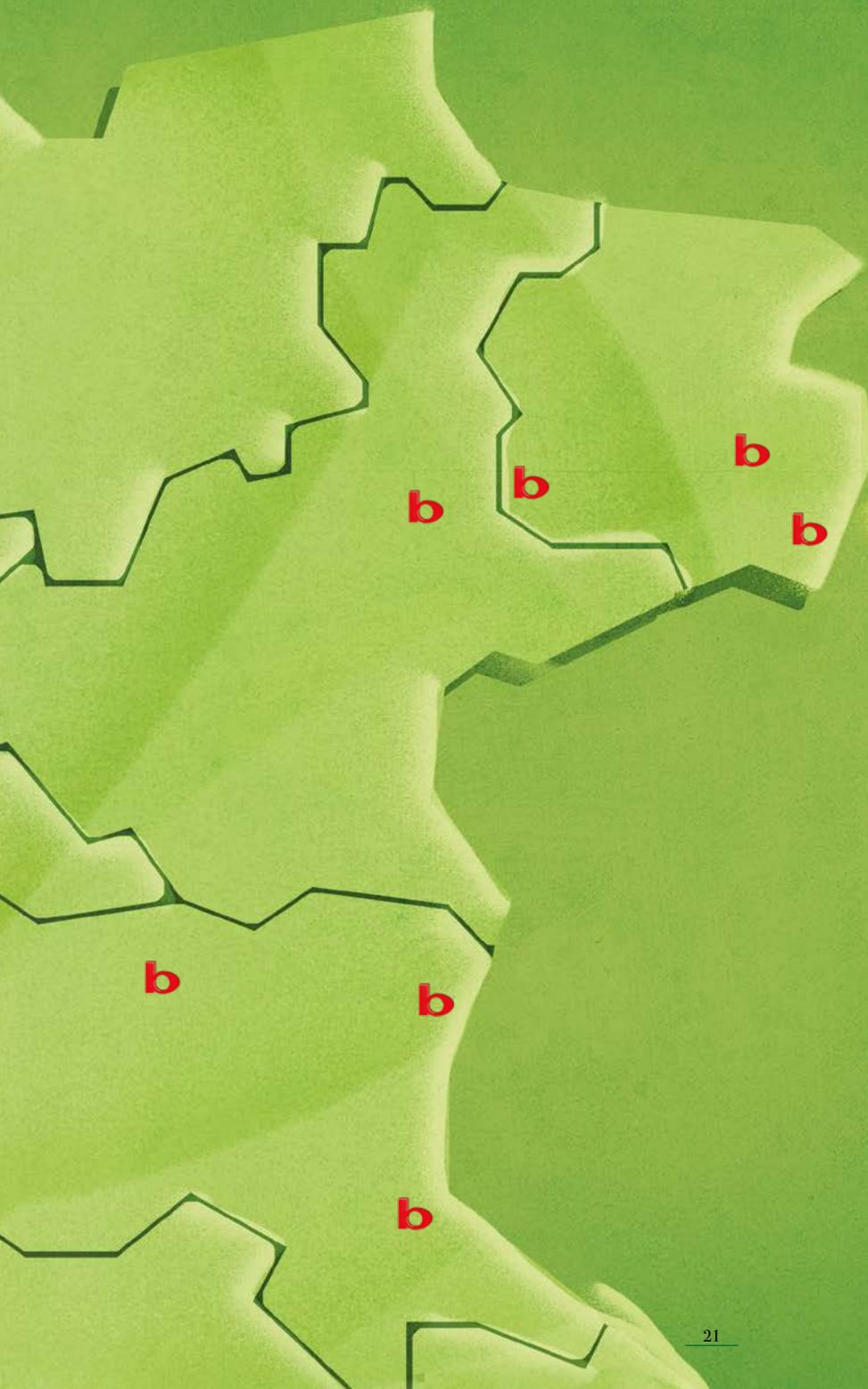
45 centri commerciali di proprietà

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.

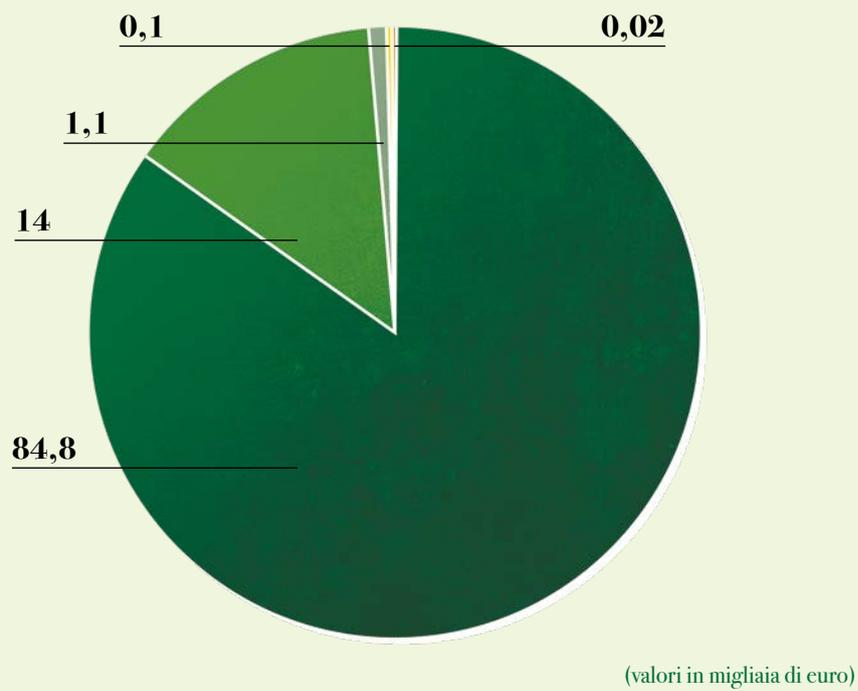
Tale valore è stato per il 94,8% (1.465 milioni di euro) distribuito agli stakeholder.

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



■ 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.

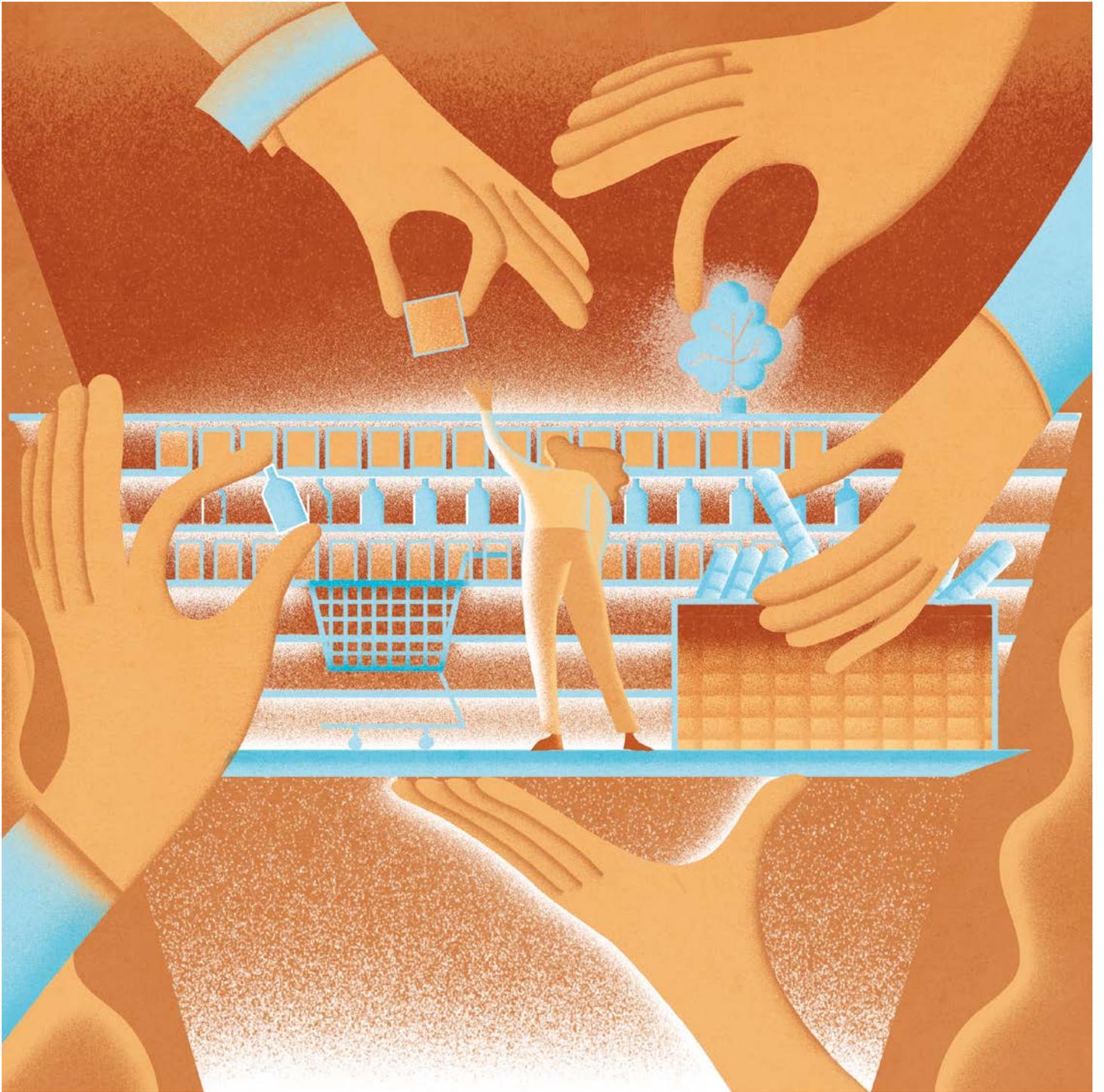
In tema di privacy, è stato svolto nel 2018 ed è tuttora in corso, un importante lavoro di analisi delle attività e di adeguamento al nuovo GDPR UE 2016/679.

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.



NEL CUORE DELLA NOSTRA ATTIVITÀ.

LE NOSTRE PERSONE.

LA SELEZIONE DEL PERSONALE.

6.528 dipendenti con contratto a tempo indeterminato e determinato al 2019
1.376 dipendenti assunti nel 2019, di cui il 92% sotto i 30 anni
71% dei dipendenti è costituito da donne

Nella selezione del personale, cuore pulsante della nostra attività, rivestono un ruolo fondamentale la provenienza dal territorio, la forte motivazione al ruolo e la passione per il settore della Grande Distribuzione. Il nostro impegno è trasferire ai candidati le competenze specifiche necessarie, sviluppando squadre di massima professionalità.

Ai responsabili di selezione che operano sul posto affidiamo la ricerca del personale di vendita, mentre per figure professionali ed executive il processo viene gestito in maniera centralizzata, utilizzando anche strumenti a distanza come video-colloqui.

Ci avvaliamo della consulenza di primarie società di head hunting per il personale altamente qualificato.

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.

Per alcuni profili professionali, come i Direttori di Punto Vendita, individuiamo percorsi di inserimento professionale ad hoc che permettono di accrescere le competenze e accompagnare il collaboratore nel nuovo ruolo.

Nel 2019, i collaboratori Bennet assunti a tempo indeterminato e determinato sono 6.528, di cui il 71% donne.

Di queste, il 74% ha un contratto part-time, che permette loro di conciliare vita privata e lavoro.

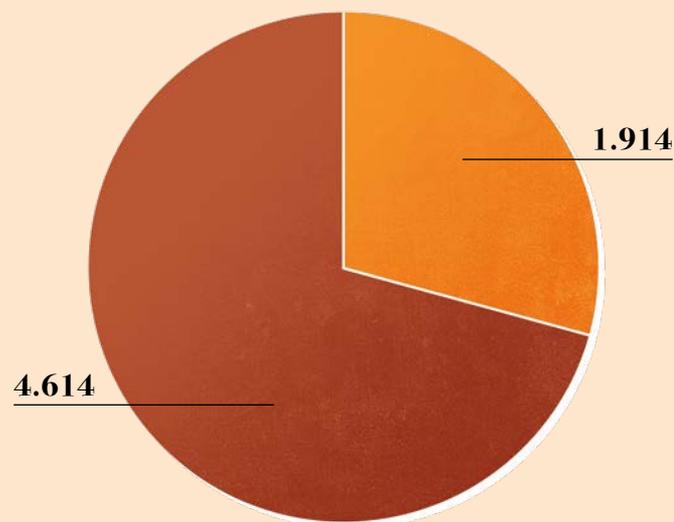
Nell'anno di rendicontazione sono stati assunti 1.376 dipendenti, di cui il 92% sotto i 30 anni.

In linea con il turnover che caratterizza il settore, tra entrate e uscite il numero complessivo di dipendenti è rimasto sostanzialmente stabile nel 2019 rispetto all'anno precedente.

In azienda collaborano con noi con un contratto a progetto 4 persone e nel 2019 abbiamo avuto modo di ospitare 8 stagisti, due in più rispetto al 2018.

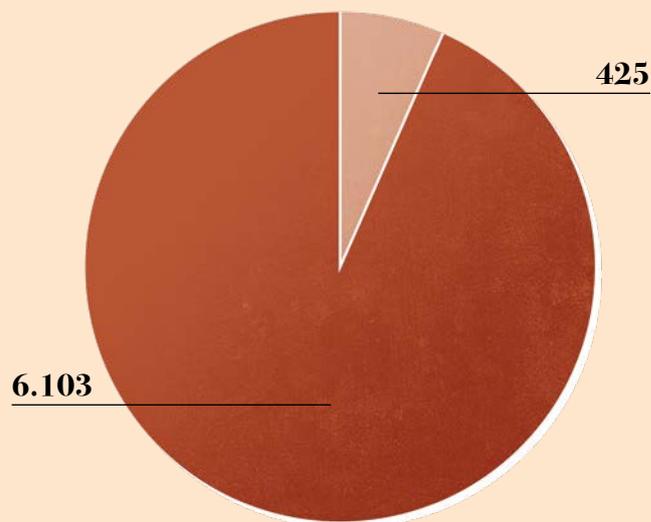


PERSONALE PER GENERE



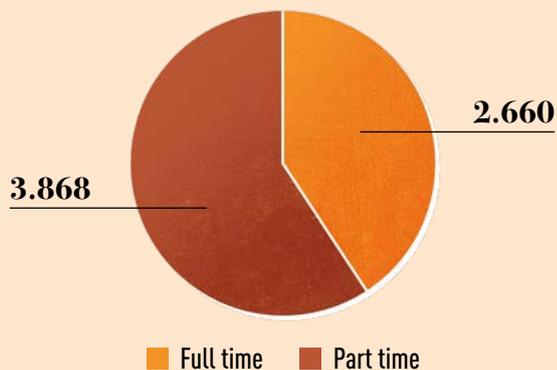
■ Uomini ■ Donne

PERSONALE PER CONTRATTO 1/2

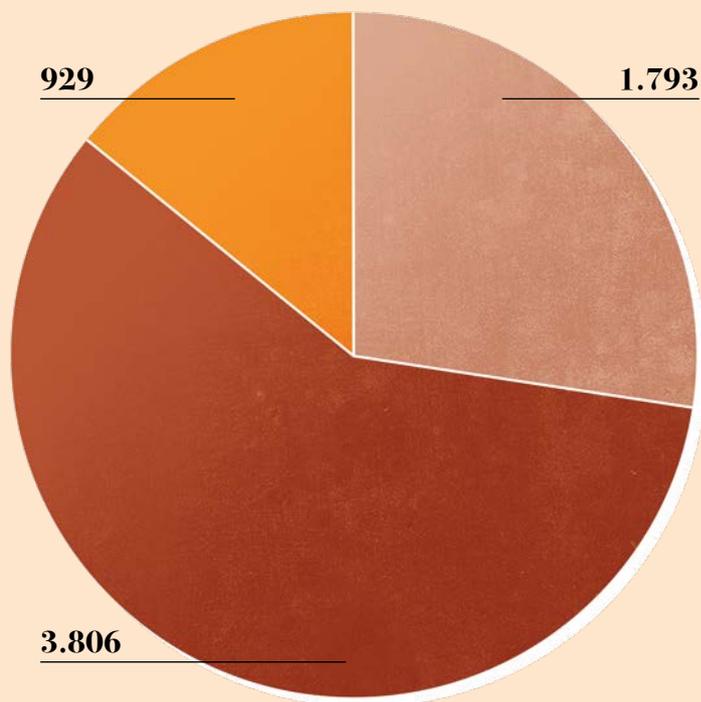


■ Tempo Determinato ■ Tempo Indeterminato

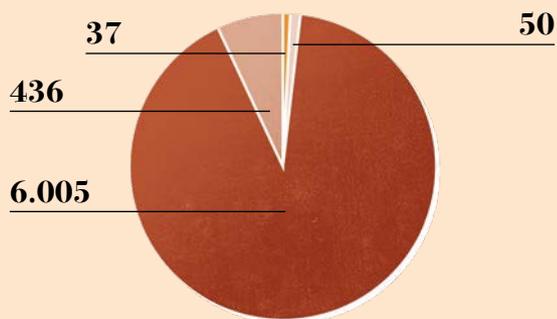
PERSONALE PER CONTRATTO 2/2



PERSONALE PER ETÀ



PERSONALE PER QUALIFICA



■ Dirigenti
 ■ Quadri
 ■ Impiegati e apprendisti
 ■ Operai

■ <30
 ■ 30-50
 ■ >50

TASSO DI TURNOVER	IN ENTRATA 21,1%	IN USCITA 21,3%
Donne	18,7%	19,4%
Uomini	26,8%	25,8%
Sotto i 30 anni	70,6%	55,6%
Tra i 30 e i 50 anni	2,2%	7,1%
Oltre i 50 anni	2,9%	13,1%

WELFARE E BENEFIT.

Prenderci cura delle nostre persone e promuovere un ambiente di lavoro sicuro è da sempre uno dei nostri più importanti obiettivi. Per questo tutto il personale Bennet dispone di assistenza sanitaria integrativa e dell'accesso gratuito a un sistema di vaccinazione antinfluenzale attivo su tutto il territorio.

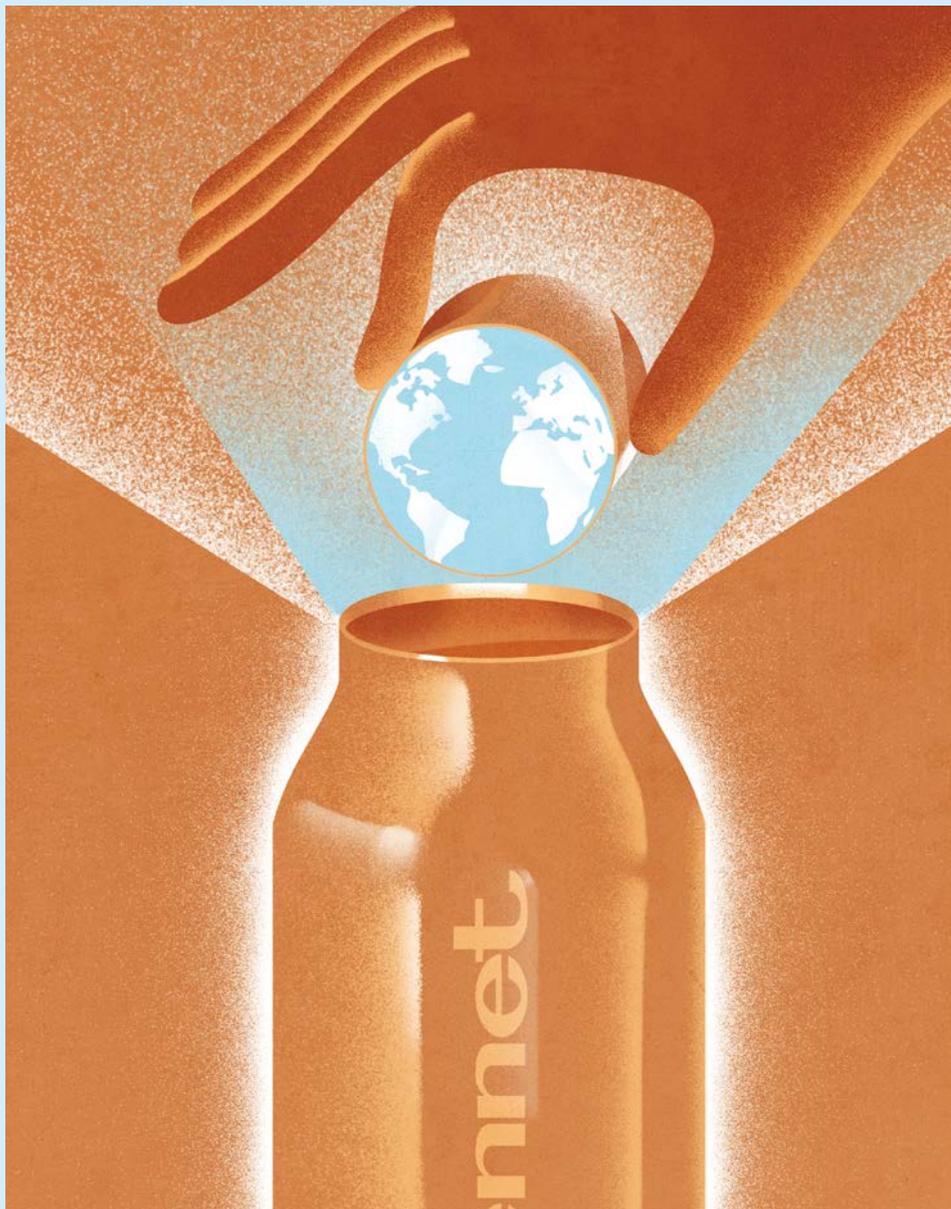
I nostri collaboratori possono inoltre beneficiare di assistenza fiscale e assistenza per pratiche amministrative gratuite, ad esempio per assegni familiari e permessi in base alla legge 104/92 (assistenza a famigliari). Tutti i collaboratori hanno accesso a un sistema di convenzioni “commerciali” che consentono di ottenere agevolazioni per l'acquisto di beni e servizi.

Le principali novità del 2019 hanno riguardato iniziative che favoriscono la conciliazione vita-lavoro, come l'introduzione in via sperimentale dello smart working per alcuni uffici della sede, l'impegno per la sostenibilità ambientale, quali le soluzioni plastic-free per l'acqua in ufficio, “pillole” formative su alimentazione e stile di vita sano e salutare. Abbiamo inoltre attivato una convenzione con l'istituto “Nostra Famiglia” di Lecco per l'inserimento di personale con disabilità.

Gli obiettivi futuri sono:

- **consolidare le opportunità offerte dallo smart working accrescendo la cultura digitale;**
- **incentivare l'approccio al cambiamento verso una maggiore agilità professionale e personale;**
- **rafforzare il percorso di sviluppo professionale individuale adatto a ciascun collaboratore.**

BENNET CONSEGNA 400 BORRACCE AI COLLABORATORI DELLA SEDE.



A riprova del nostro orientamento verso una cultura sempre più plastic free, abbiamo installato distributori d'acqua nelle zone ristoro degli uffici di Montano Lucino e consegnato a 400 collaboratori della sede borracce in acciaio inox da 500 ml, da riempire con acqua "alla spina" filtrata e refrigerata.

L'acqua della rete idrica utilizzata è a Km Zero e le periodiche manutenzioni programmate in azienda ne assicureranno la qualità.

Grazie a questa iniziativa sarà possibile risparmiare in Bennet oltre 21.000 bottigliette in plastica ogni anno, evitando di emettere 5,6 tonnellate di CO₂. Emissioni che equivalgono a 20.331 km percorsi con un'utilitaria: più della distanza aerea fra il Polo Nord e il Polo Sud o 1,59 volte il diametro della Terra.

Le emissioni evitate sono paragonabili all'azione di assorbimento annuale di Co₂ di 308 alberi. Infatti attraverso il processo di fotosintesi l'albero sottrae naturalmente CO₂ dall'atmosfera (considerando che un albero in media assorbe 22 kg di CO₂ in un anno¹).

¹ Fonte: www.americanforest.org

FORMARE PER CRESCERE.

26.901 ore di formazione erogate nel 2019
+17% ore totali di formazione erogate rispetto al 2018

Per realizzare i nostri obiettivi di sviluppo delle competenze, la formazione svolge un ruolo centrale.

In base all'analisi annuale dei bisogni di tutte le funzioni aziendali, procediamo a elaborare ogni anno il nostro piano formativo: i contenuti del piano derivano dalle specifiche esigenze e richieste avanzate dalle diverse funzioni; in seguito proseguiamo selezionando le migliori società del settore e prevediamo l'erogazione in modalità **blended**, ovvero una modalità che combina i metodi tradizionali in aula con la formazione autonoma attraverso pillole formative online.

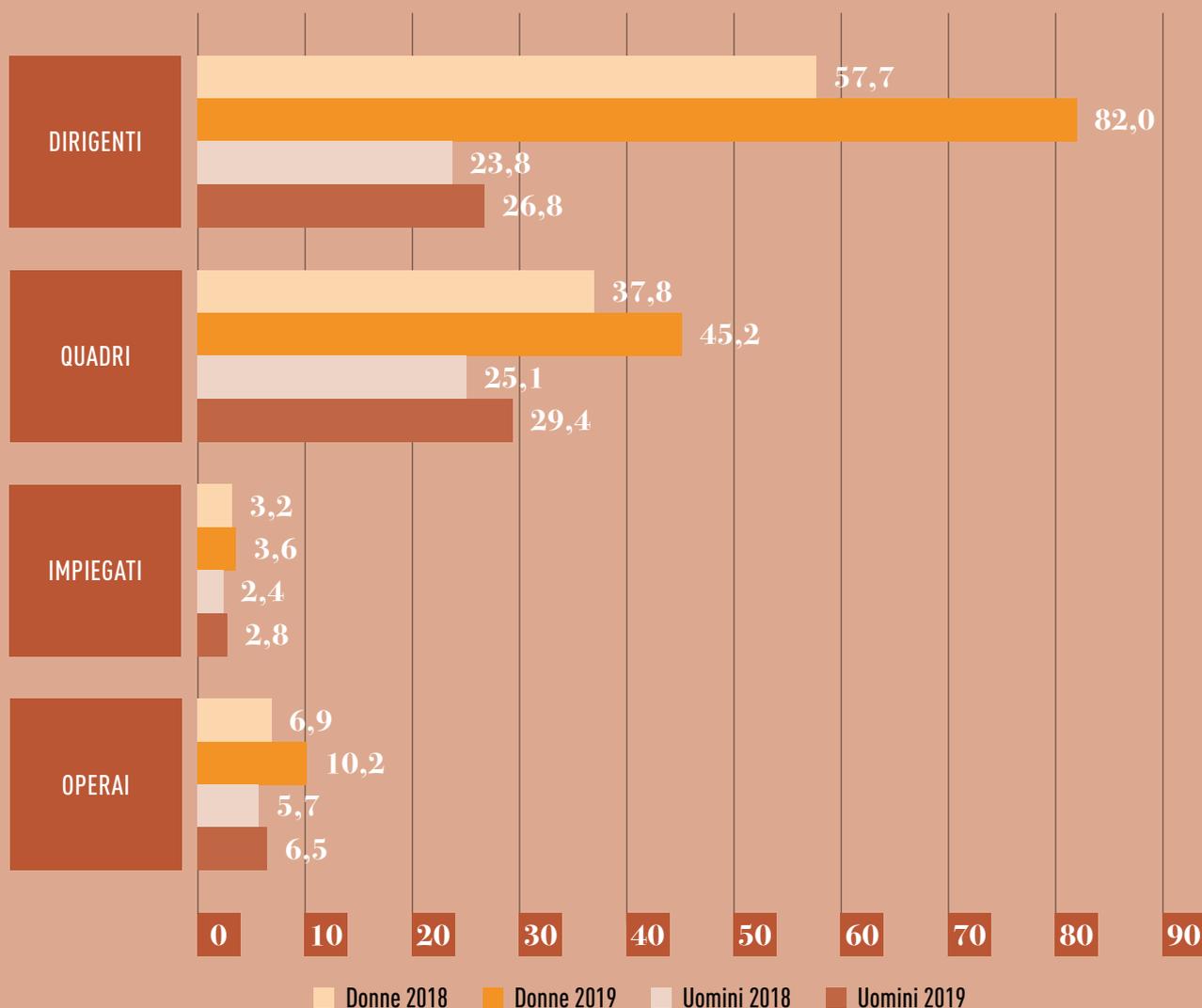
La formazione è supportata da un processo di valutazione e da un coaching mirato a rafforzare le qualità dei singoli collaboratori.

Al termine di ogni intervento formativo eroghiamo un questionario di gradimento e, per gli interventi formativi obbligatori, un test di verifica dell'acquisizione delle competenze.

Nel 2019 abbiamo erogato in totale 26.901 ore di formazione, per un totale di 4,2 ore medie di formazione a individuo.

Un sensibile aumento è stato registrato nelle ore di formazione destinate ai dirigenti, in crescita del 23%, a riprova dell'impegno al miglioramento delle pratiche aziendali.

ORE DI FORMAZIONE MEDIE PER QUALIFICA



Ore medie di formazione erogate ai dipendenti Bennet suddivisi per qualifica e per genere nel biennio 2018-2019

I principali temi di formazione hanno riguardato la Salute e la Sicurezza generale e specifica, l'HACCP – ovvero l'insieme di procedure mirate a garantire la salubrità degli alimenti –

il d.lgs. 231/2001, la privacy secondo il Regolamento generale sulla protezione dei dati GDPR e l'accoglienza da riservare ai clienti.

HACCP.

L'Hazard Analysis and Critical Control Points è un insieme di procedure che consente di razionalizzare e organizzare il proprio sistema di autocontrollo. Il sistema HACCP è uno strumento teso ad aiutare gli Operatori del Settore Alimentare a conseguire un livello più elevato di sicurezza alimentare. Si basa su sette principi attraverso i quali si identificano i pericoli e i punti critici di controllo per poi stabilire azioni volte a monitorarli, gestirli e, eventualmente, correggerli.

Entro il 2020 ogni collaboratore della sede centrale avrà la possibilità di selezionare corsi e percorsi formativi adatti alle proprie competenze direttamente sulla nostra piattaforma

di formazione Hazard Analysis and Critical Control Points, (traducibile in sistema di analisi dei pericoli e punti di controllo critico).

In una fase pilota renderemo disponibili corsi gratuiti da svolgere fuori dall'orario di lavoro. Una volta consolidata la modalità di formazione, potranno aggiungersi alla modalità blended tutti i percorsi formativi oggi disponibili e rientranti nel piano formativo finanziato, garantendo una maggiore flessibilità e accesso ai corsi.

SALUTE E SICUREZZA AL CENTRO.

Consideriamo la gestione dei temi della sicurezza e salute dei collaboratori un elemento distintivo nella gestione aziendale: per questo, accanto alla rigorosa osservanza delle normative in materia di sicurezza e salute, attuiamo una politica diffusa e interfunzionale per assicurare la compliance legislativa, implementando in particolare le iniziative di prevenzione della salute e formazione in materia di sicurezza.

Tutti i nostri lavoratori risultano coperti dal Sistema di Gestione della Salute e della Sicurezza (SGLS). Inoltre, il personale è direttamente coinvolto nello sviluppo e nella revisione delle politiche e delle procedure di gestione dei rischi, degli obiettivi e dei programmi di gestione, oltre che nell'individuazione e valutazione dei rischi e nella successiva fase di gestione.

L'azienda identifica i pericoli, valuta i rischi e definisce le necessarie misure di controllo nel Documento di Valutazione dei Rischi redatto conformemente al d.lgs. 81/2008. In azienda è presente il Servizio di Prevenzione e Protezione dai rischi per la salute e sicurezza interno, coordinato dal RSPP con le varie funzioni aziendali, tra cui il Medico Competente e i Rappresentanti per la Sicurezza dei Lavoratori (RSL). Una società terza effettua inoltre un audit periodico in materia in accordo con l'Organismo di Vigilanza.

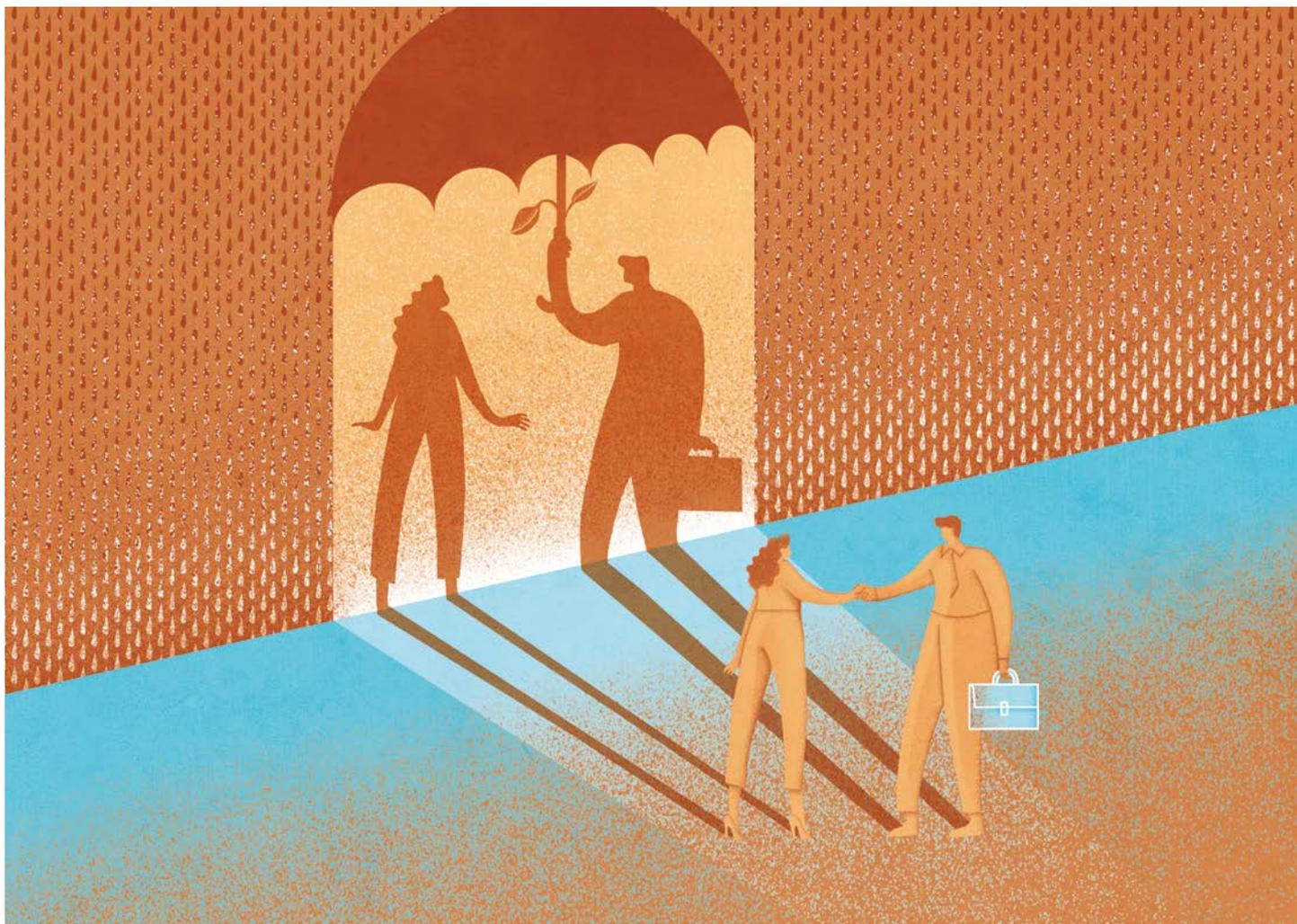
Per garantire il sistema di tutela della salute e sicurezza, il personale dedicato dell'ufficio centrale viene affiancato da enti e società specializzate in materia. Il fine è quello di promuovere la prevenzione con iniziative specifiche.

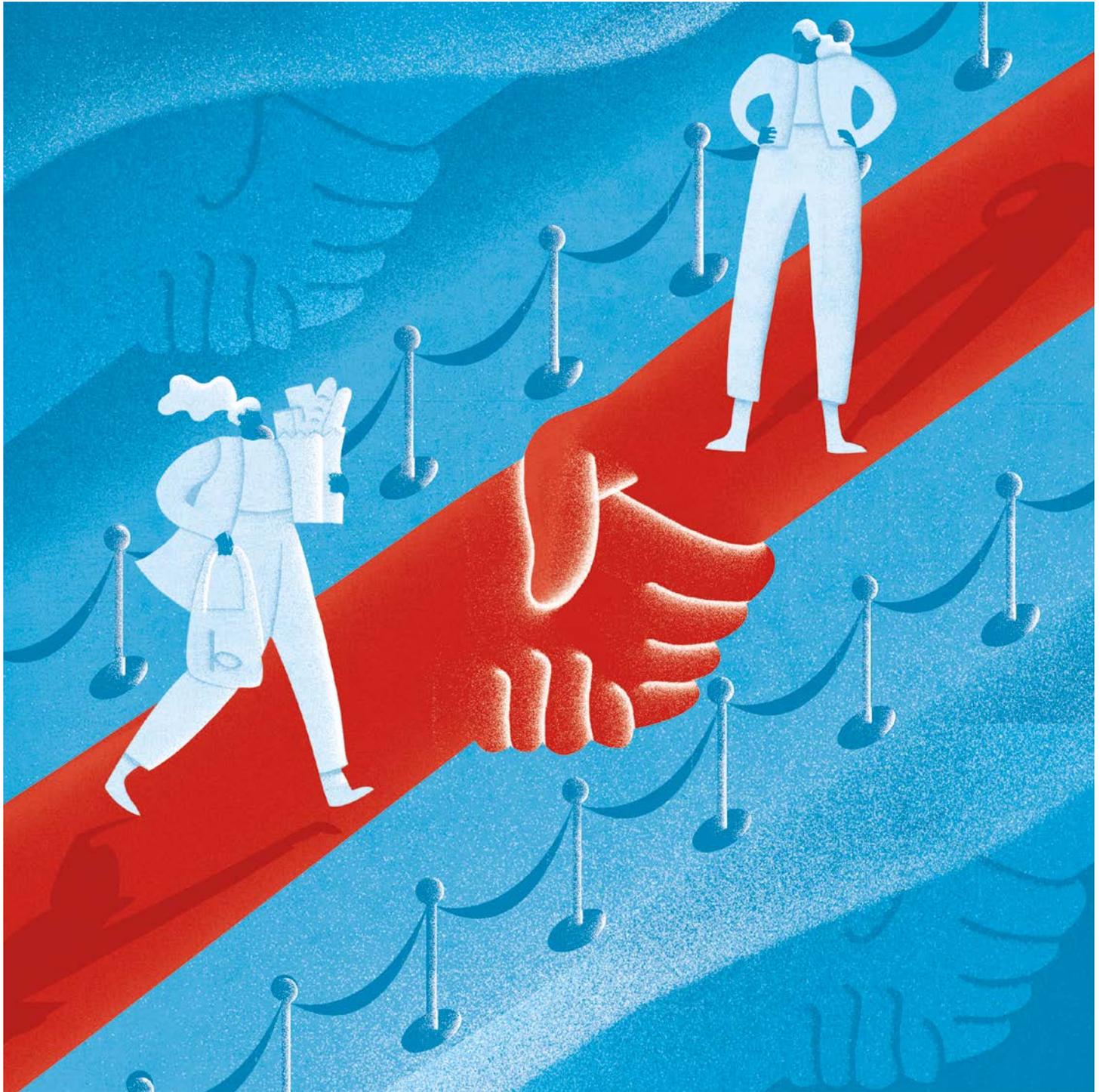
In questa linea si inseriscono le campagne vaccinali antinfluenzali in autunno, la collaborazione con il Centro Diagnostico Italiano per la gestione della salute e prevenzione, l'offerta di un servizio di check-up gratuito ad ampio spettro per tutto il management aziendale presso l'IRCSS San Raffaele di Milano.

Nel corso del 2019 si sono verificati 182 infortuni sul lavoro, di cui 140 con una prognosi inferiore ai 30 giorni lavorativi

di malattia. A fronte del numero di infortuni, il tasso di frequenza risulta essere 18,8, un risultato nettamente migliore della media di settore, che si assesta a 27,7.²

² Tale media è calcolata sulla base dei Bilanci di Sostenibilità delle principali aziende della GDO italiana, redatti in accordo con gli Standard GRI





DEDICATI AL CLIENTE.

BENNET CLUB SI RINNOVA.

**1.496.127 affiliati a Bennet Club nel 2019
+ 18,5% rispetto al 2018**

Il cliente è da sempre al centro della nostra strategia. La capacità di creare una relazione stabile, profittevole e di lunga durata con i clienti è un punto di forza della nostra azienda. Il concetto di fedeltà si è evoluto: dalla semplice distribuzione di carte fedeltà al contatto bidirezionale tra il cliente e l'azienda. La relazione che instauriamo con i nostri clienti punta sull'omnicanalità per personalizzare e rendere sempre migliore la customer experience.

Attivato nel 2019, il nuovo programma di fidelizzazione di Bennet Club nasce all'insegna di "un mondo dedicato a te": essere vicino al cliente, per conoscerne desideri e offrirgli vantaggi e opportunità personalizzate. Grazie all'ausilio di tecnologie evolute (tablet, totem, sito bennet.com) Bennet Club cresce e si evolve per personalizzare i meccanismi di rewarding e di interazione.

Nell'ultimo anno il numero dei clienti affiliati a Bennet Club è aumentato del 18,5%, passando da 1.219.097 nel 2018 a 1.496.127 nel 2019.

Lo strumento principale rimane la tradizionale raccolta punti con l'offerta di premi e servizi che aiutano il cliente a rendere più piacevole la vita di ogni giorno, senza trascurare l'aspetto della convenienza e del risparmio.

Agli sconti su volantino riservati ai titolari della carta Bennet Club, ai punti extra e al rinnovato catalogo premi, si affianca il sistema di reward personalizzato "1,2,3... Sconto!".



1,2,3... SCONTO!

1, 2, 3... Sconto! è il sistema che restituisce al cliente una percentuale della sua spesa: ogni 3 mesi, raggiungendo una soglia minima di spesa per ogni singola carta Bennet Club, il cliente può accedere ai buoni sconto nella propria area personale online su bennet.com. Funziona in questo modo: per soglie di spesa da 500 a 749 euro presso Bennet, il cliente riceve l'1% del totale in buoni sconto spendibili sui prodotti a marchio Bennet; da 750 a 1.499 euro ottiene il 2% del totale in buoni sconto su freschi e freschissimi, mentre con oltre 1.500 euro di acquisti ottiene buoni sconto pari al 3% del totale, utilizzabili in tutti i reparti.

I punti accumulati possono essere utilizzati non solo per i premi del catalogo, ma anche per le “conversioni”. “Il cambia e risparmia” permette infatti la trasformazione dei punti in sconti immediati, in reparti dedicati, in speciali momenti dell'anno.

Il nuovo sistema si basa sull'engagement e sull'omnicanalità: il cliente registrato può entrare nella propria area riservata da pc, tablet, smartphone, ma anche da totem in punto vendita, per attivare i propri coupon ed utilizzarli in cassa.

Ogni semestre proponiamo ai nostri clienti dei questionari per capire il livello di gradimento delle nostre iniziative. Dall'ultimo questionario ricevuto, è risultato che più dell'80% dei rispondenti ha un giudizio positivo riguardo al programma fedeltà.

Con questa evoluzione la nostra voglia di sperimentare ha raggiunto un nuovo capitolo. Il nuovo programma è il risultato di un lavoro di studio realizzato in collaborazione con l'Osservatorio Loyalty dell'Università di Parma.

LA NOSTRA INIZIATIVA PER I TESSERATI OVER 65.

Il Progetto Over 65 è un'iniziativa concreta, pensata per sostenere in modo efficace i tanti clienti che vivono questa fase della vita, tramite una facilitazione economica che li aiuti ad affrontare più serenamente la quotidianità, senza dover rinunciare a qualche piccola soddisfazione.

Grazie a questo progetto, presso i punti vendita di Pontedassio (Imperia) e Albano Sant'Alessandro (Bergamo) tutti i clienti con età pari o superiore ai 65 anni e in possesso di Bennet Club possono registrarsi all'iniziativa presso il banco accoglienza clienti per ricevere un buono sconto del 5% sulla spesa.

SEMPRE IN ASCOLTO.

La relazione stabile, profittevole e di lunga durata con il cliente passa anche attraverso l'ascolto e l'assistenza al consumatore non solo nella fase di vendita, ma soprattutto nel postvendita. I canali di contatto per mantenere efficace questa relazione sono il numero verde 800.23.66.38, i social network e le segnalazioni che dal punto vendita vengono condivise con la sede.



BENNET E FACEBOOK.

Nel corso del 2019, abbiamo avuto 130.050 interazioni tramite social network, di cui il 90% tramite Facebook. Le interazioni su questo canale risultano in crescita del 18,55% rispetto al 2018. Notiamo un aumento di tutti

gli aspetti dell'engagement social: lo share di commenti e condivisioni aumentano rispettivamente del 33% e del 31%, mentre le reactions sono aumentate del 16%.

Abbiamo strutturato il nostro servizio clienti in un ufficio dedicato già nel lontano 2002, nella sede di Montano Lucino. La scelta di mantenere il contact center all'interno dei nostri uffici, con personale formato ad hoc per questa attività, ha permesso negli anni non solo di migliorare la conoscenza dei nostri clienti, ma anche garantire risposte efficaci, tempestive, chiare e trasparenti. Nel corso del 2019, il numero verde ha gestito 78.155 contatti telefonici. Il 33% di questi contatti è stato risolto tramite dialogo diretto con l'operatore.

L'ufficio lavora su turni garantendo la continuità dal lunedì alla domenica, dalle ore 10.00 alle ore 22.00. Le operatrici del numero verde, che usufruiscono di 3 giorni di formazione full immersion l'anno tramite consulenti esterni, forniscono direttamente risposte relative ai prodotti e ai servizi dell'azienda.



Le risposte che forniamo ai nostri clienti sono frutto di un lavoro interno di approfondimento che coinvolge numerose divisioni: il controllo qualità food e non food, l'ufficio commerciale, l'ufficio acquisti, il marketing e il personale. Le richieste sono le più varie e sollecitano l'azienda su vari fronti, stimolandola al confronto interno. Dai clienti arrivano informazioni, suggerimenti, sollecitazioni, che poniamo alla base delle nostre decisioni per offrire un servizio sempre migliore.

LA SPESA ONLINE: IL SERVIZIO BENNETDRIVE.

33 punti bennetdrive nel 2019
12 nuove aperture previste nel 2020

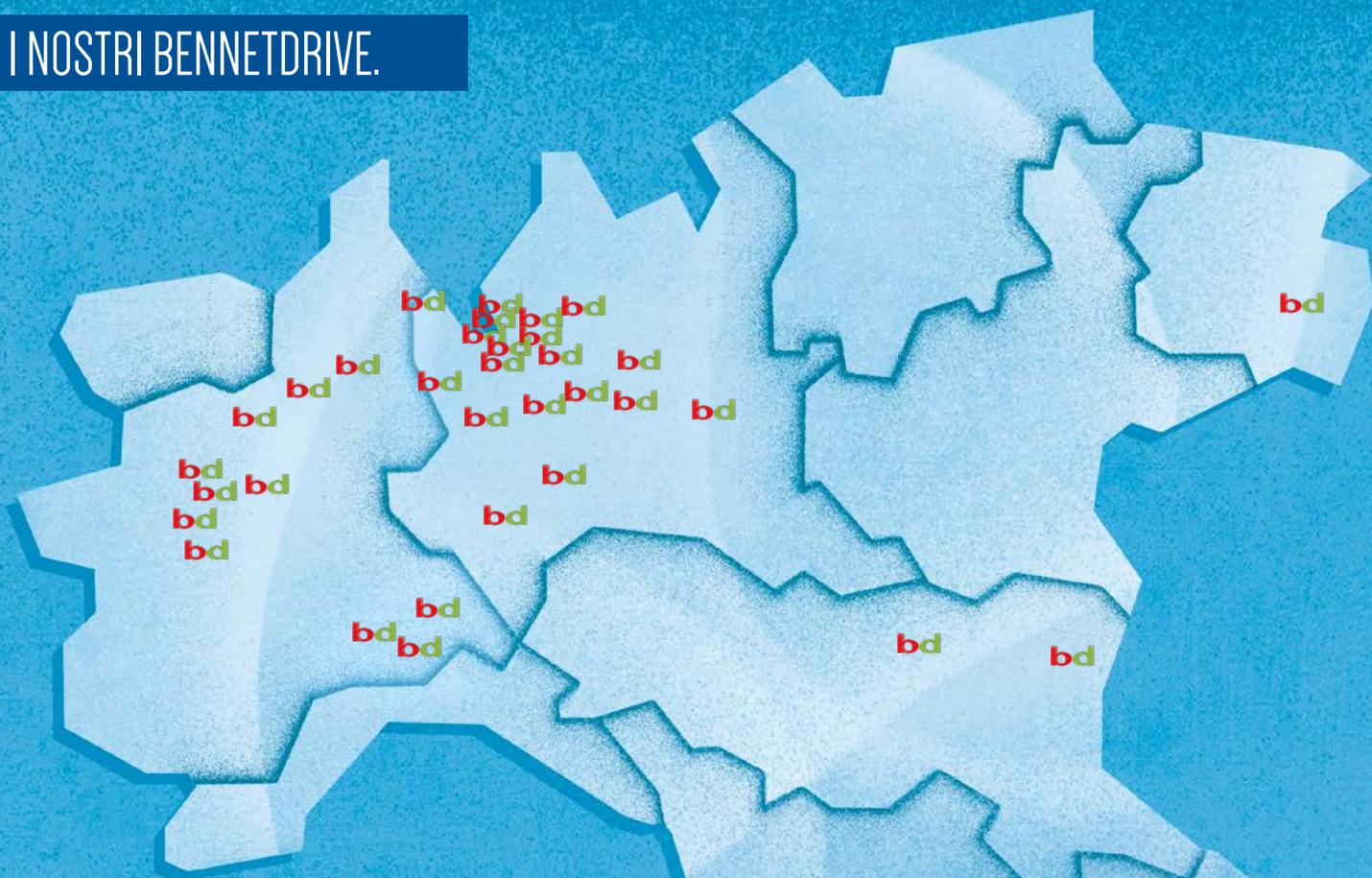
Siamo consapevoli che anche la spesa alimentare ormai vada oltre lo spazio fisico del punto vendita e siamo pronti a incontrare i nuovi bisogni di consumo.

Negli ultimi anni abbiamo intrapreso una strategia di modernizzazione della nostra rete di vendita attraverso lo sviluppo e la realizzazione di nuovi format commerciali. Forti investimenti sono stati destinati oltre che all'omnicanalità, allo sviluppo dell'e-commerce, principalmente nella formula del click&collect. Quello dell'e-commerce è un versante ricco di novità, le cui basi sono state poste nel 2019, per proseguire nel 2020 con il ridisegno del sito bennet e l'applicazione dedicata, specchio di una multicanilità senza interruzioni.

Quindi non solo maggiore attenzione alle esigenze di una nuova clientela, ma anche innovazione tecnologica e digitale, che parte da una comunicazione multicanale e prosegue con soluzioni all'avanguardia come **bennetdrive**: il nuovissimo servizio di spesa veloce che permette di selezionare i prodotti online, usando qualunque dispositivo 24 ore su 24, per poi passare a ritirarli senza scendere dall'auto.

Nel corso del 2019 abbiamo raggiunto il traguardo di 33 bennetdrive, un dato che ci rende la prima azienda italiana per numero di punti di ritiro in auto. Altre 12 aperture sono previste nel 2020, per arrivare a estendere il servizio a tutti i nostri punti vendita nel 2021.

I NOSTRI BENNETDRIVE.



Punti di ritiro

19 in Lombardia

11 in Piemonte

2 in Emilia Romagna

1 in Friuli Venezia Giulia



Come concepiamo l'e-commerce? Deve rispondere a tre principi guida: comodità, velocità e qualità del servizio. Abbiamo progettato tutto il sistema per assicurare la migliore esperienza possibile: il cliente, quando si presenta al drive, ritira la spesa al massimo in tre minuti e mezzo.

I freschi e i surgelati vengono stoccati nelle strutture refrigerate, che garantiscono il mantenimento della catena del freddo. E chi prepara l'ordine, lo fa con la massima cura, scegliendo solo i prodotti con le date di scadenza più lontane.

Una volta terminata la spesa online direttamente sul nostro sito, il cliente ha due opzioni di scelta per concludere il processo di acquisto: ritirare la spesa al benetdrive più vicino o farsela consegnare a domicilio secondo le fasce orarie previste. A novembre infatti è partito il primo servizio di consegna a domicilio nella provincia di Lodi, con uno sviluppo previsto nei prossimi anni, affiancando la rete del clicca e ritira. I riscontri dell'area test sono molto positivi e i vettori circolano a pieno regime. Il servizio di consegna a domicilio avviene attraverso una partnership con un vettore locale esterno che opera con mezzi di trasporto Bennet e conosce molto bene il territorio.



Per garantire un servizio così ambizioso abbiamo erogato alle nostre persone una formazione dedicata sia all'utilizzo dei software, sia ai processi di gestione delle consegne al drive per le preparazioni degli ordini di spesa. L'impiego combinato alla vendita o al servizio online dei nostri addetti ci permette di gestire in modo molto efficace i picchi di lavoro, anche in occasione di momenti straordinari.

Nel trasporto a domicilio garantiamo la massima qualità del prodotto utilizzando furgoni con due compartimenti: un primo cassone che mantiene tutto il fresco e porticine laterali che gestiscono il surgelato, per non interrompere mai la catena del freddo.

La fase di carico dal punto vendita al furgone si svolge in aree dedicate, dove vi sono celle di refrigerazione apposite, in attesa che la spesa venga prelevata o consegnata nel raggio di 50 km.





RADICATI NEL TERRITORIO.

**Quasi 220.000 euro donati in ambito locale tramite la raccolta punti
66.000 euro in prodotti tecnologici e cancelleria donati alle scuole
1,6 milioni di euro di prodotti donati a Banco Alimentare, che hanno permesso
di preparare più di 531.000 pasti**

SALUTE E CULTURA.

Fin dai primi anni di sviluppo, la sensibilità del nostro fondatore, il Cavalier Enzo Ratti, ha guidato le scelte di interazione con la comunità e il territorio. In particolare, da sempre privilegiamo il sostegno di iniziative culturali e nel campo della sanità.

La relazione con il territorio è insita nella natura stessa di Bennet che si rivolge quotidianamente ai membri delle comunità locali. Radicata è la consapevolezza che la nostra azienda debba non solo generare valore economico per la comunità locale, ma anche restituire al territorio “affetto e riconoscenza per quanto le è stato dato”³.

**Nel 1990 questo ci ha portato a far convergere le energie dell’azienda nella Fondazione Pro Elisoccorso 118, presso l’Ospedale Sant’Anna di Como, che vede il primo volo dell’elicottero sanitario nel 1992.
Negli anni successivi abbiamo dato il nostro supporto anche all’Azienda Regionale di Emergenza e Urgenza (AREU).**

³ Da “Il Fondatore Enzo Ratti, Storia di una vita e di un’impresa”, Giorgio Gandola

Nei primi anni '60, la scelta del Cavalier Enzo Ratti di far entrare la cultura nel perimetro del centro commerciale, dove è presente il grande pubblico nella sua manifestazione più eterogenea e indifferenziata, si rivela moderna e di valore. La vendita di libri sugli scaffali del supermercato diventa elemento di innovazione e di successo. Il “luogo d’arte” strategico è la sede amministrativa di Montano Lucino (CO), al confine tra Italia e Svizzera, da sempre crocevia tra i popoli del sud e del nord Europa. Qui dal 1995 l’imponente scultura di Francesco Somaini, due monoliti di marmo di Carrara da 100 tonnellate – La Porta d’Europa – celebra i nostri trent’anni (1965-1995) e concretizza il messaggio del Cavaliere: *“L’arte, in quanto mai statica ed anzi sempre anticipatrice dei tempi nelle sue espressioni, può essere il miglior segnale delle tendenze e dell’evoluzione in assoluto”*⁴.

Nel 2019 ci siamo dotati di nuove linee guida per gestire i processi relativi ad atti di liberalità, iniziative sociali e di sponsorizzazione. I nostri contributi al territorio vanno dal corrispettivo in denaro, a prestazioni di beni e servizi (sponsorizzazione tecnica). I nostri accordi sono vincolati all’accettazione del Codice Etico e dei principi del Modello Organizzativo aziendale.

GALLERIE BENNET PER IL TERRITORIO:

- **805 iniziative totali**
- **358 iniziative con il territorio (44% sul totale), di cui:**
 - **158 attività con enti e associazioni locali**
 - **200 attività con le scuole**

⁴ Da “Il Fondatore Enzo Ratti, Storia di una vita e di un’impresa”, Giorgio Gandola

“Bennet per il territorio” è il complesso delle iniziative che proponiamo per migliorare la qualità della vita delle comunità in cui siamo presenti con i nostri punti vendita. Progetti vicini alle esigenze e ai valori di tutte le persone con cui l’azienda si relaziona ogni giorno.

All’interno del programma di fidelizzazione, nello specifico nella raccolta punti, abbiamo inserito come “premi” iniziative a sostegno di una serie di associazioni, che si muovono nell’ambito sanitario locale: nel corso della raccolta 2018 i nostri clienti avevano facoltà di donare i loro punti a diverse associazioni o fondazioni. Nell’anno di rendicontazione abbiamo erogato fondi per un importo totale di 219.243 euro a diverse realtà.

La Fondazione Umberto Veronesi

per la ricerca scientifica in oncologia pediatrica: *Gold for Kids* è il progetto della Fondazione Umberto Veronesi dedicato ai tumori dell’infanzia e dell’adolescenza. Ogni anno, in Italia si ammalano di cancro circa 1.400 bambini e 800 adolescenti. I tumori dell’età pediatrica rappresentano ancora la prima causa di morte per malattia nei bambini e hanno un impatto drammatico sulle famiglie. Negli ultimi quarant’anni, il lavoro e l’abnegazione di medici e ricercatori hanno permesso di aumentare sensibilmente le guarigioni, arrivando anche al 90% per alcune forme di leucemia. Si è fatto molto, ma si può fare ancora di più. Dal 2014 la Fondazione Umberto Veronesi ha avviato questo progetto per sostenere le cure mediche e la ricerca sui tumori infantili e promuovere una corretta informazione scientifica. Il progetto si svolge in sinergia con l’Associazione Italiana di Ematologia e Oncologia Pediatrica (AIEOP) e la sua Fondazione (FIEOP). Come Bennet, abbiamo contribuito al progetto con una donazione di 143.390 euro, ottenuti dalla conversione punti da parte dei clienti Bennet Club.

Questa donazione è stato il punto d’inizio per la realizzazione del *Passaporto del lungo-sopravvivate*, piattaforma digitale che ha contribuito a dare un futuro ai bambini ammalati di tumore.

Il Centro Dino Ferrari

per la promozione delle attività di ricerca scientifica e clinica nel campo delle malattie neuromuscolari (distrofie) e neurodegenerative.

L’Associazione Amici del Centro Dino Ferrari sostiene la ricerca scientifica, sia nell’ambito delle malattie neuromuscolari (distrofie muscolari) che neurodegenerative come morbo di Parkinson, demenza di Alzheimer, sclerosi laterale amiotrofica e altre malattie della terza età.

Grazie anche alla generosità dei clienti Bennet, che hanno permesso di donare 14.017 euro, il Centro ha potuto moltiplicare gli sforzi per combattere la distrofia muscolare di Duchenne, malattia genetica che colpisce i bambini maschi e porta al progressivo indebolimento della muscolatura fino a provocarne irreversibilmente la paralisi.

La Nostra Famiglia

per il sostegno alla realizzazione a Como di un nuovo Centro di Riabilitazione per bambini e ragazzi con disabilità. Tutelare la dignità e migliorare la qualità della vita di persone con disabilità, in particolare bambini e ragazzi, attraverso specifici interventi di riabilitazione, prendendosi cura non solo della disabilità in quanto tale, ma anche della sofferenza personale e familiare che l'accompagna: è questa la missione dell'Associazione La Nostra Famiglia che, con 28 sedi in sei regioni italiane, opera a favore dei bambini, dei ragazzi e delle loro famiglie. Per rafforzare i servizi e aumentare la presenza sul territorio, La Nostra Famiglia sta realizzando a Como un nuovo centro di riabilitazione che potrà rispondere alla domanda di salute delle famiglie con bambini e ragazzi del territorio comasco.

La Fondazione Angelo De Gasperis

per la diffusione della cultura medico-scientifica, che affianca il Dipartimento Cardioracovascolare dell'Ospedale Niguarda Ca' Granda: il Dipartimento Cardioracovascolare è un centro di eccellenza per la cura delle malattie cardiovascolari riconosciuto in Italia e all'estero, a cui Bennet ha donato 11.182 euro.

Unitalsi Lombarda

Grazie alle donazioni dei clienti Bennet è stato attrezzato un pulmino Unitalsi per il trasporto delle persone allettate e dei malati di SLA. Al suo interno, il mezzo è stato modificato

per avere un impianto di ossigeno e una barella allargata con materasso antidecubito.

Tra le dotazioni di questo pulmino speciale, c'è anche la disponibilità di elettricità a 220 volt, che consente di mettere in carica tutti i macchinari essenziali per gestire un malato che necessita di dispositivi di supporto.

Il pulmino risponde così al bisogno di viaggiare nel modo più normale possibile, senza ricorrere sempre all'ambulanza.

Cancro Primo Aiuto

Un progetto sostenuto dai clienti Bennet è "Le parrucche della solidarietà Fair Trade Wigs": il nome di una nuova, esclusiva collezione di parrucche di alta qualità destinate a tutte le donne che, costrette a sottoporsi a cicli di chemioterapia, ne sentono la necessità per poter condurre una normale vita sociale e personale. I fondi raccolti hanno permesso di donare 19.715 euro.

Fondazione Ambrosoli

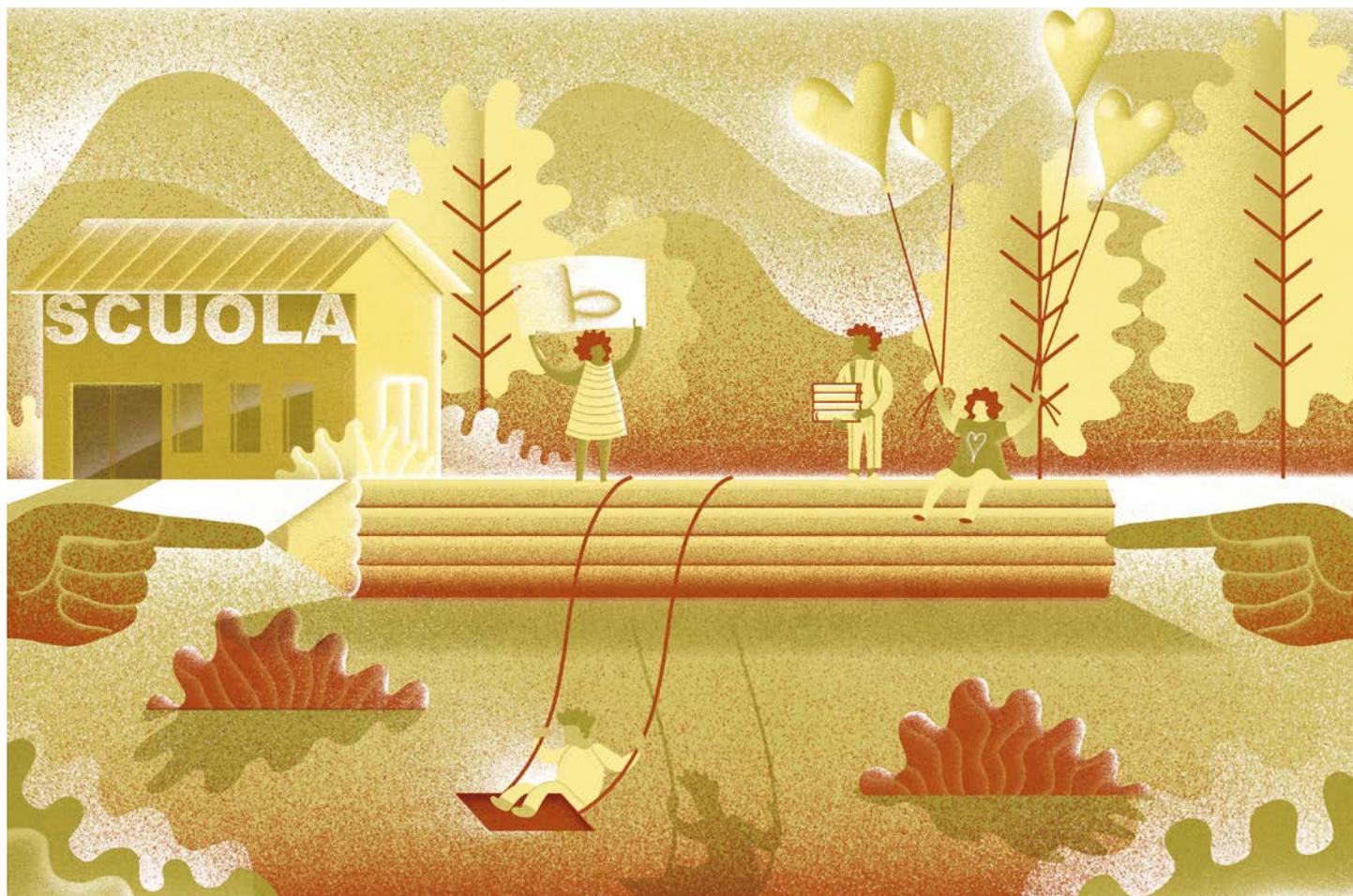
Grazie al sostegno dei clienti Bennet Club, abbiamo potuto donare 13.528 euro per contribuire alle cure antimalariche per i bambini ricoverati al Dr. Ambrosoli Memorial Hospital di Kalongo in Uganda. La malaria rappresenta una gravissima patologia che causa milioni di vittime ogni anno, come dimostrano i dati dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, l'86% delle quali è rappresentato da bambini di età inferiore ai 5 anni.



I PROGETTI CON LE SCUOLE.

Nell'ambito delle iniziative di Bennet per il territorio è attivo dal 2015 il Progetto Scuola Bennet. Un'attività concreta per fornire supporto alle realtà scolastiche dei territori dove operiamo, sia attraverso progetti di formazione sia con la fornitura di materiale didattico di ultima generazione.

Più di 2.000 scuole sono iscritte al progetto, a cui abbiamo donato oltre 55.000 euro di materiale scolastico di ultima generazione e di cancelleria per 11.000 euro.



OPERA DOMANI.

Fiore all'occhiello nell'ambito dei progetti di formazione proposti con il Progetto Scuola è la collaborazione con Opera Domani – Opera Educational Aslico. *Opera Education* è la piattaforma italiana che dal 1996 promuove la passione per l'opera lirica nel giovane pubblico come strumento per una formazione più completa. Il progetto, è ideato e realizzato da **AsLiCo** - Associazione Lirica e Concertistica Italiana, istituzione culturale riconosciuta a livello nazionale e internazionale per l'alta qualità nella produzione lirica e per la vocazione nel supportare i giovani talenti, cantanti,

registi e compositori. Lo scopo ultimo è mettere in moto l'interesse e la curiosità dei bambini e dei ragazzi nei confronti del teatro d'opera, che rappresenta la forma d'arte più complessa e poliedrica del patrimonio culturale italiano. Alle scuole aderenti al progetto era offerta la possibilità, collezionando punti Bennet Club, di accompagnare gratuitamente bambini e ragazzi a teatro. Non solo assistere ma partecipare cantando alla messa in scena teatrale nella forma *dell'opera partecipata*.

IL RECUPERO SOCIALE DELL'INVENDUTO.

Nel 2019 abbiamo donato a Banco Alimentare 265.963 kg di prodotti (in particolare prodotti freschi e verdure) pari a un valore di vendita di 1.630.352 euro contribuendo alla preparazione di più di 531.000 pasti.

Ridurre le eccedenze non è un'utopia. L'attenzione agli sprechi alimentari è da sempre radicata nel nostro DNA e l'incidenza delle distruzioni alimentari è storicamente al di sotto delle medie di riferimento del mercato. Nell'ambito in cui operiamo, cosa c'è di più importante dell'evitare gli sprechi? Noi di Bennet siamo stati tra i primi operatori della Grande Distribuzione ad aderire al progetto "Pronto Fresco" di Banco Alimentare e all'iniziativa "Last Minute Market" dell'Università di Bologna. Grazie a queste iniziative, l'invenduto alimentare ancora utilizzabile viene recuperato e donato ad associazioni caritatevoli ed enti di assistenza.

Dal 2004, grazie al progetto Pronto Fresco con **Banco Alimentare**, tutta la rete Bennet è coinvolta ogni giorno nella donazione di prodotti prossimi alla scadenza,

ma che si possono ancora consumare, a enti e Onlus segnalati da Banco Alimentare o istituzioni locali. L'invenduto donato nel 2019 è stato pari a 265.963 kg di prodotti, 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 (secondo le valutazioni di Banco Alimentare).

Gli effetti di queste buone pratiche sono duplici: sono migliorate al contempo la qualità dell'assistenza sociale a persone svantaggiate, la quantità e la gestione dei fondi destinati agli enti, che vedono ridotti i costi per l'acquisto dei prodotti alimentari. Entrambi i risultati sono possibili grazie ai beni invenduti recuperati a costi molto bassi. E in più, sono diminuiti anche i prodotti avviati alla distruzione.

Le associazioni e gli enti caritatevoli ricevono ogni giorno i prodotti a titolo gratuito dai punti vendita Bennet e procedono alla distribuzione in tempi brevissimi, in quanto le modalità operative di ritiro degli alimenti vengono concordate direttamente in loco. Le associazioni realizzano quindi un ulteriore obiettivo: destinare i fondi risparmiati grazie alla donazione di cibo all'acquisto di beni e servizi di altra natura, migliorando la qualità dell'assistenza fornita.

Bennet partecipa attivamente due volte l'anno alle campagne di raccolta dei generi alimentari, organizzate

dalla Croce Rossa Italiana – Area Sociale e alla Colletta Alimentare della Fondazione Banco Alimentare.

Anche il progetto **Ancora Buoni** contribuisce a questo scopo, portando un vantaggio reciproco per Bennet e per il cliente: i prodotti prossimi alla scadenza vengono messi in vendita a un prezzo scontato del 50%. Gli obiettivi sono chiari: ridurre gli sprechi alimentari e sensibilizzare i clienti verso il recupero dei prodotti prossimi alla scadenza. Attivo in tutti i punti vendita, il progetto Ancora Buoni ha permesso di erogare sconti per i clienti pari a 3.305.713 euro.



COLLETTA ALIMENTARE.

Sono pari a 93.384 kg i prodotti raccolti in occasione della Colletta Alimentare del 30 novembre 2019, espressione della Fondazione Banco Alimentare.

Gli alimenti più donati dai clienti Bennet sono stati farina, olio, pasta, riso, prodotti per l'infanzia e scatolame in generale. La partecipazione di Bennet alla giornata nazionale della Colletta Alimentare risale al 2005 e ogni anno si rafforza il contributo dei clienti alle donazioni di prodotti.

CROCE ROSSA.

Nelle collette organizzate nel mese di maggio e di settembre 2019, nei 63 punti vendita Bennet sono stati raccolti 110.000 kg di alimenti. Dal 2017 Bennet ha iniziato la collaborazione con Croce Rossa Italiana – Area Sociale della Lombardia che coordina l'operatività di più di 600 volontari i quali, un sabato di maggio e uno di settembre, nei punti vendita Bennet, sollecitano i clienti all'acquisto di prodotti non deperibili da destinare alle famiglie in difficoltà.

BANCO DELLE OPERE DI CARITÀ DEL PIEMONTE.

Nella colletta organizzata nei punti vendita del Piemonte a marzo 2019 sono stati raccolti 11.500 kg di alimenti. Anche con il Banco delle Opere di Carità la collaborazione è storica: è iniziata nel 2013.



LA RESPONSABILITÀ DEI NOSTRI PRODOTTI.

Tutti i nostri prodotti rispondono a requisiti di elevata qualità e di compliance agli standard normativi. La nostra strategia si sta dirigendo sempre di più verso l'aumento dell'offerta di merci sostenibili, tra cui figurano prodotti con marchi quali FSC, Ecolabel, UTZ e Bio. In egual misura, diamo grande valore all'origine dei nostri prodotti, privilegiando quelli provenienti dal territorio in cui si trovano i nostri ipermercati, rimanendo particolarmente attenti al trattamento degli animali.

LA QUALITÀ PRIMA DI TUTTO.

Per noi la qualità dei prodotti che offriamo ai nostri clienti viene prima di tutto. Per questo, abbiamo strutturato al nostro interno un ufficio Assicurazione Qualità con personale qualificato e specializzato, che opera sia in ambito food che non food.

I nostri collaboratori utilizzano diversi strumenti per garantire la qualità dei prodotti. Appliciamo innanzitutto elevati standard volontari di qualificazione dei fornitori con visite ispettive alle aziende produttrici ed eroghiamo una formazione specifica agli addetti dei nostri punti vendita.

Provvediamo inoltre a un aggiornamento continuo tramite la collaborazione con consulenti esterni esperti nel settore, l'abbonamento agli aggiornamenti normativi, la partecipazione a seminari organizzati dall'associazione di categoria e tavoli di lavoro specifici inerenti gli argomenti di interesse. Prevediamo infine la collaborazione con le aziende produttrici per analizzare eventuali problematiche che possono emergere sui prodotti: effettuiamo controlli sia in deposito che in punto vendita (*due diligence* e autocontrollo) oltre a monitoraggi analitici sui prodotti offerti nei nostri ipermercati presso laboratori esterni accreditati e notificati.

L'attività scrupolosa dell'ufficio Assicurazione Qualità prevede piani di analisi su materie prime, prodotti finiti a marchio, import, di marca e di filiera, tamponi ambientali e di superficie (tamponi applicati alle superfici che permettono di analizzarne le caratteristiche microbiologiche), attività gestite attraverso un software che valuta il rischio (*risk assessment*) del fornitore o del prodotto. Con cadenza mensile, gli incaricati

dei laboratori selezionati effettuano prelievi di campioni e li inviano alle strutture qualificate per svolgere analisi preventivamente concordate, nel rispetto dei contenuti normativi e degli standard dei nostri disciplinari di produzione e capitolati tecnici. I risultati vengono analizzati e i certificati condivisi con i fornitori e i punti vendita con l'eventuale indicazione dell'azione correttiva da intraprendere.

INFORMAZIONI TRASPARENTI IN ETICHETTA.

Il nostro personale utilizza diversi strumenti per assicurare che l'etichettatura, ovvero le indicazioni riportate sulle confezioni o sul materiale espositivo (cartellonistica, volantini), per i prodotti a marchio, di filiera e realizzati nei nostri laboratori produttivi, sia rispondente alle normative vigenti e dia informazioni corrette al consumatore finale.

L'ufficio Assicurazione Qualità può inoltre contare su contratti con laboratori esterni accreditati e notificati per effettuare analisi organolettiche e sensoriali, merceologiche, fisico-meccaniche, chimiche, microbiologiche e prestazionali sui prodotti a marchio, di nostra importazione, di filiera e realizzati nei nostri laboratori produttivi, oltre che con le aziende di monitoraggio infestanti.

LA NOSTRA OFFERTA SOSTENIBILE.

A conferma del nostro costante impegno a far crescere la sostenibilità anche nell'ambito dei prodotti, il numero di referenze certificate come sostenibili è aumentato negli anni, facendo segnare in particolare un incremento dell'11% tra il 2018 e il 2019.

La nostra offerta sostenibile si articola in gamme di prodotti certificati e di prodotti biologici e in una innovativa linea di cosmesi naturale.

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



CERTIFICAZIONE/LABEL	LINEA	N° PRODOTTI OFFERTI 2019	N° PRODOTTI OFFERTI 2018
FSC	Award Green Life	29	27
Ecolabel	Bennet Eco	8	8
UTZ	Bennet	3	0
BIO	Bennet Bio	155	141
TOTALE		195	176

I MARCHI SOSTENIBILI.

La nostra offerta di prodotti Bennet certificati sostenibili è in progressivo aumento: tra il 2018 e il 2019, il numero dei nostri prodotti certificati FSC – la certificazione per la gestione sostenibile delle foreste – della linea Award Green Life, è aumentato del 7%. Abbiamo inoltre introdotto tre nuovi prodotti con cacao a marchio UTZ e continuiamo a proporre articoli per la pulizia della casa certificati Ecolabel.



Il marchio FSC® identifica i prodotti contenenti legno proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici. La foresta di origine è stata controllata e valutata in maniera indipendente in conformità a questi standard (principi e criteri di buona gestione forestale), stabiliti e approvati dal Forest Stewardship Council®.



Ecolabel è un marchio europeo usato per certificare il ridotto impatto ambientale dei prodotti o dei servizi offerti dalle aziende che ne hanno ottenuto l'utilizzo. Il rispetto dell'ambiente deve essere certificato attraverso una serie di criteri definiti per ogni categoria di prodotto, valutati sulla base di un'analisi della vita dei prodotti, sui costi di smaltimento, sugli imballi e sui consumi, secondo procedure normate nella ISO 14040.



UTZ è un programma di certificazione per l'agricoltura sostenibile di caffè, tè, cacao e nocciole. Il programma fa parte di Rainforest Alliance, un'organizzazione internazionale senza scopo di lucro che lavora per creare un futuro migliore per le persone e la natura.



Fairtrade è il marchio di certificazione del Commercio Equo e Solidale gestito nel nostro Paese da Fairtrade Italia, consorzio senza scopo di lucro costituito da organismi che operano nella cooperazione internazionale, nella solidarietà e nel commercio equo e solidale. Il marchio garantisce che i prodotti siano stati lavorati senza causare sfruttamento e povertà nel Sud del mondo e siano stati acquistati secondo i criteri del commercio equo e solidale. Da Bennet è possibile trovare caffè, tè e cioccolato realizzati a condizioni che contribuiscono a migliorare la vita dei produttori, e sono attenti all'ambiente e alla qualità.

BENNET BIO.

Per il nostro assortimento Bio selezioniamo accuratamente i prodotti da aziende qualificate e certificate, che rispettano l'ambiente grazie ai metodi naturali di coltivazione, senza l'utilizzo di pesticidi e prodotti chimici, rispondendo alle esigenze di chi è sempre più attento alla salute dell'ambiente. Consideriamo da sempre importante proporre ai nostri clienti prodotti biologici, con un riguardo particolare all'offerta del settore ortofrutta.

Nel 2015 ci siamo certificati BioAgricert per la commercializzazione di merce biologica. Bennet Bio è la nostra firma per prodotti ottenuti utilizzando un metodo

di coltivazione che predilige tecniche agronomiche naturali e contribuisce alla tutela dell'ambiente, allo sviluppo rurale e al benessere degli animali.

Nel 2019, il numero dei prodotti commercializzati a marchio Bio è aumentato del 9%.

BENNET COSMESI NATURALE BIO.

È la nostra linea di prodotti per la cura della persona certificati Bios - Natur Cosmetics, presente sugli scaffali dei nostri ipermercati dal 2018. Si tratta di referenze dermatologicamente testate su pelli sensibili, tutte nickel tested (contenenti cioè una quantità di nickel 10 volte inferiore a quella che causa reazioni allergiche). La linea si arricchisce con i prodotti studiati appositamente per i bambini: bagnetto e shampoo delicato, pasta protettiva e crema corpo.

Bios - Natur Cosmetics garantisce l'utilizzo di materie prime biologiche provenienti da produttori selezionati. Gli ingredienti utilizzati per la formulazione dei prodotti sono di origine naturale e biologica: dalla mandorla all'avena, al timo o al lino, le cui caratteristiche sono note nel mondo della cosmesi.

BENNET E #SATURDAYSFORFUTURE.

Da molti anni in Bennet siamo attenti al nostro contesto sociale e ambientale e ci impegniamo a valorizzarlo per creare un futuro migliore per l'azienda, per i nostri collaboratori e i nostri clienti dando vita a progetti di sostenibilità e solidarietà in collaborazione con enti locali e nazionali. Per informare i nostri stakeholder delle nostre iniziative abbiamo quindi aderito ai #SaturdaysForFuture, la prima manifestazione dedicata al consumo e alla produzione responsabile promossa da ASViS Italia - Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile.

Prendendo le mosse dalla mobilitazione globale Fridays for Future, l'obiettivo dell'iniziativa è trasformare le giornate di sabato del 2019 (quando la maggioranza delle persone fa la spesa settimanale)

nel giorno dell'impegno per la produzione e il consumo responsabili, a favore dello sviluppo sostenibile.

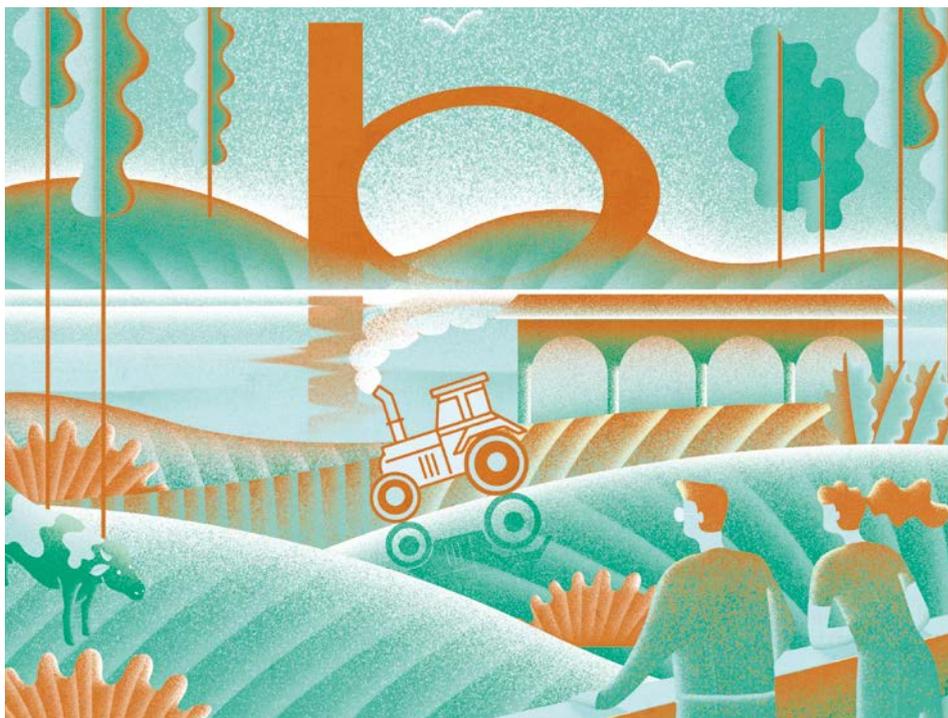
Vogliamo così coinvolgere consumatrici e consumatori, imprese e organizzazioni della società civile in iniziative in grado di cambiare i modelli produttivi e le abitudini di spesa.

L'iniziativa contribuisce al raggiungimento degli Obiettivi dell'Agenda 2030 per la crescita della sostenibilità, in particolare ai Goal 12 - Consumo e produzione responsabili e Goal 13 - Lotta contro il cambiamento climatico.

L'IMPORTANZA DELLA PROVENIENZA DEI PRODOTTI.

I TUOI BUONI VICINI.

Bennet è sempre attenta alla produzione locale, tanto da considerarla un fattore chiave per la mission aziendale. Con la gamma I Tuoi Buoni Vicini, ogni consumatore dispone di un assortimento di prodotti tipici di aziende provenienti dalla tradizione locale. Privilegiare questi prodotti significa promuovere il patrimonio agroalimentare regionale per riscoprire la propria identità territoriale e consentire un impiego consapevole del territorio, riducendo l'impatto ambientale.



OBIETTIVO 100% BENESSERE ANIMALE.

Riteniamo di fondamentale importanza il miglioramento del benessere animale: per questo siamo impegnati in diversi ambiti, intraprendendo un percorso sostenibile e responsabile. Tra questi, ci siamo posti un obiettivo specifico che riguarda le galline ovaiole: abbandonare l'utilizzo di uova e ovoprodotti provenienti da allevamenti in gabbia.

Ad oggi abbiamo raggiunto alcuni importanti risultati: il 100% delle uova in guscio presenti sui nostri scaffali proviene da galline allevate a terra, così come il 100% delle uova e ovoprodotti utilizzati come materie prime per i laboratori dei nostri punti vendita. Inoltre, il 60% dei prodotti a marchio sono realizzati con uova o ovoprodotti da galline allevate a terra e stiamo lavorando per arrivare al 100%.

FILIERA VALORE BENNET: CURA, CONTROLLO E SICUREZZA.

A seguito del processo di analisi intrapreso nel 2019, nel 2020 ha preso il via il progetto Filiera Valore, con l'obiettivo di garantire qualità e controllo in tutte le fasi del ciclo produttivo. Agire nel rispetto dei ritmi della natura, del benessere animale e dell'utilizzo responsabile degli antibiotici, tutelando sia la salute che l'ambiente, ci permette di garantire ogni giorno prodotti più controllati, più sicuri e naturalmente buoni.

Frutta, ortaggi, carni e prodotti ittici di filiera saranno seguiti dalle origini fino ai banchi in punto vendita. Le visite condotte e le analisi effettuate permetteranno di tracciare e controllare tutti i passaggi di questo "percorso" compiuto dai prodotti, assicurando elevati standard di sicurezza alimentare.





L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE.

TUTELARE LE RISORSE.

LA SOSTENIBILITÀ DEL PACKAGING.

-11% materiali utilizzati per l'imballaggio dei prodotti a marchio nel 2019.

La riduzione degli imballaggi e della quantità di materiali utilizzati è un aspetto di grande rilevanza nell'ambito della nostra strategia di sostenibilità. Già dall'inizio del 2019 abbiamo intrapreso un processo di analisi approfondite su queste tematiche e tuttora lavoriamo per rendere sempre più efficiente l'utilizzo di materiali per i nostri imballaggi, guardando sempre con attenzione alla qualità dei nostri prodotti.

Diverse le azioni che abbiamo messo in atto, a livello di prodotto e di processo, per rendere più sostenibile il packaging delle nostre merci. Ad esempio, per confezionare alcuni alimenti prediligiamo packaging più leggeri, che impiegano meno materiale e poniamo la stessa attenzione nel ridurre la quantità di imballaggi anche per il trasporto dei prodotti. Inoltre, abbiamo rimodulato le dimensioni degli involucri di pasticceria e utilizzato anche vassoi in cartone anziché in plastica, riducendo così la quantità di materiale plastico impiegata per la vendita dei nostri dolci.

Dove non risulta possibile ridurre, facciamo in modo che il packaging utilizzato sia facilmente smaltibile e riciclabile. A questo fine abbiamo intrapreso studi di realizzabilità che stanno cominciando ora a dare i primi risultati. Ai fornitori (del prodotto a marchio e non) è stato chiesto di verificare l'opportunità e la pertinenza di confezioni con imballaggi di carta, cartoncino e plastica. Per quest'ultima abbiamo richiesto una composizione mono-materiale: polietilene (P); polipropilene (PP), polietilene tereftalato (PET) che può essere riciclato e acido polilattico (PLA) smaltibile nell'umido. Gli imballaggi *multilayer*, infatti, composti da più strati di materiali diversi, sono più difficili da riciclare oppure non possono essere riciclati del tutto. Completano le iniziative per l'imballaggio sostenibile le etichette compostabili, che abbiamo adottato in modo che il cliente possa gettare l'intera confezione compostabile nell'umido senza doverne selezionare le componenti.

LA SOSTENIBILITÀ DEL PACKAGING - LA NOSTRA BEST PRACTICE.

Un esempio di ottima riuscita di imballaggio ripensato in modo ecosostenibile è quello predisposto nel reparto ortofrutta previsto per alcune varietà di pomodori.

Il vassoio di carta con il suo film di confezionamento in PLA sono studiati in modo da poter essere entrambi smaltiti nell'umido.

Con questo obiettivo, sfruttando le ultime innovazioni tecnologiche e le conoscenze a disposizione, intendiamo porre una crescente attenzione alla scelta dei nuovi imballi da utilizzare per le produzioni a nostro marchio. Instaurando una collaborazione più proattiva

con i fornitori, saremo in grado di perseguire obiettivi sempre più ambiziosi in termini di sostenibilità. Attraverso una migliore comunicazione sul packaging, comunicheremo le nostre scelte e le modalità di smaltimento, per coinvolgere i clienti in scelte più consapevoli e responsabili.

TIPOLOGIA MATERIALE	KG 2019	KG 2018	VARIAZIONE
Alluminio	193.294	206.295	-6,3%
Carta	207.478	234.842	-11,7%
Mater-B	312.439	327.157	-4,5%
PET	250.987	272.939	-8%
Plastica	85.900	153.221	-43,9%
Polistirene espanso	259.869	278.696	-6,8%
TOTALE COMPLESSIVO	1.309.967	1.473.150	-11,1%

Quantità e tipologia dei materiali utilizzati per l'imballaggio dei prodotti a marchio proprio



SALVA UN SACCHETTO, SALVA L'AMBIENTE.

I sacchetti di plastica e di bioplastica sono spesso condannati a una fine prematura se usati una sola volta e poi gettati o perché conferiti in modo erraneo nella raccolta differenziata.

Un enorme spreco di opportunità e di risorse, che danneggia l'ambiente.

Anche quest'anno abbiamo partecipato alla campagna di educazione ambientale sull'utilizzo dei sacchetti per la spesa "Salva un sacchetto. Salva l'ambiente".

Promossa da CONAI in collaborazione con Fida, Federdistribuzione, Confcommercio, Ancc Coop e Ancc Conad, l'iniziativa vuole sensibilizzare a un uso consapevole dei diversi tipi di sacchetti ed educare a comprenderne l'impatto ambientale.

L'obiettivo? Non sprecarli grazie a un corretto ciclo di riutilizzo e di riciclo.

A partire dal 1° dicembre 2019 diverse catene della GDO italiana, tra cui Bennet, unitamente alla piccola e media distribuzione alimentare, hanno attivato la campagna promozionale declinata su tre tipologie di sacchetti. Quelli di plastica ultraleggeri per gli alimenti sfusi, tipici dei reparti ortofrutta, gastronomia e panetteria, in materiale compostabile, compatibili con la frazione organica dei rifiuti domestici; quelli di plastica per il trasporto, biodegradabili e compostabili, distribuiti soprattutto alle casse, riadoperabili per la raccolta differenziata dell'organico e quelli in plastica riutilizzabili sia per la spesa che per altri scopi, da differenziare nella plastica una volta rotti. Nel 2018 il Consorzio Nazionale Imballaggi ha recuperato l'80,6% dei rifiuti di imballaggio: 10,7 milioni di tonnellate dei 13,3 milioni totali immessi al consumo. Di queste, la parte avviata a riciclo sfiora il 70%.

PROMUOVERE LA DIGITALIZZAZIONE.

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

In egual misura, lavoriamo per diminuire in modo sensibile l'uso di carta dove non strettamente necessario, promuovendo la dematerializzazione dei documenti attraverso soluzioni digitali. L'esempio più significativo è quello relativo ai volantini commerciali, la cui distribuzione fisica si è ridotta di 3.910.300 copie nel 2019, comportando una riduzione dell'utilizzo di carta del 12% rispetto all'anno precedente,

pari a 971,45 tonnellate. Lavorando in questa direzione, abbiamo progressivamente dematerializzato i documenti bancari per l'importazione delle merci, digitalizzato i sistemi di reportistica interna e avviato l'implementazione delle etichette elettroniche su tutta la rete fisica dei negozi, che conta ad oggi 33 negozi attivi in quest'ultima iniziativa, con la previsione di completare tutti i punti vendita entro il 2021.

IL PREMIO INNOVAZIONE SMAU 2019.

Nell'ambito delle soluzioni digitali avanzate per la gestione documentale dei grandi gruppi, ci siamo distinti per i nuovi applicativi per la gestione di oltre 220.000 fatture all'anno. Già dal 2006 abbiamo adottato le prime forme di digitalizzazione: un processo che ha subito un'accelerazione negli ultimi anni culminando nello sviluppo della soluzione che prende in carico la fattura, ormai divenuta elettronica dal 2019 come indicato dalla legge. Il documento è tracciato e le persone che devono dare l'approvazione sono avvertite per mail. Il successo di questo primo intervento ci ha spinto a prendere in esame la possibilità di agire anche sulle fatture delle merci, circa 180.000 l'anno. La base di partenza è ancora la fattura elettronica, in formato XML, che contiene i dati rilevanti ai fini fiscali secondo la normativa vigente. Più a lungo termine, prevediamo anche di sviluppare un nuovo sistema per gestire gli ordini in relazione alle fatture ricevute.

I benefici nella gestione del workflow approvativo sono chiari: risparmio di tempo, diminuzione degli errori, maggiore efficienza e miglioramento dei rapporti con il fornitore, grazie alla tracciabilità del documento e alla trasparenza del sistema.

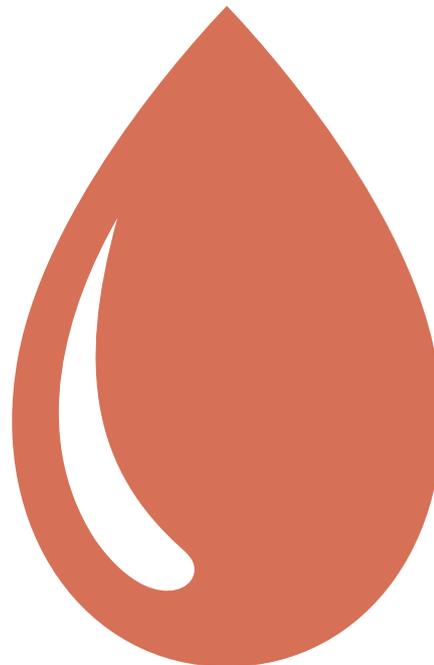
Per un'azienda delle dimensioni di Bennet, la digitalizzazione rappresenta un'opportunità per qualificare il lavoro amministrativo, liberare risorse umane indirizzandole verso altre attività qualificate, risparmiare tempo e risorse economiche. In pratica, un'occasione per aumentare la competitività e l'efficienza dell'azienda.

L'ATTENZIONE AI CONSUMI IDRICI.

**696.426 metri cubi di acqua prelevata nel 2019
-2% rispetto al 2018**

Nei punti vendita Bennet ci approvvigioniamo di acqua potabile attraverso la rete idrica pubblica. L'uso dell'acqua potabile nei centri commerciali è prevalentemente di tipo sanitario, per le lavorazioni alimentari e l'irrigazione del verde. L'utilizzo dell'acqua sanitaria non comporta alcun inquinamento diverso da quello assimilabile al domestico, fatta eccezione per gli scarichi delle lavorazioni alimentari che presentano un'elevata quantità di grassi. A protezione delle linee di scarico, abbiamo installato appositi pozzetti degrassatori, in grado di separare e accumulare il grasso che periodicamente viene smaltito attraverso ditte specializzate.

In un numero limitato di centri commerciali è presente, oltre al consumo di acqua potabile da acquedotto, l'uso di acqua di falda prelevata da appositi pozzi, utilizzata come fluido di scambio termico dagli impianti di climatizzazione e refrigerazione alimentare. L'acqua viene poi reimpressa in falda con la stessa portata e senza cambiarne le proprietà chimiche così da non alterare le caratteristiche della falda stessa.



Un consumo anche di un ordine di grandezza superiore, ma connotato da forte stagionalità e variabilità tra una filiale e l'altra, è dovuto all'irrigazione del verde. Attuiamo un controllo dei consumi idrici tramite la lettura del contatore con cadenza mensile da parte dei manutentori. Il consumo viene poi registrato in appositi moduli informatizzati e paragonato con l'andamento storico.

L'EFFICIENZA ENERGETICA.

Rispetto al 2018:

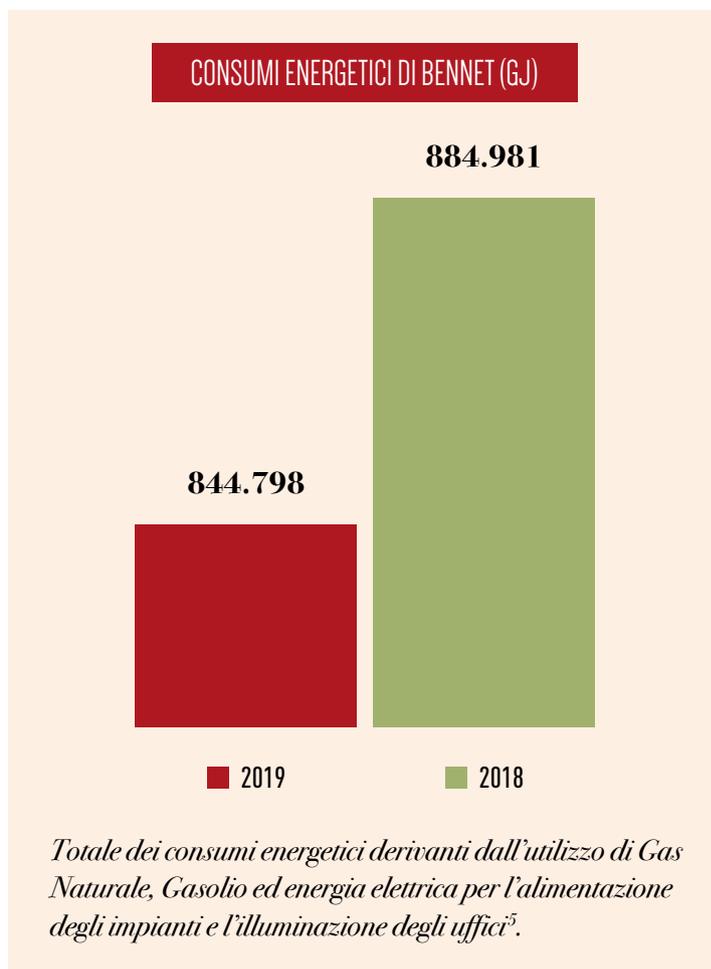
- **-6,7% consumi totali di gas metano**
- **-4,1% consumi totali di energia elettrica**
- **355.000 kWh di energia rinnovabile prodotta da fotovoltaico che hanno permesso di evitare 127 ton CO₂**
- **-4% emissioni dirette e indirette di gas a effetto serra**

In Bennet possiamo contare su un'esperienza ormai ventennale nell'efficientamento impiantistico, iniziato con gli impianti di climatizzazione e proseguito con quelli di refrigerazione alimentare, fino a estendersi a tutti gli altri impianti. Solo negli ultimi otto anni, dal 2010 al 2018, l'efficientamento energetico ha permesso un risparmio di energia elettrica del 20,8% e gas del 23%, equivalenti a un risparmio economico cumulato rispettivamente di 28.250.000 e 2.500.000 euro, come evidenziato nel "Report annuale dei consumi energetici" redatto dall'Ufficio Impianti.

Si è ridotta quindi l'emissione di CO₂ in atmosfera del 28% (come somma di inquinamento diretto e indiretto) con una riduzione totale della CO₂ emessa pari a 23.752 tonnellate, che corrispondono all'inquinamento prodotto da 19.000 auto che percorrono 10.000 km all'anno.

I risparmi energetici hanno coinvolto gli impianti di climatizzazione, in particolar modo le centrali frigorifere, di riscaldamento, di refrigerazione (con le chiusure dei banchi frigo o la loro modernizzazione) e di illuminazione con l'introduzione di LED.

⁵ 1.278 GJ sono stati prodotti dai nostri pannelli fotovoltaici.



L'ILLUMINAZIONE PER IL MIGLIORAMENTO DELL'ESPERIENZA DI ACQUISTO E DELL'EFFICIENZA ENERGETICA.

Gli interventi di ristrutturazione degli ipermercati, che vengono effettuati secondo una programmazione pluriennale, mirano non soltanto a garantire una maggiore efficienza energetica, ma anche un miglioramento complessivo dell'esperienza d'acquisto. La componente illuminotecnica gioca un ruolo di grande rilevanza in questo senso.

La luce dà infatti un contributo essenziale nel mostrare efficacemente i prodotti, facilitare i movimenti delle persone, creare atmosfere e comunicare l'identità dello spazio commerciale.

Nella riprogettazione dei punti vendita, privilegiamo pertanto la sostituzione degli impianti vetusti con corpi illuminanti LED i quali permettono di alternare luci fredde e calde, garantendo al contempo un miglioramento dell'efficienza energetica in termini di performance e durata. Noi di Bennet siamo stati pionieri nell'introduzione di questa best practice nei nostri ipermercati, aprendo la strada a quella che oggi è una realtà consolidata nella grande distribuzione.

Nel **2016** l'**11,8%** degli ipermercati aveva **illuminata a LED** la propria area freschi, il **16,2%** la propria area promozionale e il **7,4%** il proprio piano luci generale.

Nel **2019** il **17,6%** degli ipermercati ha le proprie aree freschi illuminate a led, il **26,5%** le aree promozionali e il **14,7%** ha il piano luci generale **illuminato a LED**. Questi risultati evidenziano un trend di crescita per le tre diverse aree, in quanto i tassi di crescita annui medi degli ipermercati aventi illuminazione a led dell'area freschi, dell'area promozionale e del piano luci generale risultano essere rispettivamente del **7%**, del **9%** e del **12%**. Nel 2019 anche le obsolete installazioni del deposito merci alimentari di Origgio (Varese) sono state sostituite con un nuovo impianto a LED. Per il 2020 sono previsti altri quattro interventi nei centri di Bagnolo Cremasco (Cremona), Romano di Lombardia (Bergamo), Pavone Canavese (Torino), Tavernola Lario (Como), oltre che nel deposito merci non food di Tortona (Alessandria).

EFFICIENTAMENTO ENERGETICO QUADRI ELETTRICI TECNOLOGIA E-POWER.

Dal 2016 abbiamo dato il via ad una serie di interventi di efficientamento energetico attraverso l'installazione dei quadri elettrici E-POWER. La prima di queste installazioni è stata realizzata nel centro di Forlimpopoli (Forlì-Cesena) nel gennaio 2016, mentre l'ultima a Romagnano Sesia (Novara) nell'ottobre del 2019. Per il 2020 sono previsti altri 4 interventi nei centri di Romano di Lombardia (Bergamo), Pavone Canavese (Torino), Castelvetro Piacentino (Piacenza) e Vaprio d'Adda (Milano).

La presenza della tecnologia E-POWER a monte dell'impianto elettrico garantisce rilevanti benefici. Il sistema genera infatti efficienza energetica riducendo le perdite e i disturbi

della linea e dell'impianto, migliorando quindi la qualità dell'alimentazione. Questo permette un risparmio sui consumi di energia elettrica, la possibilità di regolare le grandezze elettriche di rete come corrente e tensione, la riduzione delle emissioni elettromagnetiche, il miglioramento del fattore di forma e di potenza e infine la riduzione delle manutenzioni straordinarie su impianti e componenti (linee di distribuzione, trasformatori, motori, azionamenti, illuminazione), grazie a una minore temperatura di esercizio e minore stress dielettrico degli utilizzatori presenti nel carico, come conseguenza della migliore qualità dell'energia assorbita.

L'IMPATTO AMBIENTALE DELL'IMPIANTO DI ROMAGNANO SESIA.

La valutazione degli effetti sul piano ambientale grazie all'utilizzo di tecnologie per l'efficienza e il risparmio energetico rappresentano allo stato attuale un indubbio salto di qualità. Il minor consumo di energia comporta una riduzione di emissioni CO₂ nell'atmosfera. In questo progetto che ha riguardato l'ipermercato di Romagnano Sesia, sulla base delle rilevazioni effettuate, il risparmio energetico è stato pari a 78.925 kWh, equivalente a 284.130 Mj e a una riduzione annuale di CO₂ di 39.463 kg⁶. Inoltre, ipotizzando che un albero assorba 22 kg annui di CO₂ e che ogni albero occupi 2 mq di foresta, sono state salvaguardati 3.588 mq di foresta⁷.

⁶ Tenendo conto di 0,589 kg di CO₂ risparmiati per kWh prodotto.
Fonte EN 09/10, 12 Aprile 2010. Cautelativamente arrotondato a 0,5.

⁷ Fonte: www.americanforest.org

LA GESTIONE DEGLI IMPIANTI.

PERCHÉ È IMPORTANTE CALIBRARE GLI IMPIANTI.

La taratura ottimizzata degli impianti unita alla gestione energetica coerente permette, tanto nelle vecchie costruzioni quanto in quelle nuove, di ridurre i consumi di circa il 10%. Impianti ben gestiti permettono maggiore disponibilità del servizio, in quanto le manutenzioni vengono pianificate e ottimizzate, riducendo in questo modo i fermi impianto per guasti imprevisti, con conseguente diminuzione di costi e disagi. A loro volta, le spese energetiche ridotte, la diminuzione dei costi di manutenzione straordinaria

e gli impianti correttamente funzionanti concorrono ad abbassare in maniera significativa la bolletta energetica delle filiali, oltre che l'inquinamento e le emissioni di CO₂. Questo piano di azioni ha riguardato non soltanto gli impianti, ma anche gli aspetti gestionali. È infatti grazie al crescente know-how e al coinvolgimento delle nostre persone che abbiamo migliorato la progettazione e integrazione impiantistica e abbiamo potuto scegliere le tecnologie più efficienti nei diversi contesti.

IL SISTEMA AD ANELLO CHE FA RISPARMIARE.

I centri commerciali sono caratterizzati da ambienti climaticamente molto diversi, con zone che devono essere raffreddate tutto l'anno e altre che sono più influenzate dalla temperatura dell'aria esterna. Pertanto, abbiamo adottato un impianto di climatizzazione ad anello basato sul sistema WLHP, Water Loop Heat Pump, con l'obiettivo di sfruttare tutte le possibili integrazioni energetiche tra gli impianti presenti per massimizzare i rendimenti e abbattere i costi di conduzione: ogni unità commerciale è servita da una o più pompe di calore acqua-aria, ciascuna di esse ha una regolazione autonoma ed è in grado di riscaldare, raffreddare o solamente ventilare i locali in base alle effettive necessità. Tutte le pompe sono collegate fra di loro mediante il circuito ad anello, percorso da acqua a una temperatura simile a quella degli ambienti serviti e che dunque non necessita di un isolamento.

Allo stesso modo, è cambiata la filosofia nell'adeguamento tecnologico degli impianti: siamo infatti passati dal sostituire le macchine solamente a fine vita, quando cioè non garantivano più la funzionalità, a un piano di rinnovo, ancora in corso, delle macchine più energivore con modelli più efficienti.

In seguito alle sostituzioni, confrontiamo i consumi post-intervento con quelli del precedente modello energetico per verificare che i risultati di risparmio siano effettivamente conseguiti sul campo e siano congruenti con quelli calcolati in fase di studio di fattibilità.

GLI IMPIANTI CHE PERMETTONO IL RECUPERO DEL CALORE DI CONDENSAZIONE.

Attraverso l'installazione dei nuovi impianti di refrigerazione alimentare a fluido frigorigeno naturale, abbiamo ottenuto un risparmio energetico del 40% rispetto a degli impianti di 20 anni di età, contribuendo sensibilmente alla riduzione di una delle voci di maggior dispendio energetico ed economico dell'organizzazione, quella relativa alla refrigerazione, oltre che a una diminuzione dell'inquinamento pari a più della metà.

Il continuo sviluppo nel tempo delle logiche di regolazione degli impianti e della sala controllo di monitoraggio, ci garantisce di mantenere la funzionalità e l'efficienza. Procediamo al monitoraggio dei consumi energetici analizzando le serie storiche di consumo, confrontate

con modelli predittivi. In caso di anomalie nelle bollette attive, implementiamo un processo di diagnosi e successiva correzione dell'anomalia in modo da riportare i consumi in linea con quanto previsto dal modello.

PIÙ EFFICIENZA PER GLI UFFICI DELLA SEDE.

I centri commerciali e i punti vendita sono la componente più energivora del nostro business. Questo non ci ha impedito di razionalizzare il consumo energetico anche nella nostra sede. Negli ultimi anni abbiamo attuato una sempre maggiore virtualizzazione dei server, limitando le componenti fisiche, favorendo così una migliore gestione delle elaborazioni e bilanciamento dei carichi. Questi server vengono aggiornati con frequenza, prediligendo macchinari sempre più piccoli e compatti a fronte di grossi hardware ad alta dispersione di calore, garantendo in questo modo un risparmio energetico.

IL MONITORAGGIO DELLE EMISSIONI.

Le emissioni dirette generate dal nostro business, il cosiddetto Scope 1⁸, prevedono come voci principali quelle dovute all'immissione in atmosfera degli F-Gas, che sono generati dai gas refrigeranti. In Bennet, con l'utilizzo di risorse sia interne che esterne certificate, verificiamo periodicamente la presenza di eventuali perdite di gas frigorifero dagli impianti, riportando in un apposito registro le dispersioni riscontrate. Questo ci consente di selezionare gli impianti dove è più urgente l'azione di adeguamento tecnologico. Nel 2019, questi gas hanno emesso in atmosfera una quantità di CO₂ equivalente pari a 17.869 tonnellate.

Già nel 2013 siamo stati tra i primi in Italia a installare un impianto funzionante con gas refrigerante naturale. Abbiamo poi proseguito realizzando tutte le ristrutturazioni complessive degli impianti con questa tipologia ecologica di gas. Per quanto concerne gli impianti esistenti, ancora lontani dalla fine vita utile, abbiamo messo a punto un programma pluriennale, avviato nel 2018, mirato all'aggiornamento e sostituzione (retrofit) dei vecchi gas con i nuovi gas refrigeranti frigoriferi meno inquinanti presenti sul mercato.

Nel 2019 abbiamo sostituito 2.282 kg di gas R404 a con gas R449 a minore impatto, riducendo le potenziali emissioni del gas attualmente presente di 5.762.050 tonnellate equivalenti di CO₂⁹.

Nel 2020, inoltre, abbiamo programmato la completa sostituzione di due impianti a R404/R422 nei centri di Pavone Canavese (Torino) e Romano di Lombardia (Bergamo) con impianti a gas non clima alterante.

⁸ Scope 1: Emissioni dirette: emissioni prodotte da una sorgente di proprietà o controllata dall'organizzazione

⁹ Le tonnellate di CO₂ equivalenti risparmiate sono state calcolate sulla base di un GWP (Global Warming Potential) del gas R449 di 1.397.
<https://www.generalgas.it/userfiles/2016/12/27/tabella-fgas.pdf>

	2019	2018	VARIAZIONE
Totale emissioni Scope I	20.003	17.329	15,43%
Totale emissioni Scope 2 ¹⁰ (Location Based ¹¹)	70.183	76.626	-8,41%
Totale Emissioni Scope I + 2 (Location Based)	90.186	93.955	-4,01%

L'INNOVAZIONE A DISPOSIZIONE PER I CONSUMATORI: LE COLONNINE DI RICARICA PER LA MOBILITÀ ELETTRICA.

Anche il mondo dei trasporti sta cambiando: i mezzi a emissioni ridotte stanno lentamente conquistando il mercato, lasciando da parte gli altri. Con uno sguardo sempre al futuro, vogliamo cavalcare l'onda di questo cambiamento e ci stiamo attrezzando per accogliere nei nostri parcheggi anche le auto elettriche. In partnership con EnelX e BeCharge prevediamo di installare entro il 2020, 37 colonnine di ricarica nei parcheggi dei nostri centri commerciali, a cui si aggiungeranno tre colonnine di nostra proprietà. Il processo di carica può essere prenotato, avviato e arrestato via smartphone, in pochi passi facili e veloci, attraverso un'app dedicata per promuovere una mobilità elettrica sempre più diffusa, smart, user-friendly ed efficiente.

¹⁰ Energia emissioni indirette: emissioni dovute dalla produzione di energia acquistata e usata dall'organizzazione (elettricità, vapore e calore)

¹¹ La metodologia location based considera l'intensità media delle emissioni di GHG delle reti sulle quali si verifica il consumo di energia, utilizzando principalmente i dati relativi al fattore di emissione medio della rete

RIDURRE L'IMPATTO DELLA LOGISTICA.

Efficientare la logistica significa, anche in questo caso, contribuire alla sostenibilità economica dell'azienda e ridurre concretamente l'impatto ambientale.

La logistica ha ottimizzato nel corso degli anni i trasporti massimizzando volumi e imballi attraverso procedure di *groupage*.

Il trasporto è stato razionalizzato e sono stati scelti mezzi più efficienti con maggiori posti pallet (36 rispetto ai 33 consueti).

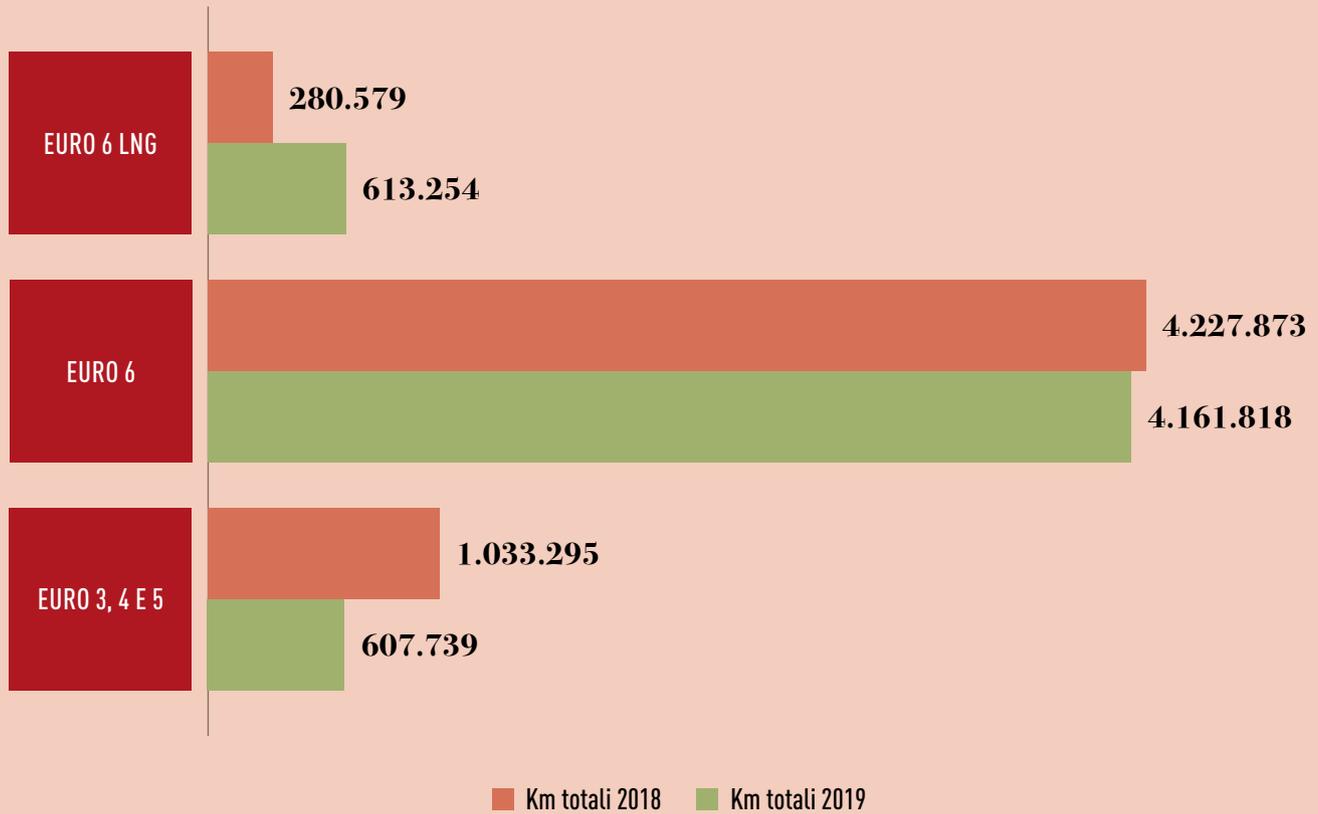
La flotta è in costante rinnovo con l'introduzione di automezzi a metano Euro 6, che contribuiscono a un minore consumo di carburante.

Ad oggi, la flotta di autotrasportatori che utilizziamo include 32 mezzi alimentati a metano liquido (LNG).

I chilometri effettuati per il trasporto dalle piattaforme Bennet e per il ritiro dai fornitori tramite mezzi a Euro 6 LNG sono più che raddoppiati nel 2019 rispetto al 2018.



KM PERCORSI, PER CLASSE DI VEICOLI LOGISTICA



CLASSE ENERGETICA AUTOMEZZI LOGISTICA	KM TOTALI 2019	KM TOTALI 2018
Euro 3,4 e 5	607.739	1.033.295
Euro 6	4.161.818	4.227.873
Euro 6 Lng	613.254	280.579

IL SISTEMA CPR CONTRO GLI SPRECHI.

Il fiore all'occhiello delle nostre soluzioni che riducono l'impatto della logistica è l'utilizzo delle cassette CPR riutilizzabili per il trasporto e la consegna dei prodotti alimentari e ittici.

L'uso di queste cassette ha un importante impatto in termini di sostenibilità, oggetto di studi da parte del Dipartimento

di Ingegneria Industriale dell'Università di Bologna. Nei dieci anni analizzati dall'Università (2008-2018), l'utilizzo delle cassette CPR ha permesso di risparmiare oltre 73.000 tonnellate di CO₂ equivalente rispetto all'uso delle cassette in plastica a perdere e oltre di 27.000 tonnellate di CO₂ equivalenti rispetto alle cassette in cartone.

BEST PRACTICE: LE CASSETTE CPR.

Collaboriamo con l'Università di Bologna Alma Mater Studiorum in un progetto di valutazione dell'impatto ambientale dell'uso delle cassette CPR.

Queste particolari cassette hanno la peculiarità di essere soggette a continua rigenerazione, in quanto gli imballaggi "rotti" vengono rigranulati e ristampati per poi essere riutilizzati. La lunga vita delle cassette CPR permette di avere un impatto nullo sull'utilizzo di materiali per il trasporto e l'esposizione dei prodotti ortofrutticoli. Inoltre, il sistema di gestione logistica esternalizzata in capo alla cooperativa, con sedi sparse sul territorio, permette una riduzione dei chilometri percorsi per rifornirsi dei prodotti, determinando in questo modo un risparmio di 100.868 tonnellate di CO₂ equivalenti.

Da diversi anni collaboriamo con CPR System, Cooperativa tra i principali attori della filiera agroalimentare, che propone un sistema di imballaggi in continua rigenerazione: dalla materia prima, che si presenta in pillole di polipropilene, allo stampaggio, per proseguire con la confezione e distribuzione del prodotto e giungere infine alla GDO, in vari formati.

Le cassette CPR sono ecologiche, riutilizzabili, riciclabili, a sponde abbattibili, pratiche ed economiche. Sono realizzate in polipropilene colorato, additivato per resistere ai raggi ultravioletti, riciclabili in ogni loro parte.

Sono utilizzabili in tutto il corso della filiera produttiva, dal produttore ortofrutticolo alla grande distribuzione e permettono, con le loro sponde abbattibili, di risparmiare spazi e costi nella movimentazione a vuoto.

IL SISTEMA DI PALLET POOLING.

La gestione dei pallet è un aspetto che incide in misura consistente sui costi della logistica di tutte le aziende di distribuzione. Motivo per cui si sta diffondendo sempre di più una modalità di gestione dei pallet esternalizzata: il pallet pooling. Ricorrere a questa modalità consente di conseguire un risparmio economico e ambientale, attraverso la riduzione dei costi di trasporto per il recupero delle attrezzature vuote e la libera mobilità dei pallet lungo la catena di fornitura. Il pallet pooling, infatti, è in grado di garantire una maggiore efficienza poiché prevede che tutti si scambino i pallet all'interno del proprio percorso: ad ogni pallet consegnato pieno, ne viene restituito uno vuoto, che percorrerà la strada inversa.

Le attrezzature che subiscono danni sono riparate e riutilizzate dalla società esterna che le gestisce, la quale, attraverso la gestione della propria qualità, permette una riduzione dei danni al prodotto e quindi minore spreco.

I vantaggi in termini ambientali sono legati al minor uso dei pallet bianchi monouso, spesso utilizzati dall'industria alimentare, nonché dalla riduzione delle emissioni generate dalla sostituzione e riconsegna della merce.

Il ciclo di vita dei pallet di cui ci serviamo, di qualità garantita, riduce gli scarti di legno e la quantità di legname utilizzata per la produzione. Inoltre il legno dei pallet danneggiati viene recuperato e impiegato nuovamente.

Attraverso questo sistema abbiamo quindi risparmiato 194.069 dm³ di legno, equivalenti a 188 alberi salvati. Inoltre, abbiamo evitato la produzione di 224.482 kg di CO₂ grazie alla riduzione di 205.006 km percorsi dai nostri camion, infine abbiamo ridotto la nostra produzione di rifiuti di 18.511 kg, equivalenti a 4 camion.

RECUPERARE I RIFIUTI: UNA GESTIONE RESPONSABILE.

Il 99% dei rifiuti contabilizzati¹² sono stati destinati a recupero nel 2019

L'obiettivo che perseguiamo nella gestione della raccolta dei rifiuti è operare in sicurezza senza determinare pericoli per la salute dell'uomo, rischi per l'ambiente circostante e per gli ecosistemi.

La gestione dei rifiuti è effettuata conformemente ai principi di precauzione, di prevenzione, di proporzionalità, di responsabilizzazione e di cooperazione di tutti i soggetti coinvolti nella produzione, nella distribuzione, nell'utilizzo e nel consumo di beni da cui originano i rifiuti.

Quattro le priorità:

- 1) Prevenire e ridurre i rifiuti.
- 2) Prevenire e ridurre la nocività.
- 3) Riutilizzare.
- 4) Riciclare/recuperare, attraverso conferimenti ad aziende municipalizzate o aziende partner autorizzate.

¹² Nel totale dei rifiuti non sono compresi i rifiuti indifferenziati raccolti, conferiti attraverso le Aziende Municipalizzate che non comunicano il dato dei volumi.



Attraverso una gestione accorta e precisa del flusso di attività e dei processi produttivi interni, operiamo in modo da prevenire e ridurre la produzione di rifiuti. Dove questo non è possibile, avviamo a recupero i rifiuti prodotti. Tra il 2018 e il 2019, abbiamo ridotto del 2% la produzione totale di rifiuti “misurabili”, raccolti e conferiti al di fuori dal servizio pubblico di raccolta.

A questa riduzione ha contribuito sensibilmente una diminuzione del 66,5% nella produzione di rifiuti biodegradabili dalle nostre cucine. Gli imballaggi, che corrispondono al 93% di tutti i rifiuti “misurabili” da noi prodotti, di qualsiasi materiale siano fabbricati, vengono pressati e avviati a recupero principalmente attraverso operatori privati autorizzati. Gli scarti di lavorazione, quali gli oli e grassi commestibili e i sottoprodotti di origine animale, sono a loro volta raccolti in appositi contenitori e avviati a recupero attraverso aziende specializzate.

Salvo casi eccezionali, il ferro, l'acciaio e il vetro sono conferiti in container a cielo aperto presso i depositi centrali e avviati a recupero attraverso operatori privati autorizzati.

I rifiuti indifferenziati (secco) e i rifiuti organici (umido), salvo casi di specifiche autorizzazioni comunali, vengono gestiti dalle aziende municipalizzate. In caso di gestione autonoma, avviamo a smaltimento, valorizzazione termica o recupero, il rifiuto attraverso operatori privati autorizzati.

Infine, anche la ridotta produzione di rifiuti pericolosi, come neon esausti e apparecchiature fuori uso contenenti clorofluorocarburi, viene avviata a recupero attraverso aziende specializzate autorizzate.

La gestione ottimale ci consente importanti risparmi di materie prime ed energia e apporta vantaggi in termini di minore produzione dei rifiuti, minori costi di smaltimento e maggiore tutela dell'ambiente.

PESO TOTALE DEI RIFIUTI PERICOLOSI PER METODO DI SMALTIMENTO:	U.M.	2019	2018
Recupero, incluso recupero energetico	kg	20.096	19.275
PESO TOTALE DEI RIFIUTI NON PERICOLOSI PER METODO DI SMALTIMENTO:	U.M.	2019	2018
Recupero, incluso recupero energetico	kg	12.607.248	12.862.811
Smaltimento	kg	191.810	204.480

Peso totale di rifiuti pericolosi e non pericolosi per metodo di smaltimento, per il biennio 2019 e 2018

NOTA METODOLOGICA.

PERIMETRO, SCOPO E CONTENUTI DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ .

All'interno di un percorso di gestione consapevole e ambiziosa dei nostri impatti, con l'obiettivo di informare in modo completo e trasparente i nostri stakeholder, abbiamo deciso di realizzare un documento volontario che rappresenti in ambito economico, sociale e ambientale i risultati raggiunti nel 2019, così come le iniziative e gli impegni presi per i nostri sviluppi futuri.

Il nostro primo Bilancio di Sostenibilità si basa sui principi della **Global Reporting Initiative (GRI)**, che costituiscono il punto di riferimento a livello nazionale e internazionale per la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario.

Ci siamo ispirati ai GRI Standards, integrati con il supplemento di settore Food Processing Sector Disclosures per selezionare i temi di sostenibilità, rendicontare gli indicatori connessi ai temi e definire i criteri di questo Bilancio.

Il **perimetro** di rendicontazione è rappresentato dal Gruppo Bennet S.p.A., con l'esclusione delle Gallerie Commerciali Bennet S.p.A..

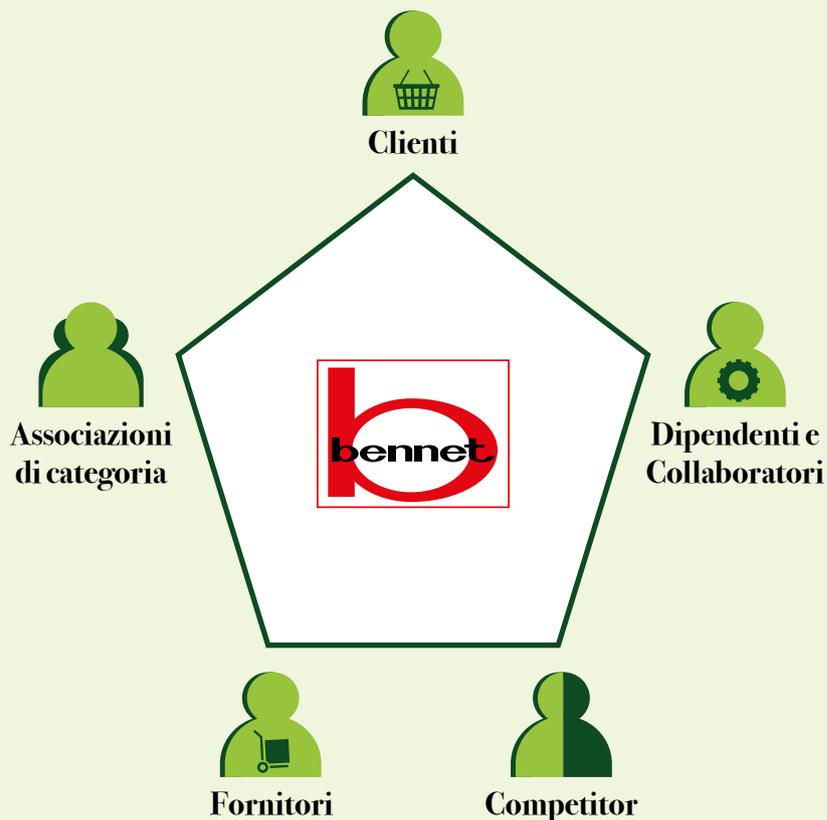
L'ANALISI DI MATERIALITÀ.

Per individuare gli aspetti di sostenibilità più rilevanti per noi e per i nostri stakeholder, abbiamo svolto il processo di “Analisi di materialità” basato sull’insieme dei temi economici, ambientali e sociali definiti dai GRI Standards. Un processo che si articola in più fasi in cui abbiamo coinvolto attivamente sia i membri del nostro management, sia i nostri stakeholder.

Nella prima fase dell’analisi, delle interviste ad hoc con i diversi referenti aziendali ci hanno permesso di raccogliere informazioni per determinare:

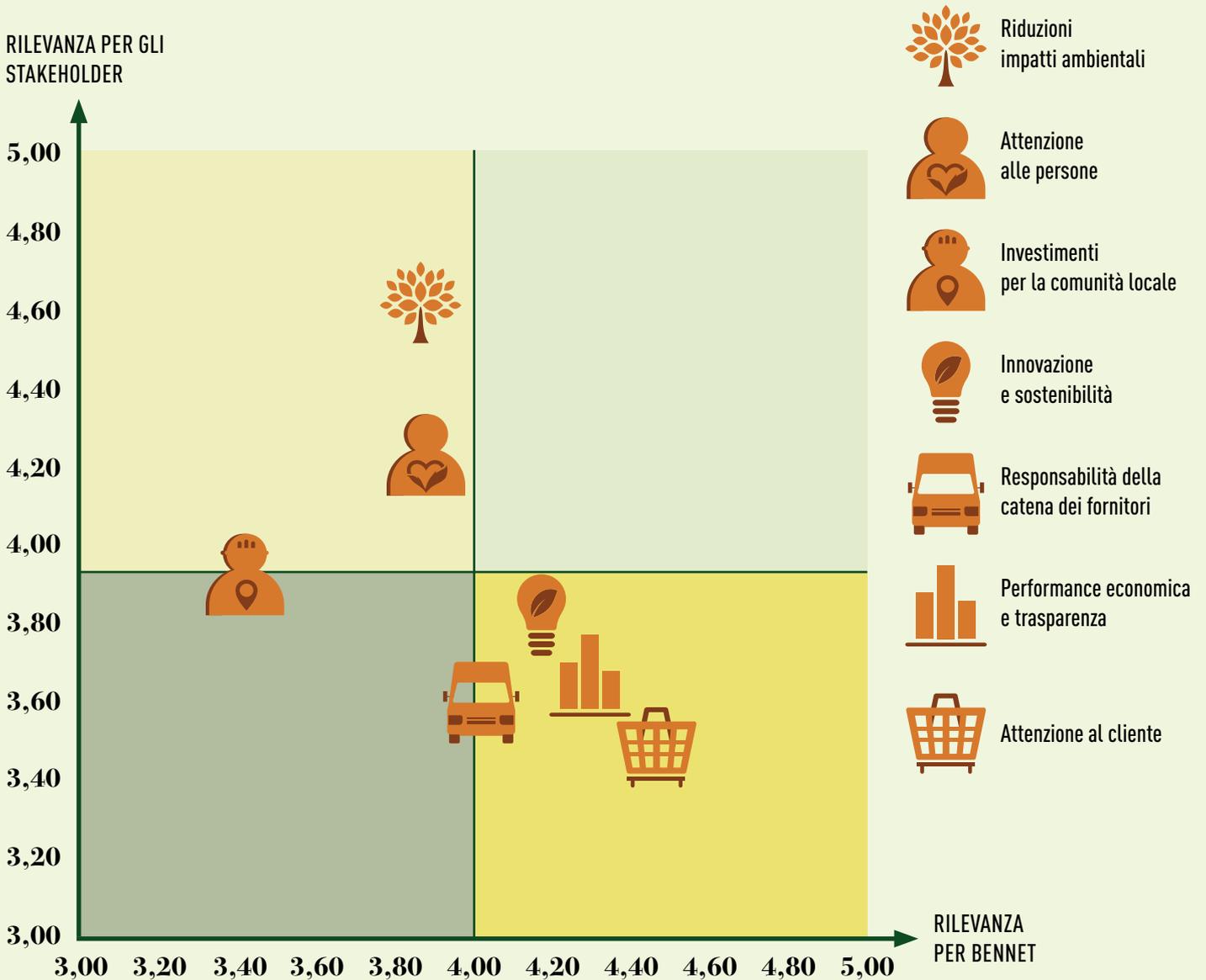
- gli **stakeholder rilevanti**, che nutrono un forte interesse nell’attività che svolgiamo e allo stesso tempo esercitano una particolare influenza su Bennet;
- la valutazione dei **temi di sostenibilità rilevanti** per il nostro management, attraverso un questionario strutturato costruito secondo gli standard GRI.

Tra tutti gli stakeholder considerati, due in particolare sono stati valutati come i più rilevanti, dunque da coinvolgere con priorità: i dipendenti e le associazioni di categoria, in particolare Federdistribuzione. Questi portatori di interesse hanno compilato lo stesso questionario sottoposto al nostro management. Dall’incrocio dei risultati rilevanti ci è stato possibile individuare gli aspetti materiali da rendicontare all’interno del nostro Bilancio.



L'output finale del processo è rappresentato da una matrice, detta Matrice di materialità, i cui assi sono rappresentativi delle valutazioni di Bennet e dei nostri stakeholder.

I temi che hanno riportato un valore superiore alla media per noi o per i nostri stakeholder sono così rappresentati all'interno della Matrice di materialità:



TEMA MATERIALE	TEMA GRI
PERFORMANCE E TRASPARENZA	201 - PERFORMANCE ECONOMICHE
	205 - ANTICORRUZIONE
	417 - CORRETTEZZA E TRASPARENZA NELLA VENDITA DI PRODOTTI E SERVIZI
INVESTIMENTI PER LA COMUNITÀ LOCALE	203 - IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI
RIDUZIONE IMPATTI AMBIENTALI	301 - MATERIALI
	302 - ENERGIA ED EMISSIONI
	303 - ACQUA E SCARICHI
	306 - RIFIUTI
ATTENZIONE ALLE PERSONE	401 - POLITICHE PER LE RISORSE UMANE
	403 - SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO
	404 - FORMAZIONE E ISTRUZIONE
RESPONSABILITÀ DELLA CATENA DI FORNITURA	414 - VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI
	408 - LAVORO MINORILE
	409 - LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO
ATTENZIONE AL CLIENTE	416 - SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI
	418 - TUTELA DELLA PRIVACY DEI CLIENTI
	SODDISFAZIONE DEI CLIENTI
INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ	SVILUPPO DI PRODOTTI SOSTENIBILI/RESPONSABILI
	INNOVAZIONE

TABELLA DEI FATTORI DI CONVERSIONE UTILIZZATI

FATTORI DI CONVERSIONE CONSUMI ENERGETICI	U.M.	2019	2018	FONTI
Energia elettrica	GJ/kWh	0,0036	0,0036	GRI Sustainability Reporting Guidelines, Version 3.1
Gas naturale (metano)	GJ/stmc	0,035303	0,035253	Tabella parametri standard nazionali per il monitoraggio e la comunicazione dei gas ad effetto serra ai sensi del decreto legislativo n. 30 del 2013 - aggiornamento 2019/2018
Gasolio	GJ/t	42,877	42,877	Tabella parametri standard nazionali per il monitoraggio e la comunicazione dei gas ad effetto serra ai sensi del decreto legislativo n. 30 del 2013 - aggiornamento 2019/2018
Gasolio	l/t	1193		Conversion Factors 2019 Full – set for advanced users. Fuel Properties; Diesel (100% mineral diesel)
Gasolio	GJ/l	0,035940486	0,035940486	
Benzina senza piombo per autotrazione (dati sperimentali)	GJ/t	42,817		Tabella parametri standard nazionali per il monitoraggio e la comunicazione dei gas ad effetto serra ai sensi del decreto legislativo n. 30 del 2013 - aggiornamento 2019/2018
Benzina senza piombo per autotrazione (dati sperimentali)	GJ/t		42,82	Italian Greenhouse Gas Inventory 1990 - 2016 - National Inventory Report 2018 Annex 6 National Emission Factors - Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA)
Benzina	l/t	1362		Conversion Factors 2019/2018 Full – set for advanced users. Fuel Properties; Petrol (100% mineral petrol)
Benzina	GJ/l	0,031436858	0,031436858	
GPL	GJ/t	46,141		Tabella parametri standard nazionali per il monitoraggio e la comunicazione dei gas ad effetto serra ai sensi del decreto legislativo n. 30 del 2013 - aggiornamento 2019/2018
GPL	l/t	1929		Conversion Factors 2019/2018 Full – set for advanced users. Fuel Properties; LPG
GPL	GJ/l	0,023919647	0,023919647	

TABELLA DEI FATTORI DI EMISSIONE UTILIZZATI

FATTORI DI CONVERSIONE EMISSIONI	U.M.	2019	2018	FONTI
Gas Metano	tCO ₂ /1000stdmc	1,975		Tabella parametri standard nazionali per il monitoraggio e la comunicazione dei gas ad effetto serra ai sensi del decreto legislativo n. 30 del 2013 - aggiornamento 2019
Gas metano	stdmc/mc	1,002		https://enigasluce.com/info/coefficiente-c-gas
Gas Metano	tCO ₂ /mc	0,00197895		
Gasolio	tCO ₂ /t	3,155		Tabella parametri standard nazionali per il monitoraggio e la comunicazione dei gas ad effetto serra ai sensi del decreto legislativo n. 30 del 2013 - aggiornamento 2019
Gasolio	l/t	1193		Conversion Factors 2019 Full – set for advanced users. Fuel Properties; Diesel (100% mineral diesel)
Gasolio	tCO ₂ /l	0,002644593		
Benzina	tCO ₂ /t	3,14		Tabella parametri standard nazionali per il monitoraggio e la comunicazione dei gas ad effetto serra ai sensi del decreto legislativo n. 30 del 2013 - aggiornamento 2019
Benzina	l/t	1362		Conversion Factors 2019/2018 Full – set for advanced users. Fuel Properties; Petrol (100% mineral petrol)

FATTORI DI CONVERSIONE EMISSIONI	U.M.	2019	2018	FONTI
Benzina	tCO ₂ /l	0,002305433	0,00218943	Tabella parametri standard nazionali per il monitoraggio e la comunicazione dei gas ad effetto serra ai sensi del decreto legislativo n. 30 del 2013 - aggiornamento 2019/2018
GPL	tCO ₂ /t	3,026		Tabella parametri standard nazionali per il monitoraggio e la comunicazione dei gas ad effetto serra ai sensi del decreto legislativo n. 30 del 2013 - aggiornamento 2019
GPL	l/t	1929	1929	Conversion Factors 2019/2018 Full – set for advanced users. Fuel Properties; LPG
GPL	tCO ₂ /l	0,001568688	0,001568688	Tabella parametri standard nazionali per il monitoraggio e la comunicazione dei gas ad effetto serra ai sensi del decreto legislativo n. 30 del 2013 - aggiornamento 2019/2018
ENERGIA ELETTRICA LOCATION BASED				
Italia	tCO ₂ /kWh	0,000359	0,000375	Terna, confronti internazionali 2017, dati riferiti al 2016
ENERGIA ELETTRICA MARKET BASED				
Italia	tCO ₂ /kWh	0,00048329	0,00047653	European Residual Mixes 2018, dati riferiti al 2017

GRI CONTENT INDEX

GRI STANDARD	INDICATORI	RIFERIMENTO NEL TESTO	COMMENTI
GRI 102 - INFORMAZIONI GENERALI			
GD - PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE			
102-1	Nome dell'organizzazione	Copertina	
102-2	Principali attività, marchi, prodotti e servizi	Cap. 1, paragrafo "Il nostro marchio: garanzia di qualità"	
102-3	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione		Via Enzo Ratti 2, 22070 Montano Lucino, Como
102-4	Numero di paesi in cui l'organizzazione opera		Italia
102-5	Assetto proprietario e forma legale	Cap. 1, paragrafo "Governance e compliance"	
102-6	Mercati serviti	Cap. 1, paragrafo "Il nostro marchio: garanzia di qualità"	
102-7	Dimensioni dell'organizzazione (es. dipendenti, ricavi netti, ecc.)	Cap. 1, paragrafo "Chi siamo – Highlights 2019"	
102-8	Numero di dipendenti per tipo di contratto, area geografica e genere	Cap. 2 paragrafo "La selezione del personale"	
102-9	Descrizione della catena di fornitura (n. fornitori, tipologia, provenienza, ecc.)	Cap. 5, paragrafo "L'importanza della provenienza dei prodotti"	
102-10	Modifiche significative nel periodo di rendicontazione all'organizzazione e alla sua catena di fornitura		Nel periodo di rendicontazione non si è verificata nessuna modifica significativa
102-11	Spiegazione dell'applicazione dell'approccio prudenziale	Cap. 1, paragrafo "Il nostro marchio: garanzia di qualità"	
102-12	Sottoscrizione di codici di condotta, principi e carte sviluppate da enti/associazioni esterne		Il nostro Codice Etico è l'unico principio di condotta che ci siamo formalmente impegnati a rispettare
102-13	Appartenenza ad associazioni		Federdistribuzione, Unindustria Como, Associazione Amici di Como
GD - STRATEGIA			
102-14	Dichiarazione dell'Amministratore Delegato e/o del Presidente in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	Lettera agli stakeholder	

GRI STANDARD	INDICATORI	RIFERIMENTO NEL TESTO	COMMENTI
ETICA E INTEGRITÀ			
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	Cap. 1, paragrafo “Governance e compliance”	
GOVERNANCE			
102-18	Struttura di governo dell’organizzazione	Cap. 1, paragrafo “Governance e compliance”	
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER			
102-40	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l’organizzazione svolge attività di coinvolgimento	Nota metodologica	
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione		
102-42	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l’attività di coinvolgimento	Nota metodologica	
102-43	Approccio all’attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder	Nota metodologica	
102-44	Argomenti chiave e criticità emerse dall’attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l’organizzazione ha reagito alle criticità emerse		

GRI STANDARD	INDICATORI	RIFERIMENTO NEL TESTO	COMMENTI
PRATICHE DI RENDICONTAZIONE			
102-45	Elenco delle società incluse nel bilancio consolidato e indicazione delle società non comprese nel report	Nota metodologica	
102-46	Processo di definizione dei contenuti del bilancio	Nota metodologica	
102-47	Elenco degli aspetti identificati come materiali	Nota metodologica	
102-48	Spiegazione degli effetti e delle ragioni di eventuali modifiche nei calcoli/informazioni rispetto alle edizioni precedenti	Nota metodologica	
102-49	Modifiche significative rispetto al precedente periodo di rendicontazione	Nota metodologica	
102-50	Periodo di rendicontazione		Esercizio 2019
102-51	Data di pubblicazione del bilancio più recente		Primo Bilancio di Sostenibilità
102-52	Periodicità di rendicontazione		Annuale
102-53	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul bilancio e i suoi contenuti		Per qualsiasi chiarimento in merito al presente Bilancio di sostenibilità è possibile rivolgersi a marketing@bennet.com
102-54	Indicazione dell'opzione "In accordance" con il GRI Standard scelta (Core o Comprehensive)	Nota metodologica	
102-55	Tabella dei contenuti GRI	GRI Content Index	
102-56	Assurance esterna del report		Non è presente Assurance esterna per il presente report
GRI 201 – PERFORMANCE ECONOMICA			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap. 1, paragrafo "Il nostro marchio: garanzia di qualità"	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	Cap. 1, paragrafo "Il nostro marchio: garanzia di qualità"	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Cap. 1, paragrafo "Il nostro marchio: garanzia di qualità"	
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	Cap. 1, paragrafo "La performance economica"	

GRI STANDARD	INDICATORI	RIFERIMENTO NEL TESTO	COMMENTI
GRI 203 – IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.4, paragrafo “Salute e cultura”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.4, paragrafo “Salute e cultura”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.4, paragrafo “Salute e cultura”	
203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	Cap.4, paragrafi “Salute e cultura”; “Il recupero sociale dell’inventuto”	
GRI 205 – ANTI-CORRUZIONE			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.1, paragrafo “Governance e compliance”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.1, paragrafo “Governance e compliance”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.1, paragrafo “Governance e compliance”	
205-3	Atti di corruzione accertati e azioni intraprese		Non si sono verificati episodi di corruzione
GRI 301 – MATERIALI			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.6, paragrafo “La sostenibilità del packaging”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.6, paragrafo “La sostenibilità del packaging”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.6, paragrafo “La sostenibilità del packaging”	
301-1	Materiali usati (peso o volume totale) per la produzione e per l’imballaggio dei prodotti/servizi dell’organizzazione, distinti tra materiali rinnovabili e non	Cap.6, paragrafo “La sostenibilità del packaging”	
GRI 302 – ENERGIA			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.6, paragrafo “L’efficienza energetica”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.6, paragrafo “L’efficienza energetica”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.6, paragrafo “L’efficienza energetica”	
302-1	Consumi di energia all’interno dell’organizzazione	Cap.6, paragrafo “L’efficienza energetica”	

GRI STANDARD	INDICATORI	RIFERIMENTO NEL TESTO	COMMENTI
GRI 303 – ACQUA			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.6, paragrafo “L’attenzione ai consumi idrici”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.6, paragrafo “L’attenzione ai consumi idrici”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.6, paragrafo “L’attenzione ai consumi idrici”	
303-3	Prelievo idrico	Cap.6, paragrafo “L’attenzione ai consumi idrici”	
303-4	Scarico di acqua	Cap.6, paragrafo “L’attenzione ai consumi idrici”	
GRI 305 – EMISSIONI			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.6, paragrafo “Il monitoraggio delle emissioni”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.6, paragrafo “Il monitoraggio delle emissioni”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.6, paragrafo “Il monitoraggio delle emissioni”	
305-1	Emissioni di gas serra dirette (Scope 1)	Cap.6, paragrafo “Il monitoraggio delle emissioni”	
305-2	Emissioni di gas serra generate da consumi energetici (Scope 2)	Cap.6, paragrafo “Il monitoraggio delle emissioni”	
GRI 306 – SCARICHI IDRICI E RIFIUTI			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.6, paragrafo “Recuperare i rifiuti: una gestione responsabile”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.6, paragrafo “Recuperare i rifiuti: una gestione responsabile”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.6, paragrafo “Recuperare i rifiuti: una gestione responsabile”	
306-2	Peso totale dei rifiuti per tipo e modalità di smaltimento	Cap.6, paragrafo “Recuperare i rifiuti: una gestione responsabile”	

GRI STANDARD	INDICATORI	RIFERIMENTO NEL TESTO	COMMENTI
GRI 401 – OCCUPAZIONE			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.2, paragrafo “La selezione del personale”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.2, paragrafo “La selezione del personale”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.2, paragrafo “La selezione del personale”	
401-1	Numero totale di assunzioni e tasso di turnover per gruppi di età, genere e zona geografica	Cap.2, paragrafo “La selezione del personale”	
401-2	Benefit erogati ai dipendenti	Cap.2, paragrafo “Welfare e benefit”	
GRI 403 – SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.2, paragrafo “La salute e sicurezza al centro”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.2, paragrafo “La salute e sicurezza al centro”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.2, paragrafo “La salute e sicurezza al centro”	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Cap.2, paragrafo “La salute e sicurezza al centro”	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Cap.2, paragrafo “La salute e sicurezza al centro”	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	Cap.2, paragrafo “La salute e sicurezza al centro”	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap.2, paragrafo “La salute e sicurezza al centro”	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap.2, paragrafo “Formare per crescere”	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Cap.2, paragrafo “La salute e sicurezza al centro”	
403-9	Infortuni sul lavoro	Cap.2, paragrafo “La salute e sicurezza al centro”	

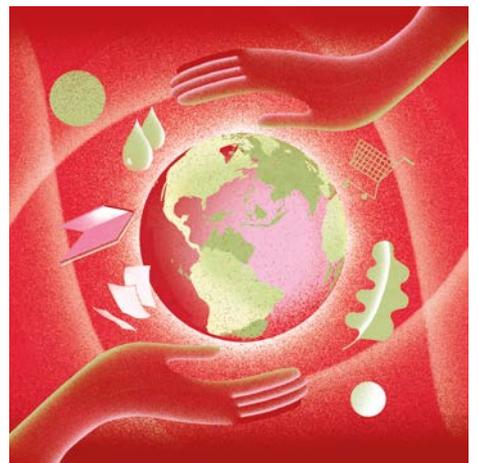
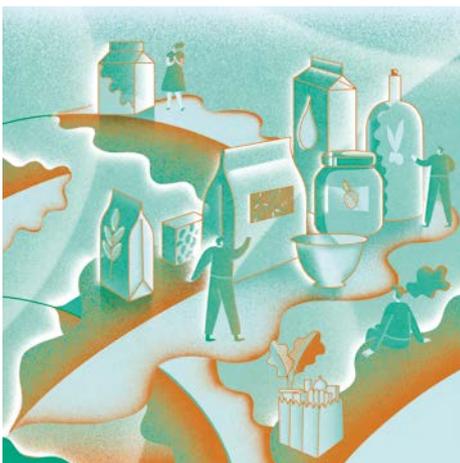
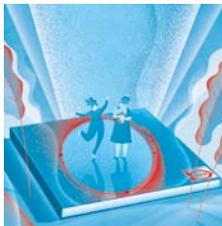
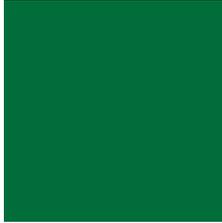
GRI STANDARD	INDICATORI	RIFERIMENTO NEL TESTO	COMMENTI
GRI 404 – FORMAZIONE E ISTRUZIONE			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.2, paragrafo “Formare per crescere”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.2, paragrafo “Formare per crescere”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.2, paragrafo “Formare per crescere”	
404-1	Ore di formazione medie per dipendente per anno, per genere e per categoria di dipendente	Cap.2, paragrafo “Formare per crescere”	
GRI 408 – LAVORO MINORILE			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.5, paragrafo “La qualità prima di tutto”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.5, paragrafo “La qualità prima di tutto”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.5, paragrafo “La qualità prima di tutto”	
408-1	Identificazione delle operazioni e dei principali fornitori con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure adottate per contribuire alla sua eliminazione		Non ci sono pratiche di identificazione di fornitori a rischio per lavoro minorile. Si prevede l’implementazione di politiche specifiche entro il 2020
GRI 409 – LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.5, paragrafo “La qualità prima di tutto”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.5, paragrafo “La qualità prima di tutto”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.5, paragrafo “La qualità prima di tutto”	
409-1	Identificazione delle operazioni e dei principali fornitori con elevato rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligatorio e delle misure adottate per contribuire alla sua eliminazione		Non ci sono pratiche di identificazione di fornitori a rischio per lavoro forzato o obbligatorio. Si prevede l’implementazione di politiche specifiche entro il 2020

GRI STANDARD	INDICATORI	RIFERIMENTO NEL TESTO	COMMENTI
GRI 414 – VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE SOCIALI DEI FORNITORI			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.5, paragrafo “La qualità prima di tutto”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.5, paragrafo “La qualità prima di tutto”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.5, paragrafo “La qualità prima di tutto”	
414-1	Percentuale di nuovi fornitori che sono stati valutati mediante criteri sociali		Non ci sono pratiche di identificazione di fornitori sulla base di criteri sociali. Si prevede l’implementazione di politiche specifiche entro il 2020
GRI 416 – SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.5, paragrafo “La qualità prima di tutto”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.5, paragrafo “La qualità prima di tutto”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.5, paragrafo “La qualità prima di tutto”	
416-1	Percentuale espressa in termini di categorie di prodotto e servizio significative in relazione alle quali vengono valutati gli impatti sulla salute e sulla sicurezza nell’ottica del miglioramento		Tutti i prodotti in vendita presso i nostri punti vendita, siano essi alimentari che non alimentari, devono rispettare stringenti normative in materia di impatto sulla salute e sulla sicurezza sia alimentare che di prestazioni che di utilizzo
FP2 SECTOR SPECIFIC	Percentuale del volume acquistato che è verificato secondo le norme di produzione responsabili credibili, riconosciute internazionalmente, ripartite per standard	Cap.5, paragrafo “La nostra offerta sostenibile”	
FPI2 SECTOR SPECIFIC	Politiche e pratiche sui trattamenti di promozione antibiotica, anti-infiammatoria, ormone e/o crescita, per specie e razza	Cap.5, paragrafo “L’importanza della provenienza dei prodotti”	

GRI STANDARD	INDICATORI	RIFERIMENTO NEL TESTO	COMMENTI
GRI 417 - CORRETTEZZA E TRASPARENZA DELL'INFORMAZIONE SUI PRODOTTI			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.5, paragrafo "Informazioni trasparenti in etichetta"	
103-2	Descrizione dell'approccio di gestione	Cap.5, paragrafo "Informazioni trasparenti in etichetta"	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Cap.5, paragrafo "Informazioni trasparenti in etichetta"	
417-1	Percentuale di prodotti di cui sono richieste le seguenti informazioni: I. l'approvvigionamento dei componenti dei prodotti o servizi; II. il contenuto, con particolare riferimento alla presenza di sostanze che possono generare un impatto ambientale o sociale; III. l'utilizzo sicuro dei prodotti o servizi; IV. lo smaltimento dei prodotti e i relativi impatti ambientali o sociali.		Il 7.14% dei prodotti ittici rispondeva ai requisiti dell'indicatore. Con il progetto filiera valore 2020 i prodotti valutati secondo questi parametri aumenteranno sensibilmente.

GRI STANDARD	INDICATORI	RIFERIMENTO NEL TESTO	COMMENTI
GRI 418 – PRIVACY DEI CLIENTI			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.1, paragrafo “Governance e compliance”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.1, paragrafo “Governance e compliance”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.1, paragrafo “Governance e compliance”	
418-1	Numero totale delle denunce comprovate ricevute riguardanti le violazioni della privacy dei clienti		Non ci sono state denunce riguardanti la violazione della privacy dei clienti
SVILUPPO DI PRODOTTI SOSTENIBILI E RESPONSABILI			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.5, paragrafo “L’importanza della provenienza dei prodotti”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.5, paragrafo “L’importanza della provenienza dei prodotti”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.5, paragrafo “L’importanza della provenienza dei prodotti”	

GRI STANDARD	INDICATORI	RIFERIMENTO NEL TESTO	COMMENTI
SODDISFAZIONE DEI CLIENTI			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.3, paragrafo “Bennet Club si rinnova”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.3, paragrafo “Bennet Club si rinnova”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.3, paragrafo “Bennet Club si rinnova”	
INNOVAZIONE			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e del loro perimetro	Cap.3, paragrafo “La spesa online: il servizio bennetdrive”	
103-2	Descrizione dell’approccio di gestione	Cap.3, paragrafo “La spesa online: il servizio bennetdrive”	
103-3	Valutazione dell’approccio di gestione	Cap.3, paragrafo “La spesa online: il servizio bennetdrive”	





Il marchio FSC® conferisce ai nostri stampati un alto valore di Responsabilità Sociale ed Ambientale, contribuendo a garantire la gestione responsabile delle risorse forestali.

