



BENETTON GROUP

Bilancio

Integrato

2023

BENETTON GROUP

Bilancio

Integrato

2023

UNITED COLORS
OF BENETTON.

S I S L E Y

Indice

004 Introduzione

- ___ **004** Imago Mundi: Out of Place.
Arte e storie dai campi rifugiati nel mondo
- ___ **014** Lettera dell'Amministratore Delegato
- ___ **016** Highlights 2023

019 Azienda

- ___ **020** Storia
- ___ **022** Valori
- ___ **024** Modello di business
- ___ **026** Campus
- ___ **026** Brand
- ___ **028** Presenza e mercato globale
- ___ **030** Comunicazione e cultura
- ___ **034** Società di Benetton Group nel mondo

043 Governance

- ___ **044** Modello organizzativo
- ___ **046** Governance
- ___ **048** Dialogo continuo
- ___ **049** Analisi di materialità
- ___ **054** Agenda 2030
- ___ **055** Strategia di sostenibilità
- ___ **056** Il Manifesto
- ___ **058** Panoramica attività
- ___ **061** Valore generato
- ___ **062** Gestione dei rischi

071 Persone

- ___ **072** Wellbeing
- ___ **077** Diversity and Inclusion
- ___ **081** Value Creation

097 Natura

- ___ **098** Lotta al cambiamento climatico
- ___ **103** Acqua
- ___ **105** Biodiversità

113 Circolarità

- ___ **114** Eco-Design
- ___ **115** Produzione efficiente
- ___ **117** Materiali
- ___ **120** Modelli alternativi di business
- ___ **121** Gestione della catena di fornitura

131 Appendice

- ___ **132** Nota metodologica
- ___ **134** Allegati
- ___ **136** Indice dei contenuti GRI Standard
- ___ **150** Lettera dei revisori

Out of Place. Arte e storie dai campi rifugiati nel mondo.



Fondazione Imago Mundi

Questo documento è accompagnato da una selezione di immagini tratte da “Out of Place. Arte e storie dai campi rifugiati nel mondo”, una collezione di opere concepite e realizzate da artisti di diverse nazionalità, che vivono o hanno vissuto in campi o insediamenti per rifugiati in tutto il mondo, dall’Uganda al Kenya, dal Nord America alla Germania, dal Bangladesh al Regno Unito e all’Italia.

“Out of Place” è parte di Imago Mundi Collection, un progetto nato da un’idea di Luciano Benetton nel 2006 con l’obiettivo di catalogare e diffondere la produzione artistica contemporanea mondiale con un approccio alternativo rispetto a quello museale e di mercato. Oggi, Imago Mundi Collection presenta le opere di oltre 26 000 artisti provenienti da più di 160 Paesi e comunità native di tutti i continenti, con diversi livelli di notorietà ed esperienza. L’unica costante è il formato delle opere: una tela di 10 per 12 centimetri sulla quale tutti gli artisti sono invitati a esprimersi.

Le immagini contenute in questo Bilancio, da un lato, denunciano la condizione di tutti i rifugiati, uniti dal fatto di essere vittime del caso e dell’oblio in cui spesso la società li relega; dall’altro, celebrano la creatività di chi tra di loro, in un contesto di emergenza e miseria, ha trovato la forza di far sentire la propria voce attraverso l’arte.



Veduta aerea del campo profughi di Zaatri, CC0 - U.S. Government

Un campo dall'alto___2023

Arafa and the Dirars (Ethar)

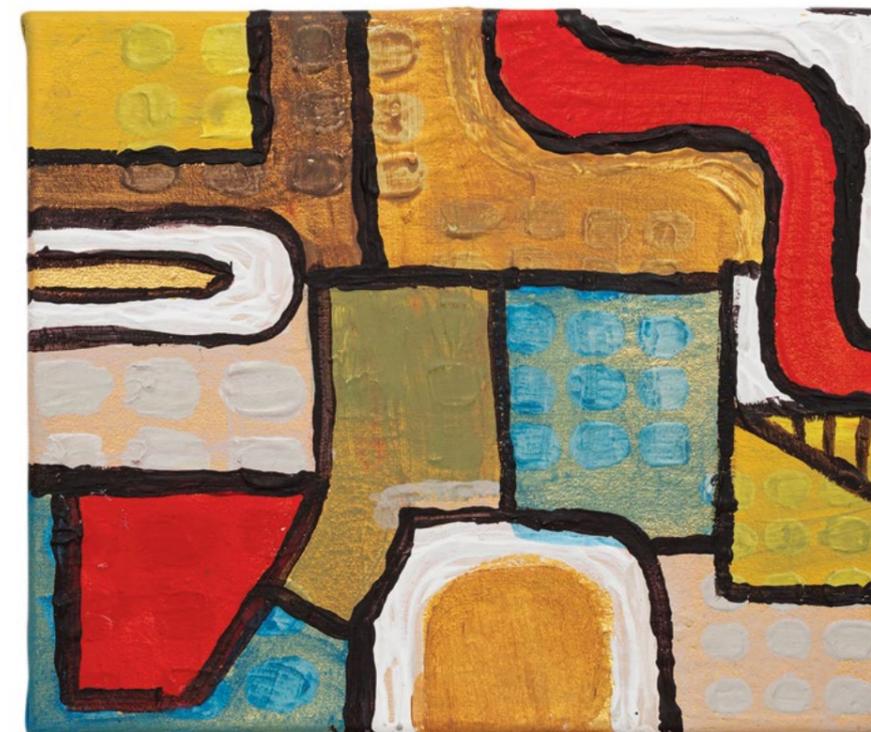
Sudan



12x10 cm___Acrilico su tela

Arafa and the Dirars sono un collettivo artistico composto da Arafa (madre) e i suoi quattro figli: Mayas, Ethar, Waieel e Akram. Originari del Sudan, dopo essere fuggiti dalla guerra in Libia e aver trascorso quattro anni in un campo profughi in Egitto, nel 2015 sono arrivati come rifugiati nel Regno Unito e attualmente vivono a Hull.

Il collettivo lavora sul tema della guerra e delle sue conseguenze. Il tempo trascorso nel campo ha consentito loro di formarsi come collettivo di cinque componenti, integrando in modo armonioso pensieri, punti di vista, sentimenti e concetti che provengono da ciascuno di loro.



Dov'è casa?___2019

Ebrahim Alipoor

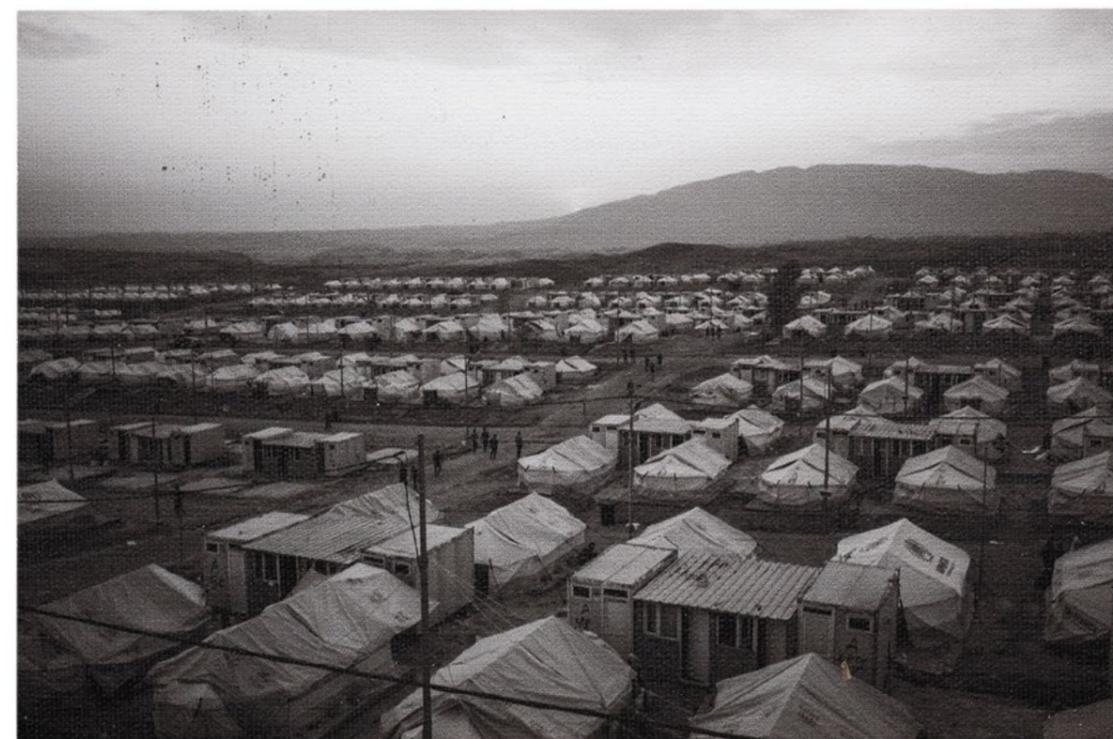
Iran



“Sono Ebrahim Alipoor, artista curdo iraniano, viaggio alla ricerca della narrazione attraverso la fotografia. Da tredici anni cerco modi per mettere in contatto le persone con il loro contesto. Ho scelto la fotografia come espressione artistica principale, lo ritengo un mezzo potente in grado di attirare l'attenzione della gente, specialmente nei Paesi come l'Iran – anche se è più facile a dirsi che a farsi”.

Dov'è casa? è una fotografia scattata presso Bardarash, il principale campo per rifugiati provenienti dalla Siria, situato nella provincia di Duhok, nel Kurdistan iracheno.

15x12 cm___Fotografia digitale stampata su tela



 Il gioco___2023

 Harem Tahir

 Iraq



 12x10 cm___Acrilico su tela

Harem Tahir è un artista curdo iracheno che vive a Vancouver, in Canada. Ha conseguito una laurea in Belle Arti presso l'Università di Sulaymaniyya, ha completato il Master di formazione all'insegnamento presso il Birmingham College di Erbil e ha lavorato come insegnante presso l'Istituto per lo Sviluppo dell'Insegnamento nella Regione del Kurdistan, in Iraq.

Quando il suo Paese è stato costretto alla guerra e colpito da una crisi umanitaria, Harem ha usato la sua creatività come strumento per aiutare se stesso e le persone intorno a lui a far fronte a una nuova, spaventosa realtà. È stato ampiamente coinvolto con l'organizzazione REACH, che fornisce supporto umanitario ai rifugiati e sviluppo educativo ai bambini, e ha lavorato come volontario in numerosi campi per rifugiati in Iraq aiutando i più piccoli attraverso attività creative.





Massimo Renon, Amministratore Delegato, Benetton Group

Egregi stakeholder,

durante l'anno appena trascorso, Benetton Group ha proseguito in un percorso di riorganizzazione che, a partire da quelli che sono i pilastri della sua identità, la sta trasformando in un'azienda sempre più innovativa, responsabile e connessa con il suo pubblico.

Il cambiamento ha riguardato innanzitutto i nostri brand. United Colors of Benetton si è mosso verso un'idea di moda naturalmente colorata e democratica, dal posizionamento premium. Sisley ha puntato sul creare un'esperienza a 360° per i suoi clienti, basata sulla reinterpretazione dell'heritage del marchio attraverso campagne iconiche ed eventi online e offline. La strategia commerciale per entrambi i marchi ha previsto il consolidamento di mercati storici come la Corea del Sud e l'India e l'esplorazione di nuove frontiere di business come il Medio Oriente e il Sud Est Asiatico. Oltre ad avere aperto diversi punti vendita, nel corso del 2023 abbiamo anche inaugurato una nuova sede Benetton a Singapore, un hub regionale strategico e uno dei mercati più in crescita nell'area asiatica.

Contemporaneamente, è proseguita la transizione della supply chain in direzione del nearshoring, con l'obiettivo di ridurre la distanza fra le strutture produttive e i mercati serviti. Ad oggi circa il 50% delle nostre produzioni si colloca all'interno del bacino del Mediterraneo. Inoltre, una porzione delle nostre collezioni è composta da capi NOOS (Never Out of Stock), che non subiscono alcuna modifica nel corso delle stagioni, con vantaggi considerevoli in termini di produzione, controllo dei costi e riduzione degli sprechi.

Uno dei traguardi più importanti del 2023 è stato il consolidamento di una strategia di sostenibilità basata su tre punti fondamentali: la cura delle persone e delle comunità, la riduzione degli impatti ambientali e l'adozione di un modello di business improntato alla circolarità. Questi tre pilastri strategici sono anche i capitoli centrali di questo Bilancio Integrato, che li declina in iniziative concrete.

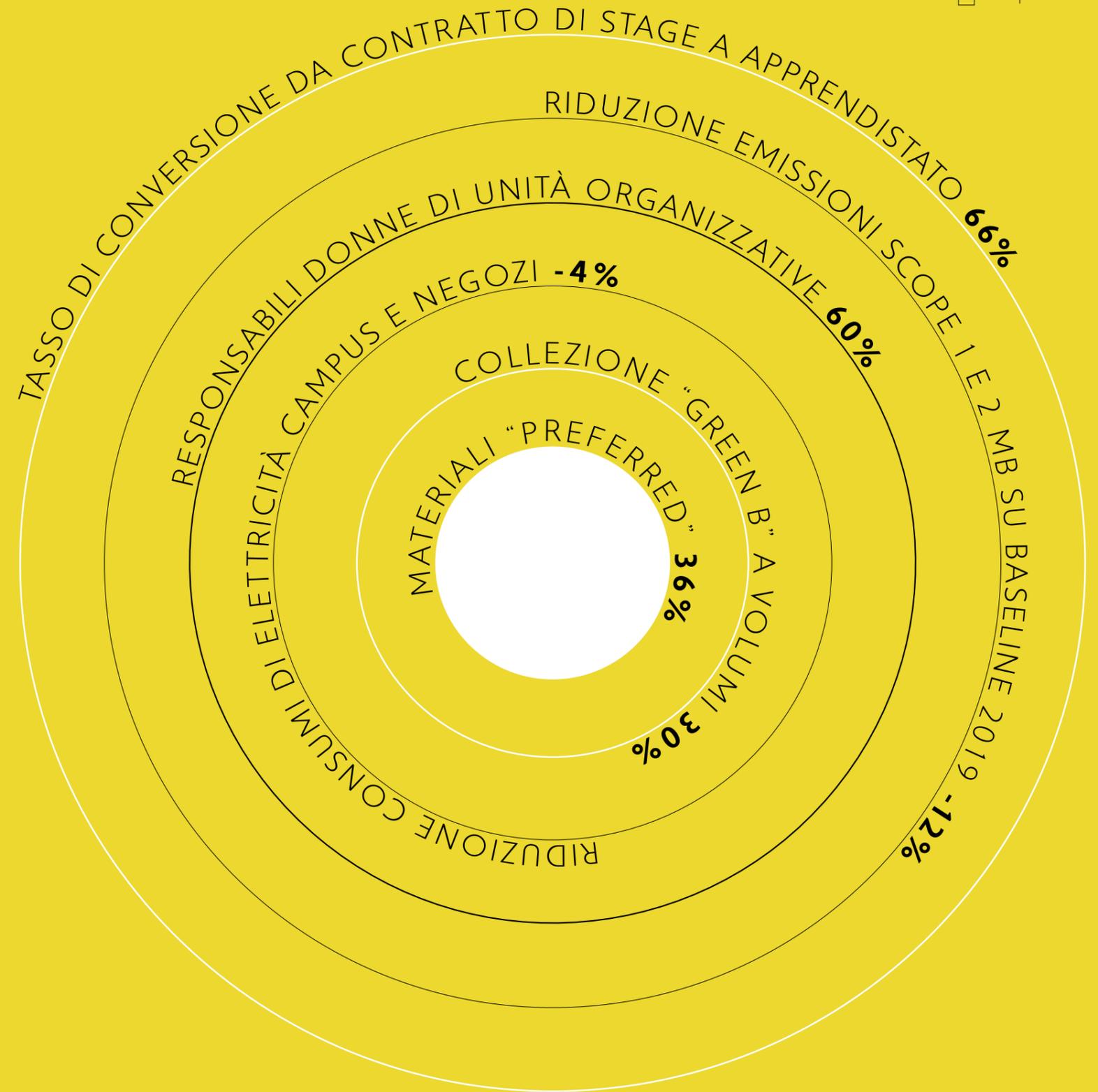
A gennaio, ad esempio, abbiamo ottenuto l'approvazione dei nostri obiettivi di riduzione a breve termine delle emissioni di gas serra da parte della Science Based Targets initiative (SBTi), un programma globale promosso dalle Nazioni Unite che aiuta le aziende a fissare target concreti in ottica di decarbonizzazione. Nel corso dell'anno, abbiamo celebrato i cinquant'anni di collaborazione con Woolmark, l'autorità globale nel campo della lana, e rinnovato il nostro impegno a diminuire l'impatto ambientale e sociale dell'industria della moda attraverso partnership come Textile Exchange, Cascale e la Circular Fashion Partnership. Inoltre, abbiamo continuato a investire sulle nostre persone, creando nuove piattaforme e occasioni di confronto tra i dipendenti, e puntando sui giovani, risorse da attrarre e valorizzare nei processi aziendali.

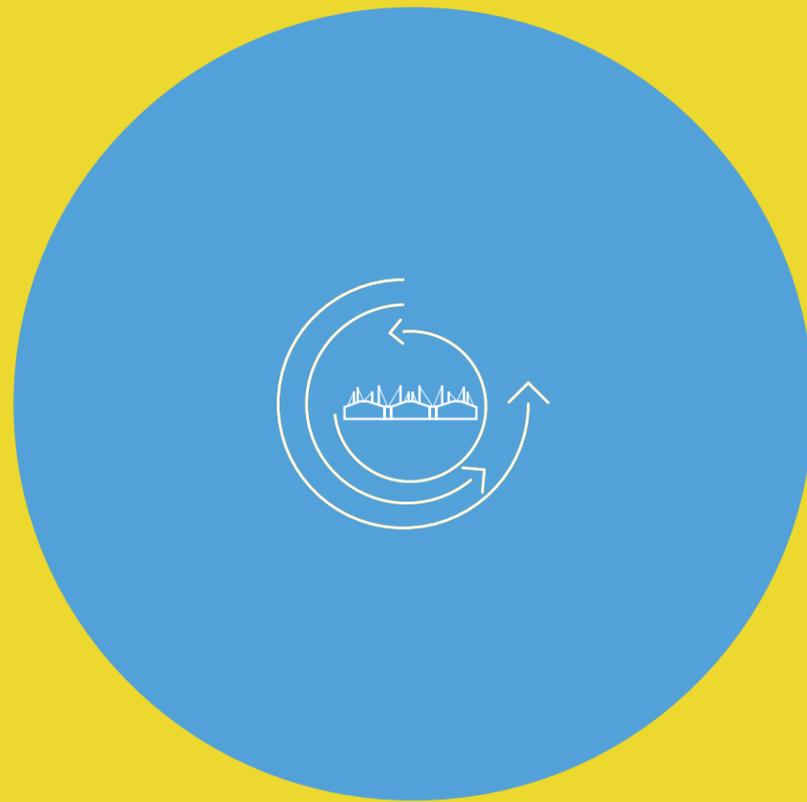
Non sono iniziative estemporanee, ma nodi di una strategia in continua evoluzione, che giorno dopo giorno ci mostra la rotta verso quella che sarà la Benetton del futuro. Naturalmente, questo è un viaggio da fare insieme. E mi riferisco a tutti noi, dipendenti e collaboratori e soprattutto a tutti voi, partner e stakeholder che ogni giorno ci sostenete, da vicino e da lontano. Spero che questo Bilancio, che quest'anno presenta la collezione più recente di Imago Mundi Collection dal titolo "OUT OF PLACE. Arte e storie dai campi rifugiati nel mondo", ci fornisca nuovi spunti di conversazione e nuove idee da mettere in pratica.

Buona lettura



High lights 2023





Azienda

Benetton Group è un'azienda di moda conosciuta in tutto il mondo, grazie a un'identità fatta di stile, colore, moda autentica e qualità a prezzi democratici, che si riflette nella personalità dei suoi brand United Colors of Benetton e Sisley, seguiti da milioni di fan e clienti in tutto il mondo. Nel rispetto della sua storia costruita sull'innovazione, Benetton Group persegue una strategia di investimenti costanti su prodotto, negozi, logistica, digitale, comunicazione e sostenibilità. Il risultato è un'organizzazione competente e flessibile, che affronta con determinazione le sfide della contemporaneità con un'attenzione particolare all'ambiente, alla dignità delle persone e alle trasformazioni della società.

Storia

1955

Luciano e Giuliana Benetton hanno l'intuizione di realizzare e commercializzare una maglia colorata, gialla, un prodotto inedito per quei tempi.

1962

Benetton comincia a produrre maglioni in tinte neutre e a colorarli solo dopo in base agli ordini. Nasce il tinto in capo.

1965

Nasce Benetton Group. Lo stesso anno viene inaugurata la prima fabbrica, Maglierie Benetton, progettata dagli architetti Afra e Tobia Scarpa a Ponzano, in provincia di Treviso.

1966

Aprire il primo negozio a Belluno.

1969

Aprire il negozio in Boulevard St. Germain, a Parigi. È il primo all'estero.

1971

Viene registrato il marchio 012 e compaiono le prime maglie a disegni jacquard e a rombi.

1974

Sisley entra a far parte del portafoglio dei marchi di Benetton Group.

1978

Benetton Group raggiunge il 60% di export della produzione.

1983

Benetton entra in Formula 1 come sponsor del team Tyrrell. Tre anni dopo, con l'acquisizione della Toleman, nasce il team Benetton Formula Limited che vincerà due campionati del mondo piloti e uno costruttori, prima di essere acquistato da Renault nel 2000.

1985

La pubblicità Benetton firmata da Oliviero Toscani conquista in Francia il Grand Prix de la Publicité. È il primo di una serie di riconoscimenti che, insieme a critiche e censure, alimentano il dibattito in vari Paesi del mondo.

1986

Il Gruppo viene quotato alla Borsa di Milano. Seguiranno quelle di Francoforte (1988) e New York (1989).

1987

Nasce la Fondazione Benetton Studi e Ricerche e viene istituito il Premio Internazionale Carlo Scarpa per il Giardino.

1989

Nasce l'iconico logo verde United Colors of Benetton.

1991

Esce il primo numero della rivista *Colors*, distribuita in 40 Paesi e tradotta in quattro lingue.

1994

Nasce Fabbrica, il centro di ricerca sulla comunicazione di Benetton Group.

2006

Benetton Group festeggia il suo quarantesimo anniversario con una mostra e una sfilata al Centre Pompidou di Parigi.

2007

Nasce il Centro per l'infanzia Ponzano Children, per i figli dei dipendenti e per le famiglie della zona.

2012

Benetton Group esce dalla Borsa di Milano dopo aver fatto lo stesso con quelle di Francoforte e New York.

2013

L'impegno di Benetton Group per la tutela dell'ambiente ottiene il riconoscimento di Greenpeace.

2014

Il Gruppo è riorganizzato in tre realtà distinte: una focalizzata direttamente sui marchi, una manifatturiera e una di gestione.

2015

A completamento del processo di focalizzazione e rilancio, viene completata la scissione parziale di Benetton Group S.r.l.

2019

United Colors of Benetton lancia la sua prima sfilata alla Settimana della Moda di Milano.

2020

United Colors of Benetton è il primo marchio italiano per trasparenza secondo il Fashion Transparency Index.

2021

United Colors of Benetton apre uno store ad alto contenuto di sostenibilità a Firenze.

2022

Benetton Group aderisce alla Science Based Targets initiative (SBTi), un programma che guida le aziende in un progressivo percorso di riduzione delle emissioni di gas serra.

2023

Benetton Group definisce la prima strategia di sostenibilità "United in driving beautiful change".

Valori

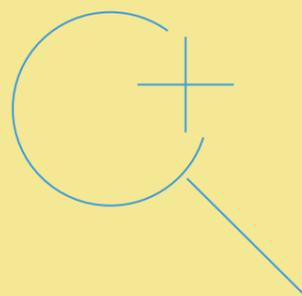
Colore

La prima cosa che viene in mente quando si parla di Benetton Group è il colore, in tutte le sue espressioni. Le maglie sgargianti che hanno rivoluzionato la moda mondiale sono metafora di un approccio positivo alla vita, che celebra le radici italiane dell'azienda.



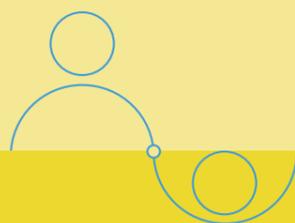
Qualità

Benetton Group si impegna incessantemente a ricercare la massima qualità in tutti i suoi prodotti, processi e servizi. È un atteggiamento che caratterizza la tradizione tessile italiana e che oggi si riflette in tutte le attività dell'azienda, grazie alla passione e alla dedizione dei suoi dipendenti.



Impegno sociale

Produrre abbigliamento non basta. Come protagonista di uno scenario in continua evoluzione, Benetton Group reputa necessario agire concretamente per facilitare lo sviluppo degli individui e delle comunità e garantire il rispetto dei diritti umani a livello globale.



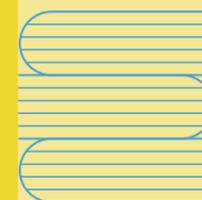
Internazionalità

Benetton Group da sempre pensa in ottica internazionale, non solo per quanto riguarda il business. La sua visione è quella di un mondo in cui le diversità etniche, culturali e religiose sono superate in nome di una grande cittadinanza globale.



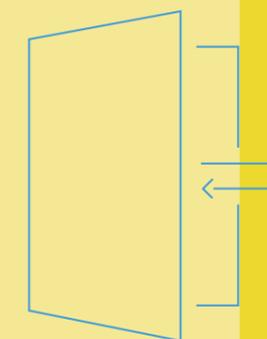
Cultura

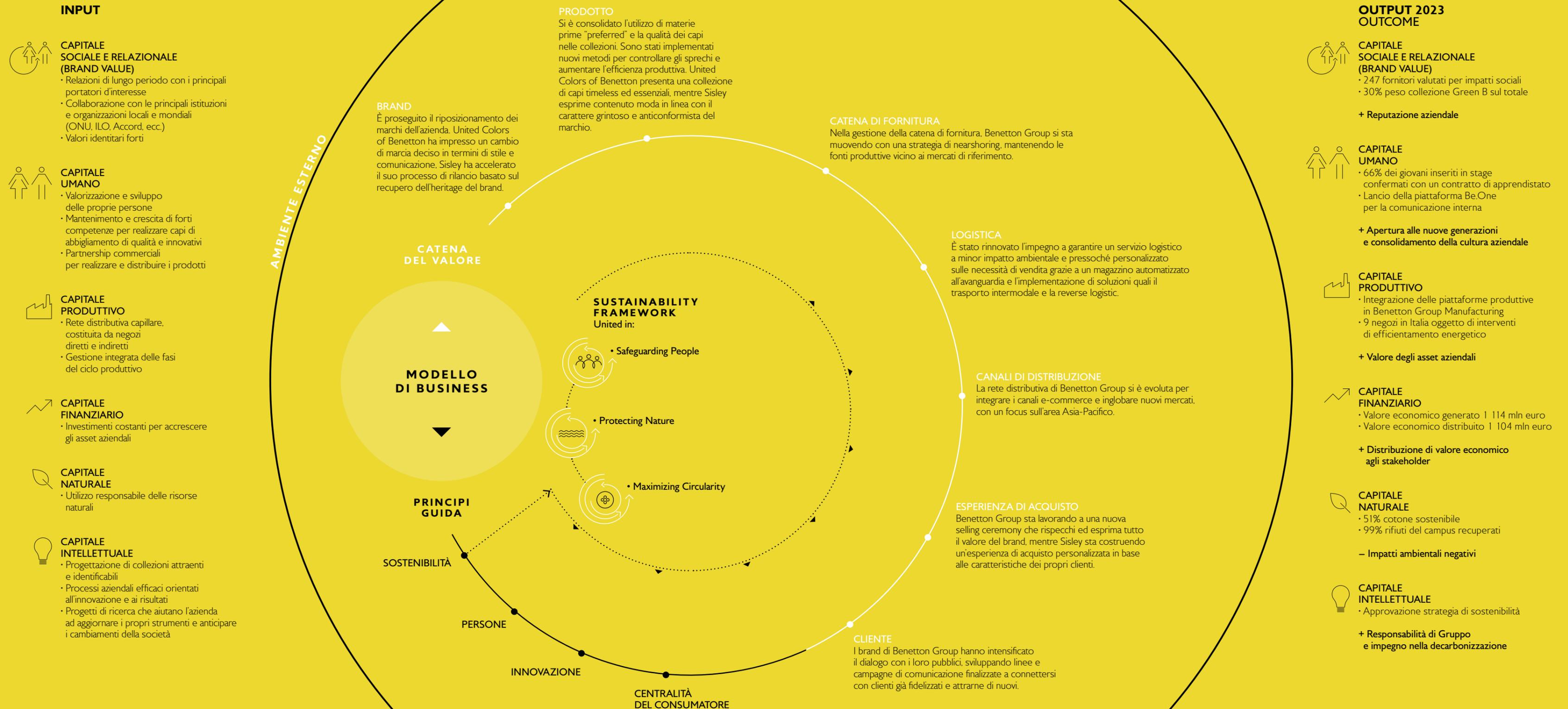
Fin dagli albori, Benetton Group dialoga con le più grandi personalità internazionali del mondo della cultura per portare in azienda nuovi strumenti di consapevolezza e interpretazione del contemporaneo.



Libertà di espressione

Benetton Group dice quello che pensa nella convinzione che solo dando alle persone gli strumenti per riflettere e la libertà di esprimersi la società si evolverà, producendo più idee, più dialogo e più tolleranza, anche nei confronti di chi la pensa diversamente.





Campus

Il campus di Benetton Group comprende tre sedi, situate in provincia di Treviso.

Villa Minelli

La sede centrale di Benetton Group è Villa Minelli, un complesso di edifici del XVI secolo d'interesse storico e culturale, situato a Ponzano Veneto. Acquistata nel 1969, i lavori di restauro e modernizzazione sono durati più di quindici anni sotto la guida degli architetti Afra e Tobia Scarpa.

Castrette

La sede di Castrette, anch'essa progettata dagli Scarpa, è stata inaugurata ufficialmente nel 1984 e poi ampliata nel corso degli anni. Ospita un hub logistico di circa 30 000 metri quadrati, oltre a spazi destinati agli uffici, alla mensa e ai Benetton Studios, un'area multifunzionale che comprende anche l'Archivio Benetton e uno studio di posa.

Villa Pastega

Villa Pastega è una villa veneta costruita nel XVII secolo e affiancata da due barchesse e una piccola chiesa, su un'area di circa 51 000 metri quadrati. Negli anni Novanta la villa è stata restaurata e notevolmente ampliata dall'architetto giapponese Tadao Ando per ospitare Fabrica, il centro di ricerca di Benetton Group.

Brand

__Creatività e visione, declinate al rispetto della grande anima del brand, devono adeguare il proprio linguaggio a un mercato sempre più intransigente e veloce, in cui o evolvi o ti estingui. Questo il compito più gravoso che condivido con circa 50 colleghi appassionati e talentuosi__

Silvia De Sanctis, Design Director, UCB

United Colors of Benetton

United Colors of Benetton è un marchio leader a livello globale per il comparto maglieria e abbigliamento informale che è riuscito a trasferire nella sua proposta la più autentica italianità. Nato negli anni Sessanta del secolo scorso con l'avventura imprenditoriale della famiglia Benetton, negli anni Ottanta è diventato uno dei brand più famosi al mondo grazie agli iconici maglioni colorati e a una serie di campagne pubblicitarie che hanno rivoluzionato per sempre il modo di comunicare la moda. Da sempre il brand si rivolge alla famiglia nella sua accezione più ampia e inclusiva con un interesse più deciso verso le nuove generazioni. Positività, tolleranza, e un'inclusività che si spinge sino alla celebrazione della diversità e dell'unicità individuale sono i valori fondanti di un brand come Benetton che

promuove un consumo responsabile e consapevole attraverso uno stile durevole contemporaneo e senza tempo.

La centralità del cliente inteso quale entità unica, mai uniformabile, si traduce in un'offerta capace di esaltare la personalità di ciascuno attraverso il linguaggio universale del colore.

Collezioni

L'offerta UCB si focalizza sulla vita quotidiana e sulle sue molteplici occasioni da vivere in modo semplice, comodo e sempre personale. Un'offerta trasversale, genderless, autentica, contemporanea e di qualità per tutta la famiglia, un guardaroba ideale per ogni occasione d'uso. Le ultime collezioni riordinano gli archetipi del brand restituendo centralità al colore, alla qualità dei materiali, alla loro sostenibilità e all'idea di una connessione emotiva della proposta con il cliente.

La maglieria, da sempre punta di diamante dell'offerta Benetton insieme a t-shirt e felpe, trova la sua naturale complementarità in un'espansione coordinata e dialogante con camicie, gonne, pantaloni, capispalla e accessori quali borse, orologi, profumi e valigie.

Undercolors

Undercolors of Benetton traduce la personalità colorata, ottimista e casual di United Colors of Benetton nelle categorie intimo, pigiama, homewear, activewear, accessori, per tutti i consumatori. Nato nel 1995, Undercolors propone una gamma di prodotti caratterizzati da stile, comfort e funzionalità, con un grande sforzo dedicato alla ricerca di materie prime sostenibili e innovative. Oggi, i materiali naturali o riciclati costituiscono lo scheletro delle collezioni: cotone biologico per underwear e pigiama, viscosa sostenibile per le categorie maglieria, homewear e copricostumi, poliestere riciclato per l'homewear e l'activewear, nylon riciclato e rigenerato per il beachwear. Oggi il fatturato di Undercolors of Benetton è composto per il 60% dagli oltre 300 negozi monomarca specializzati e per il 40% dai corner all'interno dei principali store United Colors of Benetton, in Italia ed Europa.

Benetton Home

Benetton Home è la linea per la casa di United Colors of Benetton, frutto di un accordo esclusivo su scala globale con Bergner, il più grande distributore europeo di prodotti per la casa. Nel 2023, la collezione

Benetton Home ha seguito i temi stilistici della collezione abbigliamento Benetton, ed è stata presentata in un pop-up store in zona Porta Nuova durante la Milano Design Week.

__Abbiamo pensato ai prodotti indispensabili per vivere gli spazi domestici e li abbiamo interpretati in chiave Benetton__

Sara Veronese, Team Licensing, Benetton Group

Sisley

Sisley è un brand di abbigliamento che si muove all'interno del segmento lower-bridge del mercato. Nato nel 1968 come marchio specializzato in denim e cotone, è stato acquisito da Benetton Group nel 1974 ed è diventato celebre in tutto il mondo negli anni Novanta grazie alle campagne iconiche scattate da Terry Richardson. Negli ultimi anni ha intrapreso un percorso di rilancio che passa attraverso un incremento della qualità dei

suoi prodotti e il rinnovo in chiave contemporanea dei valori che da sempre lo caratterizzano: audacia, sensualità, autenticità e ricerca del piacere in tutte le sue forme. Attraverso una strategia trasversale che tocca prodotto, marketing e negozi, Sisley oggi si rivolge principalmente a persone in età lavorativa: la parte più consistente della clientela ha tra i 30 e i 45 anni (ma sta crescendo la fascia tra i 25 e i 30 anni). I clienti Sisley vivono una vita urbana e ibrida h24 tra casa, ufficio e socialità, e interpretano le mode con consapevolezza e rilassatezza.

Collezioni

Caratterizzate da una vestibilità day-to-night, le collezioni Sisley

consentono a chi le indossa di sentirsi a proprio agio in diversi momenti e contesti, dall'ufficio all'aperitivo. Suddivise in capi essenziali e altri dal più spiccato contenuto moda, esprimono il carattere edgy e cool, grintoso e anticonformista del marchio, attualizzandone forme, tessuti e dettagli. Soprattutto la collezione Donna ha un'identità molto definita, caratterizzata da uno stile internazionale e da una sensualità sofisticata. I prodotti di punta sono denim e pantaloni, maglie e capispalla, sia per la donna che per l'uomo. Nel corso del 2023, il brand ha puntato molto su maglieria, cappotti e tailleur, con grande trasversalità a livello di pesi per adattarsi alle diverse stagioni.

__I risultati di Sisley sono trascinati dalla spinta commerciale del mercato italiano; ci stiamo inoltre impegnando a consolidare la presenza all'estero soprattutto attraverso i corner, dove Sisley si colloca vicino a brand con un percepito molto alto, massimizzando il proprio valore di appeal, qualità e prezzo__

Francesca Svab, Global Managing Director, Sisley

Presenza e mercato globale

Store

Distribuiti in tutto il mondo, gli store di Benetton Group sono da un lato luoghi fisici, in cui i consumatori possono provare e acquistare i prodotti dei suoi marchi in una

modalità sempre più interconnessa con i touchpoint digitali. Dall'altro lato, sono luoghi immersivi, in cui il pubblico può vivere un'esperienza di brand sempre più intensa e coinvolgente.

United Colors of Benetton

United Colors of Benetton conta su una rete distributiva di quasi 3 200 negozi in tutto il mondo. Concepiti come veri e propri playground, in cui il consumatore può accedere a un'esperienza a 360° del marchio, i negozi si inseriscono in modo organico nelle realtà locali in cui sono immersi. Tra le aperture del 2023, da segnalare Dubai Hills e Dubai Mall negli Emirati Arabi Uniti, Riyadh Hayat in Arabia Saudita, Shangri-La Mall e Mall of Asia nelle Filippine, oltre a un nuovo store in Rue du Commerce, a Parigi.

di tutto il mondo. Da sottolineare anche la riapertura dello store di Milano San Babila.

117

mln di euro

[vendite nette marchio Sisley](#)

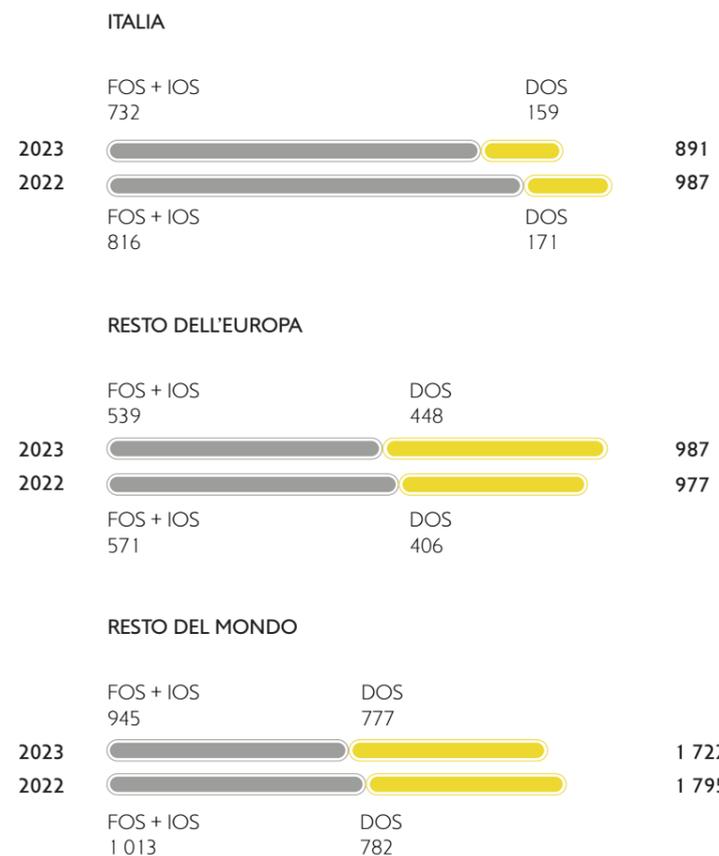
Arredi

Nell'ottica di assumere comportamenti sempre più responsabili, la progettazione e il restyling degli store di Benetton Group prestano particolare attenzione ai materiali naturali, all'uso limitato del cartongesso e al riutilizzo di arredi recuperati dalle chiusure.

Efficienza energetica

Nel 2023, Benetton Group ha mantenuto l'obiettivo di favorire la transizione energetica della propria rete vendita: in Italia gli store sono alimentati al 100% da energia proveniente da fonti rinnovabili certificate idriche e oceaniche e il progetto sta progressivamente coinvolgendo i negozi in Francia e Germania. In continuità col progetto di relamping nato qualche anno fa, è proseguita l'attività di installazione di corpi illuminanti a LED in tutti i negozi.

RETE DISTRIBUTIVA 2023 (PER CANALE)



898

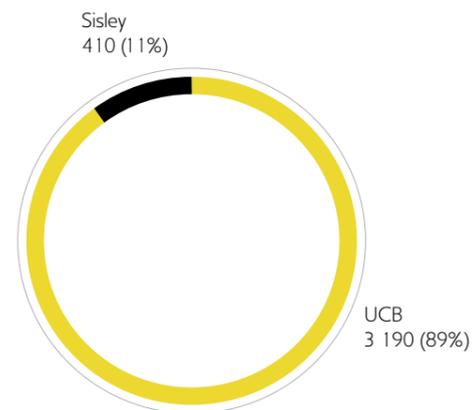
mln di euro

[vendite nette marchio UCB](#)

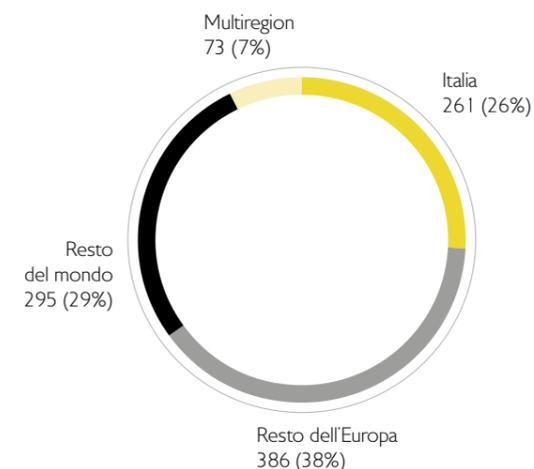
Sisley

Sisley ha circa 400 punti vendita distribuiti nei principali mercati del mondo, con una presenza forte in Italia e Corea del Sud. Il nuovo store concept è il Loft concept, un ambiente essenziale, hi-tech, genderless, luminoso e dinamico, in cui il prodotto gioca un ruolo da protagonista e il consumatore può provare un'esperienza immersiva del brand. Nel 2023 Sisley ha aperto cinque negozi diretti in Italia, oltre a store in Turchia, Vietnam e Malesia, e 54 corner nei department store

RETE DISTRIBUTIVA 2023 (NUMERO DI NEGOZI)



VENDITE NETTE PER AREA GEOGRAFICA 2023 (MILIONI DI EURO)



* L'area Multiregion comprende il fatturato realizzato dal Gruppo nelle diverse aree geografiche tramite il canale e-commerce gestito direttamente dalla Sede tramite i siti brand.com.

Touchpoint digitali

Nel 2023 è continuato il progetto di estensione dell'omnicanalità e di espansione verso nuovi mercati internazionali digitali, in particolare l'Asia e il Pacifico.

E-commerce e omnicanalità

Nel 2023 il contesto economico complicato e un tasso di inflazione elevato hanno frenato la crescita dell'e-commerce di United Colors of Benetton. Il return rate è rimasto invariato rispetto allo scorso anno, confermando la soddisfazione dei clienti. La netta maggioranza di chi acquista rientra nella fascia d'età 18-43 e compra prevalentemente online, senza recarsi nei negozi fisici. Nel corso dell'anno sono stati implementati alcuni interventi finalizzati a ottimizzare il funnel di acquisto e sono state attivate nuove feature dedicate al miglioramento dell'esperienza utente. Attraverso il restyling del sito, Sisley si è avvicinato sempre più al profilo del consumatore target, ed è riuscito ad attrarre consumatori più giovani. Nonostante un calo del traffico organico del 17% e un aumento del 30% del costo per click sulle campagne di digital advertising, il fatturato 2023 dell'e-commerce di Sisley si è mantenuto in linea con quello del 2022 grazie all'ottimizzazione delle campagne full funnel e all'attivazione di campagne di lead generation che hanno portato a una sempre maggiore fidelizzazione del cliente. Lato clientela loyalty, il fatturato è cresciuto del 17% rispetto al 2022 e il 21% dei returning

visitors hanno generato il 78% delle transazioni.

Piattaforme nazionali

Da gennaio 2022, l'e-commerce India di United Colors of Benetton è stato portato sulla stessa piattaforma degli headquarter e nel 2023 ha consolidato la sua presenza. Nel corso dell'anno, l'espansione è continuata nelle aree Asia e Pacifico, in particolare in Cina e a Singapore, con l'apertura di negozi in T-Mall e Vip.com, l'attivazione di un canale WeChat per la vendita e la comunicazione con il mercato cinese, e l'implementazione di una partnership con i principali marketplace del continente asiatico come Zalora, Lazada e Shopee. L'attivazione della piattaforma e-commerce Russia ha subito uno stop a causa della complessa situazione internazionale. Nel 2023 Sisley ha proseguito l'espansione digitale in nuovi mercati come il Portogallo e la Turchia, dove l'apertura del canale digitale integra il network di negozi fisici, permettendo di aumentare la visibilità del brand e delle collezioni. L'espansione a livello di canali e geografie continuerà nel 2024, con l'apertura di marketplace in diverse country europee e internazionali che permetteranno di accrescere la brand awareness, testare nuovi potenziali mercati, creare sinergia con l'e-commerce e gestire correttamente la politica di prezzi e sconti nei diversi canali di business digitali.

Comunicazione e cultura

Marketplace

Contestualmente all'espansione verso le aree APAC e Cina, è stata incrementata la presenza di United Colors of Benetton anche in quattro Paesi europei grazie a una collaborazione con Zalando. La partnership ha l'obiettivo di incrementare la customer base e la brand visibility, consolidare la strategia multichannel e raggiungere nuovi potenziali utenti tra i 52 milioni di active customer di Zalando. È prevista un'ulteriore espansione nelle altre country europee di Zalando entro la fine del 2024 e l'apertura di nuovi marketplace quali Miraviá (gruppo Alibaba), El Corte Inglés, Asos, Yoox, La Redoute e altri nei prossimi tre anni. Sono in fase di valutazione nuove partnership per Nord e Sud America. Prosegue inoltre la proficua collaborazione con altri partner in modalità indiretta quali Amazon, About You, Answear, Otto, Modivo, Next e Boozt.

Omnicanalità

L'omnicanalità è la strategia che mira a integrare punti vendita fisici e mondo digitale per aumentare le vendite e minimizzare lo stock, offrendo sempre più servizi al cliente finale. Le vendite dell'omnicanalità rappresentano il 10% delle vendite totali nei Paesi in cui è stata attivata. Sempre attivi i servizi di product locator, per sapere in quale negozio è presente un determinato prodotto; click&collect, per ordinare un prodotto online e ritirarlo in negozio; click-from-store, per acquistare in negozio un prodotto non disponibile

e ritirarlo in seguito; reso in negozio, per restituire o cambiare un prodotto acquistato online; reserve-in-store, per prenotare la prova dei capi in negozio.

Loyalty

Sia United Colors of Benetton sia Sisley stanno sviluppando nuovi programmi fedeltà più articolati e ingaggianti attraverso cui i clienti iscritti potranno avere accesso a una serie di vantaggi esclusivi e offerte speciali dedicate. A marzo 2023, la digitalizzazione della Sisley Black Card, il programma loyalty di Sisley, ha permesso di migliorare l'esperienza d'acquisto del consumatore fidelizzato, rendendola cross-canale. Una strategia che si è confermata subito vincente, migliorando i KPI di Conversion Rate +6% e di AOV +4,5%

Recommendation AI

Per primo in Italia, Benetton Group ha utilizzato Recommendation AI, una soluzione per e-commerce basata sull'Artificial Intelligence di Google e finalizzata a fornire un'esperienza d'acquisto personalizzata ai clienti in Italia ed Europa. Questa nuova tecnologia, in combinazione con una serie di miglioramenti dal punto di vista dell'interazione, ha permesso di suggerire a ciascun utente articoli ad hoc sulla base delle sue abitudini di acquisto e navigazione, generando un incremento in termini di tasso di conversione, valore medio del carrello e tempo speso sul sito.

Campagne ed eventi

Nel corso del 2023 sono stati consolidati i pilastri della nuova strategia per United Colors of Benetton e Sisley anche nell'ambito della comunicazione. Il nuovo posizionamento di Benetton nel campo della moda democratica ma premium si è tradotto in sfilate, campagne, eventi e iniziative di pubbliche relazioni. Sisley ha realizzato due campagne dirompenti e una serie di iniziative parallele per promuovere le sue collezioni e ribadire il suo heritage.

Fashion Shows

A Milano, durante le fashion week di febbraio e settembre, sono andate in scena presso il Museo della Permanente le collezioni AI23 e PE24 di United Colors of Benetton firmate da Andrea Incontri. I due show, intitolati *Infinity* e *Be ON* e caratterizzati da colore, maglieria, trasversalità generazionale e creatività, hanno riscosso un grande successo mediatico anche grazie a un network globale di brand ambassador,

celebrity e influencer (tra cui Chiara Ferragni) che ne hanno amplificato il messaggio, raggiungendo milioni di persone in tutto il mondo.

Campagne moda

I messaggi di prodotto di United Colors of Benetton sono stati veicolati attraverso campagne pubblicitarie firmate dal fotografo Giampaolo Sgura, che ha interpretato in un'ottica fashion i codici della comunicazione del brand. Le campagne sono comparse sulle principali testate generaliste e moda in Italia e all'estero, in affissione a Milano e Venezia, e online. Sisley ha rinnovato l'heritage del marchio attraverso due campagne: *Laws of Attraction*, una campagna sensuale e audace per la PE23 interpretata da Iris Law e Xavier Serrano e scattata da Drew Vickers; e *Burning Rose*, una campagna scattata da Pierre-Ange Carlotti per la collezione AI23, in cui Deva Cassel, figlia di Monica Bellucci, reinterpreta i temi e i contrasti che hanno reso celebre il marchio.

Never-Ending Wool

In occasione del lancio della collezione AI23, United Colors of Benetton ha presentato una campagna che celebra la qualità dei suoi capi in lana e il cinquantesimo anniversario della partnership con The Woolmark Company. Nel video-campagna, la camera mostra un gruppo di donne ritratte una accanto all'altra e rivela che – sebbene diverse per outfit, pose e acconciatura – sono in realtà la stessa persona. È un riferimento alla durata nel tempo dei capi Benetton in lana, che da oltre cinquant'anni vestono individui e famiglie di tutto il mondo. Il claim *Never-Ending Wool* parla della durata nel tempo dei prodotti Benetton in pura lana vergine, che vengono tramandati di generazione in generazione e godono di un ciclo di vita potenzialmente infinito.

We Are Family

A Natale, la capsule collection "We Are Family" di United Colors of Benetton, dedicata ai cani, è stata promossa con diverse iniziative in negozio e online, attraverso influencer e fake out-of-home. Quest'ultima è una nuova forma di comunicazione non convenzionale, mix di realtà e finzione che ha visto alcuni cani vestiti Benetton protagonisti di storie su Instagram e TikTok, ambientate in piazza del Duomo a Milano, nei Champs de Mars di Parigi e negli autobus di Londra.

Progetti speciali

I valori di United Colors of Benetton sono stati diffusi anche attraverso progetti legati alla musica e allo

styling. Con You Should BE Dancing, alcuni protagonisti italiani della moda e del costume hanno preparato sei playlist, che sono state diffuse su Spotify e sui canali digital del marchio, per celebrare l'unicità di United Colors of Benetton. Con Be Your Style, i clienti dei negozi United Colors of Benetton di tutta Italia hanno potuto ricevere la consulenza esclusiva e gratuita degli stylist più seguiti a livello nazionale, che li hanno aiutati a trovare il look perfetto. Durante la Settimana della Moda primaverile, la campagna *Laws of Attraction* di Sisley è stata presentata attraverso un'installazione e un evento che hanno evocato i codici dell'arte contemporanea.

Iniziativa in-store

In occasione della Milano Design Week, Benetton ha presentato la nuova collezione dedicata alla casa all'interno di un pop-up store in Gae Aulenti, creato ad hoc come sperimentazione del negozio Benetton del futuro. A ottobre, nel flagship store di Place de l'Opéra a Parigi, United Colors of Benetton ha celebrato una delle sue più grandi passioni – il rugby – durante le fasi finali della Coppa del Mondo 2023. I "leoni" del Benetton Rugby Treviso hanno accompagnato i clienti parigini alla scoperta della collezione AI23 del brand, e in particolare dell'iconica polo rugby, uno dei capi che hanno fatto la storia di Benetton. Dopo la chiusura, lo store di Place de l'Opéra ha ospitato una festa esclusiva con più di 250 invitati, tra cui celebrity e influencer.

Durante la Settimana della Moda autunnale, a Milano, Sisley ha riaperto il flagship store di piazza San Babila, che per l'occasione è stato allestito con gigantesche rose rosse, un riferimento alla campagna *Burning Rose*.

Green&Blue Festival

Benetton Group è stato ospite del Green&Blue Festival, incentrato quest'anno sul tema "Una Terra per tutti". Il mese di giugno, dedicato alla sostenibilità, è stato un susseguirsi di iniziative coordinate tra le diverse aree aziendali, con l'obiettivo di raccontare l'impegno di Benetton sia ai clienti sia ai dipendenti.

Comunicazione digitale

Anche quest'anno, Benetton Group ha compiuto importanti passi in avanti nel percorso di digitalizzazione della sua comunicazione, attivando progetti online innovativi e collaborando con testimonial e influencer di fama nazionale e internazionale.

Siti web e app

Nel 2023, è stata lanciata la nuova app United Colors of Benetton. Scaricabile dai principali app store, consente di tracciare il proprio ordine e semplificare la possibilità di ordinare un capo non presente in negozio nella taglia o nel colore desiderato. Basta leggere il barcode per atterrare nella pagina prodotto dell'e-commerce da cui inoltrare l'ordine. Nel corso dell'anno, Sisley ha attuato un completo restyling del look & feel

del sito, nell'ottica di allineare i touch point digitali con l'estetica di brand.

Sostenibilità

La sostenibilità continua a essere una sezione focale del sito benetton.com, continuamente aggiornata con i dati e le certificazioni relative ai materiali e alle pratiche produttive. I contenuti a tema sostenibilità vengono comunicati nell'arco della stagione anche tramite social e newsletter con lo scopo di fornire ai consumatori tutte le informazioni utili sul tema, andare incontro alle esigenze di trasparenza e valorizzare la qualità del prodotto. Nel 2024 ci sarà un focus particolare sulla sezione dedicata alla sostenibilità su sisley.com, per informare i clienti rispetto alle performance ambientali di prodotto, ai materiali, alla logistica e al packaging.

Digital advertising

Nell'ultimo semestre 2023, Sisley ha dato il via a una serie di campagne di digital advertising con top publisher italiani, Klarna e Stocard, e alla collaborazione con influencer e creator, per iniziare il rilancio di visite al sito e conversioni. Obiettivo nel 2024 sarà un focus importante sul miglioramento della profittabilità di canale grazie a campagne full-funnel che dalla brand awareness focalizzano la conversione, anche grazie all'ottimizzazione della strategia di digital advertising e il conseguente miglioramento del Return On Advertising Spend (ROAS).

___L'obiettivo è intercettare diverse audience attraverso una strategia multichannel, offrendo un'esperienza di fruizione del brand trasversale e immersiva___

Filippo Parisi, International Advertising Manager, UCB

Social media

Il canale Instagram di United Colors of Benetton ha avuto un ruolo sempre più centrale nel veicolare la nuova immagine del brand e intercettare gli interessi dei consumatori. Attraverso il canale si sono resi accessibili a tutti gli utenti i principali eventi dell'anno: le sfilate della Milano Fashion Week di febbraio e settembre, con oltre 400 contenuti veicolati e 8,6 milioni di utenti raggiunti, e l'apertura del pop-up store di Gae Aulenti durante la Design Week di aprile con oltre 870 000 utenti raggiunti. Mr. White, il cane peluche apparso in vetrina e in comunicazione durante le feste natalizie, ha preso vita sul canale Instagram di United Colors of Benetton: attraverso un mix di riprese e lavorazioni 3D sono stati realizzati tre video con la tecnica del fake out-of-home, che hanno portato un'immagine virtuale della mascotte a Milano, Londra, Parigi. I tre video hanno generato un importante buzz online e contribuito a sostenere l'awareness del brand in un momento commercialmente importante come quello degli acquisti natalizi. L'attività è stata amplificata anche dalla collaborazione con importanti influencer del mondo pet come Mattia Stanga (3 milioni di follower) e Giulia Valentina (quasi 1 milione di follower).

A ottobre 2023 è stato aperto il

canale ufficiale di Sisley su TikTok, che in poco più di un mese ha raggiunto oltre 15 000 follower e 40 000 like. Instagram ha registrato un incremento di 20 000 follower (+13% YoY), una crescita completamente organica, senza campagne di acquisizione. Il post di lancio della campagna AI23, con protagonista Deva Cassel, ha generato in pochi minuti migliaia di like e un aumento di follower del 1 094%.

UTENTI RAGGIUNTI DA UNITED COLORS OF BENETTON

16
mln
TikTok

14
mln
Meta

Iniziative culturali

Nel corso del 2023, Benetton Group ha contribuito alla produzione e diffusione di cultura, grazie all'Archivio Benetton – che custodisce la storia dell'azienda attraverso oggetti e supporti progettuali e di comunicazione – e a Fabrica, un programma di residenza nato nel 1994, che seleziona le migliori menti creative delle nuove generazioni e le coinvolge attraverso un metodo basato sull'imparare facendo e sulla contaminazione tra discipline diverse.

Fabrica Program

Curato dall'artista e filmmaker spagnolo Carlos Casas, il programma di residenza di Fabrica è caratterizzato, tra le altre cose, dalla partecipazione a un fitto calendario di incontri e workshop creativi, online e in presenza, con esperti e professionisti internazionali e da un lavoro di ricerca che prevede una mostra-evento finale su un tema di interesse sociale. Il semestre marzo-agosto 2023, che si è aperto con una conferenza inaugurale dell'antropologo Tim Ingold, ha proposto "Archaism" come tema di ricerca, invitando i giovani artisti a esplorare la possibilità di un ritorno a una conoscenza ancestrale e il recupero di una serie di abitudini che si sono perse nel tempo. Il semestre settembre 2023-febbraio

2024 si è concentrato invece sul tema "Co-ecologies": inaugurato da una conferenza della scrittrice e ricercatrice indipendente Laura Tripaldi, il programma ha messo in discussione i processi biologici, geologici ed ecologici che le nuove tecnologie e le pratiche artistiche contemporanee stanno utilizzando per proporre alternative di vita e di coesistenza sul nostro pianeta.

Torino Graphic Days

Fabrica ha partecipato in qualità di partner culturale all'ottava edizione di Graphic Days®, festival internazionale dedicato al visual design che si è tenuto dal 4 al 14 maggio presso la Cavallerizza Reale di Torino. Fabrica ha presentato "Origins of the Future", un'esplorazione interculturale e interdisciplinare delle attività e delle tematiche affrontate durante il programma semestrale di residenza.

Collaborazioni con istituzioni culturali

Anche nel 2023 è continuata la collaborazione tra Fabrica e MoCa (Modern Contemporary Art), ideatrice del Premio Arte Laguna, un concorso che promuove talenti creativi e offre l'opportunità di unirsi a una rete di collaborazioni in tutto il mondo. Fabrica offre una residenza d'arte semestrale al vincitore selezionato tra i candidati a questo premio speciale. Fabrica continua

inoltre a collaborare con il London College of Fashion, uno dei principali centri accademici al mondo dedicati al mondo della moda; con il Kora, Centro del Contemporaneo, un luogo di produzione e ricerca multidisciplinare sul contemporaneo situato a Castrignano de' Greci, in Puglia; e con Nord/Est/Doc/Camp, laboratorio di consulenza e accompagnamento destinato ai documentari medio e lungometraggi in fase di ultimazione, prodotti nel Nord-Est italiano.

Google Arts & Culture

Il 20 novembre 2023 è stata lanciata la collaborazione tra l'associazione Museimpresa e il Google Cultural Institute con l'obiettivo di rendere la cultura d'impresa accessibile a tutti, in qualsiasi parte del mondo, in ogni momento e su qualunque device. La pagina di Google Arts & Culture dedicata a Museimpresa all'interno della piattaforma raccoglie oltre 2 000 immagini, ospita 33 musei e archivi tra cui l'Archivio Benetton, e condivide

altrettante storie che raccontano il saper fare e l'evoluzione del nostro Paese in un progetto di cultura partecipata. L'Archivio Benetton ha contribuito al progetto con una selezione di cento immagini che ritraggono spazi espositivi, macchinari storici, bozzetti, cartelle colori, capi storici di maglieria, campagne pubblicitarie, foto iconiche, immagini delle sedi e dei negozi, auto e trofei della scuderia Benetton Formula.

Archivissima 2023

Anche quest'anno l'Archivio Benetton ha aderito alla Notte degli Archivi (patrocinata dall'ANAI - Associazione Nazionale Archivistica Italiana), che rientra nel programma di Archivissima, il festival italiano per la promozione e la valorizzazione degli archivi storici. L'edizione 2023 è stata dedicata al tema #carnetdevoyage. Tra le varie modalità di partecipazione proposte, l'Archivio Benetton ha scelto di aderire all'iniziativa con "Gli anni del viaggio", un video che mostra cataloghi e immagini degli anni

Ottanta e Novanta di United Colors of Benetton e Sisley.

Fondazione Fashion Research Italy – Archivi della Moda

Fondazione Fashion Research Italy, ente no profit con sede a Bologna, è un polo didattico, espositivo e archivistico dedicato alla formazione, all'innovazione e alla valorizzazione dell'heritage del settore moda. All'interno della sua offerta formativa rientra il corso Archivi della Moda, che ha l'obiettivo di formare professionisti in grado di rispondere alla necessità dei brand di valorizzare le proprie radici come leve per una moderna comunicazione e per un rafforzamento della propria immagine. Per il corso 2023-24, l'Archivio Benetton è stato selezionato per tenere una lezione agli iscritti in cui è stato presentato l'Archivio con un approfondimento su una serie di attività tecnico-archivistiche svolte in questi anni. Questa è stata anche un'occasione per illustrare la storia dell'azienda e i suoi valori.

__Qui non abbiamo la pretesa di mettere dei punti nel percorso, preferiamo delle virgole. Infatti, per essere contaminati, c'è bisogno di apertura verso la fragilità. Ciò che ci rende unici è legato alla condivisione delle incertezze__

Società di Benetton Group nel mondo

BENETTON GROUP S.R.L.

Ponzano Veneto (Italia)

31 dicembre 2023

ITALIA



RESTO D'EUROPA



RESTO DEL MONDO



(*) Benetton Japan Co. Ltd. detiene direttamente il 50% del capitale sociale.

FILIALI

UK BENETTON RETAIL UK
Londra (Regno Unito)

HU BENETTON GROUP S.r.l.
HUNGARIAN BRANCH
- MAGYARORSZÁGI FIÓKTELEPE
Budapest (Ungheria)

DE BENETTON GROUP S.r.l.
GERMAN BRANCH
Francoforte (Germania)

SE BENETTON GROUP S.r.l. ITALY
SWEDISH FILIAL
Malmö (Svezia)

IE BENETTON GROUP S.r.l.
IRISH BRANCH
Dublino (Irlanda)

BE BENETTON GROUP S.r.l.
BELGIUM BRANCH
Londerzeel (Belgio)

CZ BENETTON GROUP S.r.l.
CZECH BRANCH
ODŠTĚPNÝ ZÁVOD
Praga (Repubblica Ceca)

ES BENETTON RETAIL
SUCURSAL EN ESPAÑA
Barcelona (Spagna)

NL BENETTON GROUP S.r.l.
DUTCH BRANCH
Breda (Paesi Bassi)

FR BENETTON GROUP S.r.l.
SUCCURSALE EN FRANCE
Parigi (Francia)

IR BENETTON GROUP S.r.l.
FOREIGN BRANCH OFFICE
Teheran (Iran)

PT BENETTON GROUP S.R.L.
SUCURSAL EM PORTUGAL
Porto (Portogallo)

AT BENETTON GROUP S.r.l.
ZWEIGNIEDERLASSUNG ÖSTERREICH
Vienna (Austria)

HR BENETTON GROUP S.r.l.
Podružnica U Rijeci Glavna Podružnica
Rijeka (Croazia)

Stiamo cercando un posto che possiamo chiamare casa___2023

Somaya Abdelrahman

Egitto



12x10 cm___Fotografia digitale stampata su tela

Nata nel 1996 in Egitto, Somaya Abdelrahman è una fotografa documentarista e un'artista che lavora su temi sociali e diritti umani. Ha studiato Belle Arti alla Facoltà d'Arte dell'Università del Cairo, Nuovi Media all'Università di Istanbul Nişantaşı e Giornalismo Visivo e Fotografia Documentaria alla Hochschule Hannover, in Germania.

Nel 2019 è stata selezionata tra i nove destinatari delle borse di studio erogate dalla Magnum Foundation e dall'AFAC (Fondo Arabo per le Arti e la Cultura) e nel 2020 ha vinto la borsa di studio offerta dall'organizzazione Too Young To Wed, nell'ambito del Programma per i Fotografi Emergenti sponsorizzato da Canon USA.



È ancora possibile una casa? ____ 2018

Zülküf Mavlay

Turchia



10x12 cm ____ Chiave metallica su telaio di legno

Nato nel 1977 a Silvan, Zülküf Mavlay vive e lavora a Diyarbakir, in Turchia. Ha conseguito la specializzazione in Fotografia e Operatore di ripresa presso l'Università di Anadolu nel 2020 e la laurea in pedagogia presso l'Università Dicle di Diyarbakir, nel 2003. Ha frequentato i workshops IFSAK di Fotografia Concettuale e Conversazioni visive con Arzu Arbak nel 2021. Ha presentato le sue opere in numerose mostre e progetti fotografici in Turchia.



Incrocio___2023

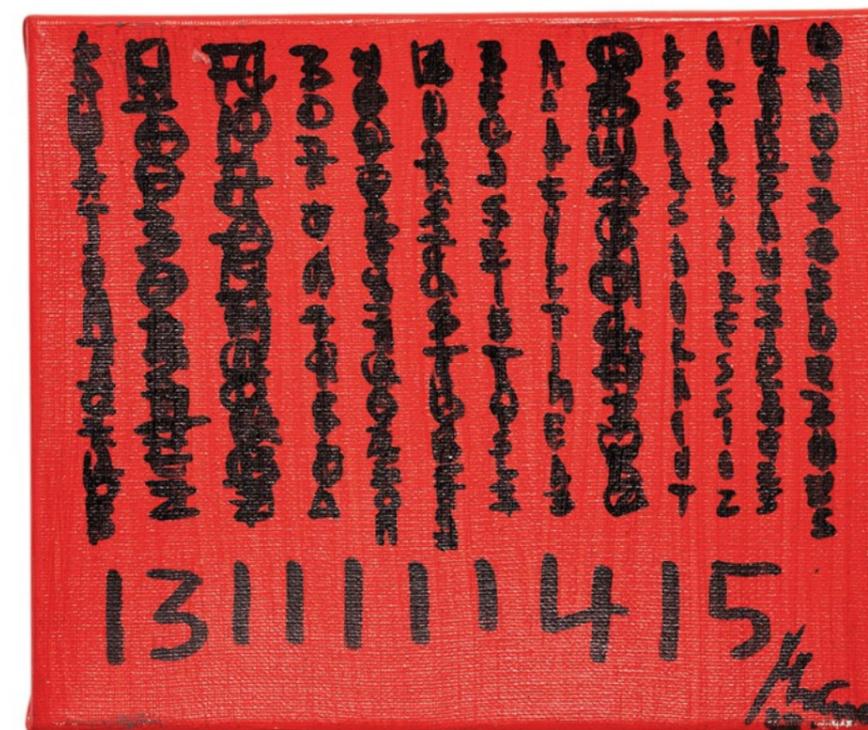
Chadrack Makano

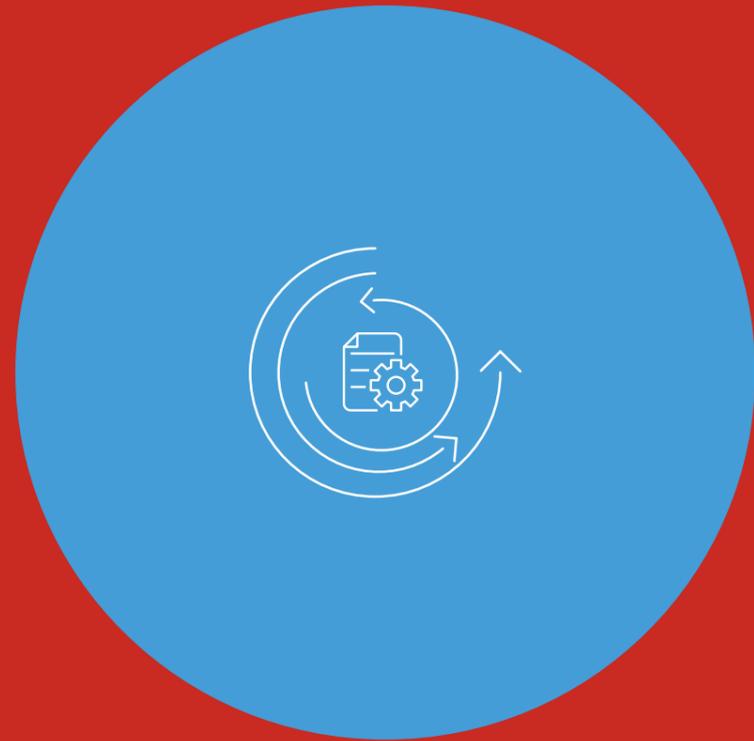
Congo

“Sono un artista originario del Congo. Sono fuggito dal mio Paese d’origine quando avevo dieci anni a causa della violenza politica. Vivo nell’insediamento per rifugiati di Nakivale in Uganda da otto anni. Faccio parte di Nyandja Arts, un collettivo di artisti rifugiati che offre uno spazio per l’espressione artistica e lo scambio culturale. La mia arte riflette le mie esperienze personali come rifugiato e spero che possa aiutare a promuovere la pace e la comprensione tra le varie culture”.



12x10 cm___Acrilico su tela





Governance

In un contesto di grandi cambiamenti e sfide, Benetton Group mira a sviluppare un modello di governance virtuoso, che supporta l'interazione tra management e proprietà in un'ottica di lungo periodo e guida le decisioni aziendali. Integrare la sostenibilità nelle leve strategiche del business, assicurare un dialogo aperto e continuo con gli stakeholder, svolgere una periodica attività di due diligence e analisi del rischio sono elementi chiave per massimizzare la creazione di valore condiviso.

Modello organizzativo

Tipo di funzioni:

- Consultive
- Istruttorie
- Propositive
- Assistenza

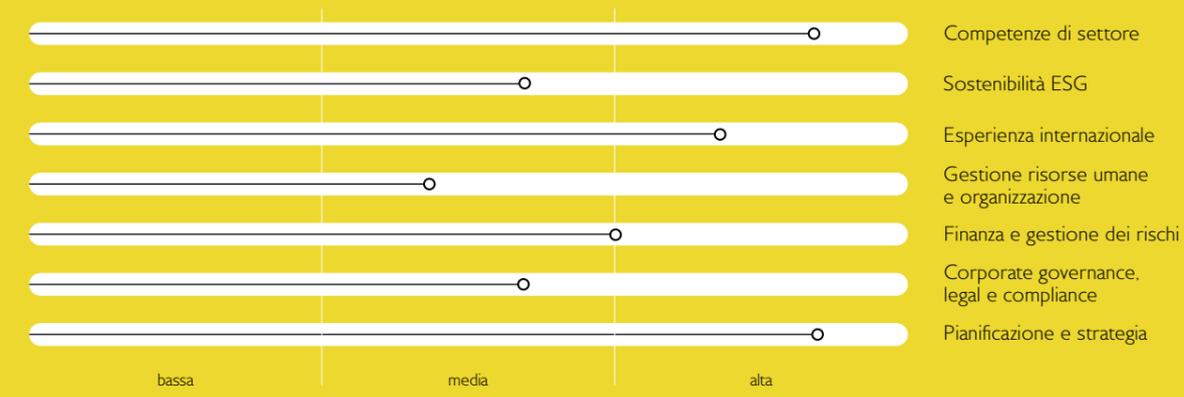


COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI SOCIALI AL 28.05.2024

Consiglio Amministrazione di Benetton S.r.l.	Ruolo	Età	Comitato Investimenti	Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità	Comitato per le Risorse Umane e la Remunerazione	Organismo di Vigilanza (D.Lgs. 231/2001)
Luciano Benetton	P	>70				
Massimo Renon	AD	51-69				
Christian Benetton		51-69				
Carlo Bertagnin Benetton		51-69				
Ermanno Boffa		51-69				
Fabio Buttignon		51-69	P	P	○	
Christian Coco		≤ 50	○	○	○	
Micaela Le Divelec Lemmi		51-69				
Chiara Anselmi						P
Andrea Pezzangora						○ (1)
Roberto Taiariol						○ (2)
Collegio Sindacale						
Angelo Casò	P					
Antonio Cortellazzo	SE					
Giorgio Grosso	SE					
Gianluca Pivato	SS					
Massimo Catullo	SS					

- P** Presidente
- AD** Amministratore Delegato
- (1)** General Counsel
- (2)** Membro esterno
- SE** Sindaco Effettivo
- SS** Sindaco Supplente
- Esecutivo
- Non esecutivo
- Indipendente - non esecutivo
- Membro

ADEGUATEZZA DELLE COMPETENZE PRESENTI



Governance

Benetton Group S.r.l. è soggetta all'attività di direzione e coordinamento della controllante Benetton S.r.l. L'attività di direzione di Benetton S.r.l. si declina attraverso il sistema tradizionale di amministrazione e controllo e, pertanto, periodicamente vengono convocati e riuniti il Consiglio di Amministrazione, l'Assemblea dei Soci e il Collegio Sindacale. Il Consiglio di Amministrazione è investito dei più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società; è coadiuvato nelle sue funzioni da una serie di Comitati interni, di seguito esposti. Benetton Group è un'azienda non quotata, parte del Gruppo Edizione, una delle principali holding europee, interamente controllata dalla famiglia Benetton. Considerato l'assetto proprietario, non è formalizzata una procedura di nomina e selezione dei consiglieri, in quanto il Consiglio di Amministrazione rappresenta in primo luogo gli interessi dell'azionista, e non emergono casi significativi di conflitti di interesse da segnalare agli stakeholder. Nella scelta degli altri membri, competenze, indipendenza e diversità sono alla base del processo di selezione, al fine di garantire la complementarità di profili di alto livello e la conoscenza dei diversi ambiti rilevanti (commerciale, produttivo, finanziario/controllo di gestione/controllo dei rischi, gestione delle risorse umane/organizzazione). Attraverso la partecipazione del top management del Gruppo alle riunioni del Consiglio di Amministrazione, è attivo un

flusso informativo costante e un confronto sui più rilevanti temi organizzativi e di business. Nel 2023 non sono state svolte specifiche attività di formazione per il Consiglio di Amministrazione e per il top management riguardo allo sviluppo sostenibile. Per garantire il feedback della leadership di Benetton Group sul percorso di sostenibilità, sono programmate periodiche riunioni del Comitato di Sostenibilità e del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità in modo da assicurare un aggiornamento del management, degli azionisti e dei membri esterni sulle iniziative di sostenibilità e sulla gestione impatti ESG. I due Comitati svolgono inoltre un ruolo chiave a sostegno della redazione e revisione del presente documento, con particolare attenzione all'analisi degli impatti e alla definizione dei temi materiali, nonché di supervisione sugli strumenti di controllo e sull'attività di assurance, mentre l'approvazione del documento è in capo al Consiglio di Amministrazione. Quest'ultimo approva inoltre il piano industriale e l'indirizzo strategico di Benetton Group, anche in merito agli obiettivi di sostenibilità, valutandone l'integrazione.

Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione è l'organo responsabile della gestione dell'impresa. Esamina e approva, tra l'altro:

- le linee guida dell'attività operativa;
- le proposte organizzative, di governo societario;
- gli indirizzi generali quanto alla gestione delle risorse umane;

- le proposte di riorganizzazione della struttura societaria;
- l'andamento della gestione;
- le operazioni straordinarie;
- i budget annuali e i risultati consuntivi trimestrali, semestrali e annuali.

Comitato Investimenti

Il Comitato Investimenti ha funzioni istruttorie, consultive e/o propositive a supporto dell'attività del Consiglio di Amministrazione riguardo a:

- specifici progetti di investimento, valutandone la coerenza con le linee guida strategiche del Gruppo, gli obiettivi di redditività e la sostenibilità sotto il profilo finanziario;
- le procedure aziendali in tema di investimenti e operazioni rilevanti. In via generale il Comitato monitora l'implementazione dei programmi di investimento approvati, seguendone l'andamento in termini di costo sostenuto e di ritorno dell'investimento effettivamente realizzato (post-audit), analizzando le principali criticità emergenti.

Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità

Al Comitato per il Controllo, Rischi e Sostenibilità, i cui componenti sono dotati di un'adeguata esperienza in materia contabile e finanziaria, sono attribuiti, tra gli altri, i seguenti compiti principali:

- assistere il Consiglio di Amministrazione nella definizione delle linee di indirizzo del sistema di controllo interno. Su richiesta del Presidente Esecutivo, esprimere pareri su specifici aspetti inerenti alla identificazione dei principali rischi aziendali;

- assistere il Consiglio di Amministrazione nella valutazione dell'adeguatezza, efficacia ed effettivo funzionamento del sistema di controllo interno, del quale cura la supervisione;

- fornire al Consiglio di Amministrazione indicazioni e informazioni sul rispetto delle regole di governo societario;

- valutare, unitamente al direttore della funzione Amministrazione Finanza e Controllo della Società e alla Società di Revisione, l'adeguatezza dei principi contabili utilizzati e la loro omogeneità ai fini della redazione del bilancio consolidato;

- verificare, con l'ausilio del Responsabile del Controllo Interno, il processo di formazione dei dati di bilancio;

- vigilare sull'efficacia del processo di revisione contabile e valutare i risultati esposti nella relazione della Società di Revisione e nella eventuale lettera di suggerimenti;

- ricevere la relazione annuale sull'applicazione del "Modello di Organizzazione e Gestione", previsto dal D.Lgs. 231/2001, adottato dalla Società, che include anche il Codice Etico, e valutare l'opportunità di proporre al Consiglio di Amministrazione eventuali aggiornamenti a tale modello e alle sue modalità di applicazione;

- valutare ed esprimere, in via preventiva e come condizione necessaria all'affidamento dell'incarico, un parere su tutti i servizi di revisione, e non, prestati dalla Società di Revisione;

- valutare e verificare l'indipendenza della Società di Revisione esterna;

- valutare gli impatti ambientali, economici e sociali derivanti dalle attività d'impresa;
- monitorare il posizionamento della Società nei principali indici di sostenibilità;
- esaminare il bilancio integrato, contenente le informazioni di carattere non finanziario;
- formulare pareri e proposte riguardanti specifiche questioni in tema di sostenibilità.

Comitato Risorse Umane e Remunerazione

Il Comitato Risorse Umane e Remunerazione ha funzioni istruttorie, consultive e propositive nei confronti del Consiglio di Amministrazione e, in particolare:

- formula proposte per la remunerazione complessiva del Presidente, degli amministratori e dei dirigenti delle società di Benetton Group;

- esamina gli obiettivi di performance e i piani di incentivazione destinati ai dipendenti delle società di Benetton Group;

- valuta le proposte in merito: ai criteri di composizione e ai profili di competenze sui nominativi individuati per la composizione degli organi di amministrazione e controllo delle società controllate di rilevanza strategica; alle politiche

di sviluppo strategico delle risorse umane; all'assunzione e nomina dei dirigenti della Società e di Benetton Group.

Modello organizzativo ex D.Lgs. 231/2001

L'attuale Modello di Gestione, Organizzazione e Controllo, adottato dal Consiglio di Amministrazione con delibera del 19 dicembre 2022, che ha sostituito quello approvato nel 2008, risulta composto da una parte generale e da più parti speciali.

Il Codice Etico approvato dalla Società è da ritenersi parte integrante del Modello. Nell'ambito del Codice Etico, il Gruppo ha aderito agli International Labour Standards (ILS) contemplati nelle convenzioni fondamentali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro.

La procedura di whistleblowing consente la segnalazione di condotte illecite rilevanti ai sensi del D. Lgs. 231/2001 o violazioni del Modello Organizzativo o pratiche non conformi a quanto stabilito dal Codice Etico. Le segnalazioni possono essere presentate da chiunque abbia relazioni d'affari con Benetton Group, inclusi dipendenti, membri degli organi sociali, partner, fornitori e collaboratori.

La procedura di whistleblowing consente la segnalazione di condotte illecite rilevanti ai sensi del D. Lgs. 231/2001 o violazioni del Modello Organizzativo o pratiche non conformi a quanto stabilito dal Codice Etico. Le segnalazioni possono essere presentate da chiunque abbia relazioni d'affari con Benetton Group, inclusi dipendenti, membri degli organi sociali, partner, fornitori e collaboratori.

GDPR

Con l'entrata in vigore del Regolamento Generale UE 2016/679 sulla protezione dei dati personali (noto come GDPR), nel 2018 la Società si è dotata di una nuova organizzazione privacy introducendo la figura del Responsabile per la protezione dei dati (Data Protection Officer, nella persona di Mauro Menardo) coadiuvato da un team multidisciplinare che ha dato vita all'Ufficio Privacy.

La nuova organizzazione, che ha il compito di osservare, valutare e contribuire alla gestione del trattamento di dati personali, consente a Benetton Group S.r.l. di garantire ai propri dipendenti, ai consumatori, e in generale ai propri stakeholder, la corretta protezione nella gestione dei dati personali nell'esercizio dell'attività sociale, affinché questi siano trattati nel pieno rispetto delle normative privacy europee e nazionali.

Comitato di Sostenibilità

Istituito dal Consiglio di Amministrazione nel 2015, il Comitato di Sostenibilità definisce la strategia di sostenibilità di Benetton Group e presiede alla sua attuazione. La creazione del Comitato è un'ulteriore prova dell'impegno dell'azienda, condiviso a tutti i livelli, a contribuire al

cambiamento sociale attraverso le proprie iniziative.

Gli obiettivi del Comitato di Sostenibilità di Benetton Group comprendono:

- la promozione di un'integrazione efficiente e continua delle iniziative per la sostenibilità nelle attività dell'azienda e il supporto al Direttore Sostenibilità nelle proprie mansioni;
- l'armonizzazione delle attività di sostenibilità;
- la promozione di un dialogo con gli attori interni ed esterni sui temi della sostenibilità;
- l'analisi e la revisione periodica degli strumenti di implementazione della sostenibilità da parte del Consiglio di Amministrazione – a partire dal Codice di Condotta per i fornitori e dalle sue procedure di attuazione – anche alla luce dei possibili rischi per la reputazione dell'azienda e dei suoi marchi;
- la comunicazione costante di informazioni e indicazioni riguardanti l'applicazione della strategia di sostenibilità e dei relativi strumenti al Consiglio di Amministrazione;
- Il presidio delle attività relative alla comunicazione integrata e alla comunicazione di KPI e di dati rilevanti in merito alle problematiche ambientali e sociali.

Il Comitato di Sostenibilità è così composto:

[Massimo Renon](#) Amministratore Delegato

[Martino Boselli](#) Dir. Commerciale & Vendite UCB

[Stefano De Marchi](#) Dir. Risorse Umane e Organizzazione

[Silvia De Sanctis](#) Design Director UCB

[Iacopo Martini](#) Chief Financial Officer

[Nicoletta Sartori](#) Head of Sustainability

[Francesca Svab](#) Global Managing Director Sisley

[Carlo Tunioli](#) CEO - Fabbrica

[Marco Zeggio](#) Dir. Sviluppo Prodotto, Operations e Logistica

Dialogo continuo

La collaborazione tra i diversi portatori di interesse è fondamentale per accelerare la trasformazione del settore e creare impatto positivo.

Stakeholder

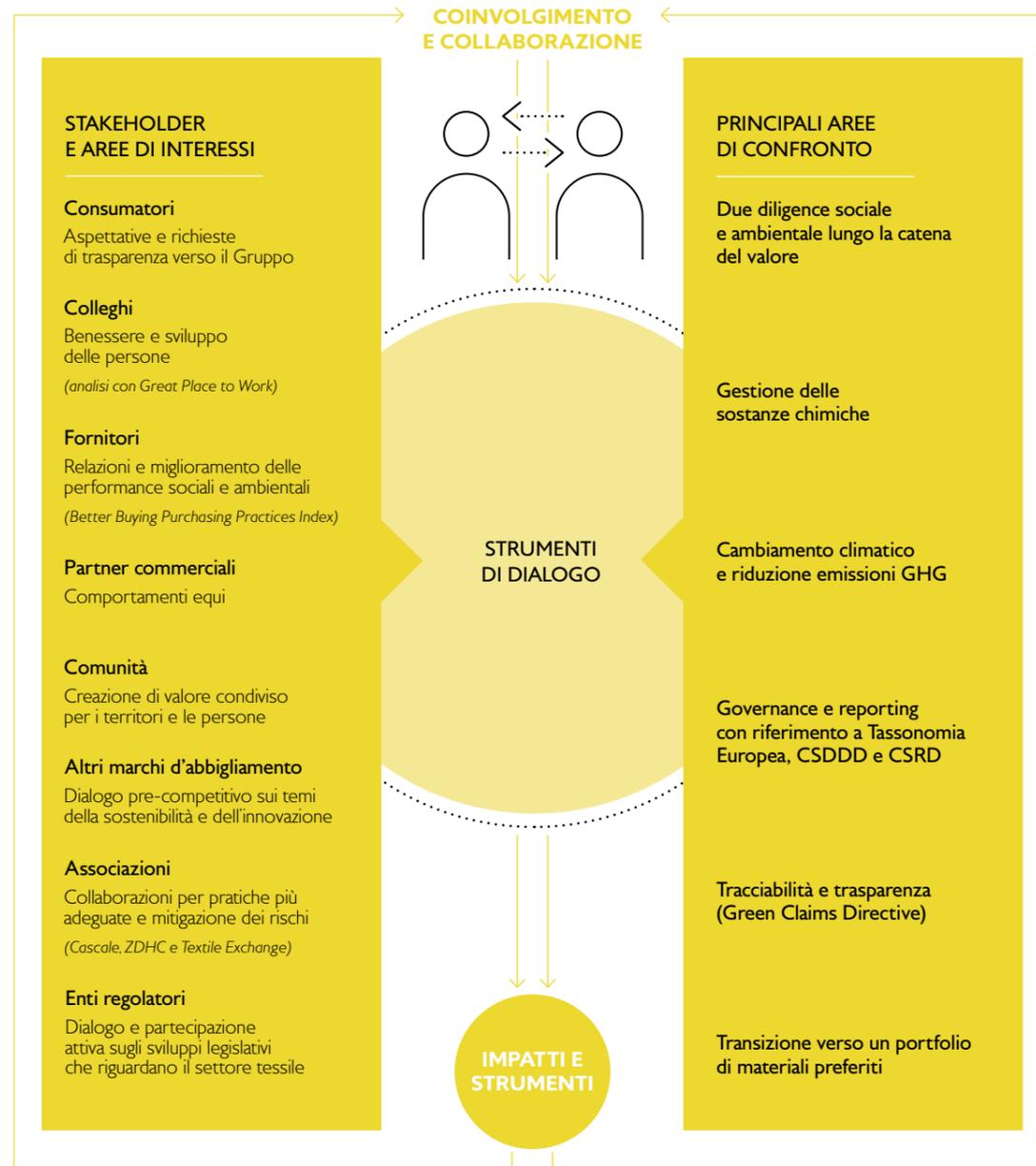
Considerando le aree di attività aziendali, Benetton Group ha provveduto a mappare i propri portatori di interesse suddividendoli tra:

- **interni:** quei soggetti che sono parte dell'azienda;
- **esterni:** quei soggetti che operano lungo la catena di creazione del valore del Gruppo o che sono indirettamente influenzati/interessati dalle attività aziendali.

Questo esercizio ha permesso di identificare circa trenta categorie di stakeholder rilevanti che, attraverso interviste e workshop dedicati con le principali funzioni aziendali, sono successivamente state ordinate per priorità secondo i criteri di:

- **dipendenza** da Benetton;
- **influenza** su Benetton.

Benetton Group ha l'obiettivo di identificare gli impatti attuali e potenziali sulle principali categorie di stakeholder e di definire in modo condiviso gli strumenti di mitigazione e gestione più appropriati. Nel 2023 Benetton Group ha continuato con le attività di coinvolgimento rivolte ai propri portatori di interesse, interni ed esterni, mantenendo gli strumenti di dialogo esistenti e attivandone di nuovi.



Analisi di materialità

Temi rilevanti

Il grado di dettaglio con cui i temi rilevanti sono esposti all'interno del Report rispecchia i risultati dell'analisi di materialità svolta. I temi materiali rappresentano gli impatti più significativi di un'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, considerando eventuali violazioni dei diritti umani per quanto concerne gli impatti negativi, e valutando il contributo allo sviluppo sostenibile per quanto riguarda gli impatti positivi. Nel corso del 2023, in accordo allo Standard GRI 3, Benetton Group ha rivisto con minori aggiustamenti l'analisi di materialità condotta l'anno precedente applicando la metodologia di analisi degli impatti generati dall'azienda; nello specifico, ha individuato e valutato gli impatti economici, sociali e ambientali più significativi e ha stabilito una scala di priorità, delineando i temi materiali oggetto di reporting. Così come previsto dagli Standard GRI, l'analisi degli impatti richiede una preliminare mappatura del contesto organizzativo, attraverso una descrizione delle attività svolte e delle relazioni di business, una ricognizione del contesto di sostenibilità e della relazione con i principali portatori di interesse. In particolare, i seguenti elementi sono stati considerati nell'analisi:

- il modello di business dell'azienda, le geografie in cui opera, la tipologia di prodotti offerti e le caratteristiche del settore, le dimensioni organizzative dell'azienda;
- le caratteristiche delle relazioni con i portatori di interesse;

- l'analisi dei principali documenti di settore, degli indici di sostenibilità, dei documenti e dei report delle organizzazioni non governative più rilevanti e influenti, dei policy maker al fine di individuare i principali trend di sostenibilità, le principali criticità a livello locale, regionale e globale, e anticipare le evoluzioni normative attese.

Benetton Group ha poi identificato gli impatti attuali e potenziali dell'organizzazione dal punto di vista economico, sociale e ambientale, con particolare attenzione agli impatti sui diritti umani, trasversalmente alle diverse funzioni aziendali e ai vari stadi della catena del valore. Gli impatti sono distinti in attuali o potenziali, positivi o negativi, a breve o a lungo termine. Per ciascuno degli impatti individuati è stato specificato lo stadio della catena del valore coinvolto, il legame di causalità con l'organizzazione (diretto o tramite la propria catena di fornitura), le policy e i commitment approvati e le azioni di mitigazione adottate. Benetton Group ha inoltre valutato l'efficacia delle misure intraprese e sintetizzato il dialogo con i portatori di interesse sulle varie tematiche. In questa fase sono stati considerati gli elementi emersi dal confronto con la controllante Edizione S.p.A., i temi evidenziati dai policy maker nel Green Deal europeo e nella Strategia dell'UE in materia di prodotti tessili sostenibili, gli input derivanti dalle associazioni di cui Benetton Group è membro (Cascale, ZDHC, Textile Exchange, UN Global Compact). È seguita una valutazione della significatività degli

impatti, in base ai parametri di severità e probabilità dell'accadimento; in caso di impatti negativi, la severità tiene conto della scala, del perimetro e del grado di irrimediabilità dell'impatto, portando a identificare gli aspetti da tenere monitorati nel sistema di gestione del rischio con l'individuazione degli opportuni strumenti di controllo e mitigazione. In caso di impatti positivi, la valutazione è basata sulla scala e sul perimetro dell'impatto. Gli impatti così valutati sono stati definiti in termini di priorità per individuare l'elenco dei temi materiali che ha guidato la definizione dei contenuti per il Bilancio Integrato. I temi individuati sono stati rapportati ai GRI applicabili alle aziende del settore per verificare la coerenza e la completezza della rendicontazione. Il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità (CCRS) e il Comitato di Sostenibilità hanno supervisionato il processo, formulando pareri e proposte, e hanno infine approvato l'elenco dei temi materiali, suddivisi in due categorie: alta e media rilevanza. Rispetto alla precedente analisi, si evidenziano minori scostamenti: i temi relativi alle violazioni della privacy e l'etica e integrità d'impresa sono considerati a medio impatto e quindi oggetto di rendicontazione, mentre l'impatto legato all'inquinamento dell'aria viene rivalutato come lieve. Sono stati confermati come elementi chiave la scelta di materiali e fibre preferiti, la gestione responsabile della catena di fornitura e il rispetto dei diritti umani; in coerenza con la strategia di Benetton Group, sono

emersi come prioritari l'acqua, la biodiversità e il benessere animale. Infine, la rilevanza del tema del cambiamento climatico e l'attenzione ai consumi energetici dimostrano una presa di coscienza interna sull'impatto aziendale; in tale contesto, Benetton Group ha infatti definito specifici obiettivi di riduzione delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) lungo tutta la propria catena del valore.



CATENA DEL VALORE



ANALISI DI MATERIALITÀ

TABELLA DEGLI IMPATTI (LIVELLO MEDIO-ALTO)

Impatto	Descrizione	Tipologia	Livello	SDG	Attribuzione
Scelta di materiali e fibre “preferred” <i>GRI serie: 301</i> - <i>approfondimento</i> <i>Capitolo Circolarità pag. 117-119</i>	Impegno nella scelta di materiali e fibre preferiti, che determinano impatti ridotti e maggiori benefici per il clima, la natura e le persone rispetto all'equivalente convenzionale.				• Upstream (catena di fornitura)
Policy e Commitment • 100% cotone sostenibile entro il 2025					
Azioni risolutive o di mitigazione -					
Gestione responsabile della catena di fornitura <i>GRI serie: 414; 308</i> - <i>approfondimento</i> <i>Capitolo Persone pag. 82-83</i> <i>Capitolo Natura pag. 104</i> <i>Capitolo Circolarità pag. 121-122</i>	Selezione e gestione dei fornitori in base a criteri sociali e ambientali, allineati con standard di valutazione condivisi dal settore. Mantenimento dei rapporti di collaborazione e partnership con i fornitori per garantire flessibilità, qualità, trasparenza ed efficienza.			 	• Upstream (catena di fornitura)
Policy e Commitment • Codice di Condotta per i fornitori • Linee guida di ZDHC per le acque reflue					
Azioni risolutive o di mitigazione -					
Consumo e scarico di acqua <i>GRI serie: 303</i> - <i>approfondimento</i> <i>Capitolo Natura pag. 103-104</i>	Elevato consumo di acqua in aree caratterizzate da stress idrico per le attività di agricoltura, allevamento e per le fasi di processo. Scarico idrico con parametri non in linea ai requisiti legali e/o caratterizzato dalla presenza di sostanze pericolose per la salute umana e per l'ecosistema.			 	• Upstream (catena di fornitura)
Policy e Commitment • Linee guida di ZDHC per le acque reflue					
Azioni risolutive o di mitigazione • Valutazione dei fornitori con l'Higg FEM • Progetto Wasatex • Uso di cotone Better Cotton • Uso di cotone biologico					
Minacce alla biodiversità <i>GRI serie: 304</i> - <i>approfondimento</i> <i>Capitolo Natura pag. 105</i>	Perdita di biodiversità riconducibile allo sfruttamento agricolo e industriale, alla deforestazione e alla degradazione del suolo. Potenziale minaccia agli ecosistemi derivante da rifiuti e sostanze chimiche dispersi nell'ambiente.			 	• Upstream (catena di fornitura)
Policy e Commitment • Policy sulla Biodiversità					
Azioni risolutive o di mitigazione • Introduzione di materiali riciclati (cotone, lana, fibre artificiali) che evitano l'utilizzo di nuovo suolo					

Tipologia:



positivo



negativo



//



potenziale



attuale

Livello di materialità:



basso



medio



alto

Impatto	Descrizione	Tipologia	Livello	SDG	Attribuzione
Mancata tutela dei diritti umani e rispetto della salute e sicurezza <i>GRI serie: 401; 403; 404; 405; 406; 407; 408; 409; 413; 414</i> - <i>approfondimento</i> <i>Capitolo Persone pag. 71-88</i>	Potenziali violazioni del rispetto dei diritti umani lungo tutta la catena del valore, per cui l'azienda deve adottare un approccio di due diligence.			 	• Upstream (catena di fornitura) • Azienda
Policy e Commitment • Codice Etico • Codice di Condotta per i fornitori					
Azioni risolutive o di mitigazione • Rispetto di tutte le leggi e regolamenti • Valutazione dei fornitori con l'Higg FSLM • Uso di cotone Better Cotton o certificato GOTS • Relazioni industriali, periodico dialogo con i rappresentanti dei lavoratori					
Cambiamento climatico <i>GRI serie: 302; 305; 308</i> - <i>approfondimento</i> <i>Capitolo Natura pag. 98-102</i>	Incapacità di ridurre le emissioni GHG lungo tutta la catena del valore nel rispetto dell'Accordo di Parigi sui cambiamenti climatici, svincolando la crescita economica dell'azienda dallo sfruttamento delle risorse.				• Upstream (catena di fornitura) • Azienda • Downstream (Logistica e canali di distribuzione)
Policy e Commitment • Definizione obiettivi SBT per la riduzione delle emissioni Scope 1-2-3					
Azioni risolutive o di mitigazione • Uso di energia rinnovabile • Programma di efficienza energetica • Valutazione dei fornitori con l'Higg FEM • Utilizzo di fibre e materiali preferiti • Uso di materiali riciclati • Trasporto intermodale • Saturazione dei mezzi di trasporto					
Minacce al benessere degli animali - <i>approfondimento</i> <i>Capitolo Circolarità pag. 118-119</i>	Insufficienti pratiche per la tutela del benessere animale.				• Upstream (catena di fornitura)
Policy e Commitment • Policy delle cinque libertà dell'animale					
Azioni risolutive o di mitigazione • Certificazione Responsible Down Standard (RDS)					
Gestione delle sostanze chimiche <i>GRI serie: 308</i> - <i>approfondimento</i> <i>Capitolo Natura pag. 104</i> <i>Capitolo Circolarità pag. 114</i>	Potenziali danni alla salute umana e all'ambiente derivanti dalla gestione non controllata delle sostanze chimiche.				• Upstream (catena di fornitura)
Policy e Commitment • Linee guida ZDHC per le acque reflue • Restricted Substance List (RSL)					
Azioni risolutive o di mitigazione • Valutazione dei fornitori con l'Higg FEM • Uso di cotone Better Cotton • Uso di cotone biologico • Uso di viscosa sostenibile					



Impatto	Descrizione	Tipologia	Livello	SDG	Attribuzione
Mancata gestione dei rifiuti GRI serie: 306 - approfondimento Capitolo Natura pag. 100-101 Capitolo Circolarità pag. 115-116	Gestione inappropriata dei rifiuti pericolosi e non, con possibili danni alla salute umana e all'ambiente. Difficoltà di riutilizzare i rifiuti tessili in nuovi processi produttivi introducendo modelli circolari di riciclo. Incapacità di controllare la sovrapproduzione e di gestire l'inventario, evitando la distruzione e lo smaltimento in discarica.			12	• Upstream (catena di fornitura) • Azienda
Policy e Commitment • Procedura di gestione dei rifiuti					
Azioni risolutive o di mitigazione • Rispetto delle leggi e regolamenti • Raccolta differenziata dei rifiuti • Packaging riciclato • Uso di ceste metalliche riutilizzabili per il 40% della produzione • Progetto pilota per recuperare gli scarti di cotone in Bangladesh • Accurate previsioni di vendita per limitare la sovrapproduzione e utilizzo di una rete outlet per lo smaltimento dell'inventario					
Generazione e distribuzione del valore economico GRI serie: 201-204 - approfondimento Capitolo Governance pag. 61	Creazione e distribuzione del valore che genera benessere per i portatori di interesse, in particolare per le economie locali in cui l'azienda opera.			8	• Azienda
Policy e Commitment -					
Azioni risolutive o di mitigazione -					
Sensibilizzazione a un consumo sostenibile - approfondimento Capitolo Circolarità pag. 114	Opportunità di educare i consumatori e di incoraggiare lo sviluppo di modelli di consumo sostenibili e di attenzione alla cura dei capi.			12	• Downstream (consumatori)
Policy e Commitment -					
Azioni risolutive o di mitigazione -					
Etica e integrità d'impresa GRI serie: 205-206 - approfondimento Capitolo Governance pag. 46-47	Mancata adozione di politiche per promuovere comportamenti ispirati ai massimi principi di etica e trasparenza. Insufficienti procedure e presidi volti a prevenire pratiche di corruzione, riciclaggio, pratiche commerciali scorrette e altre forme di comportamento non in linea con i valori del Gruppo.			17	• Upstream (catena di fornitura) • Azienda
Policy e Commitment • Codice Etico • Codice di Condotta per i fornitori • Procedura anticorruzione • Whistleblowing					
Azioni risolutive o di mitigazione • Formazione sul Codice di Condotta e sull'etica d'impresa					

Tipologia:

positivo
 negativo
 //
 potenziale
 attuale

Livello di materialità:

basso
 medio
 alto

Impatto	Descrizione	Tipologia	Livello	SDG	Attribuzione
Violazione della privacy GRI serie: 418 - approfondimento Governance pag. 47	Gestione impropria dei dati e conseguente violazione della legge sulla protezione dei dati personali.			12	• Azienda
Policy e Commitment • Codice Etico • Procedura privacy • Whistleblowing					
Azioni risolutive o di mitigazione • Formazione sulla privacy • Attività di monitoraggio • Definizione di misure tecniche e organizzative					

Il Gruppo Benetton ha rilevato ulteriori temi di impatto lieve che si impegna a monitorare per verificarne l'andamento durante il corso dell'anno.

TABELLA DEGLI IMPATTI (LIVELLO BASSO)

Promozione di diversità e inclusione Promuovere una cultura aziendale inclusiva, supportare la diversità e condannare ogni forma di discriminazione. Raggiungere la parità di genere nelle posizioni di livello manageriale, promuovere pari opportunità per uomini e donne di ingresso in azienda e di crescita professionale.	
Contributo all'innovazione Investimenti in nuovi modelli di business e progetti di innovazione riguardo sfide chiave per il settore della moda (tracciabilità, nuovi materiali, processi meno impattanti).	
Impegno nello sviluppo e nella formazione delle persone Formare talenti attraverso programmi di formazione e opportunità di crescita professionale.	
Mancata transizione a un modello di business circolare Insufficienti, o non performanti, investimenti e azioni verso soluzioni economicamente sostenibili e scalabili al fine di rendere l'industria tessile un business il più possibile circolare, riducendo al minimo gli sprechi di risorse (energetiche e materiali).	

Mancato rispetto di standard di qualità o sicurezza dei prodotti Sforzi insufficienti per affrontare problemi di salute e sicurezza lungo tutto il ciclo di vita di un prodotto o servizio, con pregiudizio da parte dei consumatori o violazioni di regolamenti e codici volontari.	
Comunicazione ingannevole e pratiche di greenwashing Comunicazione ingannevole riguardo le performance sociali e ambientali di un prodotto, servizio o brand. Pratiche di greenwashing.	
Inquinamento dell'aria Impatti negativi derivanti dalle emissioni aeree derivanti dalle operations dirette, dai sistemi refrigeranti e dai processi produttivi.	

Agenda 2030



Nel settembre 2015 le Nazioni Unite hanno approvato l'Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile e i relativi 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals – SDGs), da raggiungere entro il 2030. Si tratta di un piano d'azione la cui implementazione richiede che gli Stati, i settori produttivi, le imprese, gli istituti finanziari, le organizzazioni non governative e la società civile orientino i propri programmi a tali obiettivi.

Benetton Group ha deciso di dare il proprio contributo al raggiungimento di tali obiettivi: nel declinare la sua carta degli impegni per i prossimi anni, l'azienda ha scelto di collegare le sue azioni con gli SDGs più affini al core business e alle linee di azione strategica.



SDG 5__Parità di genere

L'uguaglianza di genere è un passo necessario per costruire un mondo pacifico, prospero e più sostenibile per tutti. Per questo Benetton Group attiva progetti e iniziative finalizzati a supportare e promuovere l'emancipazione e la legittimazione delle donne in tutto il mondo.



SDG 8__Lavoro dignitoso e crescita economica

Benetton Group mira a raggiungere standard più alti di produttività economica attraverso la diversificazione e il progresso tecnologico, perseguendo politiche orientate allo sviluppo che supportino le attività produttive, la creatività e l'innovazione e promuovendo un ambiente lavorativo sano, sicuro e dignitoso per tutti i lavoratori.



SDG 12__Consumo e produzione responsabili

Benetton Group è in prima linea nell'impegno globale per l'eliminazione dell'uso di sostanze chimiche pericolose in tutto il settore tessile entro il 2030. Inoltre, l'azienda attua politiche di gestione sostenibile e utilizzo efficiente delle risorse e dell'energia, nonché di riduzione della produzione di rifiuti anche attraverso il riciclo e il riutilizzo.



SDG 13__Lotta contro il cambiamento climatico

L'impegno di Benetton Group nella lotta contro il cambiamento climatico si materializza oggi nell'implementazione di iniziative di riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di gas climalteranti e nella riduzione degli impatti ambientali legati alle attività di logistica e distribuzione dei propri capi.



SDG 17__Partnership per gli obiettivi

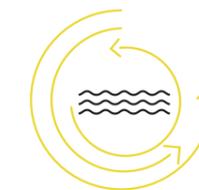
Per avere successo, l'Agenda per lo Sviluppo Sostenibile richiede collaborazioni – costruite su principi e valori, su una visione comune e su obiettivi condivisi – che mettano al centro le persone e il pianeta. È proprio in questa direzione che si muove Benetton Group, costruendo partnership che possano contribuire al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile.

Strategia di sostenibilità



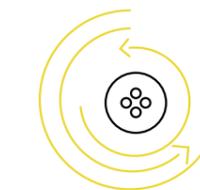
Safeguarding People

United in safeguarding people: le persone sono al centro e al cuore della strategia di Benetton Group, che da sempre è impegnato con le proprie campagne sui temi connessi alla diversità e inclusione. Benetton Group si impegna a creare una cultura aziendale della sostenibilità, progettando modalità di lavoro che massimizzano il benessere dei dipendenti e tutelando i diritti umani di tutte le persone che lavorano per il Gruppo, lungo tutta la catena del valore.



Protecting Nature

United in protecting nature: in un contesto in cui gli ambienti naturali sono minacciati dalla crisi climatica e da una gestione inappropriata delle risorse, Benetton Group riconosce la propria responsabilità nel ridurre le emissioni di gas serra, in modo coerente con quanto definito dai Science Based Targets approvati, e nel mitigare il proprio impatto su acqua e biodiversità, definendo un piano d'azione concreto e ambizioso.



Maximizing Circularity

United in maximizing circularity: considerando l'impatto dei prodotti, l'obiettivo del Gruppo è quello di disaccoppiare la crescita economica dal consumo di risorse. Benetton Group stabilisce come priorità la trasformazione del portfolio dei prodotti aumentando l'uso di materiali a basso impatto e implementando principi di progettazione circolare.

Nel 2023 Benetton Group ha definito la propria strategia di sostenibilità, che concretizza la visione dell'azienda come attore positivo del cambiamento e l'interpretazione della sostenibilità come un processo consapevole di evoluzione, in armonia con le persone e con il pianeta. La strategia è articolata su tre pilastri chiave: People, Nature e Circularity. La strategia di sostenibilità è approvata dal Comitato di Sostenibilità, dal Consiglio di Amministrazione ed è condivisa con la holding Edizione, al fine di integrare consapevolmente l'influenza strategica della capogruppo in chiave di sostenibilità in un percorso di creazione di valore condiviso.

La funzione Sostenibilità, con il supporto dei due Comitati (CdS e CCRS), ha la responsabilità di definire gli obiettivi ESG prioritari per Benetton Group, e di coordinare gli altri dipartimenti aziendali per garantire l'esecuzione degli indirizzi strategici definiti, presidiando la gestione degli impatti sociali, ambientali ed economici.

The Beautiful Change

Tutto in natura è in continua trasformazione. Anche noi.

Stiamo sostituendo le fibre nelle nostre collezioni: sempre più capi sono realizzati in materiali biologici o riciclati, provenienti da filiere certificate, ed entro il 2025 tutto il cotone nelle nostre collezioni sarà sostenibile.

Stiamo diminuendo i chilometri percorsi dai nostri capi: oggi, le fabbriche sono più vicine ai mercati in cui saranno venduti, una scelta che ci consente di ottimizzare la produzione e ridurre le emissioni dovute al trasporto.

Stiamo migliorando la nostra catena di fornitura: come membri di Cascale, sottoponiamo i nostri fornitori a controlli sempre più stringenti, sia dal punto di vista ambientale sia dei diritti dei lavoratori.

Stiamo ristrutturando i nostri negozi: poniamo sempre più attenzione all'utilizzo di materiali naturali e di arredi rigenerati, e all'integrazione virtuosa tra acquisto fisico e online.

Stiamo allungando il ciclo di vita dei nostri prodotti: li progettiamo perché durino per molti anni, grazie a uno stile senza tempo e all'impegno di chi li indossa, e perché una volta dismessi possano essere facilmente riciclati.

Stiamo riducendo il nostro impatto sull'ambiente: abbiamo intrapreso un percorso che ci porterà entro il 2030 a diminuire le nostre emissioni di gas serra, secondo le linee guida della Science Based Targets initiative.

Per noi di United Colors of Benetton tutto questo non è un obbligo, ma un'opportunità di evolvere in armonia con il pianeta che ci ospita e di diventare un'azienda più bella e più giusta.

Un'azienda migliore.

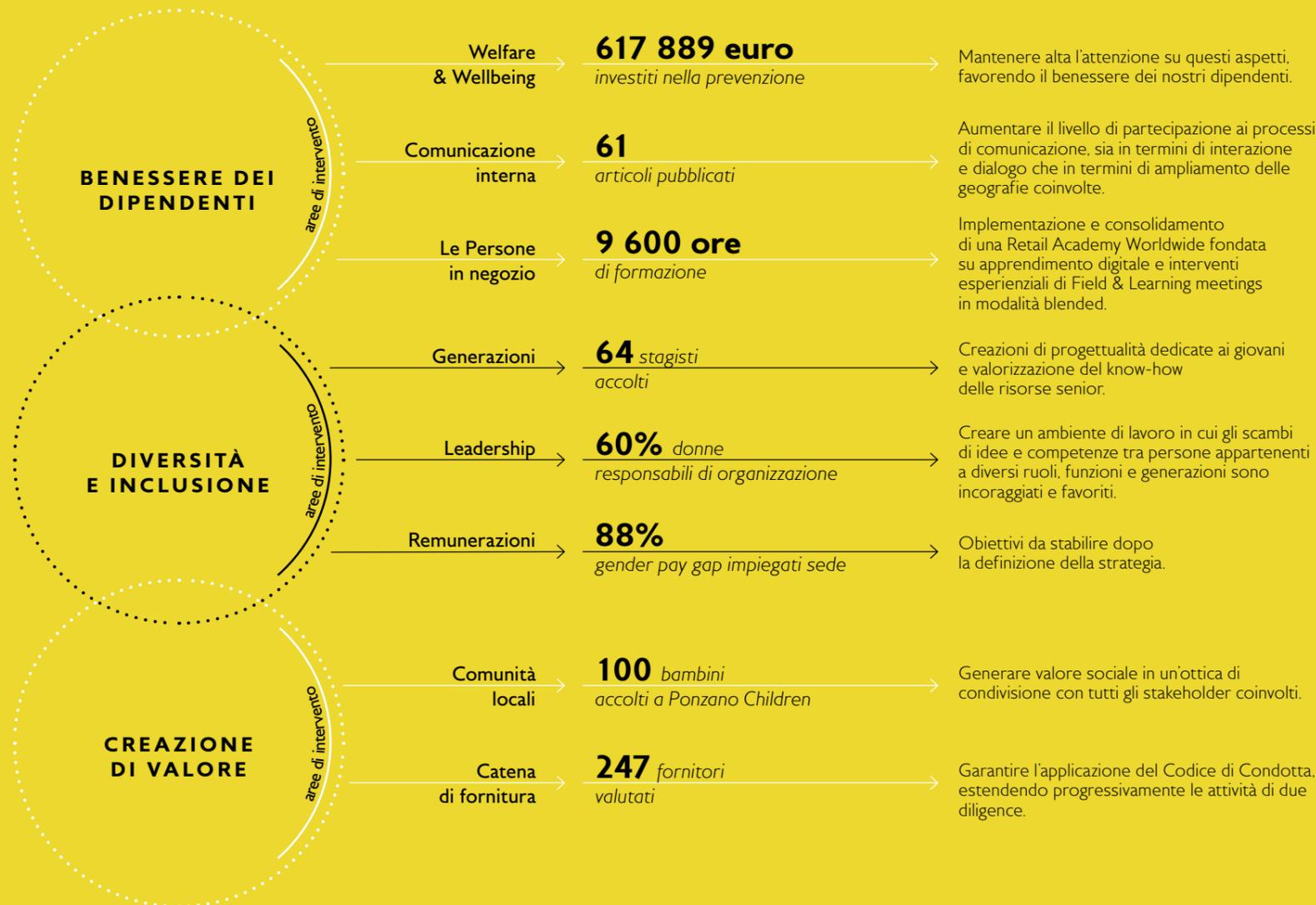


Safeguarding People



Risultati 2023

Obiettivo 2030

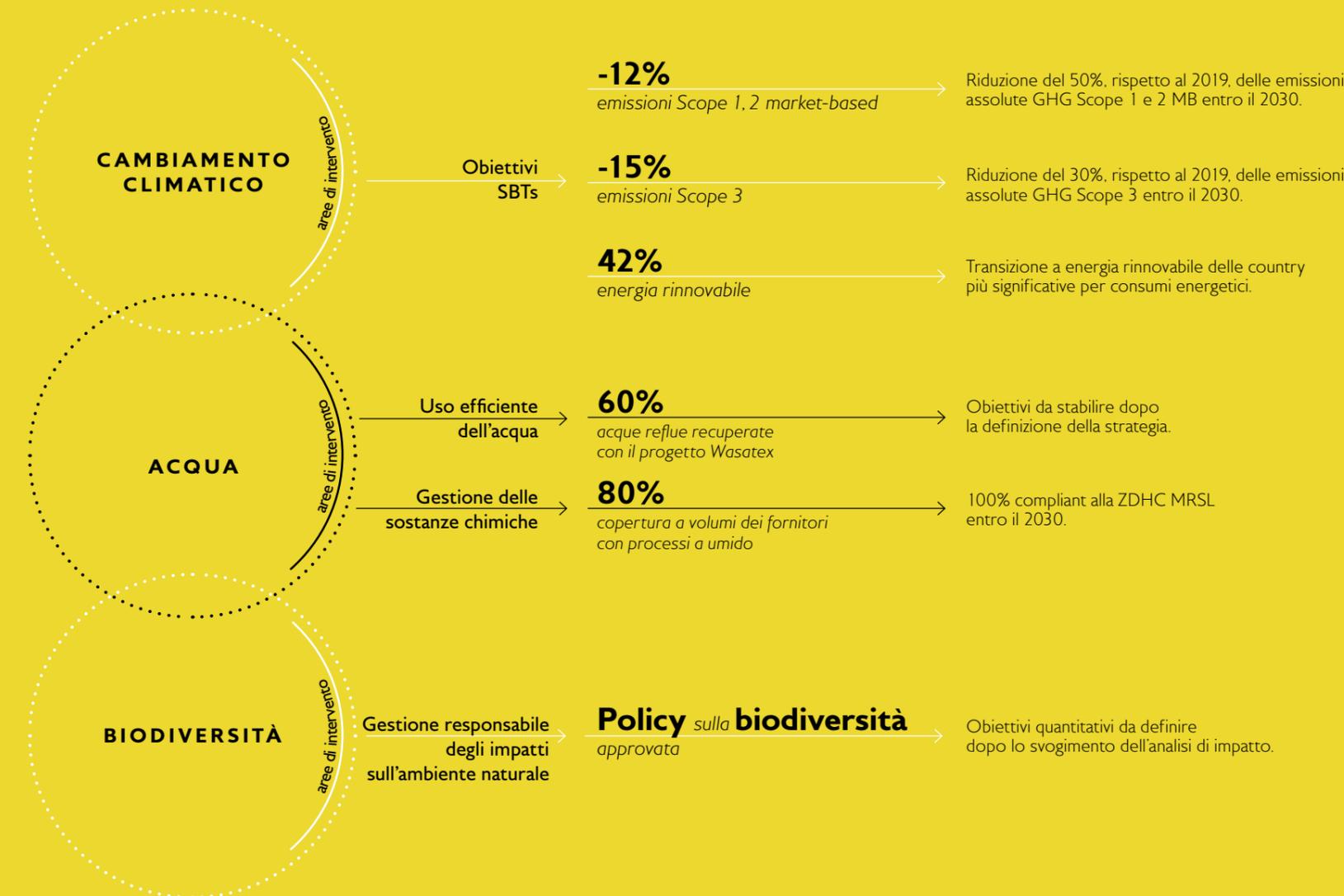


Protecting Nature



Risultati 2023

Obiettivo 2030



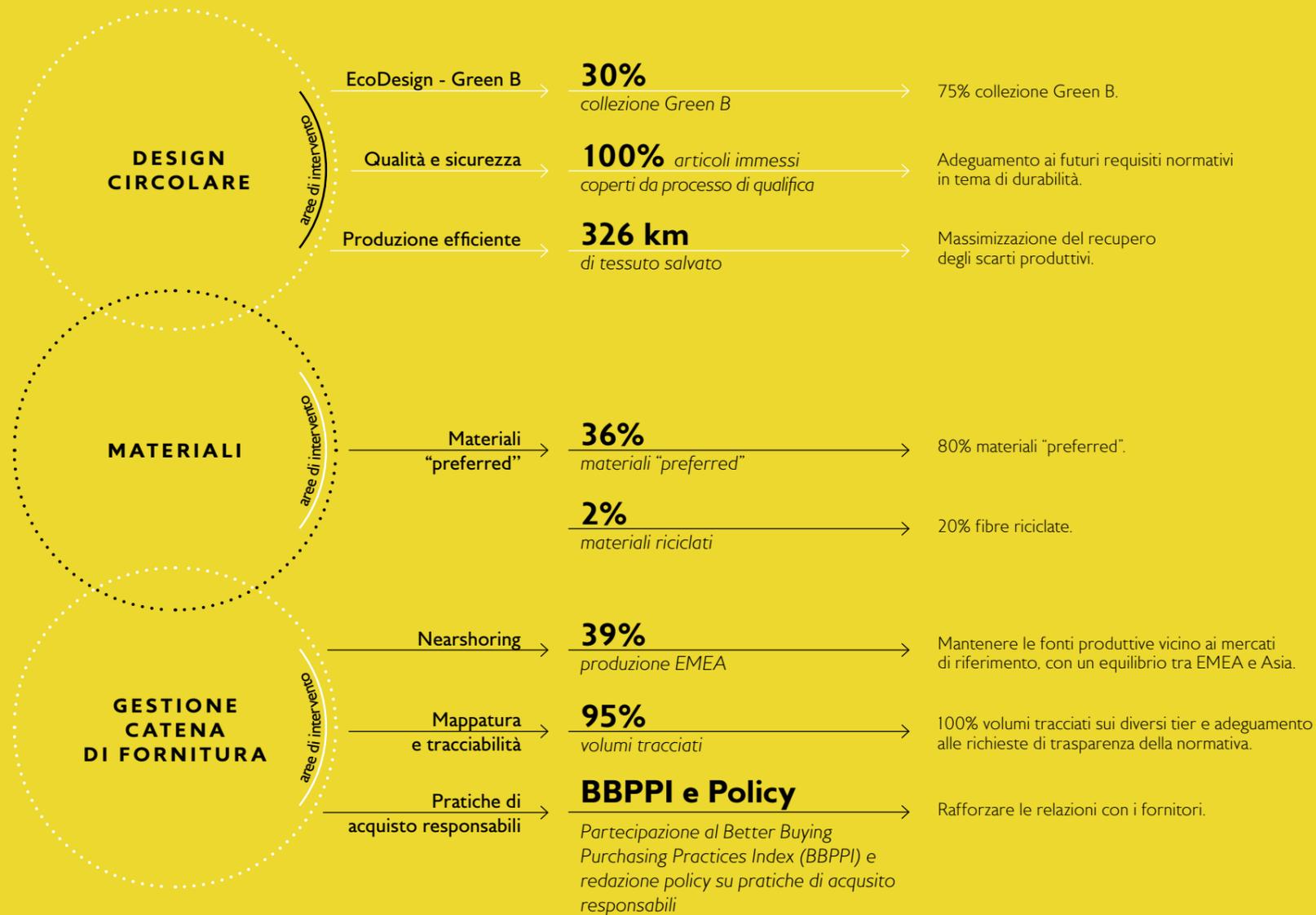


Maximizing Circularity



Risultati 2023

Obiettivo 2030



Valore generato

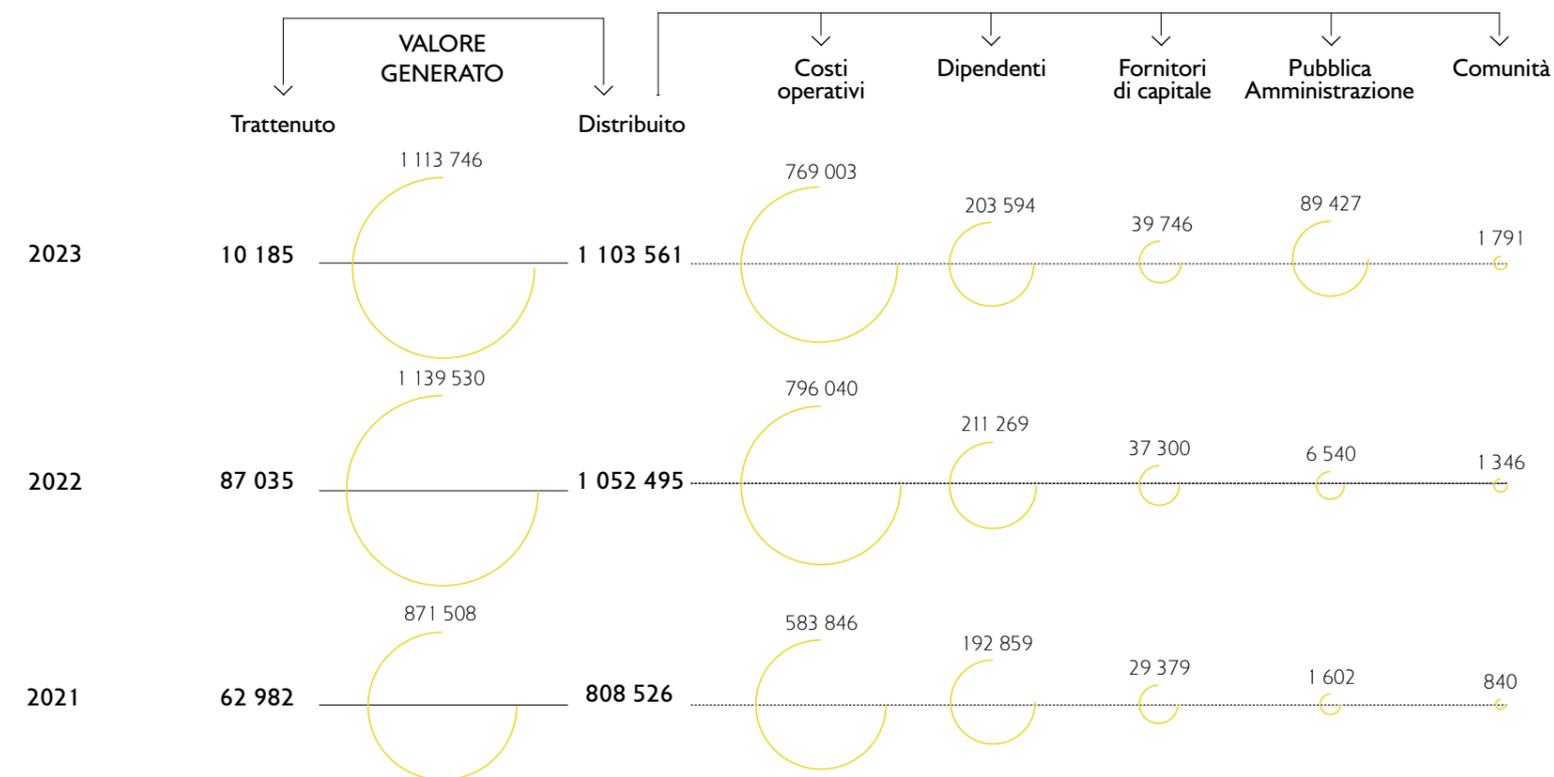
Il 2023 è stato un anno sfidante per Benetton Group, come per tutte le aziende del settore tessile-abbigliamento: la fine della ripresa post-pandemia, così come le tensioni geopolitiche, le spinte inflazionistiche e la volatilità di alcune valute hanno influito negativamente sui risultati economici del Gruppo.

Alla luce del difficile contesto e dello scostamento dei risultati attesi rispetto alle previsioni del precedente Piano Industriale, con l'avvallo della controllante Edizione S.p.A., è stato predisposto un nuovo Piano con orizzonte 2024-2029 che guiderà la ripresa economica del Gruppo. Nel 2023 il valore economico generato

è circa 1 114 milioni di euro, il valore economico distribuito è pari a 1 104 milioni di euro, mentre il valore economico trattenuto è di circa 10 milioni di euro. Il valore economico generato sopra al miliardo riflette da un lato l'incremento dei ricavi e le efficienze produttive, dall'altro l'effetto negativo dovuto ai cambi.

Il valore economico distribuito risente della svalutazione delle attività fiscali differite: la significativa riduzione del valore economico trattenuto rispetto all'anno precedente è dovuta all'effetto significativo delle attività di impairment basate sulle previsioni del Piano Industriale 2024-2029.

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO (MIGLIAIA DI EURO)





Gestione dei rischi

Benetton Group pone la massima attenzione alla gestione dei rischi e ritiene di fondamentale importanza valutare preventivamente e in modo continuativo la natura e il livello dei rischi collegati agli obiettivi strategici per la creazione di valore sostenibile. Nel 2023, l'analisi dei rischi è stata adeguata al mutato scenario internazionale.

Rischi strategici

Rischi che potrebbero minacciare l'attuale posizione competitiva e il conseguimento degli obiettivi strategici dell'azienda.

Brand strategy

Rischi connessi alla strategia di riposizionamento del marchio United Colors of Benetton. Tempistiche e gradualità errate potrebbero provocare una perdita dei consumatori attuali, senza aver acquisito nuovi clienti.

Canali di distribuzione

Rischi derivanti dal mancato raggiungimento degli obiettivi di nuove aperture di punti vendita e da un'incontrollata crescita del mercato online (in particolare degli e-tailer), che potrebbero generare conflitti con gli altri obiettivi strategici aziendali, con possibili effetti negativi anche sul posizionamento del brand.

Catena di fornitura e disponibilità prodotto finito

Il rispetto dei tempi di consegna previsti dei prodotti finiti, aumentati da una crescente difficoltà di trovare capacità di trasporto nelle scadenze definite dal calendario commerciale, può influenzare le marginalità globali.

Strategia e presenza di mercato in India e Corea del Sud

L'entrata di brand internazionali nei mercati di India e Corea del Sud, molto importanti per Benetton, richiede una delicata transizione del contenuto della collezione del marchio

United Colors of Benetton verso stili più globali rispetto a quelli attuali, connotati da forti influenze locali.

Rischi esecutivi

Rischi di perdite, insiti nell'operatività aziendale, derivanti da errori umani, non corretto funzionamento dell'organizzazione, processi interni e utilizzo dei sistemi, comportamenti non leciti connessi a condotte fraudolente, rischi di natura legale, inadeguate condotte con clienti e fornitori, che potrebbero compromettere il raggiungimento degli obiettivi strategici.

Organizzazione aziendale

La resistenza al cambiamento del personale potrebbe limitare o rallentare il processo di trasformazione in corso nell'azienda. Ulteriori rischi sono il disegno di strutture organizzative non adeguate e la mancata capacità di attrarre e trattenere persone con elevate professionalità.

Prodotto e qualità del prodotto

Incapacità di cogliere i gusti dei consumatori e di offrire prodotti che soddisfano le esigenze di qualità (sia come caratteristiche dei tessuti e dei materiali utilizzati, sia come vestibilità).

Business interruption piattaforma logistica

Calamità naturali possono bloccare la piattaforma logistica di Castrette, l'hub utilizzato per la movimentazione della maggior parte dei flussi di distribuzione.

Cyber threats

I rischi di questo gruppo includono quelli legati alle infrastrutture tecnologiche, alle reti informatiche robotiche e alle comunicazioni. Il rischio di cyber attacchi ai sistemi IT potrebbe compromettere la disponibilità dei sistemi nonché la riservatezza e l'integrità delle informazioni chiave.

Digitalizzazione

L'adozione di tecnologie digitali richiede nuove competenze o significativi sforzi formativi per migliorare le conoscenze del personale esistente.

Sostenibilità

Benetton ha sempre fondato i propri valori sui concetti di sostenibilità e anche in futuro sarà uno dei driver principali della propria strategia di business. Ciò genera opportunità e rischi. Tra i rischi, l'inadeguata gestione di tematiche di sostenibilità potrebbe non soddisfare le aspettative dei clienti con inevitabili ripercussioni sul business.

Rischi finanziari

Rischi più immediatamente percepiti dalle imprese, anche per via dell'implementazione degli International Accounting Standards (IAS), nonché delle richieste di informativa aggiuntiva della normativa nazionale. Ne fanno parte i rischi legati ai tassi di cambio, ai tassi d'interesse, alla controparte e al rischio liquidità.

Rischio cambio

Il rischio maggiormente sentito è quello del tasso di cambio poiché la bilancia valutaria presenta significativi volumi di vendita in euro e significativi volumi di acquisto in dollari americani. Inoltre, nel corso del 2023 si è verificata una notevole fluttuazione di alcune valute (RUB, TRY, INR) relativamente alle vendite in queste country.

Inflazione e tassi di interesse

La ripresa dell'inflazione, iniziata nel corso del 2021 e rimasta su elevati livelli fino a oggi, sta creando le condizioni per un rialzo generalizzato dei costi delle materie prime, dei servizi e dei tassi di interesse, con conseguente possibile calo della profittabilità totale.

Rischi legali e di compliance

Esprimono il rischio derivante dalla mancata conformità a leggi, regolamenti e normativa interna. Gli effetti negativi possono essere sanzioni, penali, ammende, perdite economiche e, nei casi più gravi, danni alla reputazione aziendale con conseguenti perdite, richieste di risarcimento, danni di immagine ecc.

Procedure aziendali

Possibile inadeguatezza delle procedure aziendali che garantiscono il rispetto delle principali normative, italiane e straniere, cui è soggetto il Gruppo. Particolare rilievo assumono le problematiche connesse alle normative sulla sicurezza, all'antitrust e alla privacy.

Compliance fiscale

La presenza internazionale espone il Gruppo a diverse normative fiscali la cui evoluzione potrebbe esporlo a rischi di inadempienza.

Sistema di controllo interno

Modifiche o disallineamenti nell'implementazione del livello del sistema di controllo interno nelle società del Gruppo potrebbero portare a disomogeneità e/o indisponibilità dei dati a supporto dei processi decisionali.

Rischi esterni

Eventi esterni in grado di influire negativamente sull'attività del Gruppo.

Aumento prezzi materie prime, trasporti ed energie

La carenza di materie prime, l'aumento dei costi di alcune di queste, delle energie e dei trasporti potrebbero non essere trasferiti o essere trasferiti solo parzialmente nei listini verso il consumatore, dando luogo a perdite di profittabilità.

Reputazione

Questi sono i rischi che hanno un impatto diretto sul modo in cui il Gruppo è percepito dai suoi stakeholder (clienti, dipendenti, azionisti e fornitori) e dalla società in generale. Tali rischi derivano da una gestione potenzialmente inappropriata delle tematiche riguardanti la responsabilità sociale d'impresa e la sostenibilità ambientale, la responsabilità per la sicurezza dei prodotti, l'immagine aziendale

del Gruppo, anche sui social media, nonché ogni altra potenziale non-conformità normativa che potrebbe avere un impatto sulla reputazione dell'organizzazione.

Instabilità sociale e politica di alcune nazioni

Ritardi nella consegna dei prodotti finiti a causa dell'instabilità politica di alcuni Paesi da cui il Gruppo si approvvigiona.

Variazioni climatiche

Il business del Gruppo è in qualche misura sensibile alle condizioni climatiche. Un inverno eccessivamente mite, per esempio, potrebbe significare minori vendite di prodotti a margine più alto, con effetto negativo sui risultati economici e sulla situazione finanziaria.

Eventi naturali

Eventi naturali di portata significativa che interessano una zona con un'importante presenza della catena di fornitura potrebbero comportare ritardi nelle consegne dei prodotti.

Mâdar (Madre) della piet  2020

Youssef Al Shuwaili

Iraq



10x12 cm ___ Fotografia digitale stampata su tela

Artista iracheno di 23 anni, Youssef Al Shuwaili   immigrato sull'isola di Lesbo, in Grecia, nel febbraio 2018.

Questa fotografia   stata scattata il 15 settembre 2020. Mostra una madre afghana che con il braccio sinistro culla il suo bambino e nella mano destra tiene una granata lacrimogena; l'immagine   stata usata contro di lei dalla polizia greca, dopo che il campo profughi di Moria   stato inghiottito dalle fiamme.

“Ho intitolato questa fotografia M dar (madre in Farsi) della Piet  perch  mi ricorda *La Madonna della Piet *, che raffigura Ges  nelle braccia di sua madre, la Vergine Maria, poco dopo essere stato depresso dalla croce. Una madre che tiene l'amore in una mano e l'odio nell'altra”.



Senza titolo___2020

Salwa Raheen

Afghanistan



10x12 cm___Acrilico su tela

Salwa Raheen vive e lavora a Kabul.

Ha conseguito la laurea in Graphic Design e la specializzazione in Arti Visive e dello Spettacolo. Nel suo lavoro affronta i problemi e le difficoltà riscontrate dalle donne afgane nella società, oltre a sostenere e promuovere la cultura afgana. Con l'attuale governo, non può realizzare o mostrare liberamente le sue opere, ma spera di continuare a praticare l'arte in futuro.



Proteggere dalla pioggia___2015

Paşa İmrek

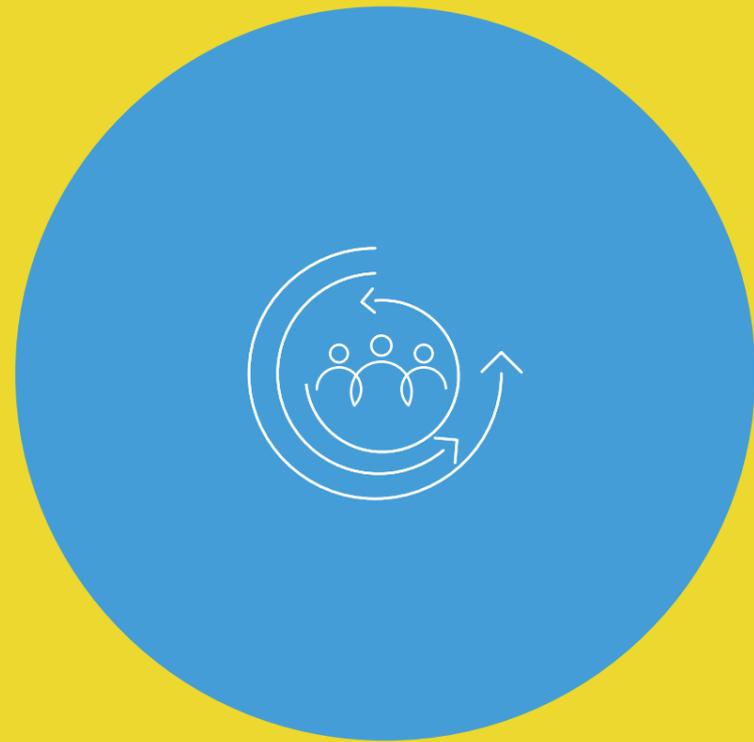
Turchia



12x10 cm___Fotografia su carta archival

Nato nel distretto di Hilvan nella provincia di Sanliurfa, in Turchia, Imrek è un autodidatta nel campo della fotografia, e non ha mai ricevuto una formazione artistica. Le sue foto, realizzate con la sua macchina fotografica analogica attingendo alla vita di strada, riflettono problematiche reali della società. Ha seguito da vicino la guerra siriana e l'ondata migratoria che l'ha accompagnata. Ha documentato il dramma dei rifugiati nelle tendopoli al confine siriano. Si è recato in Siria e ha fotografato quanto è rimasto dopo la guerra di Kobanê. È stato selezionato, nel 2017, per la categoria Fotografia professionale ai Sony World Photography Awards e all'International Photography Grant per il progetto *Kobanê* ed è stato finalista agli Hamdan bin Mohammed bin Rashid Al Maktoum International Photography Awards (HIPA) nel 2022.





Persone

Stare bene per lavorare meglio: questa è la filosofia che ha indirizzato il lavoro strategico della Direzione HR nel corso dell'ultimo anno. Non si tratta di una moda né di un concetto astratto e neppure dell'utopia di un'azienda in cui tutti i collaboratori sono felici in modo assoluto. Si tratta di progettare le modalità di lavoro e interazione all'interno di Benetton Group attraverso le diverse fasi del percorso aziendale: dal recruiting all'on-boarding, dal training alla crescita costante attraverso diversi ruoli e funzioni, con un passaggio continuo e reciproco di competenze. Questo modo di intendere il lavoro sulle risorse umane dell'azienda si è concretizzato in una serie di progetti e iniziative, riassunte nelle pagine seguenti secondo tre sezioni principali: Wellbeing, Diversity & Inclusion e Value Creation.

Wellbeing

__Occuparsi attivamente e concretamente di benessere significa rinnovare le modalità attraverso le quali si organizza e si vive il lavoro di domani – processi, policy, ambiente, spazi comuni, contesto, valori, cultura e leadership – mettendo al centro le persone__

Stefano De Marchi, Chief HR & Organization Officer, Benetton Group

Il benessere aziendale

Per Benetton Group, il concetto di wellbeing si concretizza in una serie di azioni che hanno come obiettivo la cura e lo sviluppo delle persone, la condivisione di finalità e valori comuni e la possibilità di collaborare facendo leva su relazioni positive e gratificanti. In questo senso, ai progetti già in corso come quello sul welfare aziendale, sono state affiancate nuove iniziative, con l'obiettivo di promuovere un ambiente professionale coinvolgente e stimolante, in grado di valorizzare l'operato di ogni collaboratore.

Great Place to Work

Dal 2022, Benetton Group ha intrapreso un percorso di analisi e miglioramento insieme a Great Place to Work, società attiva da oltre trent'anni nel campo della ricerca e consulenza organizzativa. Il modello di ricerca utilizzato mette al centro le persone, analizzando l'azienda e la sua cultura lavorativa attraverso le opinioni e le esperienze dei dipendenti. Si tratta di una tipologia di analisi universale, consolidata in oltre trent'anni di ricerche sulle aziende in tutto il mondo. Per comprendere la percezione in merito alla qualità della vita aziendale e raccogliere eventuali suggerimenti è stata predisposta una survey anonima che nel 2022 ha coinvolto a titolo sperimentale un campione pari al 30% della popolazione aziendale in Italia. I risultati di questa prima survey hanno orientato alcune azioni che si sono concretizzate nel corso del 2023. Per esempio, la costruzione di strumenti

per incentivare la comunicazione interna e l'implementazione di GoodHabitZ, un sistema di formazione caratterizzato da un centinaio di corsi e disponibile a tutti i dipendenti italiani del Gruppo, sia in sede sia in negozio. Nel corso del 2023, inoltre, la survey è stata estesa a tutti i collaboratori del Gruppo, con un tasso di risposta del 76%. I risultati dell'analisi sono in fase di elaborazione e saranno una base per orientare alcune delle attività del 2024.

Progetto Welfare Aziendale

Attivo dal 2015, Benetton per Te è un programma rivolto al benessere dei collaboratori di Benetton Group e delle loro famiglie, con l'obiettivo di migliorare la qualità del work-life balance e della vita in azienda. Il programma comprende un insieme di iniziative organizzate secondo tre aree principali. La prima è relativa ai Flexible Benefit e, a partire da aprile 2024, offrirà l'opportunità a tutta la popolazione aziendale di avvalersi del premio Welfare, legato al raggiungimento degli obiettivi del Gruppo, sotto forma di credito welfare con i benefici fiscali e contributivi previsti dalla normativa. La seconda, riguardante le convenzioni, prevede una serie di sconti presso servizi convenzionati che presto potranno essere visualizzati su un'app dedicata. La terza comprende tutte le iniziative evergreen come la Banca Ore Etica (uno strumento per donare ore di ferie e permessi), il Centro Infanzia Ponzano Children (la scuola per l'infanzia per i figli dei dipendenti), il Piano Sanitario e la Previdenza Integrativa.

Better Inside Better Outside

Nonostante siamo tutti consapevoli dell'importanza di mantenere costante la nostra performance psicofisica, spesso i ritmi della vita quotidiana ce lo impediscono. Per sopperire a questo problema è nato Better Inside Better Outside, un programma che ha l'obiettivo di diffondere in azienda la cultura del benessere e di conseguenza migliorare le performance. Realizzato in collaborazione con il partner BioTekna, il programma ha previsto

l'organizzazione di un incontro ogni due mesi per condividere con i collaboratori metodi e strumenti per prendersi cura del proprio lifestyle e stare bene con se stessi e all'interno di un gruppo di lavoro. A oggi il programma coinvolge i membri del leadership team, i manager del comitato direttivo e i giovani che hanno partecipato e sono parte del programma BYG_Benetton for Young Generations.

Trofeo beach volley

Da sempre Benetton Group coltiva un legame molto forte con il mondo dello sport. Un esempio è il Trofeo Villa Minelli, un torneo annuale di beach volley a cui possono partecipare tutti i dipendenti degli headquarter. Anche nel 2023 è stata un'occasione per praticare attività fisica, stringere nuove amicizie e, soprattutto, divertirsi, coltivando i valori aziendali: collaborazione, sportività e mentalità positiva.

GRI 401-3 Tasso di rientro e di retention dopo il congedo parentale								
	2022				2023			
	Italia	Europa	Resto del mondo	Totale	Italia	Europa	Resto del mondo	Totale
Dipendenti con diritto di:								
Maternità	52	88	27	167	57	55	23	135
Paternità	5	1	8	14	10	3	10	23
Totale	57	89	35	181	67	58	33	158
Dipendenti che hanno goduto di congedo parentale di:								
Maternità	52	84	27	163	57	53	20	130
Paternità	5	1	8	14	10	3	9	22
Totale	57	85	35	177	67	56	29	152
Dipendenti tornati dopo congedo di:								
Maternità	59	74	18	151	43	50	19	112
Paternità	5	1	8	14	10	3	9	22
Totale	64	75	26	165	53	53	28	134
Maternità	113%	88%	67%	93%	75%	94%	95%	86%
Paternità	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Totale	112%	88%	74%	93%	79%	95%	97%	88%
Retention rate - Dipendenti tornati al lavoro dopo congedo parentale, ancora impiegati 12 mesi dopo il ritorno								
Maternità	32	67	10	109	47	38	10	95
Paternità	8	1	5	14	5	1	3	9
Totale	40	68	15	123	52	39	13	104
Maternità	74%	86%	77%	81%	80%	51%	56%	63%
Paternità	80%	50%	63%	70%	100%	100%	38%	64%
Retention rate totale	75%	85%	71%	80%	81%	42%	50%	63%

Alcuni dati del 2022 sono stati rettificati a fronte di un miglioramento nel processo di raccolta.

La comunicazione interna

In un momento di forte cambiamento, la comunicazione interna rappresenta un asset fondamentale per Benetton Group. Partendo da questo presupposto, al termine del 2022 è stata creata all'interno della direzione HR una nuova funzione dedicata a consolidare una cultura aziendale condivisa e aggiornare dipendenti e collaboratori rispetto a progetti e strategie in corso, rendendoli partecipi. Nel primo anno di lavoro ci si è concentrati sullo sviluppo di un mindset orientato alla condivisione delle informazioni attraverso le diverse aree aziendali; a questo proposito, è stata costituita una Redazione Diffusa. Si è anche proceduto a implementare e migliorare i tool necessari a favorire la circolazione dei contenuti: per esempio, è nato il digital magazine *Il Filo Verde*, è stata definita una newsletter mensile di comunicazione interna ed è stata rinnovata la Intranet aziendale utilizzando un nuovo software integrato nell'ecosistema Microsoft365.

__Usate il Digital Magazine, fatene parte, sentitevi coinvolti__

Massimo Renon, Amministratore Delegato, Benetton Group

Digital magazine

Il Filo Verde è un house organ digitale che raccoglie e condivide le storie e le voci del Gruppo, attraverso una modalità snella e coinvolgente.

La grafica di impatto richiama quella di un fashion magazine. I contenuti sono prodotti dalla Redazione Diffusa, su coordinamento del team Comunicazione Interna. Nel corso del 2023 sono stati pubblicati 61 articoli con frequenza bisettimanale, suddivisi in quattro categorie: Mondo Benetton, Persone, In agenda, Stile e Prodotto. Gli articoli sono arricchiti da contenuti multimediali in cui sono raccontati i principali eventi e progetti aziendali. Molti sono corredati da interviste con i protagonisti dei temi trattati, con l'idea di raccontare il dietro le quinte del lavoro aziendale, valorizzando le competenze e le attività di ciascuno.

Nuova Intranet

Nel corso del 2023 la Intranet aziendale è stata rinnovata sia da un punto di vista funzionale che contenutistico. Innanzitutto, si è passati all'applicativo SharePoint, che consente di avere lo strumento integrato all'interno dell'ecosistema Microsoft365, accessibile anche da Teams e con una modalità di consultazione facile e veloce.

La migrazione è stata l'occasione per aggiornare e snellire alcune pagine che, nel corso degli anni, erano diventate obsolete e di difficile accesso. All'interno della nuova Intranet

sono presenti le informazioni e le comunicazioni operative aziendali – dalle policy al menu della mensa – oltre a una sezione news che informa la popolazione aziendale su appuntamenti, eventi ed eventuali aggiornamenti di sistema o di procedure.

Redazione Diffusa: La Redazione Diffusa è l'insieme di stakeholder appartenenti a Direzioni e country diverse, che s'incontra settimanalmente per definire il piano editoriale dei contenuti da pubblicare e condividere sui diversi canali aziendali interni.

Immagine coordinata

La strutturazione di un'identità di Gruppo coerente è un aspetto essenziale per un'azienda complessa e ramificata come Benetton Group. Per questo, nel 2023 sono state riviste e aggiornate le brand identity di United Colors of Benetton e Sisley, con l'intento di offrire ai dipendenti del Gruppo linee guida chiare e precise per comunicare verso l'esterno l'immagine dei marchi.

Le persone in negozio

Da sempre Benetton Group si impegna nel garantire un'esperienza d'acquisto di alta qualità per i propri clienti. Per questo nel 2023 è stata rafforzata la struttura di Retail Training con dei field trainer dedicati all'attività di formazione direttamente all'interno dei negozi e con l'incremento delle competenze di Learning Design che consentono lo sviluppo in house delle attività formative digitali. I corsi vengono erogati attraverso una combinazione, guidata dal

team Retail Training, di webinar online, video coinvolgenti, gaming ed eventi in negozio. Nel corso del 2023, la formazione ha riguardato diversi temi – dal prodotto alla sostenibilità, dai focus commerciali agli strumenti di negozio – ed è stata supportata da una serie di tool

digitali capaci di assicurare un supporto quotidiano e incrementare le singole performance del punto vendita. Tra questi la piattaforma Yoobic, uno strumento facile e intuitivo, accessibile da computer o smartphone, che oggi viene utilizzato da tutta la popolazione dei negozi in Italia e che, in futuro, sarà estesa anche alle country estere. Grazie all'implementazione di Yoobic Learning, sviluppato a partire da inizio maggio e inaugurato a metà settembre in Italia, ogni membro dei team vendita può visualizzare e svolgere corsi costantemente aggiornati e finalizzati al perfezionamento delle proprie capacità di vendita e assistenza clienti. Nel 2024 sarà aggiunta la sezione e-learning anche per l'estero, caratterizzata da contenuti snelli e interattivi, utili al miglioramento nelle vendite e nel rapporto con il cliente.

Selling experience

Benetton Group sta ridisegnando l'esperienza dei clienti degli store United Colors of Benetton in direzione di un modello di servizio adatto a un posizionamento premium, con un maggiore livello di assistenza e interazione con il cliente. Cominciata a maggio 2023, la fase iniziale di ricerca è durata fino a novembre. Nel 2024 si svolgerà una fase pilota che consentirà la misurazione dei primi KPI di progetto, per poter in seguito capire come migliorare il modello, al fine di creare una nuova selling experience che rispecchi ed esprima tutto il valore del rinnovato brand Benetton.

__Creeremo un'esperienza di vendita distintiva e personalizzata in grado di aumentare il tasso di conversione e ispirare il cliente a interagire con lo store__

Martino Boselli, Chief Commercial & Sales Officer, UCB

Relazioni industriali

Un elemento fondamentale per garantire la crescita e il successo delle risorse umane di Benetton Group è il dialogo, che ha l'obiettivo di trovare soluzioni innovative e favorevoli al benessere dei dipendenti e stabilire regole certe per la vita aziendale e lo sviluppo del business, contemperando le esigenze personali di work-life balance e

sostenibilità con quelle dell'azienda. Benetton Group si è sempre distinta per l'elevato grado di confronto con le rappresentanze dei lavoratori, che ha generato nel tempo una serie di Accordi di Secondo Livello (ovvero Contratti Integrativi Aziendali) che hanno aggiunto diritti e regole migliorative rispetto a quanto previsto dalla legge o dalla contrattazione nazionale di settore. L'ultimo in ordine temporale, l'“Accordo per l'innovazione e lo sviluppo 2021–2023”, è il Contratto Integrativo Aziendale del 2021 che ha normato la vita aziendale nell'ultimo triennio. Oggi,

esaurita la sua valenza naturale, ha consegnato alle parti in causa un ricco lascito da sviluppare nelle sedi designate alla contrattazione; sono già iniziati i primi scambi con le rappresentanze sindacali aziendali e territoriali per siglare il nuovo patto per i prossimi tre anni nell'ottica della continuità e dell'aderenza alle esigenze legate allo sviluppo dell'azienda. L'azienda prosegue

così nel solco di una tradizione consolidata di riconoscimento del valore della contrattazione collettiva quale strumento privilegiato per la determinazione delle condizioni contrattuali e per la regolazione dei rapporti tra Direzione aziendale e sindacati. Inoltre, conferma il pieno rispetto di tutti i contratti collettivi nazionali di lavoro gestiti (Tessile SMI, Commercio, Dirigenti ecc.) anche per quanto concerne i periodi di comunicazione per importanti cambiamenti organizzativi. In assenza di Contratti Collettivi Nazionali presso le sedi estere, i rapporti di lavoro sono gestiti rispettando le leggi nazionali, salvo deroghe in senso più favorevole ai lavoratori. A fine 2022 l'azienda ha acquisito tre stabilimenti produttivi siti all'estero. Nel caso di Serbia e Croazia sono state implementate due operazioni di due diligence, che non hanno evidenziato alcuna criticità per la parte HR e relazioni con i dipendenti e hanno sottolineato, in alcuni casi, risvolti positivi a favore dei lavoratori. Per la Tunisia è in essere una operazione di due diligence che si concluderà nel 2024. In Italia sono stati, come di consueto, mantenuti i due momenti annuali di allineamento con i lavoratori.

Salute e sicurezza

Benetton Group si impegna a implementare continue azioni di miglioramento e misure di prevenzione per la gestione degli aspetti riguardanti la salute e la sicurezza dei lavoratori. La valutazione dei rischi e il piano di miglioramento vengono costantemente

aggiornati, con particolare riferimento ai rischi delle attività, del contesto e delle interferenze con ditte impegnate in attività di allestimento, servizio o manutenzione. Gli interventi di formazione di base e aggiornamento, coordinati e/o tenuti dal Servizio Prevenzione e Protezione, vengono somministrati in relazione al ruolo ricoperto e al livello di rischio, in modalità e-learning, videoconferenza, in aula oppure on-the-job, e costituiscono un momento di dialogo e segnalazione mirato alla contestualizzazione e al coinvolgimento attivo di tutti i partecipanti nella cultura della prevenzione. In tutti i percorsi, l'analisi degli infortuni e dei mancati infortuni, i cosiddetti “near misses”, si rivela fondamentale al fine di verificare l'efficacia delle misure di prevenzione messe in atto e di implementare eventuali interventi di miglioramento. Nel 2023 l'impegno del Servizio Prevenzione e Protezione si è concentrato in particolare sulla predisposizione di integrazioni specifiche della valutazione dei rischi e del piano di emergenza e sulla formazione di base e di aggiornamento degli addetti antincendio, in seguito alle variazioni normative e organizzative subentrate, con approfondimento di vari scenari di simulazione pratica in campo prove apposito. In relazione al rischio Covid-19, è stato aggiornato il protocollo condiviso nei luoghi di lavoro monitorando le casistiche e implementando, di volta in volta, le necessarie misure di prevenzione ai sensi della normativa vigente.

Diversity and Inclusion

__Ciò che mi rende orgogliosa del programma e del mio lavoro è poter guardare i miei giovani colleghi crescere professionalmente, acquisire autonomia e sentirli sempre più parte dell'azienda__

Giada Trentin, Training & Development, Benetton Group

Iniziative per l'inclusività di genere
Tra le risorse umane di Benetton Group, la componente femminile è da sempre rilevante in termini numerici. L'azienda promuove un'adeguata rappresentatività femminile nei processi di assunzione e promozione a tutti i livelli di leadership, con crescente attenzione verso i livelli di senior management, favorendo a tal fine buone pratiche di work-life balance. Negli ultimi anni ha messo a sistema alcune iniziative che facilitano l'equilibrio tra vita familiare e impegno lavorativo, con un focus sulle necessità delle dipendenti donne.

Smart working e flessibilità oraria

Nel 2023, i dipendenti di Benetton Group hanno svolto più di 300.000 ore di lavoro in modalità smart working. Previsto dal Contratto

Integrativo Aziendale 2021-2023, lo smart working favorisce l'equilibrio vita-lavoro di individui e famiglie e ha una ricaduta significativa sulla possibilità delle dipendenti donne di perseguire al meglio i propri obiettivi professionali. A questa misura, si affiancano misure di flessibilità oraria, come l'orario flessibile di entrata al lavoro e di pausa pranzo e la possibilità per i genitori con figli in età scolare di svolgere colloqui da remoto con gli insegnanti durante l'orario di lavoro, per un massimo di 15 minuti al giorno.

Baby Gift

Nel corso del 2023 è stata rinnovata l'iniziativa del Baby Gift, un buono regalo per l'acquisto di prodotti della linea Benetton Bambino per festeggiare insieme ai dipendenti che sono appena diventati genitori un'emozione straordinaria come la

nascita di un bebè. Il valore del buono corrisponde a 150 euro per i genitori e 50 euro per i nonni.

Le generazioni in azienda
Un'azienda che guarda al domani deve mettere al centro i giovani. Nel corso del 2023, Benetton Group ha portato avanti una serie di progetti e attività volti a incrementare il suo potere attrattivo come prospect employer, favorire il ricambio generazionale, accogliere al meglio le nuove leve e offrire maggiori opportunità di crescita interna. Queste iniziative si inseriscono in una cultura aziendale che da sempre celebra le nuove generazioni e il confronto tra culture diverse come motore di innovazione.

Universities Outreach

Benetton Group collabora con più di 22 università e istituti. Nel corso del 2023, i Career Day organizzati dall'azienda hanno coinvolto, sia online sia in presenza, 15 università, tra cui: IUAV e Ca' Foscari di Venezia, H-Farm, Università di Padova e Verona, IED di Milano e TAG. Nel 2023, inoltre, hanno preso avvio gli "In-House Career Day", durante i quali gli studenti sono invitati nella sede di Castrette per visitare l'azienda, conoscere da vicino il mondo del lavoro ed entrare in contatto con le diverse funzioni aziendali. Presso altri istituti partner è stata avviata una serie di challenge: l'azienda assegna un briefing agli studenti su un focus specifico o su una determinata area aziendale, dal design all'e-business;

in seguito si mette in ascolto delle proposte degli studenti, offrendo un feedback e un premio per il lavoro più interessante. Sempre nel corso del 2023, Benetton Group ha erogato due borse di studio agli studenti di H-Farm College in un percorso dedicato al digital.

Warm Up Internship Program

Nel febbraio 2022, Benetton Group ha formalizzato Warm Up, un programma che si pone l'obiettivo di accogliere giovani studenti, laureandi e neolaureati interessati a intraprendere un percorso formativo o di crescita professionale in azienda. I giovani che entrano in azienda ricevono una formazione a 360°: da un lato, sono seguiti da un tutor di riferimento per acquisire le competenze del mestiere e sviluppare le cosiddette hard skill; dall'altro, possono accedere al Benetton Warm Up Training Program, un piano di formazione in aula finalizzato a conoscere meglio la cultura aziendale e sviluppare le proprie soft skill. Il programma Warm Up prevede momenti sia di mentoring sia di reverse mentoring, per creare uno scambio continuo di know-how ed esperienze tra i nuovi arrivati e coloro che fanno parte dell'azienda da tempo. Al fine di facilitare l'accesso al programma di risorse provenienti da tutto il territorio italiano, i giovani stagisti hanno la possibilità di usufruire per il periodo di stage di residenze condivise. Dei 64 stagisti accolti nel corso del 2023, 31 sono stati poi confermati con un contratto di

GRI 403-9 Infortuni sul lavoro		2022						2023	
	u.m.	Italia	Europa	Resto del mondo	Totale	Italia	Europa	Resto del mondo	Totale
Dipendenti									
Ore lavorate	h.	3 254 863	3 771 432	3 316 774	10 343 069	3 448 006	3 955 895	3 020 356	10 424 257
Numero di infortuni	n.	15	61	4	80	12	42	4	58
di cui in itinere	n.	-	11	-	11	1	12	-	13
di cui con gravi conseguenze	n.	-	1	-	1	-	-	-	-
Numero di fatalità	n.	1	-	-	1	-	-	-	-
Tasso di fatalità	%	0,31	-	-	0,10	-	-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	%	-	0,27	-	0,10	-	-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro	%	4,61	16,17	1,21	7,73	3,48	10,62	1,32	5,56
Lavoratori non dipendenti									
Ore lavorate	h.	233 367	-	46 108	279 475	291 835	20 086	5 329 130	5 641 051
Numero di infortuni	n.	7	-	-	7	5	-	-	5
di cui in itinere	n.	-	-	-	-	-	-	-	-
di cui con gravi conseguenze	n.	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	%	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro	%	30,00	-	-	25,05	17,13	-	-	0,89

Alcuni dati del 2022 sono stati rettificati a fronte di un miglioramento nel processo di raccolta.

Gli incidenti riportati (infortuni registrabili), in accordo con le procedure interne di Benetton, sono quelli che hanno causato un allontanamento dal posto di lavoro superiore alle 24 ore. Le principali tipologie di infortuni riguardano lo spostamento da/verso la sede di lavoro con trasporto gestito dall'organizzazione, gli spostamenti interni e la movimentazione delle merci.

GRI 403-10 Malattie professionali		2023	
	unit	Dipendenti	Lavoratori non dipendenti
Malattie professionali registrabili		1	-
Decessi (malattie legate al lavoro)		-	-



apprendistato. Nelle quattro edizioni finora realizzate, il Warm Up Internship Program ha visto la partecipazione di circa 125 giovani, con un tasso di conversione in contratti di apprendistato del 66%. Per il futuro, l'azienda sta lavorando al progetto Warm Up 2.0.

BYG_Benetton for Young Generations

Il ricambio generazionale e nuove competenze sono processi chiave per lo sviluppo di ogni organizzazione. Queste sono le premesse del percorso di BYG_Benetton for Young Generations, il percorso di formazione e sviluppo dedicato ai giovani under 32, che nel corso del 2023 è arrivato alla sua seconda edizione. Il programma ha una durata di circa otto mesi e

prevede la partecipazione di colleghi sia presso gli headquarter che presso la rete negozi, in Italia e all'estero. I giovani coinvolti sono scelti dai responsabili di business, considerando criteri oggettivi quali l'età, la seniority in azienda, la performance positiva e la conoscenza della lingua inglese. A questi si aggiunge la valutazione di caratteristiche distintive del talento, come motivazione alla crescita, possesso di capacità comunicative e relazionali, flessibilità, proattività, energia ed entusiasmo, curiosità e apertura al cambiamento. BYG_Benetton for Young Generations si basa su tre pilastri:

- Explore, per conoscere sé stessi, delineare lo sviluppo di competenze ed esplorare possibili scenari professionali;

- Experience, per costruire il percorso professionale attraverso l'esperienza sul campo, la conoscenza dei mestieri aziendali e una relazione privilegiata con il management;
- Excellence, per accrescere le competenze manageriali grazie a un percorso formativo esclusivo in partnership con CUOA Business School e un programma di allenamento e monitoraggio della performance psicofisica, in partnership con BioTekna.

Fabrica

A partire dalla sua fondazione nel 1994, Fabrica, il centro di ricerca di Benetton Group, si è affermato come un luogo unico che permette di coniugare, in un contesto cross-culturale e multidisciplinare, la crescita

personale con l'affinamento delle competenze professionali. Nel corso del 2023, il programma educativo di Fabrica ha accolto 35 giovani provenienti da 26 diversi Paesi. Nel corso di trent'anni di attività, Fabrica ha intrecciato un network di più di 800 Alumni provenienti da 80 Paesi, tra cui designer, artisti, ricercatori, fotografi, videomaker, registi, musicisti, scrittori, giornalisti e creativi a tutto tondo, una Babele di culture e linguaggi, sensibilità e stili diversi.

Collaborazione continua
Inclusione in azienda significa anche costruire un ambiente di lavoro in cui gli scambi di idee e competenze tra persone appartenenti a diversi ruoli, funzioni e sedi lavorative sono incoraggiati e favoriti. Per questo, nel 2023, Benetton Group ha attivato o dato continuità a una serie di progetti.

Leading Across Generations

Leading Across Generations è il progetto di Benetton Group per accrescere la capacità dei leader di trattenerne, valorizzare e sviluppare giovani talenti. Obiettivo finale del progetto è la gestione di diverse generazioni con diversi bisogni e aspettative. I tre pilastri sono:

- Explore: per esplorare il proprio stile manageriale e poter organizzare un action plan che valorizzi i punti di forza di ogni singolo collaboratore (360° Feedback – Profilo Individuale);
- Experience: un percorso formativo che pone al centro la conoscenza e l'esperienza, sviluppando cinque abilità funzionali alla gestione e alla crescita dei talenti;
- Excellence: momenti di connessione

e collaborazione tra manager e giovani colleghi, secondo la metodologia del reverse mentoring. L'ente di formazione che supporta Benetton Group nel progetto Leading Across Generations è Infinity.

Employee Value Proposition

Nel corso del 2023, Benetton Group ha avviato un processo di ridefinizione della propria Employee Value Proposition, con l'obiettivo di migliorare la comunicazione del valore aziendale ai talenti interni ed esterni. Nel processo è stato coinvolto un campione rappresentativo della popolazione aziendale in Italia, sia in sede sia negli store, che ha potuto partecipare attraverso una serie di strumenti come una survey online, due workshop di co-creazione e una serie di interviste al top management. Il processo ha favorito l'interazione e la condivisione tra neoassunti e persone che sono in azienda da molto tempo. Il risultato del lavoro è stato poi riorganizzato all'interno di un testo che raccoglie i diversi punti di vista emersi nel corso del processo e mette in evidenza la necessità di trovare un equilibrio tra la dimensione di heritage

dell'azienda e quella orientata al futuro, in un momento di forte trasformazione per Benetton Group.

“45 Minutes With”

A maggio 2023, Benetton Group ha dato inizio a “45 Minutes With”, un nuovo format concepito per valorizzare le risorse e le competenze interne e diffondere la cultura aziendale. Si tratta di un appuntamento mensile che ha luogo nella giornata di venerdì – quando la maggior parte della popolazione aziendale è in smartworking – a cui si connettono colleghi di sede e di store. L'obiettivo è creare un'occasione di condivisione, scoperta e coinvolgimento, tramite la valorizzazione dei progetti, premiando la partecipazione con la consegna di gift brandizzati e alcuni momenti di Q&A. Fino a oggi sono state organizzate sei sessioni a cui hanno partecipato oltre 500 persone, con interventi di diverse figure aziendali – esperte in campi eterogenei come la sostenibilità, lo stile, la creatività, l'educazione e la pubblicità – e alcuni professionisti esterni all'azienda.

Employee Value Proposition: L'Employee Value Proposition è un insieme di promesse. Chiarisce ciò che i dipendenti e i candidati possono aspettarsi di ricevere da un'azienda e ciò che possono dare in cambio a essa. L'Employee Value Proposition fornisce la motivazione alle persone, aiuta a rispondere a domande come: perché dovrei entrare in questa azienda? Perché dovrei rimanere? Perché dovrei continuare a impegnarmi nel lavoro?

GRI 404-1 Ore medie di formazione per dipendente per anno							
Ore di formazione		2021		2022		2023	
	u.m.	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Manager							
Totale erogate	Ore	34		130		413	
Per dipendente	Ore/dipendente	1		3		10	
di cui a:	Ore/dipendente	1	3	3	5	10	12
White collar							
Totale erogate	Ore	33 970		28 291		29 063	
Per dipendente	Ore/dipendente	5		4		4	
di cui a:	Ore/dipendente	4	5	5	4	5	4
Blue collar							
Totale erogate	Ore	271		719		1 374	
Per dipendente	Ore/dipendente	1		3		9	
di cui a:	Ore/dipendente	1	1	3	3	9	8
Benetton Group							
Totale erogate	Ore	34 275		29 140		30 850	
Per dipendente	Ore/dipendente	5		4		4	
di cui a:	Ore/dipendente	4	5	5	4	6	4

Remuneration

Il contributo di ciascun collaboratore è fondamentale nella crescita di Benetton Group; per questo il Gruppo si impegna a definire politiche di remunerazione adeguate, eque e in linea con le leggi nazionali e con la contrattazione collettiva. I programmi di incentivazione sono costruiti sulla base di criteri di trasparenza e competitività.

Incentivazione manageriale

Anche nel 2023 è stato attivato il piano di incentivazione manageriale di breve periodo (MBO – Management by Objectives) che prevede l'erogazione di incentivi economici ai manager che raggiungono specifici obiettivi aziendali coerenti con la strategia aziendale. Oggi il piano è attivo in 17 Paesi e coinvolge circa

150 manager, il 30% dei quali opera all'estero. La struttura e i meccanismi di funzionamento del piano prevedono obiettivi legati sia alle performance economico-finanziarie sia alle performance individuali, al fine di orientare i comportamenti a un efficace conseguimento dei risultati del business. Rimane confermato il piano di incentivazione triennale 2021-2023 (LTIP – Long Term Incentive Plan) rivolto ad alcune posizioni manageriali chiave, operanti sia in Italia che all'estero. L'obiettivo è quello di focalizzare il Top Management sui KPI di business di medio-lungo periodo previsti nel Business Plan 2021-2023 al fine di garantire la sostenibilità della performance economico-finanziaria del Gruppo.

La struttura e i KPI dei piani di incentivazione a breve e lungo

termine sono stati oggetto di esame e valutazione da parte del Comitato Risorse Umane e Remunerazione e sottoposti successivamente al Consiglio di Amministrazione per approvazione finale.

Reward - Senior Manager

Tutte le proposte di assunzione e di nomina dei dirigenti di Benetton Group sono state accuratamente discusse dal Comitato Risorse Umane e Remunerazione, e successivamente approvate dal Consiglio di Amministrazione.

SM Mapping

Nel corso del 2023 è continuato il processo di mappatura della performance della rete retail con l'obiettivo di avere una fotografia sempre aggiornata della popolazione

manageriale in un contesto in continua evoluzione. Le finalità sono: individuare le potenzialità della rete e costruire piani di sviluppo, efficaci e condivisi, per affrontare il turnover e le necessità organizzative; conoscere le criticità per definire le corrette modalità di supporto o di gestione.

Incentivazione delle vendite

Nel 2023 la struttura dei piani di incentivazione rivolti al team commerciale è stata confermata, così come delineato nel corso dell'anno precedente. I KPI di misurazione sono stati assegnati seguendo una logica di coerenza tra ruolo, canale e geografia seguiti per cogliere il contributo di ciascuno ai risultati di business.

Value Creation

Le comunità locali

Il campus di Benetton Group comprende tre sedi, situate in un raggio di dieci chilometri l'una dall'altra, in un'area densamente popolata in provincia di Treviso. Da decenni, l'azienda è uno tra i principali datori di lavoro del territorio e si sforza di influire in modo positivo sulla vita delle comunità che lo abitano, tramite una serie di progetti e iniziative che vanno da Ponzano Children alle attività di Fabrica e dell'Archivio.

Ponzano Children

Ponzano Children è un centro per l'infanzia che accoglie cinque sezioni di età eterogenee, di cui due sezioni di Nido, una di Nido-Scuola e due di Scuola dell'Infanzia, per un numero complessivo di circa 100 bambini dai nove mesi ai sei anni d'età. Dalla sua fondazione nel 2008, Ponzano Children accoglie sia i figli dei dipendenti di Benetton Group sia i bambini della comunità di Ponzano Veneto, favorendo un dialogo tra l'azienda e il territorio e garantendo un servizio educativo di eccellenza alle famiglie che vivono vicino all'azienda. Ospitato in un edificio realizzato dall'architetto spagnolo Alberto Campo Baeza, Ponzano Children pone al centro la relazione e la ricerca, il benessere del bambino e della comunità, secondo l'esperienza dei nidi e delle scuole d'infanzia di Reggio Emilia.

XXII Settimana della Cultura d'Impresa

Promossa da Confindustria e

organizzata da Museimpresa, la Settimana della Cultura d'Impresa organizza ogni anno in tutto il territorio italiano una serie di eventi volti a condividere il patrimonio culturale custodito dai musei e dagli archivi delle imprese. In occasione della XXII edizione – intitolata “La persona al centro dello sviluppo sostenibile. L'anima dell'impresa consapevole” – l'Archivio Benetton ha aperto le porte al pubblico il giorno 11 novembre per condividere le tappe principali della storia dell'azienda, con un focus sul rispetto per l'ambiente e per le persone. Oltre alla visita dell'Archivio, gli ospiti hanno partecipato anche a un incontro con la funzione Sostenibilità, che ha illustrato l'attuale strategia di sostenibilità di Benetton Group, orientata all'idea di un'evoluzione continua e in armonia con il pianeta. Inoltre, nel percorso di visita è stata esposta una selezione storica di riviste, campagne pubblicitarie e iniziative di comunicazione dedicate ai temi dell'ecologia, della crisi energetica, dell'emergenza rifiuti, del benessere animale e della transizione climatica.

Mostre-evento a Fabrica

Curato dal filmmaker spagnolo Carlos Casas, il programma culturale di Fabrica è caratterizzato da un fitto calendario di incontri e workshop creativi con esperti e professionisti internazionali, gratuiti e aperti al pubblico. Nel corso del semestre di residenza, i giovani artisti di Fabrica sviluppano un lavoro di ricerca che confluisce in una mostra finale su un tema di interesse sociale. Nel luglio 2023, la mostra-evento *Monument to Dust* ha esplorato

il concetto di arcaico attraverso installazioni, fotografie, video, sculture, reading, proiezioni, live drawing e performance. Oltre 500 persone hanno partecipato all'evento.

Venezia Fabrica Futura

Venezia Fabrica Futura è un laboratorio eco-critico su Venezia, allestito da Fabrica presso il Complesso dell'Ospedaletto a Venezia da maggio a ottobre 2023. Partendo dalla sua sede, Fabrica si è spostata nella città lagunare per esplorare futuri alternativi già presenti nel suo complesso ecosistema. Tra i lavori esposti, una serie di progetti multimediali realizzati dai giovani creativi del centro, insieme a presentazioni, degustazioni, concerti, proiezioni e performance con ospiti internazionali. Il laboratorio è stato inaugurato il 19 maggio alla presenza di 700 ospiti ed è proseguito in giugno in occasione di Art Night Venezia e

a ottobre in occasione di Biennale Musica 2023.

Merry Fabrica

Sabato 16 e domenica 17 novembre 2023 ha avuto luogo la sesta edizione dell'evento natalizio di Fabrica, che negli anni è diventato un appuntamento fisso per chi cerca un'esperienza diversa, all'insegna di shopping, workshop, musica, street food e creatività. Oltre all'area market con più di 70 maker selezionati, la maggior parte dei quali residenti sul territorio, il programma ha incluso anche una serie di attività culturali, tra cui un laboratorio di robotica, un workshop di ricamo creativo, una lettura-spettacolo per bambini, un workshop di tecniche di stampa, un laboratorio di rilegatura giapponese e due performance musicali. Oltre 6 000 persone hanno partecipato all'evento.

__Merry Fabrica non è solo un'occasione di shopping. È un'esperienza a 360°. La location è fantastica. C'è cultura, con eventi gratuiti organizzati per il pubblico. Ci sono i momenti conviviali con il cibo dei food truck e il concerto serale__

Daniela Mesina, Creative Production Manager, Fabrica

GRI 405-2 Rapporto del salario base e della remunerazione tra uomini e donne - Italia						
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Sedi	Rapporto salario			Rapporto remunerazione		
Dirigenti *	-	-	85%	-	-	74%
Quadri **	98%	98%	98%	96%	96%	94%
Impiegati	92%	90%	89%	92%	90%	88%
Operai	98%	95%	92%	98%	95%	93%
Negozi	Rapporto salario			Rapporto remunerazione		
Quadri	117%	117%	116%	117%	127%	122%
Impiegati	87%	87%	89%	86%	84%	86%

(*) La categoria dei dirigenti comprende solo i Senior Manager. Il rapporto 2021-2022 non viene esposto in quanto la numerosità delle donne nel campione dei Senior Manager rende l'indice non rappresentativo.

(**) Negli store il dato Quadri riflette pochi partecipanti e dunque è soggetto a grande variabilità in caso di un minimo turnover.

GRI 2-21 Rapporto sulla retribuzione totale annuale		
Anno	Rapporto di retribuzione totale annuale	Variazione del rapporto di retribuzione totale annuale
2021	32,82	-3,0
2022	45,45	220,5
2023	63,47	29,72

Nel triennio, l'AD è la persona che riceve la retribuzione maggiore.



Catena di fornitura

In ottica di creazione di valore presso tutti i territori in cui opera, direttamente e indirettamente, Benetton Group si impegna a garantire il rispetto dei diritti umani e dei lavoratori lungo tutta la catena di fornitura.

Scelta dei fornitori

Benetton Group sceglie i fornitori basandosi sia su criteri di qualità e competitività dei prodotti offerti sia sul rispetto di principi sociali, etici e ambientali. Nel 2023 è proseguito il processo di avvicinamento delle attività produttive all'Italia, una scelta più sostenibile dal punto di vista ambientale che permetterà di integrare e ottimizzare le piattaforme già esistenti in Europa, rispondendo al contempo alle richieste di consumatori sempre più consapevoli. La lista dei fornitori attivi dislocati in tutto il mondo è sempre disponibile sul sito di Benetton Group: www.benettongroup.com/sustainability/supply-chain/.

Codice di Condotta

Fondato sul rispetto dei diritti umani e sulla salvaguardia dell'ambiente, il Codice di Condotta mette in pratica le normative internazionali più rilevanti, in particolare le Linee Guida su Imprese e Diritti Umani delle Nazioni Unite del giugno 2011 e la Comunicazione della Commissione Europea per una rinnovata strategia sulla responsabilità sociale d'impresa dell'ottobre 2011. Chiunque abbia relazioni d'affari con Benetton Group deve attenersi al Codice di Condotta: per renderlo più comprensibile e supportare i fornitori

nell'implementazione operativa dei suoi requisiti, il documento è disponibile sul sito in diverse lingue, insieme alle Guidelines for Benetton Group Code of Conduct for Manufacturers, che esplicitano le aspettative di Benetton Group relativamente a condizioni di lavoro sicure e rispetto dei diritti dei lavoratori e dell'ambiente fornendo soluzioni operative ed esempi pratici.

Higg FSLM

Come membro di Cascale, la più grande alleanza internazionale per la produzione sostenibile di cui fanno parte molti marchi della moda e del tessile, nel 2023 Benetton Group ha proseguito nell'utilizzo dell'Higg Facility Social and Labor Module (FSLM), come strumento per la misurazione della performance sociale dei propri fornitori. Il modulo ha l'obiettivo di verificare e promuovere condizioni di lavoro eque e sicure lungo la catena di fornitura e di valutare l'efficacia dei sistemi di gestione in ambito sociale, in linea con quanto stabilito nel Codice di Condotta e dai più importanti standard del settore. Benetton Group intende garantire e dimostrare il rispetto dei diritti umani dei propri lavoratori diretti e indiretti, ma anche collaborare attivamente con altri brand, fornitori, rappresentanti dei lavoratori e associazioni al fine di definire un comune standard per valutare gli impatti sociali e monitorare i progressi nell'assicurare condizioni di lavoro sicure e rispettose. Rispetto a uno strumento proprietario, il modulo Higg FSLM offre l'opportunità di ridurre lo sforzo legato all'attività di audit, consentendo di concentrare le

risorse in azioni di miglioramento e di garantire la comparabilità dei dati. In tal senso, i contenuti del modulo Higg FSLM riprendono il framework del Social & Labour Convergence Program (SLCP), iniziativa multi-stakeholder che mira a sviluppare una soluzione sistemica al proliferare di audit sociali, creando un comune strumento di valutazione (Converged Assessment Framework – CAF). Il modulo Higg FSLM è richiesto a tutti i produttori di capi finiti (tier 1) con particolare attenzione a quelli situati in zone dove il rispetto dei diritti umani e dei lavoratori è considerato più a rischio. Come primo step, i fornitori devono compilare un self-assessment, in seguito sottoposto a verifica in loco da parte di una società di audit riconosciuta a livello internazionale e qualificata come Verifying Body. La verifica ha lo scopo di controllare l'accuratezza delle informazioni trasmesse e di registrare le risposte corrette nel caso di dati mancanti o errati. Poiché lo strumento è focalizzato non solo sull'individuazione delle non-conformità, ma anche sul monitoraggio del sistema di gestione delle tematiche sociali e delle condizioni di lavoro, le verifiche sono svolte in modalità annunciata o semi-annunciata. Infine, il fornitore ha l'opportunità di condividere il modulo nella piattaforma chiamata Wordly con i diversi stakeholder (brand, retailer, altri confezionisti). Benetton Group è molto sensibile alla tutela dei diritti umani e aggiorna periodicamente l'analisi dei rischi potenziali relativi a tematiche quali il lavoro minorile e forzato. Tutti i fornitori, inclusi quelli

dislocati nei territori dell'Unione Europea – dove non sono stati identificati rischi significativi poiché la normativa garantisce adeguatamente i diritti dei lavoratori e i controlli di conformità dei diversi enti preposti sono considerati efficaci – sono stati sottoposti a verifica di terza parte in loco, laddove disponibile. Il modulo Higg FSLM è richiesto annualmente a tutti i produttori di capi finiti, con l'aspettativa di un miglioramento della loro performance anno dopo anno. In tal senso, Benetton Group effettua un monitoraggio del processo di rimedio attraverso la richiesta di piani correttivi aggiornati e supportati da evidenze della risoluzione delle non-conformità a cadenze periodiche. Inoltre, si impegna a offrire programmi di capacity building ai fornitori, in una logica di miglioramento continuo. Nel 2023, per quanto riguarda gli impatti sociali, sono stati complessivamente valutati 247 produttori di capo finito. Tra quelli risultati non conformi ai requisiti minimi richiesti, circa il 50% ha intrapreso un processo di correzione delle non-conformità, mentre quattro rapporti commerciali sono stati chiusi. Benetton Group si impegna e lavora anche per un progressivo allargamento del perimetro delle attività di misurazione e valutazione della performance sociale sulla sua catena di fornitura. Nel 2023 sono stati valutati 65 fornitori coinvolti in processi a umido (i.e. wet process) del secondo tier.

Non-discriminazione e libertà di associazione

Benetton Group crede che ogni impresa debba impegnarsi a rifiutare qualsiasi forma di discriminazione, garantendo un trattamento equo

e rispettoso delle persone in ogni circostanza. Nel 2023, tramite il meccanismo del Whistleblowing, sono state ricevute due segnalazioni relative a episodi di discriminazione, risolte positivamente. Inoltre, sono

stati identificati sette casi di assenza di una rappresentanza dei lavoratori. Le altre non-conformità individuate riguardano aspetti procedurali e di scarsa familiarità dei lavoratori con gli organi di rappresentanza.

	2021	2022	2023
GRI 414-1 Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali			
Numero totale di nuovi fornitori	55	98	53
di cui:			
Fornitori sottoposti a valutazione rispetto al loro impatto sociale	22	59	31
Percentuale di nuovi fornitori sottoposti a valutazione rispetto al loro impatto sociale	40%	60%	59%
GRI 414-2 Impatti sociali negativi lungo la catena di fornitura e azioni intraprese			
Numero totale di fornitori	547	536	410
di cui:			
Fornitori sottoposti a valutazione rispetto al loro impatto sociale	235	263	247
Fornitori identificati come aventi significativi impatti sociali negativi, reali e potenziali in relazione alla società	38	21	8
Fornitori identificati come aventi significativi impatti sociali negativi, reali e potenziali in relazione alla società con i quali sono state concordate azioni di miglioramento per mitigare gli impatti sociali	26	12	4
Percentuale di fornitori identificati come aventi significativi impatti sociali negativi, reali e potenziali in relazione alla società con i quali sono state concordate azioni di miglioramento per mitigare gli impatti sociali	68%	57%	50%
Fornitori identificati come aventi significativi impatti sociali negativi, reali e potenziali in relazione alla società con i quali i rapporti sono stati chiusi a seguito di valutazione	12	9	4
Percentuale di fornitori identificati come aventi significativi impatti sociali negativi, reali e potenziali in relazione alla società con i quali i rapporti sono stati chiusi a seguito di valutazione	32%	43%	50%

International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry

A novembre 2023, Benetton Group ha sottoscritto il nuovo International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry, attraverso cui i brand e i sindacati internazionali hanno rinnovato per ulteriori tre anni l'impegno preso a seguito di quella che viene universalmente ricordata come "la tragedia del Rana Plaza". Il documento funge da contratto quadro per l'attuazione dei programmi di sicurezza specifici per Paese (CSSP), attualmente in Bangladesh e Pakistan, nonché di eventuali programmi futuri in altri Paesi produttori di abbigliamento. L'Accord, di cui Benetton Group è stato tra i primi firmatari, è un'iniziativa indipendente a cui aderiscono circa 150 aziende operanti nel campo dell'abbigliamento in tutto il mondo e che coinvolge anche i sindacati internazionali, l'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) e varie organizzazioni non governative. Sviluppato per rendere sicuri tutti gli stabilimenti di produzione di

abbigliamento, dopo gli esiti positivi del programma in Bangladesh, il nuovo Accord prevede una progressiva espansione territoriale. Grazie allo svolgimento di ispezioni indipendenti, all'attività formativa offerta, alla richiesta di trasparenza della catena di fornitura e al vincolo legale del contratto, l'Accord contribuisce a garantire la sicurezza di milioni di lavoratori del settore tessile. I punti principali dell'accordo includono:

- un programma di ispezioni indipendenti supportato dalle aziende firmatarie, in cui sono coinvolti i dipendenti e le associazioni sindacali;
- la comunicazione trasparente dell'elenco degli stabilimenti produttivi, dei report di ispezione e dei piani di azioni correttive;
- l'impegno da parte delle aziende firmatarie ad assicurare l'effettiva implementazione dei piani di azioni correttive e a mantenere relazioni commerciali continuative;
- l'istituzione di comitati per la salute e la sicurezza democraticamente eletti in tutte le fabbriche per identificare i principali rischi legati alla salute e sicurezza dei lavoratori;

- la valorizzazione dei lavoratori attraverso un programma di formazione a largo spettro;
- l'implementazione di meccanismi di reclamo e il diritto di rifiutare lavori in condizioni non sicure.

Progetto EIS

Nel 2023 Benetton Group ha aderito al progetto EIS – Employment Injury Scheme – promosso dall'International Labour Organisation (ILO) in Bangladesh e volto a proteggere i lavoratori dal rischio di cadere in povertà a seguito di incidenti, malattie o decessi conseguenti all'attività lavorativa. Grazie al contributo volontario dei brand aderenti, è possibile garantire il pagamento di una compensazione integrativa a tutela dei lavoratori, che sarà progressivamente inclusa nella retribuzione regolare.

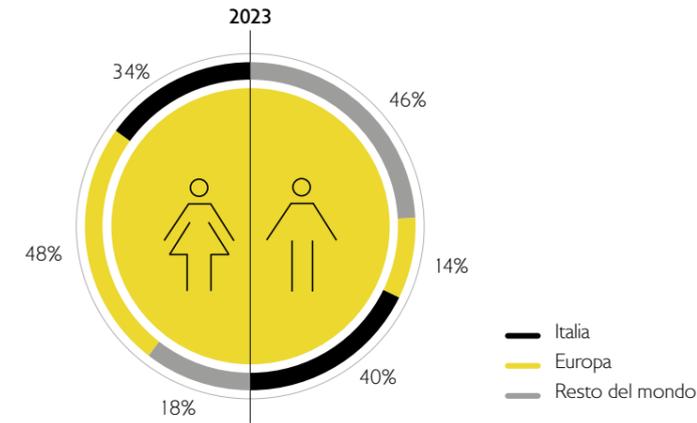
I progetti in India

Nel corso del 2023, Benetton India ha raccolto quasi 33 000 capi di qualità per donarli alle famiglie bisognose nella regione di Delhi e Gurgaon, attraverso l'intermediazione di ONG locali tra cui Goonj, Ashish Foundation

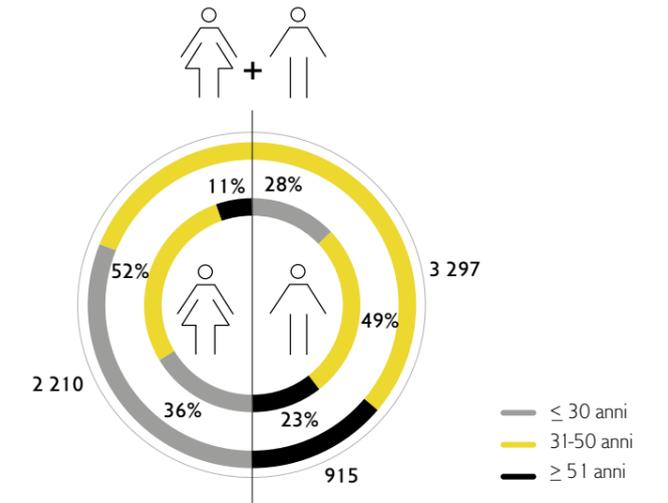
e Sapno Ke Pankh. L'impegno di Benetton India nella distribuzione dei capi nel villaggio di Chamanpura, in partnership con l'ONG Mera Parivar, è stato pubblicamente riconosciuto dalle autorità locali. A dicembre 2023 Benetton India, in collaborazione con la fondazione MediHelp, ha inoltre organizzato un campo di screening oculistico, presso i locali della fondazione The Earth Saviors nel villaggio di Mandawar - Gurugram. Durante il campo sono stati offerti esami oculistici computerizzati condotti da chirurghi oculisti qualificati, e distribuite prescrizioni personalizzate, insieme a colliri essenziali e occhiali potenziati, a beneficio di 100 persone.

BENETTON GROUP: RIPARTIZIONE DEI DIPENDENTI 2023

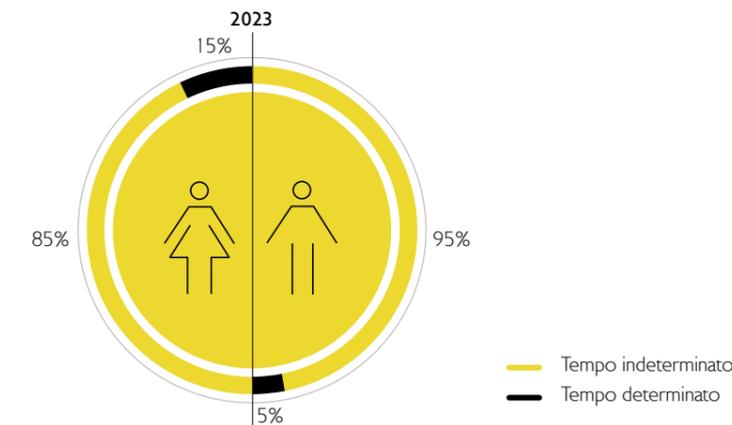
• per area geografica



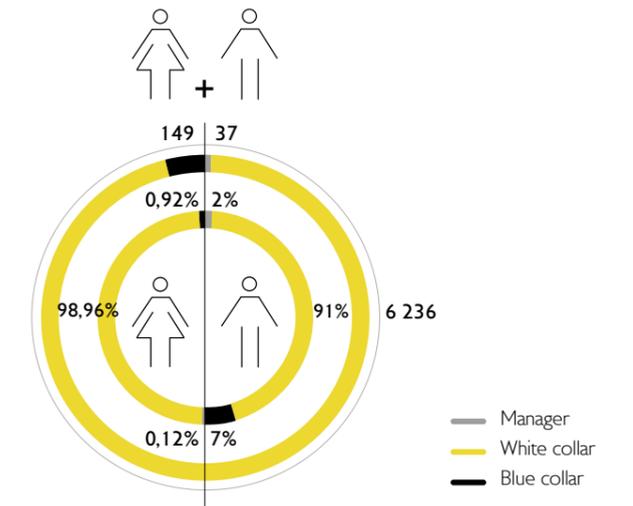
• per età



• per tipo di contratto

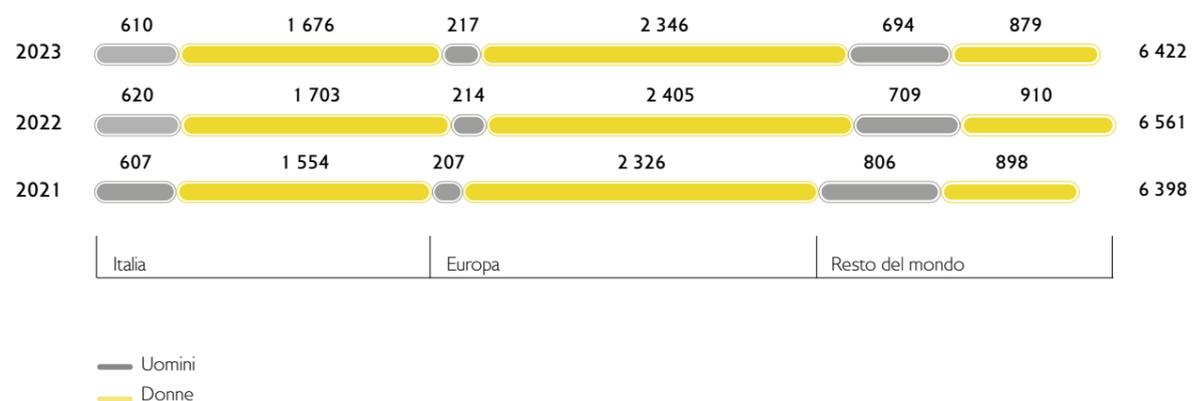


• per categoria





DIPENDENTI PER AREA GEOGRAFICA



GRI 2-7 Informazioni sui dipendenti per tipologia di contratto									
Tipo di contratto	2021			2022			2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indeterminato	1 544	3 983	5 527	1 496	4 245	5 741	1 445	4 165	5 610
Determinato	76	795	871	47	773	820	76	736	812
Altri	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	1 620	4 778	6 398	1 543	5 018	6 561	1 521	4 901	6 422
Durata di lavoro									
Full time	1 452	2 842	4 294	1 370	2 897	4 267	1 297	2 650	3 947
Part time	168	1 936	2 104	173	2 121	2 294	224	2 251	2 475
Altri	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	1 620	4 778	6 398	1 543	5 018	6 561	1 521	4 901	6 422

GRI 405-1 Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti in base a genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità

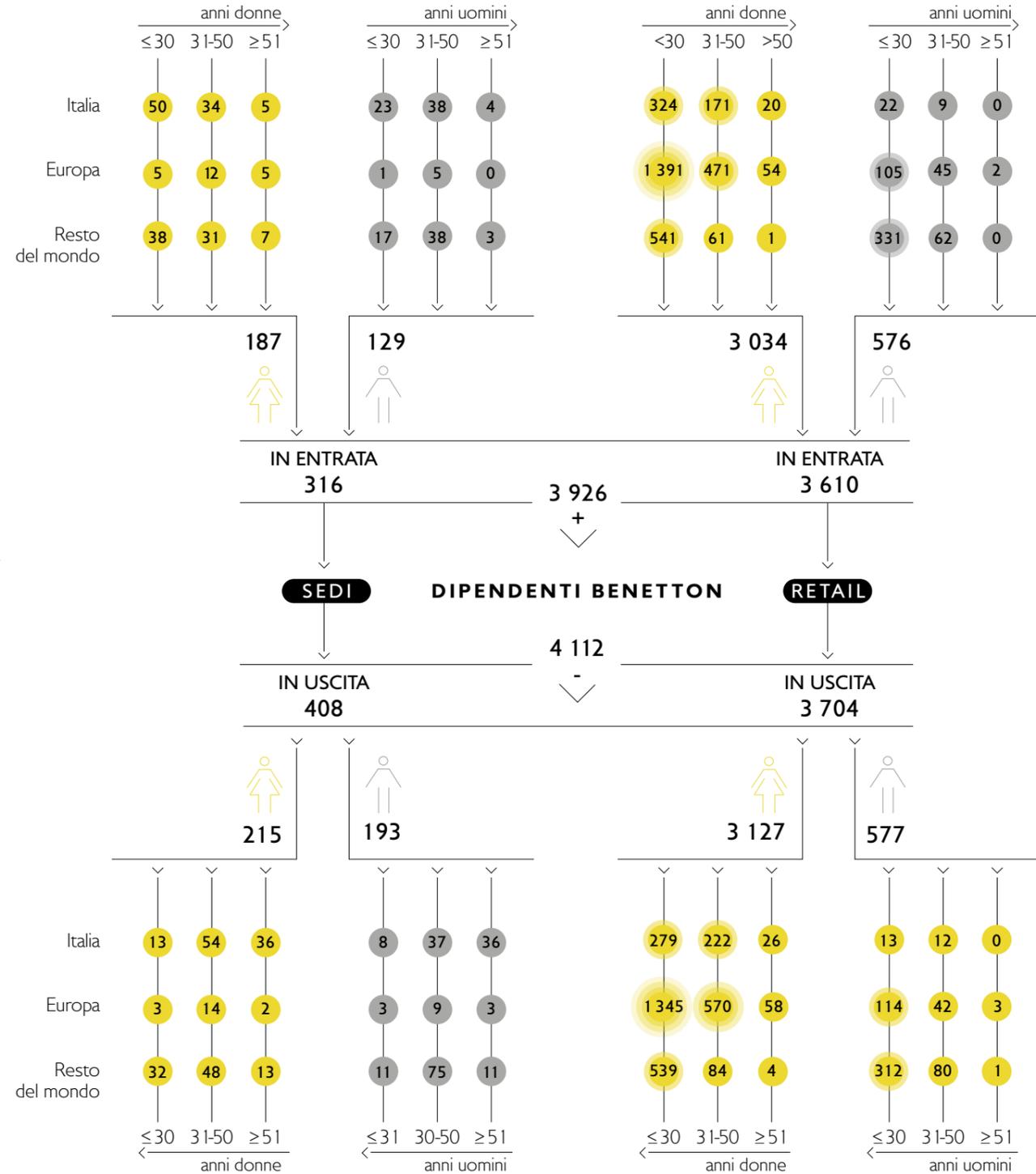
	Fascia di età	Italia	Europa	Resto del mondo	Totale
Manager					
Uomini	≤ 30 anni	-	-	-	-
	31-50 anni	12	1	1	14
	≥ 51 anni	12	3	2	17
Totale Uomini		24	4	3	31
Donne	≤ 30 anni	-	-	-	-
	31-50 anni	2	-	1	3
	≥ 51 anni	2	1	-	3
Totale Donne		4	1	1	6
Totale		28	5	4	37
White collar					
Uomini	≤ 30 anni	56	83	273	412
	31-50 anni	226	102	380	708
	≥ 51 anni	201	27	38	266
Totale Uomini		483	212	691	1 386
Donne	≤ 30 anni	406	889	479	1 774
	31-50 anni	919	1 261	357	2 537
	≥ 51 anni	307	190	42	539
Totale Donne		1 632	2 340	878	4 850
Totale		2 115	2 552	1 569	6 236
Blue collar					
Uomini	≤ 30 anni	11	1	-	12
	31-50 anni	23	-	-	23
	≥ 51 anni	69	-	-	69
Totale Uomini		103	1	-	104
Donne	≤ 30 anni	10	2	-	12
	31-50 anni	9	3	-	12
	≥ 51 anni	21	-	-	21
Totale Donne		40	5	-	45
Totale		143	6	-	149
TOTALE		2 286	2 563	1 573	6 422

Lavoratori non dipendenti (numero di persone)

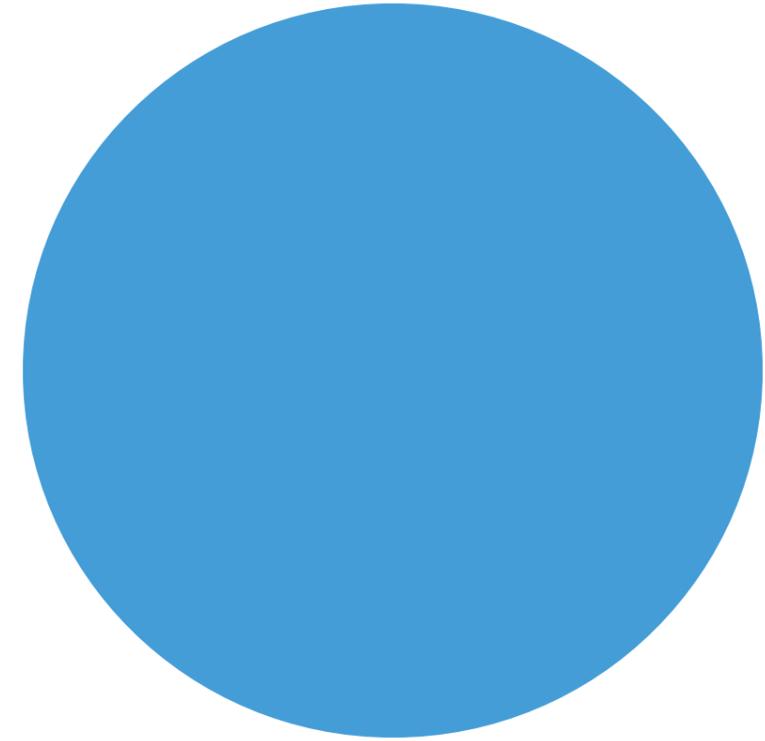
	unità	2022	2023
Totale		-	2 623
Stagisti (a seconda della legislazione nazionale)		n.d.	72
Appaltatori ingaggiati dall'organizzazione per compiere lavori presso la sua sede, in un'area pubblica (per es. una strada) o direttamente presso la sede di un cliente dell'organizzazione		n.d.	187
Lavoratori assunti tramite agenzia interinale		n.d.	224
Altri		n.d.	2 140

La maggior parte dei lavoratori non dipendenti è rappresentata dal personale di negozio, che in alcuni Paesi (India e Corea) non è assunto con il tradizionale contratto di subordinazione. Nella categoria "Altri" sono inoltre riportati gli apprendisti, altro staff, freelance, lavoratori part-time.

**GRI 401-1:
NUOVE ASSUNZIONI
E TURNOVER 2023**



I dati di nuove assunzioni e turnover 2023 non corrispondono alla differenza tra il totale dei dipendenti 2022 e 2023, a causa di trasformazioni di contratto interne e reporting in accordo alla legislazione locale da parte delle società controllate.



Perdersi___2023

Chinar Hassan

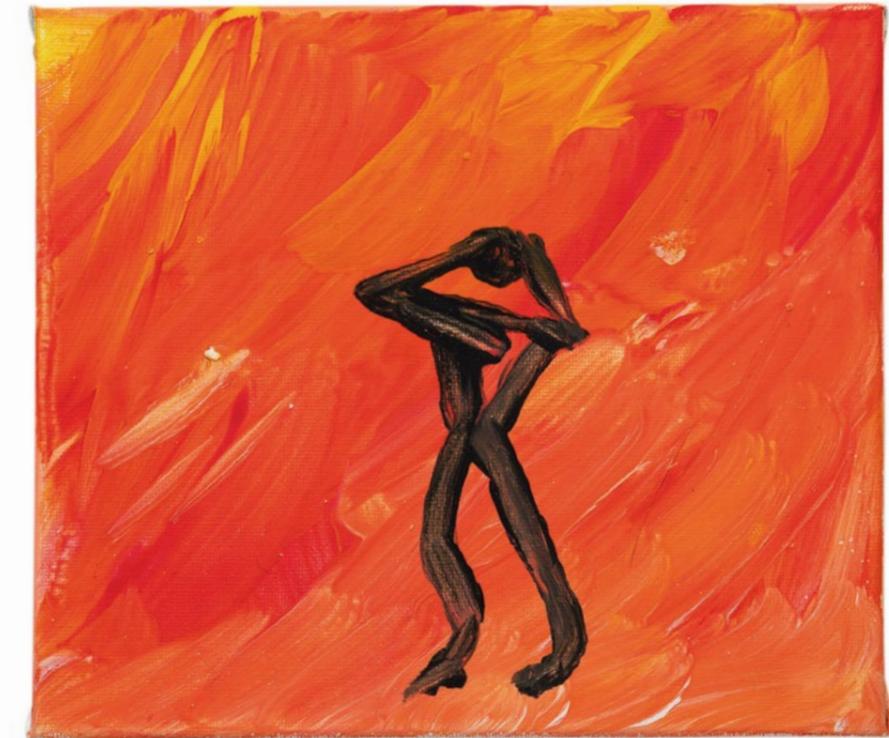
Siria



12x10 cm___Acrilico su tela

“Mi chiamo Chinar Hassan, sono nata nel Governatorato di Al Hasakah, in Siria, nel 1992. Sono sposata dal 2014 e ho due figli.

Il conflitto che ha investito e permane nel mio Paese ci ha costretto a fuggire dall'inferno della guerra e a rifugiarci nella regione del Kurdistan iracheno, dove viviamo dal 2014. Fin dall'infanzia ho amato i libri, le poesie e l'arte, ma a causa delle difficili circostanze non sono stata in grado di realizzare i miei sogni e le mie aspirazioni. Oggi condivido con voi questo semplice dipinto che esprime parte della vita che ho vissuto, mentre resto ignara del futuro che mi attende”.



Rifugiati, senzatetto, esodo forzato, vite incerte___2017

Kadri Kurt

Turchia



12x10 cm___Fotografia su carta archival

Nato nel 1972 a Diyarbakir, dove vive e lavora, Kadri Kurt ha conseguito la laurea specialistica e successivamente il dottorato di ricerca presso la Facoltà di Arti e Scienze, Dipartimento di Alta Energia e Plasma, Università Firat in Turchia. È stato fondatore e membro della BFT/Batman Photography Community nel 2000.

“La mia storia personale è stata plasmata dall’immigrazione, dall’esodo, dalle dimore abbandonate. La tragica storia di mia nonna sulle rotte migratorie ha un posto centrale nella mia ricerca. Questo è il motivo per cui sto cercando il mio passato attraverso esperienze simili. Gli yazidi sono stati soggetti a tanti massacri nel corso della loro storia. Quello del 3 agosto 2014 è stato chiamato il 73° editto di Shengal ed è stato riconosciuto come genocidio dalle Nazioni Unite. Questa situazione mi ha ricordato la tragedia vissuta da mia nonna durante la sua migrazione e ha riportato in evidenza il segno profondo che ha lasciato nella mia mente”.



Fardello senza luogo. Verso l'incertezza___2018/2023

Rushdi Anwar

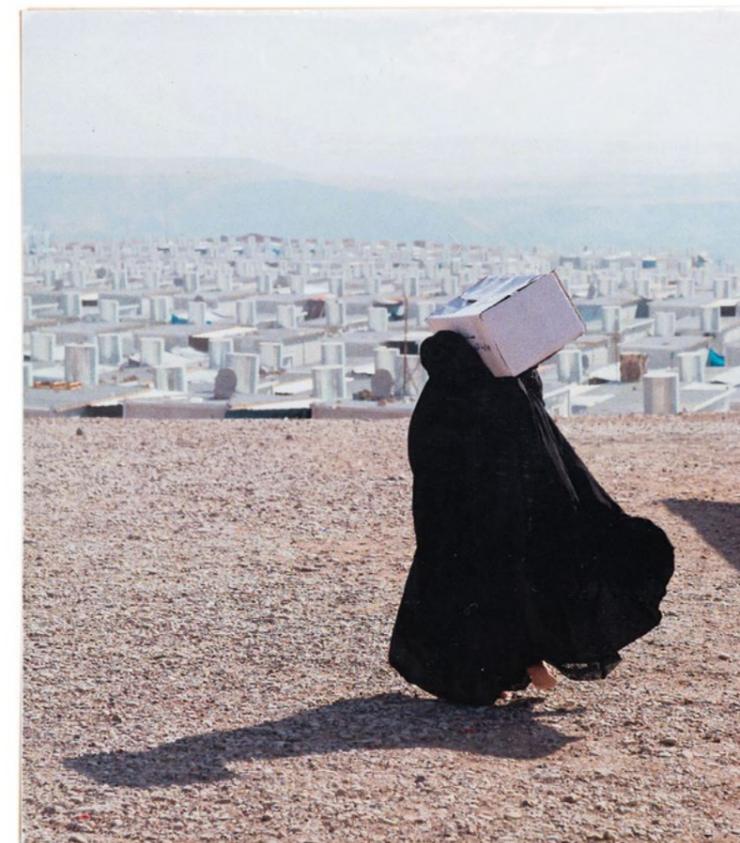
Iraq

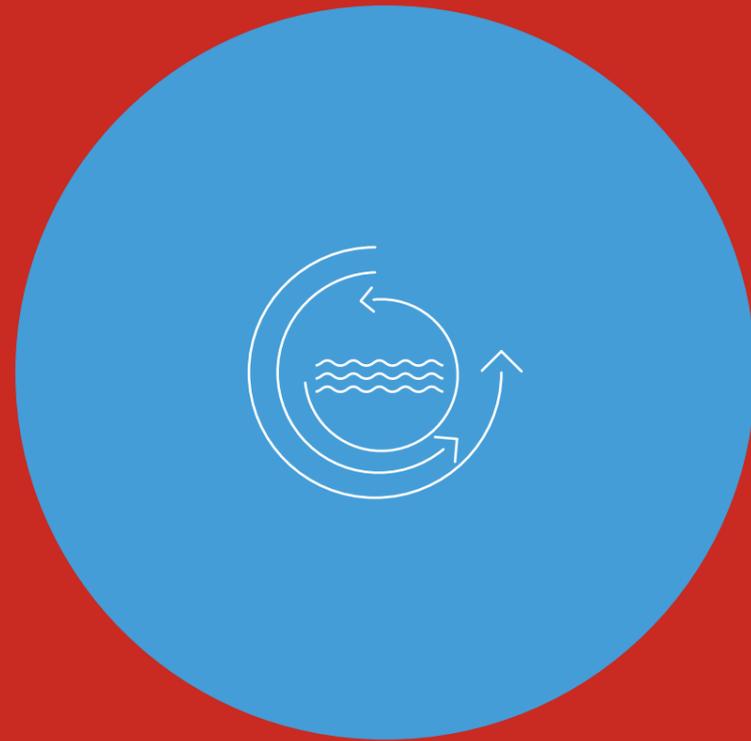


10x12 cm___Fotografia su carta archival

Rushdi Anwar è un artista, ricercatore, accademico e attivista curdo che vive tra Melbourne, in Australia, e Chiang Mai, in Thailandia, il cui lavoro si concentra sull'impegno all'interno della propria comunità e sulla ricerca di equità sociale.

Anwar pone l'accento sulle questioni sociopolitiche della sua città natale, nel Kurdistan iracheno, e sul Medio Oriente. Attinge a esperienze e ricordi personali, riflettendo poeticamente sulle problematiche contemporanee di esodi forzati, identità, conflitti e traumi subiti sotto i regimi coloniali o ideologici.





Natura

In natura, il cambiamento è un processo che accade in modo organico. Senza trasformazione, infatti, non c'è crescita. Come un organismo vivente, anche Benetton Group cambia in continuazione per adattarsi al contesto che la circonda, mettendo in atto una serie di progetti e iniziative che trasformano progressivamente il suo funzionamento. In particolare, l'azienda adotta un approccio olistico alla gestione dei suoi impatti ambientali su acqua, biodiversità e clima, con un'attenzione particolare ai rischi per il business. Questo significa partire da analisi di impatto ambientale, per arrivare a definire obiettivi science-based che diano forma a un piano d'azione concreto, capace di indirizzare il design di prodotto e toccare l'intera catena di fornitura.

Lotta al cambiamento climatico

__Dobbiamo riconoscere le interdipendenze tra cambiamento climatico, equità sociale e profittabilità del business: siamo chiamati a ripensare il tradizionale modello di crescita al fine di disaccoppiare la performance economica dell'azienda dal numero di capi prodotti e dal consumo di nuove risorse__

Nicoletta Sartori, Head of Sustainability, Benetton Group

Decarbonizzazione della catena del valore

La crisi climatica ha conseguenze significative sulle comunità, sugli ecosistemi naturali e sulle organizzazioni, esacerbando le disuguaglianze sociali ed economiche. In questo contesto, Benetton Group riconosce di avere una chiara responsabilità nel contribuire a ridurre i propri impatti sul clima, non limitandosi alle proprie operations dirette e investendo nella decarbonizzazione della propria catena del valore. L'impegno per contrastare la crisi climatica è strettamente interconnesso con la corretta gestione delle risorse idriche e la preservazione della biodiversità, pilastri essenziali

della strategia di Benetton Group, e non può prescindere dal considerare gli impatti sui diritti umani, come il diritto alla salute e l'accesso all'acqua.

Science Based Targets initiative

Benetton Group ha formalizzato i propri obiettivi di riduzione a breve termine delle emissioni di gas serra secondo il protocollo della Science Based Targets initiative (SBTi), in modo coerente con il piano di contenimento del riscaldamento globale al di sotto di 1,5°C. Nello specifico, Benetton Group si impegna a ridurre del 50% le emissioni assolute GHG Scope 1 e 2 entro il 2030 e a ridurre del 30% le emissioni assolute GHG Scope 3 entro il 2030, a partire da una baseline del 2019. La definizione dei SBT

ha portato il Gruppo a ripensare il processo di creazione di valore, concentrandosi nel disaccoppiare la crescita economica dall'aumento del volume di capi prodotti. Benetton Group sta lavorando per recuperare la marginalità per capo, producendo meno e in modo più aderente alle richieste di mercato, aprendosi alla sperimentazione di nuovi modelli di business che favoriscano la durabilità – fisica e affettiva – del capo e la re-immissione nel ciclo produttivo di materiali di recupero.

Emissioni Scope 1 e 2: emissioni generate dalle attività di Benetton Group, come l'elettricità e il gas naturale utilizzati nei negozi, nei poli logistici e negli uffici.

Emissioni Scope 3: emissioni delle attività indirette derivanti dalla catena del valore di Benetton Group, come l'approvvigionamento di materie prime, il trasporto e la logistica, lo smaltimento dei rifiuti, gli spostamenti dei dipendenti, l'uso e il fine vita del prodotto.

Inventario Emissioni GHG GRI 305

GRI 305-1 / 305-2 / 305-3 Emissioni	u.m.	2021*	2022*	2023
Emissioni Scope 1 (GRI 305-1)				
Consumi di gas naturale nei centri direzionali e nei punti vendita diretti**	t CO ₂ e	2 763	2 446	2 272
Diesel	t CO ₂ e	925	877	898
Benzina	t CO ₂ e	72	102	238
F-gas	t CO ₂ e	41	293	220
Totale	t CO₂e	3 801	3 718	3 628
Emissioni Scope 2 (GRI 305-2) – Location Based				
Teleriscaldamento	t CO ₂	215	198	228
Consumi di elettricità nei centri direzionali	t CO ₂	5 551	5 138	4 942
Consumi di elettricità nei punti vendita diretti	t CO ₂	16 259	19 573	18 499
Totale	t CO₂	22 025	24 909	23 670
Emissioni Scope 2 (GRI 305-2) – Market Based				
Teleriscaldamento	t CO ₂	215	198	228
Consumi di elettricità nei centri direzionali	t CO ₂	1 157	958	809
Consumi di elettricità nei punti vendita diretti	t CO ₂	14 157	17 441	16 678
Totale	t CO₂	15 529	18 597	17 715
Emissioni Scope 3 (GRI 305-3)				
Beni e servizi acquistati	t CO ₂ e	330 223	425 218	405 103
Beni strumentali	t CO ₂ e	7 494	9 341	6 283
Attività correlate a combustibili ed energia	t CO ₂ e	4 539	5 175	4 934
Trasporto e distribuzione a monte	t CO ₂ e	17 832	14 414	10 634
Rifiuti generati durante le attività	t CO ₂ e	2 310	2 687	2 015
Viaggi d'affari	t CO ₂ e	1 527	3 692	4 887
Spostamento casa-lavoro dei dipendenti	t CO ₂ e	6 626	7 216	6 802
Trasporto e distribuzione a valle	t CO ₂ e	24 968	27 340	24 148
Utilizzo dei prodotti venduti	t CO ₂ e	61 416	68 231	66 731
Trattamento a fine vita dei prodotti venduti	t CO ₂ e	15 866	16 581	15 543
Franchising	t CO ₂ e	9 432	9 660	9 272
Totale	t CO₂e	482 233	589 554	556 352

* I dati del 2021-2022 sono stati rettificati a fronte di un miglioramento nel processo di raccolta.

**Non è disponibile la ripartizione tra centri direzionali e negozi per il gas naturale.

Riduzione delle emissioni Scope 1 e Scope 2
Benetton Group mette in campo una serie di progetti e iniziative per diminuire le proprie emissioni Scope 1 e 2, cioè quelle generate direttamente dalle sue attività. In particolare, le emissioni Scope 1 comprendono le emissioni dirette derivanti da fonti di proprietà o controllate dall'azienda, mentre quelle Scope 2 identificano le emissioni indirette derivanti dall'energia generata fuori sede e consumata dall'azienda.

Efficienza energetica degli spazi
Benetton Group monitora attentamente i consumi energetici per aggredire gli sprechi e ricercare la configurazione ottimale nell'utilizzo degli impianti. Le diagnosi energetiche svolte periodicamente sui centri direzionali di Ponzano e Castrette permettono di individuare le maggiori criticità in termini di consumi e di definire e strutturare in seguito un piano di efficientamento. In particolare prosegue l'opera di sostituzione degli impianti di illuminazione di alcune aree nelle sedi di Ponzano e Castrette con lampade a LED ad alta resa energetica e lunga durata, con investimenti distribuiti fino al 2030. Per quanto

riguarda i negozi, nel corso del 2023 è proseguita l'attività di installazione di corpi illuminanti a LED, mentre la progettazione e il restyling prestano particolare attenzione alla scelta dei materiali e al riutilizzo di arredi recuperati dalle chiusure. È stata inoltre svolta un'attività di benchmark rispetto ai criteri della certificazione LEED® per Interior Design e Costruzioni, che misura la qualità della vita e il benessere ambientale del negozio, promuovendo un approccio orientato alla sostenibilità.

Transizione verso energie rinnovabili
Dal 2017 l'energia elettrica che alimenta tutto il campus Benetton e tutti i negozi diretti in Italia proviene da fonti rinnovabili certificate idriche e oceaniche. Dal 2023 sono alimentati da energia elettrica rinnovabile certificata anche 11 negozi diretti in Francia. Benetton Group intende progressivamente favorire la transizione a energia rinnovabile delle sedi estere e della rete vendita diretta, a partire dai Paesi più significativi per incidenza emissiva. Inoltre, è in corso di valutazione l'accesso a un power purchasing agreement (PPA) che consenta nel lungo termine una fornitura di energia elettrica rinnovabile a un prezzo fisso.

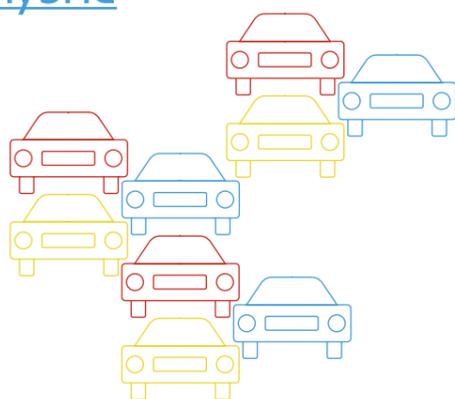
Parco auto aziendale

Nel 2023 è stata approvata una nuova car policy aziendale che prevede la sostituzione del parco auto con veicoli 100% elettrici o plug-in hybrid al fine di limitare gli impatti emissivi. Sono inoltre state installate 44 colonnine di ricarica nei campus di Ponzano e Castrette.

Gestione dei rifiuti

Benetton Group agisce in linea con le norme del settore e di responsabilità per quanto riguarda la gestione dei rifiuti e le sue conseguenze etiche e ambientali.

circa il
20%
di veicoli elettrici
o plug-in hybrid



Sede di Gurgaon - Benetton India

Nel corso del 2023 anche Benetton India ha confermato una serie di iniziative volte a rendere sempre più sostenibile la sede di Gurgaon e i

suoi processi. Le principali iniziative riguardano la promozione della mobilità elettrica e sostenibile con l'introduzione di BlueSmart, servizio taxi 100% elettrico per gli spostamenti

lavorativi, e il proseguimento della partnership con FM Logistic, l'azienda di logistica e distribuzione che opera nel primo magazzino con certificazione LEED Gold in India. Tutta la sede

di Gurgaon è inoltre illuminata da lampade a LED, per contenere i consumi energetici.

GRI 302-1 Consumi di energia	u.m.	2021	2022	2023
Totale elettricità centri direzionali	kWh	15 942 598	15 068 750	14 556 057
	GJ	57 394	54 248	52 402
Totale elettricità negozi	kWh	42 881 727	48 063 090	46 157 049
	GJ	154 374	173 027	166 165
Totale elettricità	kWh	58 824 325	63 131 840	60 713 106
	GJ	211 768	227 275	218 567
Totale gas naturale centri direzionali e negozi*	m ³	-	-	-
	GJ	-	-	-
Totale gas	m³	1 393 164	1 213 151	1 114 665
	GJ	49 152	43 534	40 000
Diesel	l	348 085	342 953	357 427
	GJ	12 510	12 321	12 841
Benzina	l	30 457	47 372	113 481
	GJ	993	1 539	3 686
Teleriscaldamento	kWh	1 259 222	1 163 296	1 270 345
	GJ	4 533	4 188	4 573
Totale consumi energia	GJ	278 956	288 857	279 667

GRI 306-3	u.m.	2021	2022	2023			
Produzione totale dei rifiuti - Campus	Totale	%	Totale	%	Totale	%	
Totale	t	1 581	100	1 947	100	1 869	100
Rifiuti non pericolosi	t	1 566	99	1 932	99	1 856	99
Rifiuti pericolosi	t	15	1	15	1	13	1
Rifiuti ricorrenti	t	1 567	99	1 931	99	1 856	99
Rifiuti occasionali	t	14	1	16	1	13	1
Rifiuti recuperati	t	1 241	78	1 764	91	1 852	99
Rifiuti smaltiti	t	340	22	183	9	17	1

GRI 306-3	u.m.	2021	2021	2023			
Produzione totale dei rifiuti - Sedi estere e negozi	Totale	%	Totale	%	Totale	%	
Totale	t	1 559	100	1 514	100	1 442	100
Rifiuti non pericolosi	t	1 559	100	1 514	100	1 442	100
Rifiuti pericolosi	t	-	-	-	-	-	-
Rifiuti ricorrenti	t	1 559	100	1 514	100	1 441	100
Rifiuti occasionali	t	-	-	-	-	1	-
Rifiuti recuperati	t	1 467	94	1 366	90	1 420	98
Rifiuti smaltiti	t	92	6	148	10	22	2

* Non è disponibile la ripartizione tra centri direzionali e negozi per il gas naturale.

La leggera flessione dei consumi di elettricità e gas naturale è riconducibile alle attività di efficientamento energetico e di gestione oculata degli spazi.

Riduzione delle emissioni

Scope 3

Benetton Group si impegna a ridurre le proprie emissioni Scope 3, quelle che, pur derivando da attività provenienti da beni non posseduti o controllati dall'azienda, hanno un impatto consistente sulla sua catena del valore. In particolare, il 70% delle emissioni di Benetton Group è riconducibile alla catena di fornitura, dalla selezione delle materie prime ai processi produttivi impiegati fino alla scelta dei nostri fornitori.

Modalità di trasporto

Anche quest'anno si è perseguito l'obiettivo di ridurre e portare al minimo le emissioni di CO₂ nel settore della logistica e trasporti tramite lo shift modale. A tal proposito, nel 2023 l'utilizzo del via aerea nel flusso di importazione si è ridotto di circa il 50% rispetto al 2022 a favore del via mare, una modalità di trasporto meno impattante.

Saturazione dei mezzi

Benetton Group prevede uno standard di spedizione basato sul carico dei mezzi di trasporto con colli

sfusi. L'assenza di pallet permette di ottimizzare lo spazio interno di carico, eliminando un camion su cinque dalla strada.

Resi e consegne

Nel 2023 è stato terminato il progetto Paperless che prevede l'eliminazione delle etichette di reso e della relativa documentazione che accompagna l'ordine e-commerce. Inoltre, al momento dell'acquisto online, il cliente può scegliere tra il ritiro a casa o in negozio.

Attenzione alla catena di fornitura

A tutti i fornitori del tier 1 e del tier 2 è richiesta la compilazione del modulo Higg FEM, che consente di monitorare i consumi energetici e gli hotspot emissivi. Nel prossimo anno Benetton Group si impegnerà a coinvolgere i propri fornitori nel processo di decarbonizzazione, da un lato incentivando il passaggio a energia rinnovabile per gli impianti di Benetton Manufacturing, dall'altro promuovendo l'adesione a iniziative multistakeholder, focalizzate su efficientamento energetico, eliminazione del carbone ed elettrificazione dei consumi.

__La logistica è un elemento di eccellenza in Benetton Group, pensata per affrontare un mercato sempre più sfidante e accompagnare il futuro sviluppo del business. Grazie a strutture innovative e tecnologicamente evolute, riusciamo a massimizzare la velocità di risposta alla rete vendita, contribuendo insieme alla riduzione dell'impatto ambientale e al raggiungimento di un maggior livello di tracciabilità dei capi__

Valentino Soldan, Head of Logistics, Benetton Group

Acqua

La policy sull'acqua

L'acqua è una risorsa chiave per le persone e per il pianeta: la frequenza e l'intensità di eventi avversi quali alluvioni o gravi periodi di siccità rendono evidente come la crisi climatica abbia impatti interconnessi con la gestione delle risorse idriche, con possibili conseguenze negative su tutta la catena di fornitura. La non corretta gestione del prelievo e dello scarico di acqua pone a rischio non solo l'ambiente naturale, con la progressiva degradazione del suolo e scomparsa degli ecosistemi, ma anche la salute delle persone, per cui l'accesso all'acqua rimane uno dei

diritti umani fondamentali. L'industria tessile utilizza grandi quantitativi di acqua, dalle materie prime ai processi produttivi fino al lavaggio dei capi: per questo Benetton Group ha redatto una policy sull'acqua, che riconosce i propri impatti diretti e indiretti, e definisce l'ambizione di limitare il prelievo di acqua (attraverso campagne di sensibilizzazione interne e la scelta di materiali a minor impatto) e garantire adeguati criteri qualitativi per le acque di scarico.

Consumi diretti e indiretti

Benetton Group misura annualmente il proprio consumo di acqua. Nel 2023 per il campus è pari a 26 499 m³, mentre il consumo dei negozi diretti è stimato in un totale di 34 695 m³ all'anno. Nessuna delle operations direttamente gestite da Benetton si trova in un bacino ad alto rischio idrico. Per quanto riguarda la catena di fornitura, Benetton Group analizza la distribuzione geografica dei suoi fornitori coinvolti in processi a umido per verificare l'impatto dell'organizzazione in aree a stress idrico. Circa il 8% dei fornitori si trova in bacini ad alto rischio.

Livello di rischio del bacino	N. di fornitori	% di fornitori
1	-	-
2	11	6%
3	93	48%
4	73	38%
5	15	8%
Totale	192	-

1 basso stress idrico, 5 alto stress idrico. Analisi condotta con il Water Risk Filter.

Prelievo d'acqua per fonte	u.m.	2022		2023	
		Tutte le aree	Aree a stress idrico	Tutte le aree	Aree a stress idrico
Acqua di superficie (totale)	litri	-	-	-	-
Falda freatica (totale)	litri	361 072 000	-	340 455 000	-
Acqua di mare (totale)	litri	-	-	-	-
Acqua prodotta (totale)	litri	-	-	-	-
Acqua di terzi (totale)	litri	33 191 000	-	26 499 000	-

Scarico delle acque da tutte le aree	u.m.	2022			2023		
		Acqua potabile	Altre acque	Totale	Acqua potabile	Altre acque	Totale
Acque di superficie	litri	-	-	-	-	-	-
Falda freatica	litri	-	-	-	- 49 400 000	-	49 400 000
Acqua di mare	litri	-	-	-	-	-	-
Risorse idriche di terze parti	litri	-	-	-	-	-	-
<i>Di cui il volume del totale inviato ad altre organizzazioni</i>	litri	-	-	-	-	-	-
Scarico totale dell'acqua	litri	-	-	-	- 49 400 000	-	49 400 000

Benetton Group ha svolto un primo tentativo per quantificare il prelievo e lo scarico idrico dei propri siti (campus e negozi). La rendicontazione dello scarico delle acque è limitata al depuratore di Castrette, mentre il prelievo di acqua è rendicontato sulla base di un dato primario per il campus, e in parte stimato per il perimetro negozi.

Wasatex

Realizzato tra il 2014 e il 2016 grazie a un finanziamento dell'Unione Europea, il progetto Wasatex ha concesso allo stabilimento tessile di Benetton Manufacturing di Osijek, Croazia, di riutilizzare nel ciclo di produzione industriale l'acqua depurata dai reflui. Nel corso del 2022, l'impianto è riuscito a riutilizzare il 60% dell'acqua di processo. Il 33% della maglieria di Benetton Group viene trattata nello stabilimento croato.

ZDHC Wastewater Guidelines

I fornitori con processi a umido, che hanno gli impatti più significativi sulle risorse idriche, sono tenuti a verificare i parametri delle proprie acque di scarico attraverso un test delle acque, svolto secondo le ZDHC Wastewater Guidelines. Nel 2023 Benetton Group ha monitorato oltre l'80% della sua produzione coinvolta in processi a umido (i.e. wet process). Il risultato, come già emerso l'anno scorso, dimostra l'efficacia del protocollo sviluppato e condiviso dal gruppo di lavoro ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals), di cui Benetton Group è membro firmatario. È sempre più evidente, infatti, non solo l'obiettivo comune dei brand membri di ZDHC di avere una catena di fornitura sostenibile, ma anche l'importanza di avere una chiara e uniforme comunicazione con la catena di fornitura stessa, dato che molti

fornitori lavorano con più brand. In termini numerici, i fornitori con processi a umido di Benetton Group che hanno messo a disposizione i risultati delle analisi effettuate nelle proprie acque di scarico sono più che quadruplicati rispetto al 2013, anno di inizio del programma.

Valutazione ambientale della catena di fornitura

Benetton Group adotta l'Higg FEM (Facility Environmental Module) per la valutazione ambientale della propria catena di fornitura, con particolare attenzione ai fornitori con processi a umido. Attraverso la risposta a circa 80 domande, l'Higg FEM permette di monitorare varie attività come l'adozione di sistemi di gestione ambientale, l'utilizzo di acqua e di energia, la gestione dei rifiuti, le emissioni in atmosfera e l'utilizzo di sostanze chimiche, e si configura come un'autovalutazione del fornitore, che può anche essere validata da un ente terzo. Non sono previste visite di verifica o audit di follow-up da parte del brand, ma il fornitore è coinvolto in un processo di miglioramento continuo e di trasparenza da valutare di anno in anno. In altre parole, l'Higg FEM supera la tradizionale logica del "pass or fail" e fornisce dei benchmark che permettono alle aziende di identificare i punti deboli e le eventuali azioni da intraprendere. Ogni anno il modulo Higg FEM è compilato da

circa l'80% dei fornitori coinvolti in processi ad umido (copertura calcolata a volume di capi). Questo dimostra l'impegno dei fornitori nel misurare e migliorare i propri impatti ambientali.

Detox Commitment

Nel 2013, Benetton Group ha firmato il Detox Commitment proposto da Greenpeace, che prevede la totale eliminazione di 11 gruppi di sostanze chimiche pericolose dalla propria catena di fornitura, l'adozione di una Restricted Substances List (RSL) e la pubblicazione di almeno l'80% degli esiti dei test effettuati nelle acque di scarico dei fornitori coinvolti in processi a umido (cioè tintorie e lavanderie). A distanza di dieci anni, nonostante le varie difficoltà che il settore tessile ha dovuto affrontare a causa dei recenti avvenimenti globali, Benetton Group ha confermato quanto realizzato nel corso degli anni precedenti, riducendo sempre più la distanza che rimane per il totale raggiungimento dell'obiettivo. Nell'ultima valutazione fatta da Greenpeace, "Self regulation: a fashion fairytale, novembre 2021", Benetton Group è stata riconosciuta fra i leader per trasparenza, capacità di monitoraggio della propria catena di fornitura e per l'eliminazione delle sostanze chimiche pericolose.

Biodiversità

___Benetton Group ha consapevolmente scelto di definire il proprio sviluppo in continuità, e non in contrasto, con l'ambiente naturale: l'integrazione della biodiversità nell'approccio strategico consentirà al Gruppo di definire gli obiettivi e mettere in atto le azioni necessarie per proteggere e ripristinare gli ecosistemi___

Alessia Scroccaro, Sustainability Department, Benetton Group

La policy sulla biodiversità

La vitalità degli ecosistemi è essenziale per preservare il pianeta nel lungo periodo. L'industria tessile dipende in larga parte dalla biodiversità: dalla fertilità del suolo per la coltivazione del cotone alla protezione delle foreste per le viscose, alla qualità dell'aria e dell'acqua per le persone che lavorano lungo la filiera. La corretta quantificazione degli impatti del settore sugli ecosistemi naturali e sulle loro interdipendenze è ancora più complessa della misurazione dell'impronta carbonica, ma non meno importante. Per questo Benetton Group ha redatto una policy sulla biodiversità, identificando i propri impatti significativi lungo la catena del valore, dalla scelta delle materie prime ai processi produttivi.

Biodiversity Risk Filter

Nessuna delle operations di Benetton Group si trova in aree protette o in aree a elevato valore di biodiversità. Pur consapevoli che l'impatto degli uffici e negozi del Gruppo è da considerarsi minimo, è stata mappata la distribuzione geografica dei siti operativi a gestione diretta per valutare il rischio fisico e il rischio reputazionale in termini di biodiversità grazie al Biodiversity Risk Filter.

Biodiversità e materie prime

L'impegno a proteggere gli ecosistemi è in linea con la strategia complessiva del Gruppo di approvvigionarsi in misura crescente di materiali "preferred", con la scelta di cotone biologico, riciclato o Better Cotton, e l'impegno a selezionare fornitori di fibre artificiali con un ranking positivo nel Canopy Hot Button Report. Benetton Group mira, inoltre, a integrare una percentuale crescente di materia prima riciclata all'interno dei propri prodotti, per ridurre

la dipendenza da materie prime vergini. Infine, tutti i negozi di Benetton Group utilizzano shopper di carta eco-friendly, lavorata con inchiostri a base acquosa e proveniente da cartiere certificate FSC (Forest Stewardship Council).

Anche cataloghi e dépliant sono realizzati in carta FSC, il marchio globale che identifica i prodotti provenienti da foreste controllate e gestite secondo criteri di sostenibilità sociale e ambientale.

GRI 304-1		
Livello di rischio fisico	N. di siti	% di siti
Basso	60	5%
Medio	730	63%
Alto	377	32%
Totale complessivo	1 167	100%
Livello di rischio reputazionale	N. di siti	% di siti
Basso	138	12%
Medio	660	56%
Alto	369	32%
Totale complessivo	1 167	100%

La biodiversità è la varietà totale di tutte le specie della Terra, delle loro informazioni genetiche e degli ecosistemi che formano. La perdita di biodiversità sta minacciando la capacità della Terra di preservare gli ecosistemi e questo tema deve essere affrontato con urgenza. Le attività delle imprese contribuiscono alla perdita di biodiversità attraverso azioni come l'eccessivo sfruttamento del territorio, dei bacini di acqua dolce e degli oceani, attraverso l'uso intensivo delle risorse e contribuendo al cambiamento climatico, all'inquinamento e alla prevalenza delle specie invasive. La perdita di biodiversità rappresenta un potenziale rischio fisico, normativo, finanziario e reputazionale per le organizzazioni: definendo i Science Based Targets for Nature, le aziende possono quantificare i propri impatti e contribuire a contrastare la perdita di biodiversità.

Stranieri nella propria terra. Dalla migrazione all'esilio, gli yazidi di Sinjar____2016

Fatma Çelik

Turchia



Nata nel 1987 a Diyarbakir, in Turchia, dove vive e lavora, Fatma Çelik si è laureata presso l'Università di İnönü, Dipartimento di Consulenza Psicologica e Orientamento.

Fa volontariato con bambini e donne attraverso organizzazioni della società civile. È entrata a far parte del collettivo artistico NarPhotos nel 2012. I suoi lavori fotografici e video si concentrano sulla migrazione, l'identità, la memoria, l'ecologia e il genere.

12x10 cm__Fotografia digitale montata su tela



La danza della calligrafia___2023

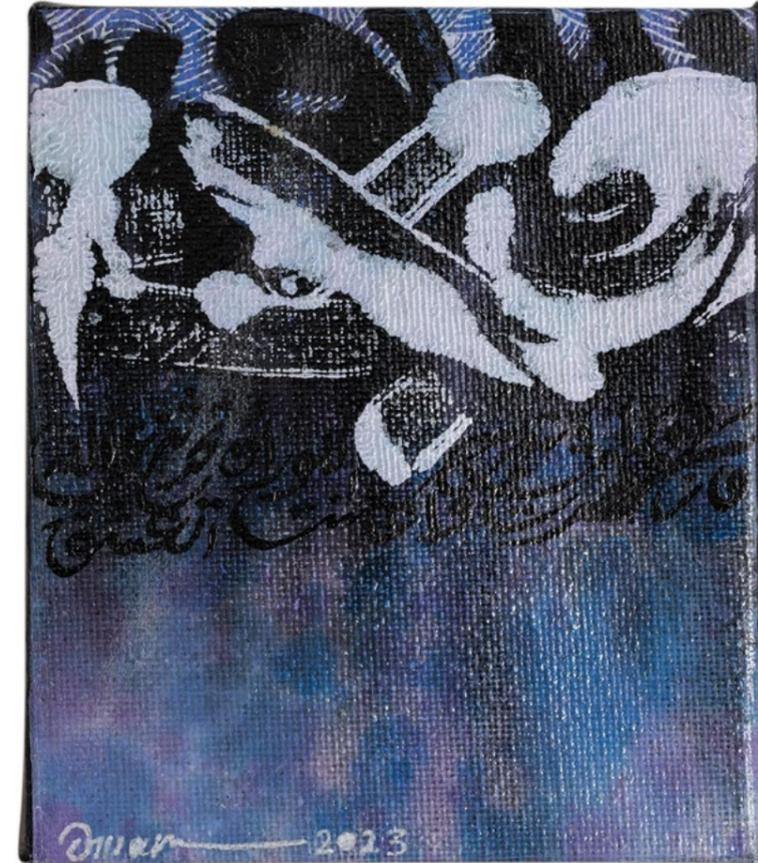
Omar Ibrahim

Siria



12x10___Tecnica mista su tela

Nato nel 1978 a Sweida, in Siria, Omar Ibrahim ha conseguito il Master in Scultura presso la Facoltà di Belle Arti dell'Università di Damasco. Ha inoltre studiato Pittura, Graphic Design e Interior Design. Consulente artistico, fondatore e direttore della Cocoon Agency, insegna calligrafia. Dopo essere diventato una preoccupazione per le autorità locali in Siria, ha richiesto la residenza in Francia nel 2015. È stato responsabile delle operazioni sul campo per l'ONG Première Urgence Internationale a Beirut nel 2013. Ha esposto le sue opere in mostre personali e collettive in Francia, Siria, Libano, Stati Uniti e Giappone.



Il cammino___2023

Mohamed Keita

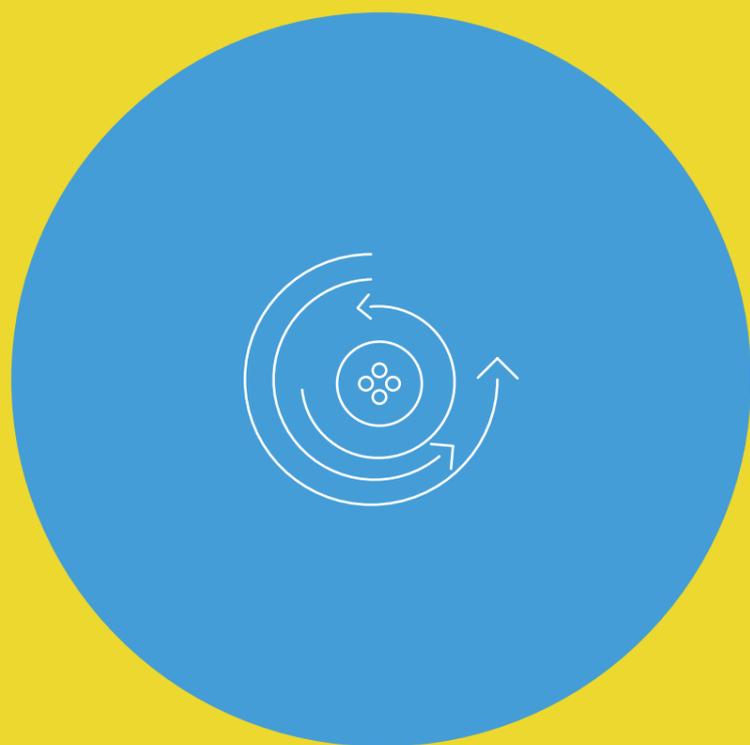
Costa d'Avorio



Nato in Costa d'Avorio nel 1993, Mohamed ha lasciato il suo Paese a 14 anni a causa della guerra civile, e ha intrapreso un lunghissimo viaggio attraverso la Guinea, il Mali, l'Algeria, la Libia e Malta per arrivare in Italia nel 2010, a 17 anni. Accolto al centro diurno per minori CivicoZero di Roma, Mohamed ha studiato l'italiano mentre lavorava come portiere in un albergo. Grazie alla frequentazione del centro ha scoperto una innata vocazione come fotografo e ha così iniziato la sua carriera artistica.

12x10 cm___Fotografia digitale stampata su tela





Circolarità

L'adozione di un modello di business circolare è la chiave per disaccoppiare la crescita economica di Benetton Group dal consumo di risorse, preservando l'ambiente naturale e tutelando i diritti umani delle persone coinvolte. Un passo fondamentale da compiere è implementare una strategia di prodotto che consenta di accelerare la trasformazione delle collezioni, adottando principi di eco-design, aumentando l'uso di materiali a basso impatto e coinvolgendo il consumatore finale nel processo. Integrare appieno la circolarità lungo tutta la catena del valore – dalla progettazione al fine vita – è un obiettivo di lungo periodo, ma è importante perseguirlo da subito, riconoscendo la necessità di un cambiamento sistemico nell'intero settore moda.

Eco-Design

Il design è il primo importante step verso la circolarità. In fase di progettazione, infatti, si compiono scelte che avranno una ricaduta sulla riciclabilità e la durabilità fisica ed emotiva dei capi. Con la revisione della propria strategia di sostenibilità, Benetton Group ha formalizzato l'impegno ad adottare i principi dell'eco-design, mettendo a sistema le iniziative intraprese finora e implementando criteri di riciclabilità e riparabilità nella progettazione dei capi. Il percorso porterà l'azienda a integrare completamente i principi di design circolare nello sviluppo del prodotto e a definire specifici obiettivi di miglioramento.

Stile timeless

Benetton Group sta progressivamente recuperando elementi che riconducono alle radici e all'identità del brand, come il logo, il colore e la maglieria. La proposta di valore si articola attorno a una collezione di capi senza tempo, moderni e versatili, da avere sempre nell'armadio. Sono prodotti essenziali, destinati a essere usati e riusati dai consumatori, stagione dopo stagione, e che mantengono il loro valore nel tempo. La progettazione di prodotti durevoli e una strategia di comunicazione orientata a favorire la connessione emotiva dei consumatori con i capi acquistati sono elementi chiave nell'approccio all'eco-design di Benetton Group.

Collezione NOOS

La collezione NOOS (Never Out of Stock) di United Colors of Benetton

comprende per le stagioni PE23 e AI23 circa 160 tra best seller e capi basici, destinati a non subire alcuna modifica per almeno quattro anni e resi disponibili ai negozi come made-to-stock in 1-3 settimane. In questo modo i clienti sono certi di trovare da Benetton il capo basico che stanno cercando, mentre l'azienda può gestire in modo più efficiente la produzione, senza sprechi e con un miglior controllo dei costi di fornitura. La collezione NOOS incide per circa il 14% a volumi e più del 17% sulle vendite totali.

Collezione Green B

Uno dei principali risultati raggiunti da Benetton Group nel 2023 riguarda l'introduzione di un obiettivo progressivo sulla collezione Green B, realizzata con materiali e processi a ridotto impatto. Questa scelta consente di perseguire la trasformazione del portfolio di prodotto, definendo un target e un'attività di monitoraggio: l'impegno del Gruppo diventa quindi una scelta intenzionale e si traduce in un processo quantificabile e misurabile, dalla progettazione alla produzione fino alla vendita.

Monomaterialità

Più della metà dei nostri capi è in materiale monofibra (con riferimento al tessuto principale) e quindi è più facile da riciclare. Benetton Group progetta i suoi capi prestando attenzione alla fase d'uso e al fine vita del prodotto: nel prossimo anno saranno definite delle specifiche linee guida per il design circolare,

che tengano in considerazione aspetti come la durabilità, la riciclabilità, la scelta dei materiali e degli accessori e l'impatto dei processi produttivi e dei trattamenti, anche in virtù dell'attesa normativa europea sull'eco-design. L'obiettivo di Benetton Group è combinare i driver di stile della collezione con soluzioni tecniche che minimizzino l'uso delle risorse, sin dalla fase di progettazione.

Vesti Sicuro

Vesti Sicuro è il progetto di Benetton Group dedicato alla qualità e alla sicurezza dei capi, soprattutto quelli che saranno indossati dai più piccoli. Il pendaglio Vesti Sicuro, sempre presente sui prodotti della collezione Bambino United Colors of Benetton e sulle linee Sisley Young e Undercolors of Benetton, garantisce il rispetto dei più severi parametri di sicurezza tessile e certifica che i dettagli e le componenti dei prodotti non presentano pericolo di soffocamento o intrappolamento.

B-Care

B-Care è una guida online sulla manutenzione dei capi destinata ai clienti di United Colors of Benetton. La guida contiene una serie di istruzioni e tutorial video che spiegano come realizzare a casa alcune semplici operazioni che, se svolte frequentemente e con cura, aumentano considerevolmente la durata di un capo, come cucire un bottone, eseguire un rammendo o fare il bucato senza che i capi si restringano o si rovinino.

Produzione efficiente

Nella transizione verso un modello circolare, è fondamentale da un lato accertarsi della qualità dei capi lungo tutte le fasi della catena di produzione, e dall'altro migliorare la qualità dei processi, per diminuire gli sprechi e favorire il riutilizzo degli scarti di tessuto. Benetton Group mette in campo una serie di iniziative che soddisfano entrambe le esigenze.

Extra-consumo

Quello di "Extra-consumo" è un concetto nuovo nel vocabolario della moda sostenibile: ciò che prima era considerato "scarto", ora diventa una risorsa, secondo una filosofia zero waste. Nel 2023 sono state portate a regime tutte le attività di gestione dell'extra-consumo negli stabilimenti tunisini di Benetton Manufacturing, confermando una riduzione del 4,2% di tessuto utilizzato, pari a 326 km.

Oltre ad avere un valore economico di rilievo (1,2 milioni di euro), questo dato ha un impatto rilevante sulla sostenibilità del prodotto.

Advanced Product Quality Process

Nel corso del 2023, Benetton Group ha implementato una struttura di Advanced Product Quality Process (APQP) integrata con i calendari di sviluppo prodotto. Si tratta di un sistema di gestione della qualifica, derivata dal settore automotive, che valuta la fattibilità tecnica già in fase di progettazione attraverso certificazioni oggettive di prodotto. L'obiettivo è garantire che la qualità sia in linea con le aspettative di uso da parte del cliente e di conseguenza massimizzare la vita utile del capo. Il processo di qualifica APQP copre oggi il 100% degli articoli immessi nella collezione in fase di campionario e misura tre aspetti fondamentali: la conformità dei materiali agli standard qualitativi, la durabilità del capo nella fase di utilizzo, e la costruzione del capo. Rispetto alla durabilità sono stati formalizzati alcuni parametri da includere nel capitolato tecnico di prodotto a fronte degli standard internazionali, per garantire che i prodotti mantengano buone performance nella fase d'uso (dall'aspetto estetico, alla resa dopo i lavaggi, alle caratteristiche tecniche).

-4,2%
riduzione degli scarti di tessuto

equivalenti a **326**
km di tessuto

circa **1,2**
mln di euro
valore economico generato

Circular Fashion Partnership

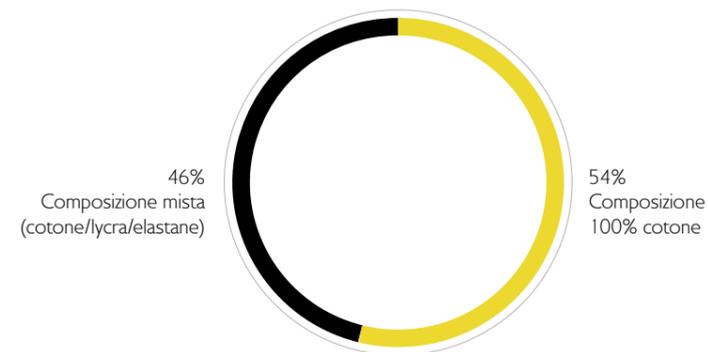
Istituita per la prima volta in Bangladesh nel 2021, la Circular Fashion Partnership è un'iniziativa cross-settoriale che sostiene l'introduzione di modelli di business circolari nei principali Paesi manifatturieri, promuovendo lo sviluppo dell'industria del riciclo attraverso il recupero degli scarti dei processi di produzione per realizzare nuovi capi. La partnership facilita collaborazioni commerciali e circolari tra le industrie tessili, i brand di moda e gli esperti locali di riciclo, con l'obiettivo di generare valore economico dando un impulso al mercato delle fibre riciclate. Nel 2023, Benetton Group ha coinvolto nel progetto due nuovi fornitori, per un totale di cinque fornitori attivi, che partecipano alla raccolta degli scarti di produzione di cotone, in seguito venduti e riciclati.

Attraverso la Circular Fashion Partnership, Benetton Group intende contribuire a costruire un ecosistema circolare. Siamo infatti convinti che solo attraverso un'azione collettiva si possa guidare la trasformazione del settore verso modelli di produzione più sostenibili.

S.M. Rayhan Hossain, Supply Chain Sustainability, Benetton Group

149 005 t

totale scarti raccolti – 2023



Materiali

La sostenibilità è una cultura condivisa, sia nei comportamenti sia nella realizzazione delle collezioni. Stiamo facendo grandi passi avanti: dagli obiettivi sul Green B, all'ottenimento delle certificazioni OCS e RCS, al co-branding con Lenzing, alla scelta di materiali a ridotto impatto.

Fabiana Morandi, Operation Sustainability Coordinator, Benetton Group

Selezione e approvvigionamento

Che si tratti di fibre naturali come la lana o il cotone, o di fibre sintetiche come il poliestere o la poliammide, l'estrazione e l'uso di risorse determinano un impatto sul clima, sull'ambiente e sulle persone. Per questo, Benetton Group sta progressivamente aumentando la presenza di fibre e materiali riciclati all'interno delle collezioni e ha formalizzato i propri obiettivi circa l'approvvigionamento di materie prime, che deve evitare la degradazione o la distruzione

dell'ecosistema e della biodiversità, minimizzare gli impatti negativi in tutte le fasi e i processi e favorire lo sviluppo resiliente dell'ambiente e delle persone. Dal 2019, il framework di lavoro è quello dei materiali "preferred" secondo la definizione di Textile Exchange. I programmi individuati sono supportati da una catena di custodia e da un processo di verifica di terza parte che consente la piena tracciabilità del materiale lungo tutta la catena del valore e garantisce l'integrità delle pratiche

di approvvigionamento. Gli standard utilizzati nei processi di certificazione sono: Organic Content Standard (OCS), Global Organic Textile Standard (GOTS), Global Recycled Standard (GRS), Recycled Claim Standard (RCS), Responsible Down Standard (RDS) e Forest Stewardship Council (FSC). Al fine di misurare i propri progressi, Benetton Group contribuisce al Corporate Fiber and Materials Benchmark di Textile Exchange; nel 2023 sono state ottenute le certificazioni OCS e RCS.

Cosa sono i materiali "preferred"?

Textile Exchange si pone l'ambizioso obiettivo di guidare il settore verso l'adozione di modelli produttivi resilienti, rigenerativi e circolari, che si sviluppano in accordo e non in contrasto con la natura. L'obiettivo è di garantire un futuro sostenibile per tutti gli stakeholder coinvolti, dagli agricoltori ai brand, ai consumatori finali. La definizione di materiali "preferred" è in costante evoluzione per rappresentare le interconnessioni degli impatti su clima, acqua, biodiversità e comunità. Si definiscono "preferred" le materie prime o le fibre che determinano una consistente riduzione degli impatti ambientali e apportano benefici per il clima, la natura e le persone rispetto all'equivalente convenzionale considerando un approccio olistico alla trasformazione del sistema produttivo.

GRI 301-1 Materie prime	u.m.	2021*	2022*	2023
Totale	t	17 971	23 766	22 566
Rinnovabili				
Cotone	t	11 293	15 253	14 161
Lana	t	1 232	1 501	1 591
Lino	t	409	943	816
Misti (fibre naturali)	t	20	22	14
Non rinnovabili				
Fibre artificiali	t	1 241	1 430	1 313
Fibre sintetiche	t	3 776	4 617	4 671
Misti (fibre naturali/artificiali/sintetiche)	t	-	-	-

Il dato si riferisce a Benetton Group S.r.l., Benetton India Private Ltd. e Benetton Korea Inc.
* I dati del 2021-2022 sono stati rettificati a fronte di un miglioramento nel processo di raccolta.

L'80% delle fibre nei capi di Benetton Group è di origine naturale. In particolare, il cotone rappresenta circa il 60% dei volumi di prodotto: quello convenzionale ha impatti sociali e ambientali molto alti, per questo l'azienda ha avviato un percorso di transizione che la porterà nei prossimi anni a utilizzare esclusivamente cotone sostenibile, nelle sue varianti biologico, riciclato e Better Cotton. Un'altra fibra essenziale nelle collezioni è la lana, un materiale naturalmente sostenibile che Benetton Group si impegna a rendere ancora migliore, attraverso l'uso della lana riciclata nelle proprie collezioni.

Cotone biologico

Nel 2023, il cotone biologico – cioè derivato da piante non geneticamente modificate e coltivate secondo i principi dell'agricoltura biologica, senza OGM né fertilizzanti e pesticidi chimici, e dunque con minore impatto ambientale – ha rappresentato il 9% del cotone utilizzato da Benetton Group. Il cotone biologico proviene da filiere certificate, sistemi di certificazione indipendenti che tracciano il percorso del cotone biologico fin dall'origine.

Cotone riciclato

Dal 2019 Benetton Group utilizza sempre più cotone riciclato, sostenibile in quanto derivante da scarti

pre-consumo (avanzi della produzione) o post-consumo (capi finiti giunti a fine vita o invenduti). Una volta raccolti e suddivisi per colore, gli scarti vengono tagliati in piccole parti, sfilacciati e riutilizzati per nuove produzioni di filati già colorati. Un adeguato mix tra fibre vergini e cotone riciclato (almeno il 20%) proveniente da filiere certificate consente all'azienda di produrre capi caratterizzati da qualità e durabilità, con un minor impatto ambientale.

Better Cotton

Dal 2017 Benetton Group è membro di Better Cotton, il più grande programma al mondo dedicato alla sostenibilità del cotone. Seguendo i dettami del programma, si approvvigiona di cotone lavorato e raccolto da coltivatori formati per minimizzare l'uso di fertilizzanti e pesticidi, usare l'acqua e il suolo in modo sostenibile e attenersi a principi di equità nei rapporti di lavoro. Nel corso del 2023 si è raggiunta una percentuale di cotone Better Cotton pari al 40% (calcolato sul fabbisogno totale annuo di cotone).

Lana vergine

Custode della tradizione della maglieria italiana, Benetton Group non può prescindere dall'eccellenza della lana, un materiale naturalmente sostenibile. La lana, infatti, dura a lungo e richiede meno lavaggi a temperature più basse. Nel 2023, Benetton Group

ha celebrato i cinquant'anni di partnership con Woolmark, l'autorità globale per quanto riguarda la lana. La collaborazione ha certificato la qualità e la sostenibilità di oltre un milione di capi in Merino Extra Fine della collezione invernale di United Colors of Benetton.

Lana riciclata

Anche la lana può essere riciclata, conservando tutte le proprietà della fibra tradizionale, e proprio l'Italia rappresenta la capitale mondiale del riciclo di questo materiale. Alcuni articoli delle collezioni Bambino di Benetton Group utilizzano un mix tra fibra vergine e fibra riciclata (almeno il 20%) proveniente da filiere certificate, riducendo l'impatto ambientale e garantendo contemporaneamente il livello di qualità che il consumatore si aspetta in un capo Benetton.

Lino

Le collezioni Benetton Group comprendono capi in lino, una fibra vegetale antica, sostenibile per natura. Oltre a essere fresco e ipoallergenico, il lino può essere coltivato con molta meno acqua rispetto ad altre fibre, e quasi nessun prodotto chimico. Il lino è anche una fibra estremamente resistente e completamente riciclabile, come gli scarti derivanti dal suo processo di trasformazione.

Le fibre artificiali sono create con materiali di origine naturale ma lavorate attraverso processi chimici. Benetton Group si impegna a utilizzare progressivamente solo fornitori con ridotto rischio che hanno raggiunto lo status "green shirt" nell'Hot Button Ranking, in allineamento con la propria roadmap per l'approvvigionamento responsabile di viscosa, lyocell e modal.

Viscosa

La viscosa è una fibra artificiale di origine naturale – infatti deriva dalla polpa di legno degli alberi – che rappresenta una piccola parte (6%) della produzione di Benetton Group. Per preservare le foreste e la biodiversità e ridurre l'impatto ambientale derivante dai processi chimici di trasformazione, l'azienda s'impegna ad approvvigionarsi anche di viscosa sostenibile – comprese le sue varianti modal e lyocell – proveniente da filiere certificate.

Le fibre sintetiche derivano da materiali fossili, risorse non rinnovabili, la cui domanda globale è costantemente cresciuta negli ultimi decenni. Nel corso del 2023 Benetton Group ha mantenuto l'utilizzo di fibre sintetiche provenienti da riciclo pre- o post-consumo. Per garantire ai consumatori la massima tracciabilità, l'azienda ha deciso di acquistare materiali riciclati certificati secondo gli standard di Textile Exchange.

Nylon riciclato

Polimero sintetizzato in laboratorio, il nylon è apprezzato nel campo dell'abbigliamento per le sue doti di resistenza, leggerezza ed elasticità, ma è difficile da smaltire. Riciclarlo consente di ottenere una nuova fibra che ha le stesse proprietà di quella originale, con meno emissioni di CO₂ e impatto ambientale. Una selezione di capi di United Colors of Benetton, in particolare la collezione beachwear, è realizzata in ECONYL®, una fibra di nylon rigenerata al 100% a partire da rifiuti e scarti di produzione. ECONYL® mantiene le stesse qualità e performance del nylon ma non consuma ulteriore materia prima.

Poliestere riciclato

Il poliestere è una delle fibre sintetiche più utilizzate nel settore tessile. Benetton Group ha deciso di valorizzare i tessuti che contengono almeno il 20% di poliestere riciclato proveniente da filiere certificate, che verificano l'origine e il riutilizzo di scarti originati da processi produttivi o materiali che, terminato il loro ciclo di vita, finirebbero in discarica. Alcuni dei piumini di Benetton Group sono realizzati in ovatta derivata da poliestere riciclato proveniente esclusivamente da filiere certificate. In particolare, è ottenuta riciclando le comuni bottiglie di plastica per alimenti (PET): ce ne vogliono circa 26 da 33 cl per imbottire un giubbotto da uomo.

Dal 2017, Benetton Group è certificata Responsible Down Standard (RDS), un protocollo a garanzia che piume e piumini derivano da oche e anatre allevate a scopo alimentare nel rispetto dei principi e dei criteri del benessere animale. Nel 2023, inoltre, nelle collezioni dei brand è stata inserita una percentuale di piume rigenerate.

RDS

RDS verifica in modo indipendente, attraverso la valutazione di organismi neutrali e specializzati, tutti gli aspetti che riguardano l'allevamento e la cura degli animali, compresa la tracciabilità delle piume e dei piumini, dall'origine fino al prodotto finale. L'obiettivo è rassicurare i consumatori sul fatto che il loro acquisto contribuisce a proteggere e migliorare le condizioni di vita delle oche e delle anatre coinvolte nel processo di produzione.

Piume rigenerate

Parte delle piume di anatra e di oca presenti nelle collezioni di United Colors of Benetton sono rigenerate. Dopo essere state recuperate dai prodotti precedenti, vengono lavate, sterilizzate, selezionate e mescolate per ottenere il giusto compromesso tra leggerezza e capacità di trattenere il calore. Questo processo è rigorosamente controllato e certificato e può essere ripetuto all'infinito, alimentando il circolo virtuoso di recupero e riutilizzo.

I capi di Benetton Group sono trasportati con uno specifico

packaging lungo tutto la catena del valore, dai fornitori, ai centri distributivi, fino ai negozi.

Packaging

Gli imballaggi utilizzati contribuiscono in modo significativo al consumo di risorse e alla generazione di rifiuti. Benetton Group mette in atto una serie di iniziative per ridurre il packaging e minimizzare gli impatti ambientali: dall'uso di ceste di metallo riutilizzabili, che consentono un risparmio annuo di oltre 1 300 tonnellate di cartone, l'equivalente di circa 20 000 alberi, all'utilizzo di diverse tipologie di cartoni di diverse altezze, per saturare i colli senza trasportare aria. Inoltre, sia i colli da imballo (prodotti con materiale in parte riciclato) sia le buste utilizzate per le spedizioni e-commerce sono certificati FSC. La consegna delle spedizioni e-commerce in buste di carta anziché in colli di cartone porta a un risparmio sulla materia prima utilizzata del 50% circa, con una diminuzione del volume trasportato e una conseguente riduzione della CO₂ emessa.

Il dato si riferisce a Benetton Group S.r.l., Benetton India Private Ltd. e Benetton Korea Inc.

GRI 301-1 Packaging	u.m.	2021	2022	2023
Totale	t	2 439	3 470	3 052
Rinnovabili				
Carta e cartone	t	1 942	2 809	2514
Non rinnovabili				
Polietilene (PE)	t	496	660	537
Ferro	t	1	1	1

Modelli alternativi di business

Sostenere la crescita economica delle aziende senza produrre nuovi capi: questa è insieme la sfida e l'opportunità legata all'introduzione di nuovi modelli di business che possono trasformare il settore della moda. Negli ultimi decenni, infatti, l'ammontare dei capi prodotti è quasi duplicato, a fronte di una parcellizzazione dei ricavi e di un aumento significativo dell'impronta carbonica del settore. Benetton Group intende adottare un approccio esplorativo verso i nuovi modelli di business – dalla vendita di capi di seconda mano ai servizi di riparazione e al noleggio dei prodotti – al fine di individuare la soluzione che meglio si adatta all'identità dei due brand, al

posizionamento di mercato e al target dei consumatori. Il processo è ancora agli albori, l'obiettivo per i prossimi due anni è quello di lanciare dei progetti pilota per United Colors of Benetton e Sisley, e verificare i risultati delle iniziative. Entro il 2030, Benetton Group si propone di scalare modelli di business circolari, creando una nuova linea di flussi dei ricavi del Gruppo.

___Re-immaginare la crescita richiede un ponte tra il mondo finanziario e quello non finanziario. La creazione del valore d'impresa, considerato come il ritorno economico dell'attività aziendale, deve essere in linea con quello sociale e ambientale, inteso come valore condiviso generato per la comunità___

Nicoletta Sartori, Head of Sustainability, Benetton Group

Gestione della catena di fornitura

I rischi e gli impatti legati alla gestione della catena di fornitura impongono di ripensare il modello di produzione globale, con una forte spinta verso l'integrazione verticale, l'avvicinamento delle fonti produttive e la produzione a piccoli lotti, il tutto reso possibile dalla digitalizzazione. Affrontare eventuali interruzioni della catena di fornitura è un tema centrale nell'agenda dei CEO: l'aumento dei prezzi delle materie prime causato dall'inflazione, la crisi energetica, i blocchi della logistica, la produzione frammentata e delocalizzata pongono dei rischi crescenti alla continuità delle attività produttive e rendono necessario un cambio di paradigma nella gestione della relazione con i fornitori. Il rafforzamento dei rapporti di business con i propri partner strategici, in particolare, consente ai brand di mitigare i rischi, di aumentare il grado di controllo sulla catena di fornitura e di investire in progetti di innovazione e sostenibilità.

Nearshoring

Dal punto di vista della gestione della supply chain, la strategia di Benetton Group si sta orientando in un'ottica di "nearshoring", con l'obiettivo di limitare i chilometri di distanza rispetto al mercato di riferimento, producendo meno e meglio, in modo da soddisfare puntualmente le esigenze del consumatore finale. L'avvicinamento delle fonti produttive consente, infatti, di ridurre il lead time, aumentare il controllo sulla catena di fornitura e rendere più efficiente la logistica. Questo è un primo passo per contenere la sovrapproduzione, la più grande sfida per un brand che si propone di agire in modo responsabile. Con molte pratiche rimaste invariate da diversi anni, l'attuale modello di business non è né reattivo né sostenibile dal punto di vista economico e ambientale: la crescente volatilità della domanda richiede infatti il passaggio da un sistema produttivo make-to-stock a un modello retail puro, obiettivo del Gruppo nei prossimi anni. Oltre alla revisione del modello di business, Benetton Group intende rafforzare

il percorso di sostenibilità intrapreso dalle piattaforme produttive in Tunisia, Serbia e Croazia, attraverso interventi di efficientamento energetico e la transizione verso energie rinnovabili.

Tracciabilità

Benetton Group sta investendo in modo da rendere sempre più trasparente la propria catena di fornitura: sapere dove e come sono prodotti i capi è non solo una priorità per il consumatore finale, ma anche uno strumento di gestione del rischio, per prevenire le vulnerabilità e affrontare eventuali interruzioni nella catena del valore. L'attesa normativa europea, dal passaporto digitale del prodotto alla direttiva sulla due diligence, renderà la tracciabilità un elemento chiave per l'economicità e la competitività delle imprese del settore tessile. Grazie al lavoro svolto per costruire una relazione commerciale di lungo periodo basata sulla fiducia e sulla trasparenza reciproca, oggi Benetton Group può pubblicare una lista di fornitori che copre il 95% della produzione annuale. La lista dei fornitori attivi dislocati in tutto il

mondo è sempre disponibile sul sito: www.benettongroup.com/sustainability/supply-chain/. Benetton Group contribuisce anche alla trasparenza del settore pubblicando i dati della propria catena di fornitura su Open Supply Hub, piattaforma che consente di standardizzare la raccolta delle informazioni e migliorare la qualità dei dati. L'impegno di Benetton Group per la tracciabilità non può però limitarsi ai propri fornitori (dalla confezione alla materia prima), ma deve spingersi verso le fasi a valle della catena del valore, considerando l'uso e il fine vita del capo. Il Gruppo, infatti, riconosce l'importante sfida legata alla gestione dell'intero ciclo di vita del capo e intende prendere parte al processo di trasformazione della industry.

___Dobbiamo ridisegnare la proposta di valore per il cliente attraverso capi basici, nell'ottica di una minor produzione e di un maggiore utilizzo___

Marco Zeggio, Product Development and Operations Director, Benetton Group



Pratiche di acquisto responsabile

Le pratiche di acquisto di brand e retailer influenzano non solo la stabilità finanziaria e la sostenibilità economica dei business partner, ma, a cascata, determinano anche la capacità dei fornitori di pagare un salario adeguato ai lavoratori e di assicurare l'adeguatezza delle condizioni di lavoro. L'adozione di pratiche di acquisto responsabili è quindi fondamentale per la salvaguardia di un equo trattamento dei lavoratori. Benetton Group intende agire come buyer corretto nei

confronti dei propri fornitori: questo è un impegno trasversale che richiede l'appoggio dell'AD e il supporto di tutte le funzioni aziendali coinvolte, dal design alla pianificazione, dal sourcing al controllo qualità, per arrivare alla sostenibilità. Attraverso la partnership con il Better Buying Institute (BBI), instaurata nel 2023, i fornitori di capo finito sono coinvolti nel valutare le pratiche di acquisto del Gruppo: i feedback raccolti consentono a Benetton di identificare i propri punti di forza e di debolezza e di lavorare sui

gap individuati. L'adozione di pratiche di acquisto responsabili richiede infatti un approccio orientato al miglioramento continuo.

Procurato

Nel 2023 il procurato evidenzia una leggera riduzione (-4%) rispetto all'anno precedente, valore in linea con la riduzione del volume totale di capi prodotti, pari a 60 milioni. Il dato comprende anche le produzioni locali di India e Corea, realizzate al fine di incontrare il gusto e le richieste dei

consumatori locali. Il bilanciamento delle fonti produttive tra EMEA (39%) e Asia (61%) è coerente con il duplice obiettivo perseguito da Benetton Group: da un lato, avvicinare una parte della produzione al bacino mediterraneo per ridurre il tempo di industrializzazione dei prodotti e aumentare il controllo della catena di fornitura; dall'altro, mantenere le fonti produttive in Asia come base per servire i nuovi mercati, efficientando in entrambi i casi la funzione logistica.

GRI 204-1 Procurato (euro)					
	2021*		2022*		2023
EMEA	156 758 025	47%	246 049 133	50%	185 055 223
Asia	176 585 445	53%	246 837 466	50%	287 545 951
Resto del mondo	-	-	-	-	-
Totale	333 343 470		492 886 599		472 601 174

* I dati del 2021-2022 sono stati rettificati a fronte di un miglioramento nel processo di raccolta.

RACCOMANDAZIONI CHIAVE DA BETTER BUYING

Principio 1 – Visibilità: Condividere con i fornitori informazioni sui futuri sviluppi del business, con anticipo e con un grado di dettaglio sufficiente per pianificare le attività.

• Pianificazione

Principio 2 – Stabilità: Mantenere relazioni di lungo periodo con i fornitori e limitare i picchi o i cali degli ordini in corso d'anno.

• Pianificazione
• Approvvigionamento e allocazione degli ordini

Principio 3 – Tempo: Concordare con i fornitori una timeline adeguata per svolgere tutti i processi preliminari e di produzione nel rispetto della legge e dei requisiti del Codice di Condotta.

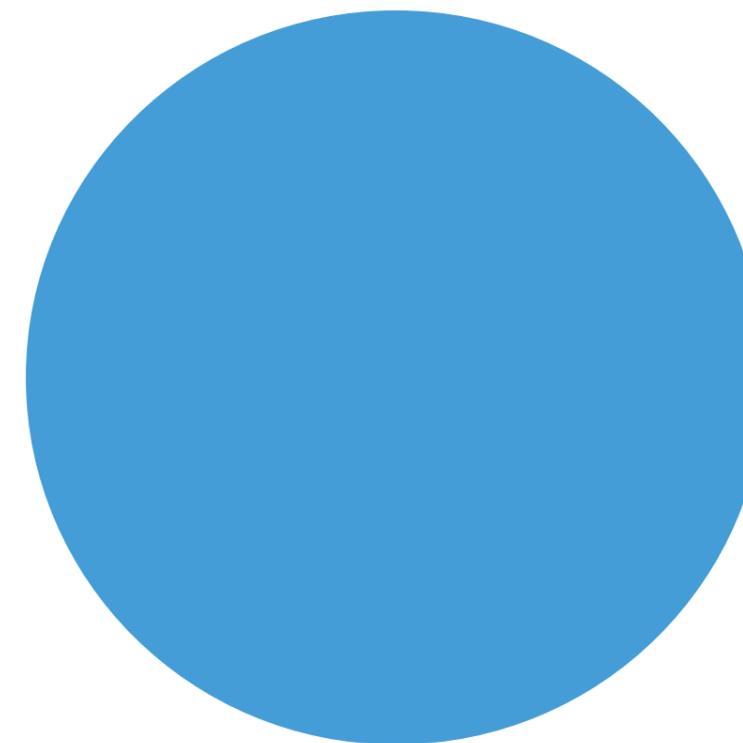
• Gestione delle pratiche di acquisto

Principio 4 – Gestione finanziaria: Adottare pratiche finanziarie corrette nei confronti dei fornitori, basate sulla condivisione del rischio; evitare decisioni unilaterali che possano impattare negativamente sui fornitori.

• Pianificazione
• Negoziazione e termini di pagamento
• Cancellazione degli ordini

Principio 5 – Responsabilità condivisa: Contribuire come brand al miglioramento sociale e ambientale della catena di fornitura, riconoscendo che il percorso verso la sostenibilità è un obiettivo condiviso con i propri partner.

• Incentivi alla catena di fornitura
• Armonizzazione della attività di audit
• Partnership win-win



Sicurezza___2023

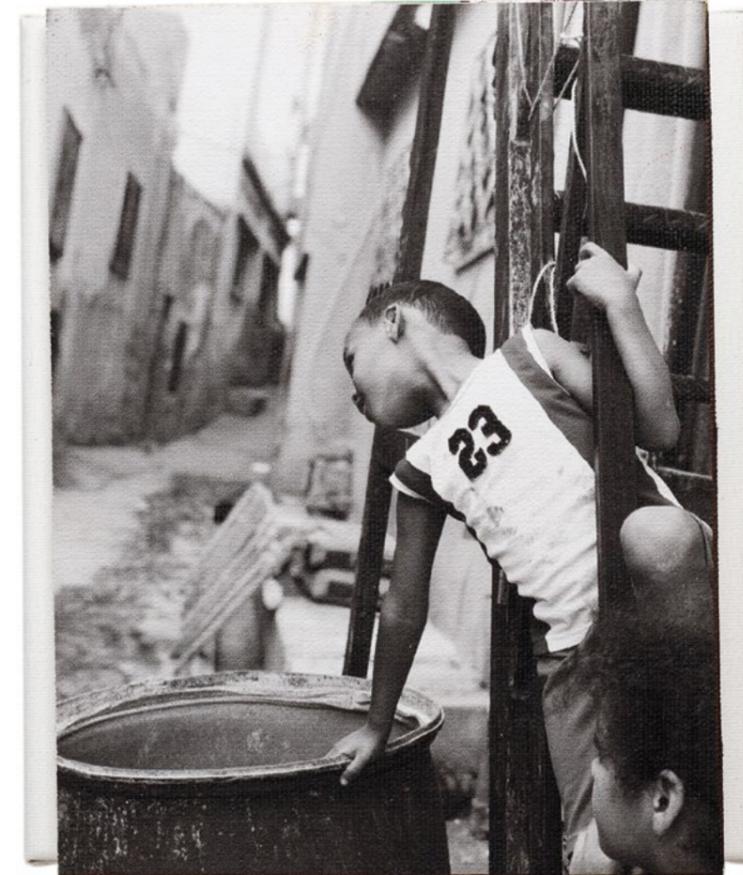
Saja Hamdouni

Palestina



10x12 cm___Fotografia digitale stampata su tela

Saja Hamdouni è nata nel 2001 nel campo di Irbid, in Giordania. La sua famiglia proviene dal villaggio di Al Sendyana ad Haifa, in Israele. I suoi nonni furono costretti a partire per la Giordania nel 1948. Attualmente studia Farmacia all'Università Yarmouk a Irbid e sin da piccola ha mostrato interesse per l'arte e la fotografia. Con il suo lavoro, Saja Hamdouni mostra le condizioni difficili in cui vivono i profughi nei campi, con un focus sui bambini.



Ritorno al mittente, Tenda #8___2023

MyLoan Dinh

Vietnam



Nata nel 1972 a Saigon, Vietnam, vive a Charlotte, in North Carolina, Stati Uniti e lavora tra gli Stati Uniti e Berlino. MyLoan Dinh è un'artista multidisciplinare vietnamita-americana. Ha studiato alla University of North Carolina a Chapel Hill e alla School of Art & Design, University of Wollongong, New South Wales, Australia. Quest'opera è realizzata con gusci d'uovo e con la fibra con cui vengono fabbricate le borse da viaggio spesso utilizzate dai migranti, conosciute come "borsa del rifugiato", e presenta l'unica foto d'infanzia in suo possesso, scattata quando si trovava in un campo profughi in Thailandia.

12x10 cm___Gusci d'uovo, polipropilene e tessuto di cotone, carta



Cifre___2023

Iyad Sabbah

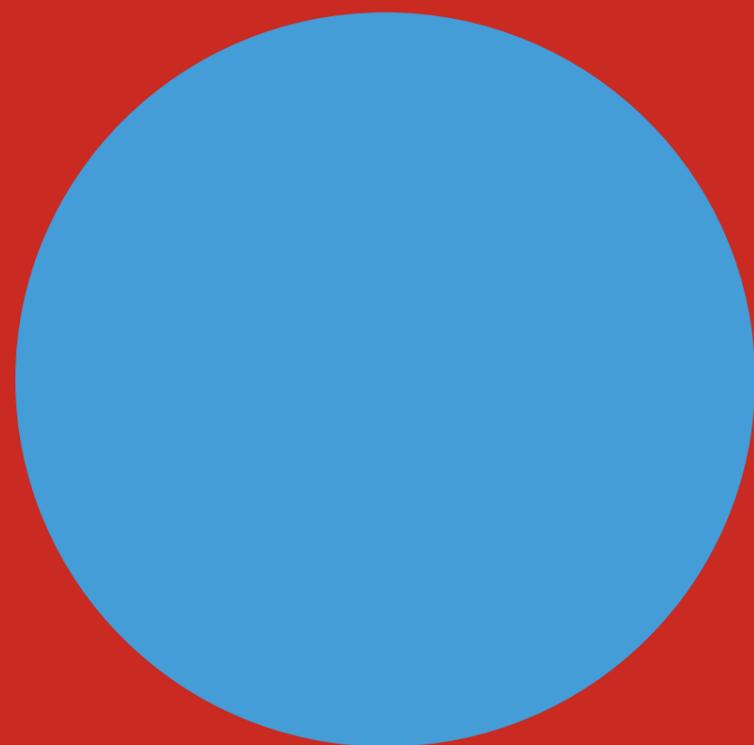
Palestina



Artista di origine palestinese, Iyad Sabbah attualmente vive e lavora in Belgio. Ha conseguito un dottorato di ricerca nel campo della scultura contemporanea presso l'Istituto di Belle Arti di Tunisi. È stato docente per più di 18 anni presso la Facoltà di Lettere dell'Università Al-Aqsa di Gaza. Nel 2014, nell'ambito della mostra *Worn Out*, ha esposto su una spiaggia di Gaza alcune figure di argilla insanguinata, che rappresentavano delle famiglie costrette a fuggire dalle loro case nel quartiere Shejaiya di Gaza City, in quell'anno pesantemente colpito dai combattimenti.

12x10 cm___Inchiostro su tela (fronte)/Argilla artificiale (retro)





Appendice
Nota metodologica
Allegati
GRI Standard

Nota metodologica

Il Report Integrato di Benetton Group illustra le modalità di creazione di valore nel tempo attraverso le connessioni tra elementi finanziari e non finanziari e le principali performance di sostenibilità dell'azienda.

Nella redazione del Report Integrato sono stati presi in considerazione i principi e gli elementi di contenuto dell'“International <IR> Framework” emesso a dicembre 2013 dall'International Integrated Reporting Council (IIRC). Inoltre, il documento è stato predisposto in accordo ai “GRI Sustainability Standards” aggiornati nel 2021 dal Global Reporting Initiative (GRI). In linea con le indicazioni degli Standard GRI, Benetton Group ha applicato i nuovi GRI Universal Standard e ha condotto con rigore l'analisi di materialità per individuare gli impatti più significativi dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, con particolare attenzione al rispetto dei diritti umani. Tutti gli impatti individuati come materiali sono trattati all'interno del documento definendo l'approccio strategico di Benetton Group, le misure di mitigazione e gli strumenti di gestione degli impatti (pag. 50-53). Come richiesto dagli Standard GRI, è riportato il “GRI Content Index” contenente il dettaglio degli indicatori rendicontati e le eventuali omissioni.

Gli indicatori quantitativi non riferiti ad alcuna general o topic-specific disclosure dei GRI Standards,

riportati in corrispondenza delle pagine indicate nel Content Index, non sono oggetto di esame limitato da parte di EY S.p.A.

Perimetro di reporting e contesto di sostenibilità

Il presente documento rappresenta l'ottava edizione del Report Integrato di Benetton Group e contiene la descrizione delle iniziative e delle attività riferite all'anno 2023 (anno solare) e i trend di performance del triennio 2021-2023, laddove disponibili.

La raccolta degli indicatori di performance e la periodicità di rendicontazione sono impostate secondo una frequenza annuale. Le informazioni riportate si riferiscono a Benetton Group S.r.l. e a tutte le società controllate in Italia e all'estero, con l'unica esclusione di Benetton Pars P.J.S.C. (Iran), la cui operatività è stata molto ridotta. Il perimetro del reporting coincide con quanto sopra riportato, a eccezione degli indicatori 302-1, 305-1 e 305-2, che non considerano i consumi energetici dei centri direzionali in Francia, Svizzera, Messico e UK, per i quali non sono disponibili i dati sui consumi effettivi. Gli indicatori 405-2 e 2-21 considerano solo i dati relativi all'Italia per limitazioni nella raccolta delle informazioni, che Benetton Group si impegna a colmare nei prossimi anni. Benetton Group S.r.l. ha la sua sede centrale a Ponzano Veneto (Treviso), via Villa Minelli, e il suo complesso industriale a Castrette di Villorba (Treviso), via della Cartiera 1.

Principi di garanzia di qualità del reporting

I dati riportati sono stati rilevati con l'obiettivo di fornire un quadro equilibrato e chiaro delle azioni e delle caratteristiche dell'azienda. Il processo di rendicontazione delle informazioni e dei dati quantitativi è stato migliorato grazie all'ausilio di un tool informatico e strutturato in modo da garantire la confrontabilità dei dati su più anni, laddove possibile, al fine di permettere una corretta lettura delle informazioni e una completa visione a tutti gli stakeholder interessati all'evoluzione delle performance di Benetton.

Metodologie di calcolo

Si riportano di seguito le indicazioni metodologiche per alcuni indicatori rendicontati all'interno del presente documento. I dati relativi all'anno 2023 costituiscono la migliore stima possibile con i dati disponibili al momento della redazione del presente bilancio.

Lavoratori non dipendenti

L'indicatore GRI 2-8 riporta le informazioni relative ai lavoratori non dipendenti in attivo alla fine del periodo di rendicontazione e suddivisi nelle seguenti categorie: persone in stage (in accordo alla legislazione locale), appaltatori, lavoratori interinali o assunti tramite agenzia e lavoratori indipendenti o con contratto di consulenza le cui mansioni sono controllate dall'organizzazione. La categoria “Altri” rileva il personale di negozio di Corea e India, assunto con

un contratto diverso dal tradizionale rapporto di lavoro dipendente.

Nuove assunzioni e turnover

Benetton Group rendiconta annualmente il tasso di nuove assunzioni e di turnover, suddiviso per personale di sede e di negozio in modo da evidenziare le specifiche dinamiche retail.

Si sottolinea che tali dati non sono comparabili con quelli riportati nelle tabelle relative al numero dei dipendenti, a causa di trasformazioni di contratto interne e reporting in accordo alla legislazione locale da parte delle società controllate.

Tasso di rientro e retention dopo il congedo parentale

Il tasso di rientro dopo il congedo parentale è calcolato come il numero di dipendenti rientrati dopo il congedo rispetto al numero di dipendenti che ne hanno usufruito nell'anno. Il tasso superiore al 100% indica un numero maggiore di rientri rispetto ai congedi presi e dipende dai congedi a cavallo d'anno.

Il tasso di retention dopo il congedo parentale è calcolato come il numero di dipendenti ancora in forza dopo 12 mesi dal rientro dal congedo per maternità/paternità rispetto al numero di dipendenti che negli anni precedenti hanno usufruito del congedo parentale e sono rientrati in azienda.

Indici infortunistici

Di seguito sono riportate le modalità di calcolo degli indici infortunistici:

- Tasso di infortunio sul lavoro

con gravi conseguenze: numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (a esclusione dei decessi)/ore lavorate x 1 000 000:

- Tasso di infortuni registrabili: numero di infortuni registrabili/ore lavorate x 1 000 000.

Gli infortuni con gravi conseguenze includono infortuni da cui il lavoratore non può ristabilirsi, non si ristabilisce o non è realistico prevedere che si ristabilisca completamente ritornando allo stato di salute antecedente l'incidente entro 6 mesi.

Gli infortuni in itinere comprendono tutti gli infortuni in cui il trasporto sia gestito dall'organizzazione. I dati relativi agli indici infortunistici sono esposti con riferimento ai dipendenti e ai lavoratori non dipendenti: nel biennio 2021-2022 sono inclusi i lavoratori interinali e le persone in stage, mentre per il 2023 l'indicatore copre l'intero perimetro dei lavoratori non dipendenti (come descritto nel GRI 2-8), con l'unica eccezione delle persone con contratto di consulenza in Italia, per cui non è possibile rendicontare le ore effettivamente lavorate.

Emissioni di gas serra

Il calcolo delle emissioni di gas serra è stato svolto utilizzando i principi indicati nel GHG Protocol. In particolare sono considerati i gas ad effetto serra rilevanti, tutti ricondotti all'unità comune CO₂ equivalente (ad eccezione delle emissioni Scope 2, misurate in CO₂). I fattori di emissione utilizzati per il calcolo delle emissioni di CO₂ riportate

nel Report sono stati determinati nel seguente modo:

Emissioni dirette Scope 1:

le emissioni legate al consumo totale di gas naturale e al diesel per il riscaldamento dei centri direttivi e dei punti vendita diretti globali e alla benzina e al diesel per la flotta aziendale sono state determinate utilizzando come fattore di emissione quello riportato nella tabella dei parametri standard nazionali pubblicato dal Ministero Italiano per l'Ambiente per gli anni 2021 e 2022, mentre per il 2023 sono stati utilizzati come fattori di emissioni quelli riportati nella tabella Defra. Nel calcolo delle emissioni Scope 1 è incluso anche il dato relativo alle perdite di gas refrigerante dalle apparecchiature di condizionamento o raffrescamento installate presso il campus e i punti vendita italiani. Le emissioni legate ai gas fluorati sono state calcolate utilizzando i fattori di emissione riportati nelle tabelle del Defra per gli anni 2021, 2022 e 2023.

Emissioni Indirette Scope 2:

le emissioni indirette corrispondono ai consumi di energia elettrica acquistata e ai consumi di teleriscaldamento; le emissioni legate al consumo di energia elettrica sono state calcolate secondo l'approccio location based e market based. Per il calcolo delle emissioni location based sono stati utilizzati i fattori di emissione riportati nelle tabelle pubblicate da Terna, dei confronti internazionali che hanno come fonte

Enerdata e disponibili nella loro versione più recente in riferimento all'anno 2019, utilizzati per il calcolo delle emissioni indirette del triennio 2021-2023.

Per il calcolo delle emissioni market-based sono stati utilizzati, dove disponibili, i residual mix riportati nel documento “European Residual Mixes”, pubblicato da AiB e disponibile per l'anno 2020.

Le emissioni legate al teleriscaldamento sono state calcolate utilizzando i fattori di emissione riportati nelle tabelle del Defra disponibili per il triennio 2021-2022-2023.

Emissioni Indirette Scope 3:

per il calcolo delle emissioni indirette di CO₂e, sono stati considerati i seguenti riferimenti e metodologie di calcolo:

- acquisto di beni e servizi: database EcoInvent (aggiornato nel 2023) per i coefficienti emissivi relativi alle materie prime utilizzate e dati primari relativi ai consumi energetici della catena di fornitura moltiplicati per i fattori di emissione pubblicati da Defra, Terna e AiB;
- attività correlate a combustibili ed energia: tabelle Defra per gli anni 2021-2022-2023;
- trasporto e distribuzione a monte e a valle: per la rete logistica a diretta gestione di HQ è stata utilizzata una metodologia sviluppata da TK'Blue, agenzia internazionale di rating non finanziario legata ai trasporti, mentre per l'India è impiegato il software Ecotransit per i trasporti outbound; infine, i trasporti inbound dell'India

e il trasporto gestito da Benetton Korea sono stati oggetto di stima in mancanza di un dato puntuale;

- rifiuti generati durante le attività: tabelle Defra per gli anni 2021-2022-2023 in relazione al tipo di rifiuto e alle modalità di smaltimento;
- viaggi d'affari: tabelle Defra per gli anni 2021-2022-2023;
- spostamento casa-lavoro dei dipendenti: tabelle Defra per gli anni 2021-2022-2023;
- beni in locazione e franchisee: fattori AiB per il 2020;
- uso del prodotto: stima che considera il numero di lavaggi di un capo, il consumo medio di energia e i fattori di emissione pubblicati da Terna nel 2019;
- trattamento a fine vita del prodotto: tabelle Defra per gli anni 2021-2022-2023.



Allegati

	TURNOVER IN ENTRATA						TURNOVER IN USCITA																	
	2022		2023				2022		2023															
	Negozii		Sedi		Totale		Negozii		Sedi		Totale													
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%												
ITALIA																								
Uomini	25	36%	109	20%	134	22%	31	41%	65	12%	96	16%	33	47%	110	20%	143	23%	25	33%	81	15%	106	17%
≤ 30	10	111%	15	33%	25	45%	22	138%	23	45%	45	67%	14	156%	16	35%	30	55%	13	81%	8	16%	21	31%
31-50	14	26%	59	28%	73	27%	9	17%	38	18%	47	18%	15	28%	44	21%	59	22%	12	23%	37	18%	49	19%
≥ 51	1	14%	35	12%	36	12%	0	0%	4	1%	4	1%	4	57%	50	17%	54	18%	0	0%	36	13%	36	13%
Donne	637	63%	95	14%	732	47%	515	52%	89	13%	604	36%	498	50%	141	20%	639	38%	527	53%	103	15%	630	38%
≤ 30	317	107%	31	39%	348	93%	324	105%	50	46%	374	90%	259	87%	18	23%	277	74%	279	91%	13	12%	292	70%
31-50	297	48%	51	13%	348	35%	171	30%	34	10%	205	22%	211	34%	60	15%	271	27%	222	38%	54	15%	276	30%
≥ 51	23	25%	13	6%	36	11%	20	19%	5	2%	25	8%	28	30%	63	27%	91	28%	26	25%	36	16%	62	19%
EUROPA																								
Uomini	152	105%	18	26%	170	79%	152	112%	6	7%	158	73%	159	110%	14	20%	173	81%	159	117%	15	19%	174	80%
≤30	102	146%	10	91%	112	138%	105	175%	1	4%	106	126%	109	156%	9	82%	118	146%	114	190%	3	13%	117	139%
31-50	47	76%	6	14%	53	50%	45	71%	5	13%	50	49%	46	74%	1	2%	47	44%	42	67%	9	23%	51	50%
≥ 51	3	23%	2	14%	5	19%	2	15%	0	0%	2	7%	4	31%	4	29%	8	30%	3	23%	3	18%	6	20%
Donne	2 008	89%	22	14%	2 030	84%	1 916	92%	22	8%	1 938	83%	2 036	91%	22	14%	2 058	86%	1 973	95%	19	7%	1 992	85%
≤ 30	1456	159%	4	25%	1460	157%	1391	170%	5	7%	1396	157%	1414	155%	5	31%	1419	153%	1345	165%	3	4%	1348	151%
31-50	494	42%	16	13%	510	39%	471	42%	12	8%	483	38%	561	47%	11	9%	572	43%	570	51%	14	9%	584	46%
≥ 51	58	40%	2	13%	60	37%	54	34%	5	17%	59	31%	61	42%	6	40%	67	42%	58	36%	2	7%	60	31%

	TURNOVER IN ENTRATA						TURNOVER IN USCITA																	
	2022		2023				2022		2023															
	Negozii		Sedi		Totale		Negozii		Sedi		Totale													
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%												
RESTO DEL MONDO																								
Uomini	338	93%	82	25%	420	60%	393	112%	58	17%	451	65%	345	95%	163	49%	508	73%	393	112%	97	28%	490	71%
≤ 30	280	123%	26	65%	306	114%	331	145%	17	38%	348	127%	274	120%	11	28%	285	106%	312	137%	11	24%	323	118%
31-50	56	42%	54	21%	110	28%	62	51%	38	15%	100	26%	70	53%	123	47%	193	49%	80	66%	75	29%	155	41%
≥ 51	2	50%	2	6%	4	11%	0	0%	3	8%	3	8%	1	25%	29	94%	30	86%	1	33%	11	30%	12	30%
Donne	536	89%	72	24%	608	67%	603	106%	76	24%	679	77%	479	80%	122	40%	601	66%	627	111%	93	30%	720	82%
≤ 30	473	116%	45	53%	518	105%	541	138%	38	44%	579	121%	402	98%	35	41%	437	88%	539	137%	32	37%	571	119%
31-50	55	32%	24	12%	79	21%	61	41%	31	15%	92	26%	74	43%	73	36%	147	39%	84	57%	48	23%	132	37%
≥ 51	8	38%	3	18%	11	29%	1	4%	7	44%	8	19%	3	14%	14	82%	17	45%	4	15%	13	81%	17	40%
Totale																								
Uomini	515	89%	209	22%	724	47%	576	102%	129	13%	705	46%	537	93%	287	30%	824	54%	577	102%	193	20%	770	51%
≤ 30	392	128%	51	53%	443	110%	458	151%	41	34%	499	118%	397	129%	36	37%	433	107%	439	144%	22	18%	461	109%
31-50	117	47%	119	23%	236	31%	116	49%	81	16%	197	26%	131	53%	168	32%	299	39%	134	57%	121	24%	255	34%
≥ 51	6	25%	39	12%	45	12%	2	8%	7	2%	9	3%	9	38%	83	25%	92	25%	4	17%	50	15%	54	15%
Donne	3 181	83%	189	16%	3 370	67%	3 034	83%	187	15%	3 221	66%	3 013	78%	285	25%	3 298	66%	3 127	86%	215	17%	3 342	68%
≤ 30	2246	139%	80	44%	2326	129%	2256	149%	93	35%	2349	132%	2075	128%	58	32%	2133	119%	2163	143%	48	18%	2211	124%
31-50	846	43%	91	13%	937	35%	703	38%	77	11%	780	31%	846	43%	144	20%	990	37%	876	48%	116	16%	992	39%
≥ 51	89	34%	18	7%	107	20%	75	26%	17	6%	92	16%	92	36%	83	31%	175	33%	88	30%	51	19%	139	25%

000 N. di dipendenti in entrata (in uscita) durante l'anno (tempo determinato + tempo indeterminato)

(000%) Tasso di turnover: n. totale di dipendenti in entrata (in uscita) / n. dipendenti al 31.12.

Per Negozi si intende il personale direttamente impiegato nel punto vendita con funzioni di store manager, addetto alla vendita, addetto al magazzino e visual merchandiser in negozio.



Indice dei contenuti GRI Standard

GRI ASPECTS	DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO
GRI 2 GENERAL DISCLOSURE			
GRI 2 L'organizzazione e le sue pratiche di reporting	2-1	Dettagli dell'organizzazione	Pag. 132 / Cap. Appendice
	2-2	Elenco delle entità incluse nel Bilancio Integrato	Pag. 132 / Cap. Appendice
	2-3	Definizione del perimetro di reporting, della frequenza e del contatto	Pag. 132 / Cap. Appendice
	2-4	Spiegazione degli effetti di qualunque modifica di informazioni inserite nei report precedenti e le motivazioni di tali modifiche	Pag. 132 / Cap. Appendice I seguenti indicatori sono stati oggetto di restatement: GRI 2-27, GRI 204-1, GRI 301-1, GRI 305-3, GRI 401-3, GRI 403-9, GRI 416-2 per un miglioramento nel processo di raccolta dati che ha portato a una maggiore accuratezza delle informazioni trasmesse
GRI 2 Attività e lavoratori	2-5	Processo di assurance	Pag. 150-152 / Cap. Appendice
	2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Pag. 24-25; 28-29; 34-35 / Cap. Azienda Pag. 82-84 / Cap. Persone Pag. 121-122 / Cap. Circolarità
	2-7	Dipendenti	Pag. 85-87 / Cap. Persone
	2-8	Lavoratori non dipendenti	Pag. 87 / Cap. Persone
GRI 2 Governance	2-9	Struttura e composizione della governance	Pag. 44-47 / Cap. Governance
	2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	Pag. 44-47 / Cap. Governance
	2-11	Presidente del massimo organo di governo	Pag. 45 / Cap. Governance
	2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Pag. 46-47 / Cap. Governance
	2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	Pag. 46-47; 49 / Cap. Governance
	2-14	Ruolo del massimo organo di governo nel reporting di sostenibilità	Pag. 46-47 / Cap. Governance
	2-15	Conflitti di interesse	Considerata la governance e la struttura proprietaria di Benetton Group, il rischio di conflitto di interessi per il massimo organo di governo è limitato. Un processo formale relativo alla gestione dei conflitti di interesse del massimo organo di governo non è stato stabilito
	2-16	Comunicazione delle criticità	Pag. 46-47 / Cap. Governance

GRI ASPECTS	DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO
	2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	Pag. 46-47 / Cap. Governance
	2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	Pag. 46-47 / Cap. Governance Omissione: non applicabile; non è presente un meccanismo di valutazione della performance del massimo organo di governo
	2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	Pag. 46-47 / Cap. Governance
	2-20	Procedura di determinazione della remunerazione	Pag. 47 / Cap. Governance Pag. 80 / Cap. Persone
	2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	Pag. 80 / Cap. Persone Omissione: le informazioni relative all'indicatore sono al momento disponibili con limitazione di perimetro (Italia). Benetton si impegna, nei prossimi anni, a raccogliere i dati necessari alla copertura dell'indicatore
	GRI 2 Strategia, policy e pratiche	2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile
2-23		Impegno in termini di policy	Pag. 46-47 / Cap. Governance Pag. 82 / Cap. Persone Pag. 103-105 / Cap. Natura Le policy sono disponibili a: https://www.benettongroup.com/it/il-gruppo/governance/codici-e-procedure/ https://www.benettongroup.com/it/sostenibilita/approccio-gruppo/analisi-del-rischio-e-policy/
2-24		Integrazione degli impegni in termini di policy	Pag. 46-47; 50-54 / Cap. Governance Pag. 82-84 / Cap. Persone Pag. 103-105 / Cap. Natura
2-25		Processi volti a rimediare impatti negativi	Pag. 46-47; 50-54 / Cap. Governance Pag. 80-84 / Cap. Persone Pag. 98-105 / Cap. Natura
2-26		Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Pag. 47 / Cap. Governance Pag. 83 / Cap. Persone*

* Le segnalazioni relative alla procedura del whistleblowing possono essere inviate all'indirizzo audit.committee@benetton.it. La casella csr@benetton.it è a disposizione per raccogliere domande relative al percorso di sostenibilità e all'approccio di due diligence del Gruppo.



GRI ASPECTS	DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO
	2-27	Conformità con leggi e regolamenti	Nel triennio di rendicontazione (2021-2023) Benetton Group è stato oggetto di una verifica ispettiva da parte del Garante della Privacy (2022), a cui nel 2023 è seguita una sanzione di 240 000 euro per le non-conformità riscontrate
	2-28	Appartenza ad associazioni	Pag. 48 / Cap. Governance
GRI 2 Coinvolgimento degli stakeholder	2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 48 / Cap. Governance Pag. 81 / Cap. Persone
	2-30	Contratti collettivi	Pag. 75 / Cap. Persone La percentuale di lavoratori coperti da contratto collettivo nel 2023 corrisponde al 42%
GRI 3 GENERAL DISCLOSURE			
GRI 3 Descrizione dei temi materiali	3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	Pag. 49 / Cap. Governance
	3-2	Lista dei temi materiali	Pag. 50-53 / Cap. Governance
MATERIAL TOPICS			
INDICATORI DI PERFORMANCE ECONOMICA			
GRI 201 Performance economica 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance
	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Pag. 61 / Cap. Governance
GRI 204 Pratiche di procurement 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance
	204-1	Percentuale di spesa concentrata sui fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	Pag. 122 / Cap. Circolarità
GRI 205 Lotta alla corruzione 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance
	205-2	Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione	Tutti i dipendenti Italia sono stati informati e hanno ricevuto formazione in merito alle politiche e procedure anticorruzione con riferimento alla normativa 231/2001. A marzo 2023 è stato inoltre svolto un corso sull'etica dedicato all'ufficio Acquisti. Tutti i fornitori sono informati circa le politiche e le procedure anticorruzione grazie al rimando alla normativa 231/2001 e al Codice Etico
	205-3	Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	Da una segnalazione al Whistleblowing nel 2022 è emerso un episodio di corruzione per acquisto preferenziale ad alcuni fornitori

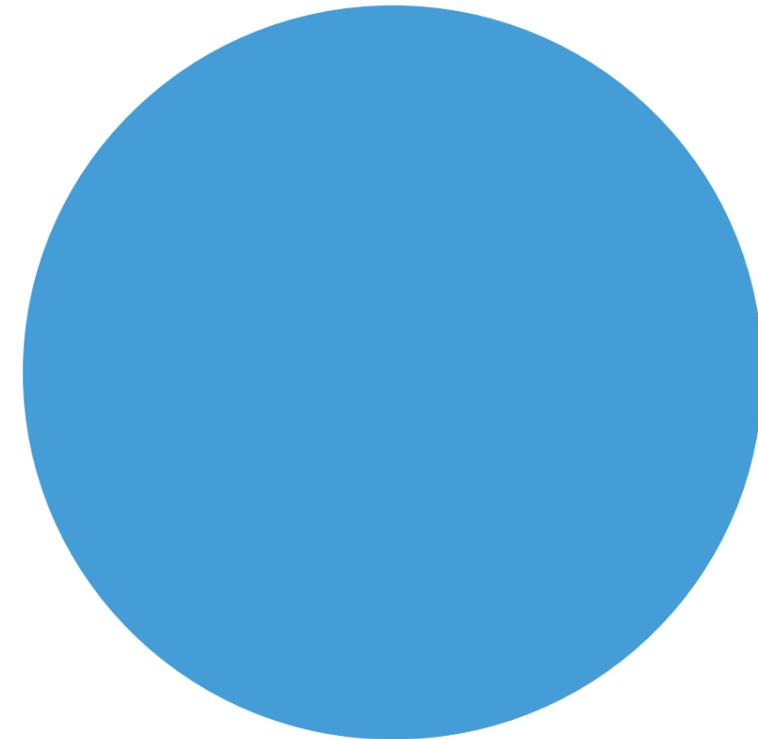
GRI ASPECTS	DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO
GRI 206 Comportamento anticoncorrenziale 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance
	206-1	Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche	Si riporta un unico caso di azione legale: il processo iniziato nel 2022, si è concluso con esito positivo per il Gruppo nel 2023 con alcuni rilievi monitorati relativi alla revisione procedura e contratto di franchising
INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE			
GRI 301 Materie prime 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 114-120 / Cap. Circolarità
	301-1	Materie prime utilizzate per peso o volume	Pag. 117 / Cap. Circolarità
GRI 302 Energia consumata all'interno dell'organizzazione 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 100-101 / Cap. Natura
	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Pag. 101 / Cap. Natura
GRI 303 Acqua e scarichi idrici 2018	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 103-104 / Cap. Natura
	303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Pag. 103-104 / Cap. Natura
	303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico d'acqua	Pag. 103-104 / Cap. Natura
GRI 304 Biodiversità 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 105 / Cap. Natura
	304-1	Siti operativi di proprietà, detenuti in locazione, gestiti in (o adiacenti ad) aree protette e aree a elevato valore di biodiversità esterne alle aree protette	Pag. 105 / Cap. Natura
GRI 305 Emissioni 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 98-100; 102 / Cap. Natura
	305-1	Emissioni dirette di gas a effetto serra (Scope 1)	Pag. 99 / Cap. Natura
	305-2	Emissioni indirette di gas a effetto serra (Scope 2)	Pag. 99 / Cap. Natura
	305-3	Emissioni indirette di gas a effetto serra (Scope 3)	Pag. 99 / Cap. Natura
GRI 306 Rifiuti 2020	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 100-101 / Cap. Natura
	306-2	Gestione degli impatti legati ai rifiuti	Pag. 100 / Cap. Natura Pag. 115-116 / Cap. Circolarità
	306-3	Rifiuti generati	Pag. 101 / Cap. Natura



GRI ASPECTS	DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO
INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE			
GRI 401 Occupazione 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 72-81 / Cap. Persone
	401-1	Nuove assunzioni e turnover	Pag. 88 / Cap. Persone Pag. 134-135 / Cap. Appendice
	401-2	Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno non previsti per i lavoratori part time e a tempo determinato suddivisi per le sedi operative più significative	Pag. 72-80 / Cap. Persone
	401-3	Tasso di rientro e retention dopo il congedo parentale (per genere)	Pag. 73 / Cap. Persone
GRI 402 Relazioni Industriali 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 75 / Cap. Persone
	402-1	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti organizzativi	Pag. 75 / Cap. Persone
GRI 403 Salute e sicurezza sul lavoro 2018	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 75 / Cap. Persone
	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 75 / Cap. Persone
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Pag. 75 / Cap. Persone
	403-3	Servizi di medicina del lavoro	Pag. 75 / Cap. Persone
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 75 / Cap. Persone
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 75 / Cap. Persone
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Pag. 75 / Cap. Persone
	403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Pag. 75 / Cap. Persone
	403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 75 / Cap. Persone
	403-9	Infortuni sul lavoro	Pag. 76 / Cap. Persone
403-10	Malattie professionali	Pag. 76 / Cap. Persone	

GRI ASPECTS	DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO
GRI 404 Formazione e istruzione 2018	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 77-79 / Cap. Persone
	404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	Pag. 78 / Cap. Persone
	404-2	Programmi per lo sviluppo delle competenze e avanzamenti di carriera	Pag. 77-79 / Cap. Persone
GRI 405 Diversità e pari opportunità 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 77-80 / Cap. Persone
	405-1	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti in base a genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	Pag. 85-87 / Cap. Persone
	405-2	Rapporto del salario base e della remunerazione tra uomini e donne	Pag. 80 / Cap. Persone
GRI 406 Non discriminazione 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 77-78; 82-84; 87 / Cap. Persone
	406-1	Numero totale di episodi di discriminazione e azioni correttive intraprese	Pag. 83 / Cap. Persone
GRI 407 Libertà di associazione 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 82-84 / Cap. Persone
	407-1	Identificazione delle attività e dei principali fornitori in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti	Pag. 82-84 / Cap. Persone
GRI 408 Lavoro minorile 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 82-84 / Cap. Persone
	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	Pag. 82-84 / Cap. Persone
GRI 409 Lavoro forzato o obbligato 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 82-84 / Cap. Persone
	409-1	Attività con alto rischio di ricorso al lavoro forzato od obbligatorio e misure intraprese per contribuire alla loro abolizione	Pag. 82-84 / Cap. Persone
GRI 413 Comunità locali 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 81; 84 / Cap. Persone
	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Pag. 81; 84 / Cap. Persone

GRI ASPECTS	DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTO
GRI 414 Valutazione dei fornitori su aspetti ambientali 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 82-84 / Cap. Persone
	414-1	Nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali	Pag. 83 / Cap. Persone
	414-2	Impatti sociali significativi, attuali e potenziali, e azioni intraprese	Pag. 83 / Cap. Persone
GRI 416 Salute e sicurezza dei consumatori 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 114-115 / Cap. Circolarità
	416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	Nel 2022 un capo di abbigliamento per bambini è stato ritirato dal mercato per una non conformità rilevata dall' Autorità Spagnola.
GRI 417 Marketing ed etichettatura dei prodotti 2016	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 114 / Cap. Circolarità
	417-1	Requisiti per l'etichettatura dei prodotti	Tutti i prodotti commercializzati dal Gruppo, a prescindere dalla categoria merceologica di appartenenza, riportano sulla propria etichetta le informazioni richieste dalla normativa del Paese nel quale vengono commercializzati. In particolare vengono riportate le informazioni relative a: Paese di origine, presenza di sostanze tossiche, modalità di smaltimento
	417-2	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e le etichettature dei prodotti/servizi	Nel triennio 2021-2023 non sono stati registrati casi significativi di non-conformità in merito all'etichettatura di prodotto
	417-3	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le attività di marketing, incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	In merito alla normativa in materia di tutela del consumatore, nel triennio 2021-2023 non ci sono casi di non-conformità che abbiano portato al pagamento di sanzioni da parte del Gruppo
GRI 418 Privacy dei clienti	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 47; 50-53; 62-63 / Cap. Governance
	418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Nel triennio di rendicontazione (2021-2023) Benetton Group è stato oggetto di una verifica ispettiva da parte del Garante della Privacy (2022), a cui nel 2023 è seguita una sanzione di 240 000 euro per le non-conformità riscontrate
ALTRI ASPETTI MATERIALI NON COPERTI DA GRI			
Benessere animale	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 118 - 119 / Cap. Circolarità
Sensibilizzazione a un consumo responsabile	3-3	Gestione dei temi materiali	Pag. 50-53; 62-63 / Cap. Governance Pag. 114 / Cap. Circolarità



Il mio Paese è un giardino fiorito___2023

Nuveen Barwari

Iraq



10x12 cm___Materiale di recupero, filo, ritaglio di tappeto, inchiostro per tessuto

Nuveen Barwari è un'artista curdo-americana, nata a Nashville, Tennessee, Stati Uniti, e cresciuta a Duhok, Regione del Kurdistan, Iraq. Vive e lavora ad Albany, New York.

Ha conseguito una laurea in Studio Art presso la Tennessee State University di Nashville nel 2019 e una laurea specialistica in Belle Arti presso l'Università del Tennessee di Knoxville nel 2022. Le sue opere sono state presentate in numerose pubblicazioni ed esposte in varie gallerie negli Stati Uniti.



L'attraversamento___2023

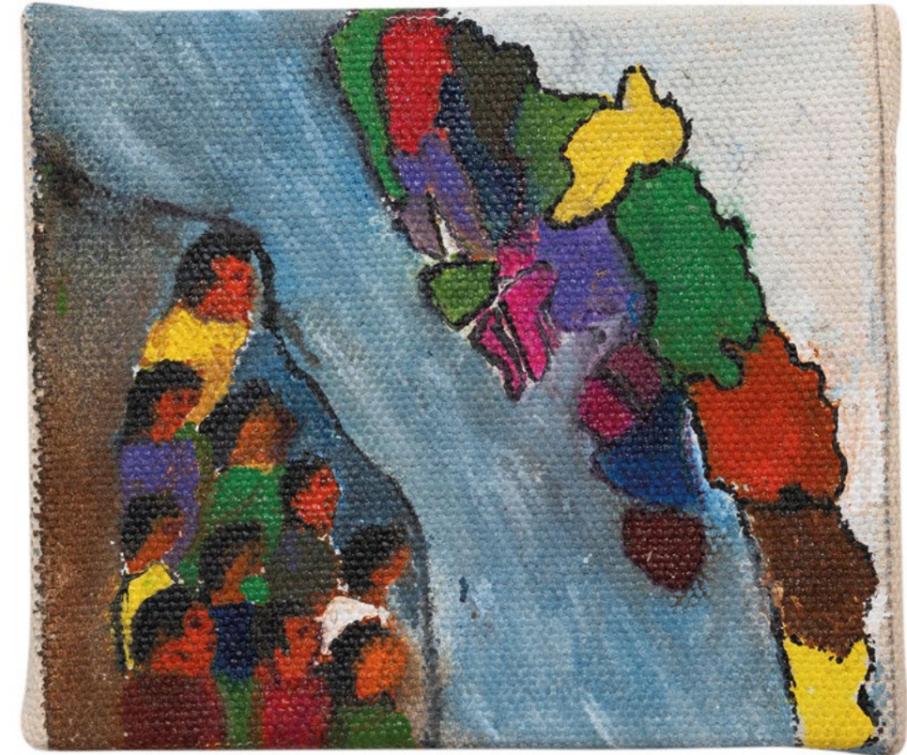
Hairul Amin

Myanmar



Hairul Amin ha dovuto lasciare il proprio Paese e la propria casa nel 2017 e ora vive nel campo per rifugiati di Kutupalong in Bangladesh. Come artigiano, dapprima disegna, schizza e realizza i layout delle sue opere future. In cuor suo sa di essere un artista. Il suo sogno è quello di poter insegnare disegno e artigianato alle giovani generazioni di Rohingya presenti nel campo.

12x10 cm___Acrilico su tela



Un re senza trono___2023

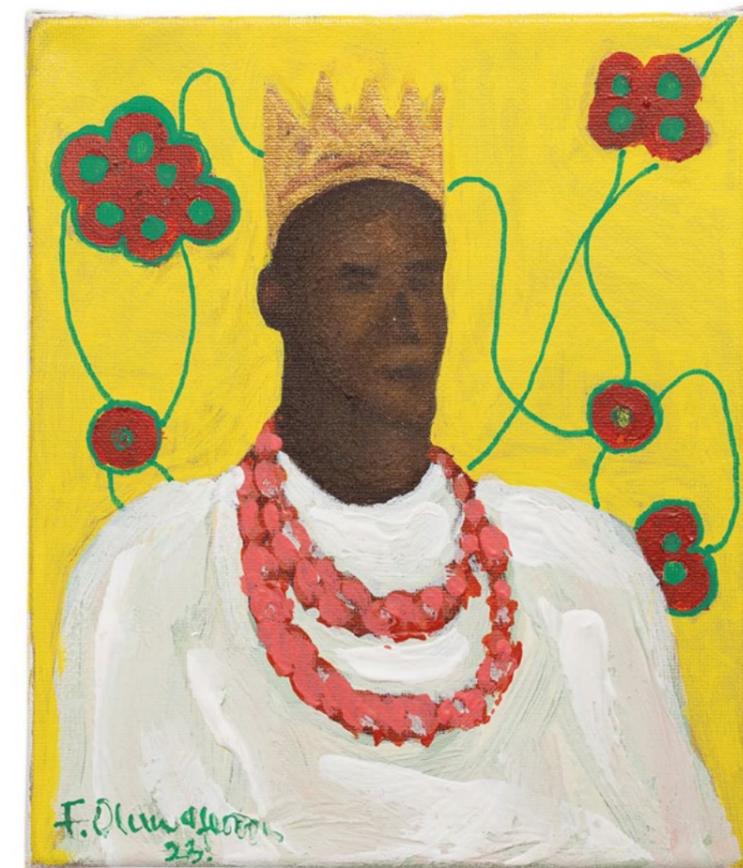
Famakinka Olunafemi

Nigeria



10x12 cm___Acrilico su tela

Famakinka Olunafemi è un pittore nigeriano che attualmente vive in Francia. Ha amato la pittura fin da bambino, ma ha sempre lavorato copiando immagini esistenti. Il lavoro realizzato per questo progetto segna la prima volta in cui Famakinka ha creato un dipinto originale.





EY S.p.A.
Viale Appiani, 20/b
31100 Treviso

Tel: +39 0422 358811
Fax: +39 0422 433026
ey.com

Relazione della società di revisione indipendente sui dati e le informazioni contenute nel Bilancio Integrato 2023 richiamate nell'”Indice dei contenuti GRI Standard”

Al Consiglio di Amministrazione della
Benetton Group S.r.l.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (“limited assurance engagement”) dei dati e delle informazioni contenute nel Bilancio Integrato 2023 richiamate nell'”Indice dei contenuti GRI Standard” della Benetton Group S.r.l. (di seguito “la Società”) e sue controllate (di seguito anche “Gruppo Benetton” o “il Gruppo”) relative all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 (di seguito anche “Informativa GRI del Bilancio Integrato”).

Responsabilità degli amministratori per l'Informativa GRI del Bilancio Integrato

Gli amministratori della Benetton Group S.r.l. sono responsabili per la redazione dell'Informativa GRI del Bilancio Integrato in conformità ai “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” definiti dal GRI - Global Reporting Initiative (“GRI Standards”), come descritto nella sezione Nota metodologica del Bilancio Integrato 2023.

Gli amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una Informativa GRI del Bilancio Integrato che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi della Benetton Group S.r.l. in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) (IESBA Code) emesso dall'International Ethics Standards Board for Accountants, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

Nell'esercizio di riferimento del presente incarico la nostra società di revisione ha applicato l'International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1) e, di conseguenza, ha mantenuto un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità dell'Informativa GRI del Bilancio Integrato rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio “International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information” (di seguito anche “ISAE 3000 Revised”), emanato



dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi di limited assurance. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che l'Informativa GRI del Bilancio Integrato non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised (“reasonable assurance engagement”) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sull'Informativa GRI del Bilancio Integrato si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nell'Informativa GRI del Bilancio Integrato, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nell'Informativa GRI del Bilancio Integrato, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nell'Informativa GRI del Bilancio Integrato e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nell'Informativa GRI del Bilancio Integrato.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Benetton Group S.r.l. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione dell'Informativa GRI del Bilancio Integrato.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di Gruppo,
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nell'Informativa GRI del Bilancio Integrato abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- Per le seguenti società, Benetton Group Srl – Benetton Hellas Agency of Clothing E.P.E. (Grecia) e Benetton Group Srl German Branch (Germania), che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i



responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

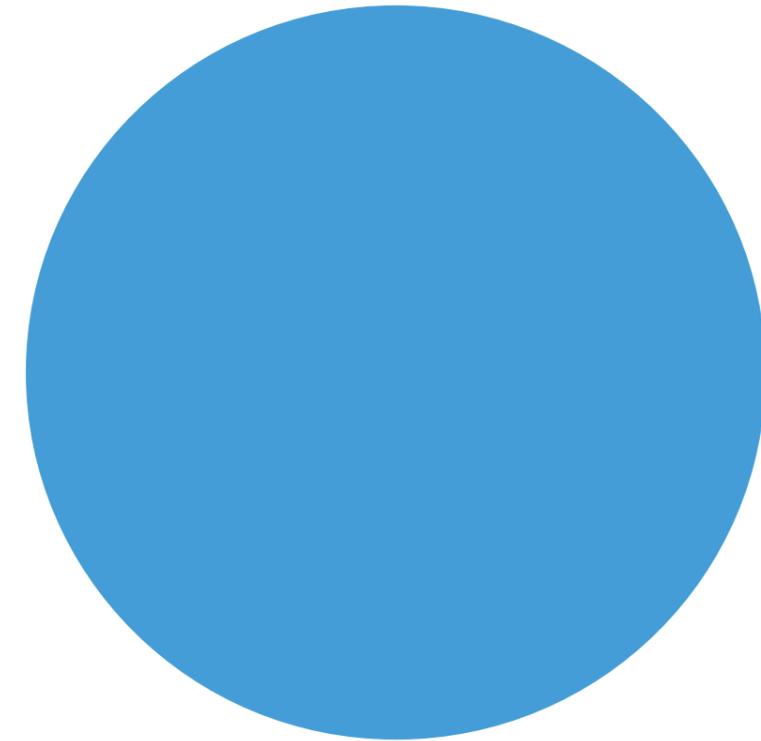
Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che l'Informativa GRI del Bilancio Integrato della Benetton Group S.r.l. e sue controllate relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo Nota metodologica del Bilancio Integrato 2023.

Treviso, 17 giugno 2024

EY S.p.A.


Maurizio Rubinato
(Revisore Legale)



Fuga___2023

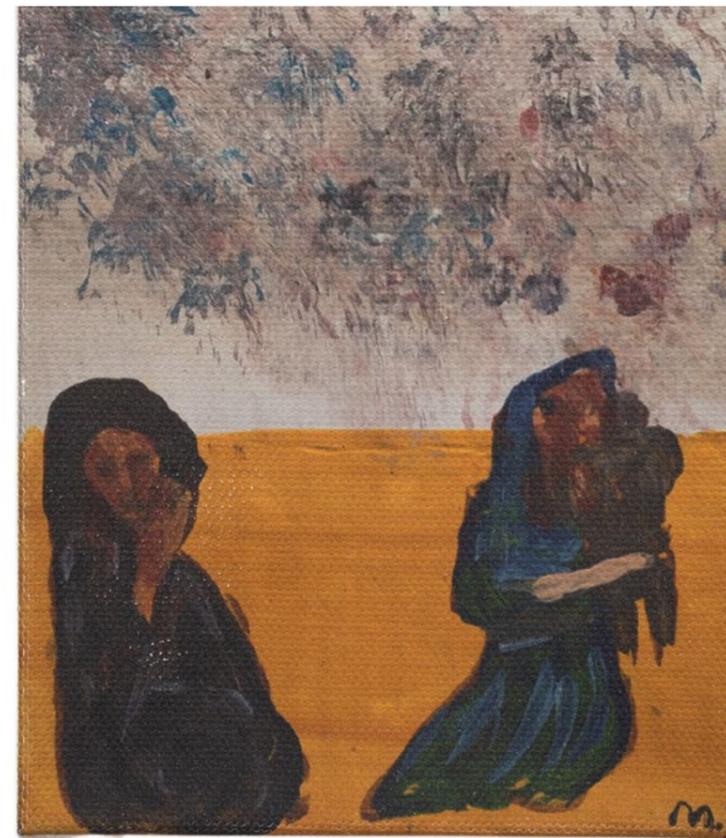
Mohamed Rabah

Iraq



10x12 cm___Olio su tela

“Sono un artista di 19 anni originario della provincia di Diyala, Iraq. La mia città natale, Jallula, è stata occupata dall'organizzazione terroristica ISIS e siamo stati costretti a fuggire nel distretto di Khanaqin. Abbiamo dovuto vivere per strada perché non riuscivamo a trovare un riparo. Per fortuna, un agente di polizia ci ha aiutato e ci ha portato in un campo per sfollati. Siamo rimasti lì per circa sei mesi durante un'estate cocente, senza elettricità né acqua. Dopo un paio di mesi, la nostra città è stata liberata e siamo tornati alle nostre case distrutte a Jallula. Molte abitazioni erano state demolite, saccheggiate e bruciate. Le abbiamo ricostruite partendo da zero e abbiamo dovuto acquistare nuovi mobili. È stato durante il periodo del dislocamento che ho scoperto il mio talento per il disegno. Ho continuato a disegnare e sviluppare le mie abilità per creare bellezza tra le rovine”.



Frammenti di una casa che un tempo conoscevo. Campo di Yarmouk, Siria, 2023

Ameen Abo Kaseem

Siria



12x10 cm ___ Fotografia digitale stampata su tela

Fotografo documentarista e video editor palestinese-siriano, Ameen Abo Kaseem vive e lavora a Damasco. Attualmente studia Arti Visive presso l'Istituto Superiore di Arti Drammatiche di Damasco. Ha iniziato a dedicarsi alla fotografia nel 2016. È stato costretto per tre volte all'esodo forzato, il che ha implicato una costante instabilità nella sua vita. Recentemente ha ricevuto una borsa di tutoraggio assegnata da AFAC, Magnum Foundation e Prince Claus Fund attraverso il Programma per la Fotografia Documentaria Araba, per il progetto *Come era tutto prima di questa rovina?*



Ragazza madre___2023

Alpha Mukange

Repubblica Democratica del Congo



10x12 cm___Acrilico su tela

Artista autodidatta, Alpha Mukange è nato nel 1995 nella Repubblica Democratica del Congo. Fin dall'infanzia ha disegnato per passione e da dieci anni lo fa professionalmente. Si è trasferito nel campo per rifugiati di Kakuma nel 2010. Ha lavorato per il Consiglio Norvegese per i Rifugiati del Kenya come artista di insegne nel campo di Kakuma prima di lasciare il suo lavoro per concentrarsi sulla pittura. Ha seguito una formazione artistica con applicazione pratica di elementi e principi dell'arte e del design a Nairobi nel 2016. È uno dei vincitori del concorso artistico globale Youth with Refugees lanciato dalla UNHCR nell'aprile 2020 durante la pandemia di Covid-19.



Ringraziamenti

Grazie a tutti i colleghi che,
con la loro preziosa collaborazione,
hanno reso possibile la realizzazione
di questa pubblicazione.

Sede legale

Benetton Group S.r.l.
Società a socio unico
Villa Minelli
31050 Ponzano Veneto (Treviso), Italia

Dati legali

Capitale sociale: Euro 200 000 000 i.v.
C.F./R.I. di Treviso n. 03490770264

Per informazioni

Nicoletta Sartori
Tel. +39 0422 519269
Alessia Scroccaro
Tel. +39 0422 519236
csr@benetton.it

Le immagini contenute in questa
pubblicazione sono tratte da "Out of Place.
Arte e storie dai campi rifugiati nel mondo",
una collezione di opere di artisti di diverse
nazionalità curata da Claudio Scorretti,
Irina Ungureanu e Aman Mojadidi
per Imago Mundi Collection. Tutti i diritti
riguardanti le immagini sono riservati ai sensi
della normativa sul diritto d'autore.
Nessuna opera può essere riprodotta
o utilizzata in ogni forma o mezzo al di
fuori del contesto di questa pubblicazione
senza permesso scritto da parte
di Fondazione Imago Mundi



Stampato
©2024 Grafiche Tintoretto S.r.l. - Italia

