

RELAZIONE D'IMPATTO 2025
SAN MAURO S.P.A

INDICE

01	PREMESSA E CONTESTO GENERALE	PAG. 3
02	LE FINALITA' DI BENE COMUNE DI SAN MAURO S.P.A.	PAG. 6
03	I NOSTRI STAKEHOLDER	PAG. 8
04	LE AZIONI ATTUATE PER GLI OBIETTIVI 2025	PAG. 10
05	MISURAZIONI DELL'IMPATTO GENERATO	PAG. 15
06	AREE DI MIGLIORAMENTO E OBIETTIVI PER IL 2026	PAG. 19
07	CONCLUSIONI	PAG. 22

01

PREMESSA E CONTESTO GENERALE

Le Società Benefit (SB) sono state introdotte nell'ordinamento italiano dalla Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (Legge di Stabilità 2016), art. 1, commi 376-383, che ha modificato il Codice Civile introducendo una nuova forma giuridica d'impresa. Tale modello, accanto allo scopo di lucro, prevede il perseguimento di una o più finalità di beneficio comune e impone di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di tutti gli stakeholder (azionisti, dipendenti, clienti, fornitori, comunità, ambiente, ecc.).

La nascita delle Società Benefit risponde alla crescente esigenza di integrare obiettivi sociali e ambientali nel modello di business, superando la tradizionale impostazione focalizzata esclusivamente sulla massimizzazione del profitto per gli azionisti e includendo la valutazione dell'impatto dell'impresa sulle persone e sul capitale naturale. L'Italia è stato uno dei primi Paesi al mondo a riconoscere giuridicamente questa tipologia societaria.

L'impegno al perseguimento degli obiettivi sociali e ambientali assume anche rilievo esterno: la normativa prevede, infatti, l'obbligo per le Società Benefit di redigere annualmente una relazione sul perseguimento del beneficio comune, da allegare al bilancio e da pubblicare sul sito internet della società.

In questa relazione devono essere indicati:

1. la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuate dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;
2. la valutazione dell'impatto generato utilizzando uno standard di valutazione esterno indipendente, credibile e trasparente, che comprende le seguenti aree di valutazione:
 - a. governance
 - b. comunità e lavoratori
 - c. altri portatori d'interesse (p.es. fornitori e clienti)
 - d. ambiente.
3. una sezione dedicata alla descrizione delle aree di miglioramento e i nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

La presente Relazione ha lo scopo rendicontare tutte le attività che ha realizzato San Mauro S.p.A. per il perseguimento del beneficio comune nell'anno solare 2025 e allo stesso tempo costituisce un aggiornamento della relazione di impatto 2024.

Questa è la seconda relazione che ha visto impegnata San Mauro S.p.A. nella valutazione del proprio impatto sui temi di bene comune che sono ormai parte integrante della nostra mission, come si descriverà meglio oltre.



02

LE FINALITA' DI BENEFICIO COMUNE DI SAN MAURO SPA

San Mauro S.p.A. è una società immobiliare che, attraverso lo sviluppo e la gestione di Brugnato 5Terre Outlet Village, contribuisce da anni alla crescita economica, occupazionale e sociale della Val di Vara e del territorio circostante. Nel corso del tempo, la società ha scelto di integrare nella propria strategia non solo obiettivi di redditività, ma anche una chiara responsabilità verso le persone, la comunità locale e l'ambiente, consolidando un modello di sviluppo che tenga insieme performance economica e impatto positivo sul territorio.

A fine 2024, l'Assemblea dei Soci ha approvato l'ampliamento dell'oggetto sociale, consentendo a San Mauro di acquisire la qualifica di Società Benefit. Questa scelta rappresenta la naturale evoluzione di un orientamento già profondamente radicato nell'identità aziendale e ne sancisce formalmente l'impegno a creare valore non solo economico, ma anche sociale e ambientale. Con l'inserimento nello Statuto, accanto allo scopo lucrativo, del perseguimento di una o più finalità di beneficio comune, San Mauro si impegna a operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente, in conformità alla Legge 28 dicembre 2015, n. 208, nei confronti di tutti i propri stakeholder: proprietari, dipendenti, tenant, fornitori, istituzioni locali, comunità e ambiente.

La modifica statutaria ha previsto l'integrazione dell'oggetto sociale con l'indicazione delle specifiche finalità di beneficio comune, nonché l'introduzione di un sistema di governance dedicato, che contempla la nomina di un Responsabile dell'impatto incaricato di supportare la società nel perseguimento delle finalità benefit e di monitorarne i risultati. A tale figura è affidato il compito di predisporre una Relazione annuale di impatto, da allegare al bilancio e da rendere pubblica attraverso i canali di comunicazione aziendale, in coerenza con quanto previsto dalla normativa sulle Società Benefit.

In particolare, San Mauro ha individuato, e reso cogenti nello statuto, le seguenti finalità specifiche di beneficio comune:

- a) promuovere e favorire l'inclusione sociale, anche collaborando con associazioni no profit, fondazioni e simili il cui scopo sia allineato e sinergico a questo fine;
- b) sostenere progetti per la comunità in cui ha sede l'attività, attivando collaborazioni sinergiche ed operando, anche pro-bono, a favore della realtà locale;
- c) promuovere il benessere ed il rispetto degli animali, anche attraverso progetti di salvaguardia, favorendo percorsi di avvicinamento e conoscenza degli stessi;
- d) promuovere la tutela dell'ambiente anche attraverso progetti di economia circolare, volti al recupero di prodotti invenduti, in ottica di minimizzazione degli sprechi attraverso la condivisione dei beni

Per garantire una valutazione oggettiva e confrontabile del proprio impegno, San Mauro ha adottato lo standard di misurazione esterno B Impact Assessment (BIA) promosso da B Lab, che consente di analizzare le performance aziendali nelle aree governance, lavoratori, comunità, ambiente e clienti.

Nel 2025 era stata condotta una prima valutazione BIA sui dati 2023-2024, con un punteggio complessivo pari a 40,9 punti, che ha costituito la base di partenza per un percorso di miglioramento continuo e per l'ulteriore integrazione delle finalità di beneficio comune nella strategia e nei processi aziendali.

03

I NOSTRI STAKEHOLDER

San Mauro S.p.A. opera all'interno di un ecosistema articolato di *stakeholder* che contribuiscono in modo determinante alla creazione di valore economico, sociale e ambientale del Brugnato 5Terre Outlet Village.

Tra i principali soggetti coinvolti rientrano

- i tenants e il Consorzio Shopinn, che rappresentano i marchi presenti nell'outlet e costituiscono i clienti diretti della società;
- il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale, che presidiano la governance e il controllo interno;
- le istituzioni e le associazioni del territorio (tra cui i sindaci dei comuni limitrofi, il Consorzio Il Cigno, Luna Blu e i Lions), con cui San Mauro condivide i progetti di sviluppo locale;
- gli istituti bancari che supportano la società sotto il profilo finanziario;
- i fornitori abituali di servizi operativi e di marketing;
- la società di gestione Promos, che per conto di San Mauro gestisce le attività dell'outlet;
- i visitatori dell'outlet, che rappresentano la clientela finale dei marchi presenti nell'outlet;
- e le organizzazioni sindacali, che vigilano sul rispetto dei diritti dei lavoratori lungo la catena del valore.

Per San Mauro il dialogo con questi stakeholder non è solo un adempimento, ma una leva strategica per orientare le decisioni aziendali in modo responsabile e trasparente. Il coinvolgimento avviene attraverso strumenti differenziati e periodici – dai meeting trimestrali con i tenants ai momenti di confronto formale con gli organi di governance, dalla condivisione informale dei progetti con istituzioni e associazioni fino al monitoraggio continuativo della gestione tramite Promos – che consentono di cogliere bisogni, aspettative e criticità e di tradurli in azioni concrete.

Questo approccio partecipato permette alla società di generare benefici tangibili non solo per gli azionisti, ma anche per l'ambiente, la comunità locale, le persone che frequentano e lavorano nell'outlet e l'insieme dei partner che contribuiscono alla sua attività, rafforzando nel tempo il legame tra performance economica e impatto positivo sul territorio.



04

LE AZIONI ATTUATE PER GLI OBIETTIVI 2025 DI SAN MAURO SPA

A fine 2024, con la trasformazione in Società Benefit e l'integrazione nello statuto delle finalità di beneficio comune, San Mauro ha definito una serie di impegni prioritari da perseguire nel corso del 2025, in coerenza con il proprio ruolo di attore immobiliare radicato nel territorio della Val di Vara. Nella definizione di tali obiettivi sono stati considerati i valori fondanti della società – attenzione alle persone, alla comunità locale, all'ambiente e agli animali – cercando di tradurre le finalità statutarie in azioni concrete e misurabili.

Il 2025 ha rappresentato, a tutti gli effetti, il primo anno pieno di operatività come Società Benefit e, al tempo stesso, l'avvio di un percorso strutturato di misurazione dell'impatto tramite il B Impact Assessment (BIA), con un primo punteggio complessivo di 40,9 punti riferito ai dati 2024. In questa fase iniziale, la priorità è stata quella di consolidare le basi del nuovo modello, rafforzando i processi interni, la governance e le relazioni con gli stakeholder, e avviando iniziative capaci di generare benefici tangibili per la comunità, l'ambiente e gli animali, in linea con le finalità di beneficio comune inserite nello statuto.

Le azioni realizzate si sono concentrate in particolare su tre ambiti: attenzione alle persone, diversità, equità e inclusione; sostegno a progetti per la comunità in cui ha sede l'attività; tutela della natura, dell'ambiente e degli animali. Tra queste, assumono particolare rilievo il supporto alla cooperativa sociale Luna Blu tramite la concessione gratuita di spazi commerciali all'interno di Brugnato 5Terre Outlet Village, l'avvio di progetti a favore del territorio come la Val di Vara Gallery e il servizio shuttle elettrico per collegare l'Outlet al centro storico di Brugnato, nonché iniziative concrete di salvaguardia animale, come il recupero di cavalli destinati al macello.

Le esperienze maturate nel corso del 2025 hanno permesso a San Mauro di affinare strategie, strumenti e modalità operative, ponendo le basi per un percorso di miglioramento continuo e per una più ampia integrazione del beneficio comune nelle decisioni aziendali. Nelle sezioni che seguono sono illustrati nel dettaglio gli impegni assunti e le principali azioni intraprese, con l'obiettivo di rendere chiaro in che modo le finalità di beneficio comune si siano tradotte in risultati concreti per le persone, la comunità, l'ambiente e gli altri stakeholder.

AREA: COMUNITA' E TERRITORIO

IMPEGNI ASSUNTI PER L'ANNO 2025

Sostenere progetti per la comunità in cui ha sede l'attività, rafforzando il legame tra San Mauro SpA, il borgo di Brugnato e l'intera Val di Vara, e contribuendo alla valorizzazione del territorio sotto il profilo economico, culturale e turistico.

Azioni intraprese e risultati ottenuti nell'anno 2025

- la golf car elettrica acquistata nel 2024 ha permesso l'attivazione nel corso del 2025 di un servizio shuttle tra l'Outlet e il centro storico di Brugnato, per facilitare la scoperta del paese, delle sue tradizioni e delle sue attività commerciali; Durante l'anno sono stati effettuate 80 corse per un totale di circa 1.000 persone trasportate.
- la continua valorizzazione della "Val di Vara Gallery", spazio espositivo e culturale dedicato alla promozione delle eccellenze turistiche, storiche e artistiche della Valle, in collaborazione con il Consorzio Il Cigno, come vetrina permanente del territorio all'interno dell'outlet; Gli eventi promossi dal Consorzio Il Cigno per il 2025 sono stati 12.
- la partecipazione a iniziative locali su temi sociali e di salute pubblica, dedicando ampi spazi e visibilità all'interno dell'outlet alle iniziative della locale Croce Rossa di La Spezia che durante 2 giornate ha visitato gratuitamente 115 persone e del Lions Club de La Spezia che hanno effettuato screening gratuiti a 273 persone nell'arco di una giornata dedicata alla salute.

AREA: PERSONE, DIVERSITA', EQUITÀ E INCLUSIONE

IMPEGNO ASSUNTO PER L'ANNO 2025

Promuovere e favorire l'inclusione sociale, sostenendo percorsi di inserimento lavorativo e valorizzazione delle diversità, in particolare a beneficio di giovani adulti con disabilità, attraverso collaborazioni con organizzazioni non profit radicate sul territorio.

Azioni intraprese e risultati ottenuti nell'anno 2025

la collaborazione con la cooperativa sociale Luna Blu, impegnata nell'inserimento lavorativo di giovani adulti con disabilità, ha visto la concessione per l'anno 2025 di un ulteriore spazio commerciale in comodato gratuito, in aggiunta ai due già concessi a fine anno 2024, per la realizzazione di una pizzeria.

AREA: COMUNITA' E TERRITORIO, PERSONE, DIVERSITA', EQUITÀ E INCLUSIONE

IMPEGNO ASSUNTO PER L'ANNO 2025

Sostenere progetti per la comunità in cui ha sede l'attività, attivando collaborazioni sinergiche e operando, anche pro-bono, a favore della realtà locale. San Mauro S.p.A. aveva inoltre assunto l'impegno di organizzare un grande evento mediatico a maggio 2025 dedicato all'inclusione, al territorio e alla comunità.

Azioni intraprese e risultati ottenuti nell'anno 2025

- nel maggio 2025 San Mauro S.p.A. ha organizzato presso Brugnato 5Terre Outlet Village un evento dedicato alla stampa e alla comunità locale, focalizzato sui temi dell'inclusione e dell'impatto sociale dell'outlet sul territorio. L'incontro ha rappresentato un momento di confronto aperto con amministratori locali, rappresentanti del terzo settore, tenant e media, per raccontare i progetti realizzati e quelli in programma a favore delle persone e della Val di Vara. Durante l'evento sono stati presentati i risultati più significativi in termini di occupazione, sostegno alle iniziative sociali e collaborazione con le realtà associative del territorio, evidenziando il ruolo dell'outlet come piattaforma di sviluppo condiviso. L'evento, che ha visto un vasto pubblico di circa 100 persone, ha ospitato la presenza di 8 relatori:
- Marina Acconci A.D. San Mauro
- Alberto Brunetti Presidente Fondazione "Il domani dell'autismo"
- Paolo Cornaglia Ferraris Presidente fondazione "Aut Aut"
- Giacomo Raul Giampedrone Assessore Giunta Regionale Liguria
- Corrado Fabiani Sindaco Brugnato
- Debora Cossu Consigliere di Amministrazione Fondazione Carispezia
- Ing. David Giraldi Responsabile Sostenibilità Ambiente SpA
- Carlo Maffioli Presidente Promos

Il convegno è stato riportato su numerose testate locali e regionali tra le quali La Nazione, La Repubblica, Il Secolo XIX per un numero di 14 uscite stampa.

AREA: AMBIENTE

IMPEGNO ASSUNTO PER L'ANNO 2025

Promuovere la tutela dell'ambiente anche attraverso progetti di economia circolare, volti al recupero di prodotti invenduti in ottica di minimizzazione degli sprechi attraverso la condivisione di beni. Nello specifico è stato previsto di realizzare "Il muro della gentilezza di Brugnato 5Terre Outlet Village", punto di raccolta di indumenti nuovi o usati in buono stato, a disposizione di chi si trova in difficoltà. In parallelo, l'iniziativa aveva l'obiettivo di contrastare lo spreco di indumenti e accessori e incoraggiare la partecipazione attiva della comunità.

Azioni intraprese e risultati ottenuti nell'anno 2025

- a partire dal mese di maggio 2025 è stato realizzato e promosso tramite social media e ufficio stampa il "Muro della gentilezza", collocato in posizione altamente visibile a fianco dell'ufficio informazioni di Brugnato 5Terre Outlet Village. Sono stati incentivati sia i tenant sia la comunità ad alimentare il "muro" con indumenti e accessori nuovi o in buono stato ed è stato consentito l'accesso anche al di fuori dei normali orari di visita dell'outlet, al fine di tutelare la riservatezza delle persone. Si stima che siano stati donati al "muro della gentilezza" 8.000 tra capi e accessori donate da circa 700 persone. Non potendo selezionare i capi e gli accessori spontaneamente lasciati sul muro della gentilezza, lo staff dell'outlet è stato incaricato di selezionare i capi, mantenerli puliti e ordinati e inserire apposita cartellonistica che illustri le finalità e regole di comportamento dell'iniziativa. Laddove talvolta siano stati lasciati indumenti o accessori non idonei al riciclo, lo staff dell'outlet ha assunto la responsabilità di impacchettarli e farli pervenire alle associazioni locali incaricate della raccolta e riutilizzo di qualsiasi indumento usato.

- Le due cavalle hanno vissuto la gravidanza in un ambiente sicuro, protetto e privo di stress, con condizioni ottimali per il loro benessere. Hanno dato alla luce due puledri, successivamente inseriti nel branco, dove stanno crescendo in un contesto naturale e socialmente stimolante. Questa azione contribuisce concretamente al benessere animale, favorendo uno sviluppo equilibrato dei puledri e promuovendo un modello di gestione rispettoso dei bisogni etologici. Rappresenta inoltre un impegno tangibile nella tutela degli animali e nella diffusione di pratiche sostenibili e responsabili.



05

MISURAZIONE DELL'IMPATTO GENERATO DA SAN MAURO SPA

Per valutare in modo strutturato e comparabile nel tempo il proprio impatto sociale e ambientale, San Mauro ha adottato lo standard di misurazione B Impact Assessment (BIA), sviluppato da B Lab Global Network e riconosciuto a livello internazionale come una delle metriche più rigorose per la valutazione delle performance di sostenibilità delle imprese.

Il B Impact Assessment analizza l'azienda attraverso un set articolato di indicatori, raggruppati in cinque aree: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti, consentendo di misurare il grado di integrazione delle finalità di beneficio comune nei modelli di business e di identificare con chiarezza le aree di forza e quelle di miglioramento.

Il BIA valuta la società sulla base di molteplici indicatori divisi in 5 macro aree:

- **Governance:** misura in che modo l'azienda può migliorare le politiche e le pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza;
- **Lavoratori:** misura in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori;
- **Comunità:** misura in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera;
- **Ambiente:** misura in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale;
- **Clienti:** misura in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

In coerenza con il percorso di trasformazione in Società Benefit, San Mauro ha effettuato una prima valutazione tramite BIA a inizio 2025 sui dati relativi ai periodi 2023–2024, ottenendo un punteggio complessivo pari a 40,9 punti. Questa prima fotografia rappresenta una base di partenza importante: da un lato evidenzia i risultati già raggiunti, in particolare nell'area Comunità, dall'altro indica le aree su cui concentrare gli sforzi futuri, come Governance, Ambiente e Clienti. Per monitorare in modo ancora più puntuale l'impatto generato nel 2025, la società ha previsto un aggiornamento della valutazione BIA a fine 2025 / inizio 2026, così da disporre di un quadro più completo, confrontabile nel tempo e allineato agli impegni di beneficio comune inseriti nello statuto.

I risultati della valutazione BIA sono integrati nel processo decisionale e di pianificazione di San Mauro, costituendo uno strumento operativo per definire obiettivi di miglioramento e priorità di intervento nelle diverse aree di impatto. In particolare, a partire dagli esiti della prima valutazione, la società ha programmato per il 2026 una serie di iniziative volte a rafforzare ulteriormente il contributo alla comunità locale, a promuovere progetti di inclusione sociale, a potenziare le iniziative di tipo ambientale e a consolidare le relazioni con i tenants e gli altri stakeholder.

La valutazione di impatto per l'esercizio 2025 ha determinato un punteggio complessivo di 49,8, superiore alla valutazione di 40,9 ottenuto nell'anno 2024.



Di seguito si riporta il punteggio specifico per le singole aree di valutazione

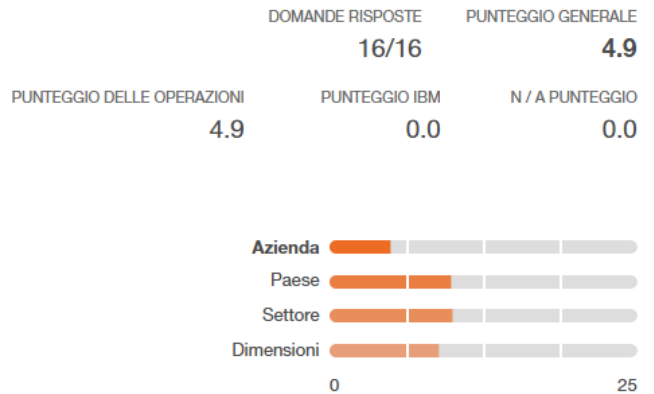


Governance

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.

La governance valuta la missione complessiva di un'azienda, l'impegno rispetto al suo impatto sociale/ambientale, l'etica e la trasparenza. Questa sezione valuta anche la capacità di un'azienda di proteggere la propria missione e di considerare formalmente le parti interessate nel processo decisionale attraverso la propria struttura aziendale (ad es. società di beneficenza) o documenti di governo aziendale.

[PER SAPERNE DI PIÙ](#)

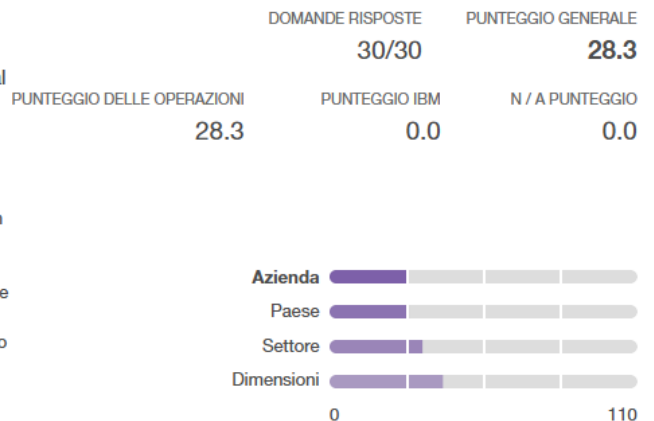


Comunità

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.

Community valuta il coinvolgimento e l'impatto di un'azienda sulle comunità in cui opera, assume e da cui proviene. Gli argomenti includono diversità, equità & inclusione, impatto economico, impegno civico, donazioni di beneficenza e gestione della catena di approvvigionamento. Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati per affrontare problemi specifici orientati alla comunità, come l'alleviamento della povertà attraverso l'approvvigionamento o la distribuzione del commercio equo tramite microimprese, modelli di cooperative di produttori, sviluppo economico incentrato a livello locale e impegni formali di beneficenza.

[PER SAPERNE DI PIÙ](#)



RELAZIONE D'IMPATTO 2025



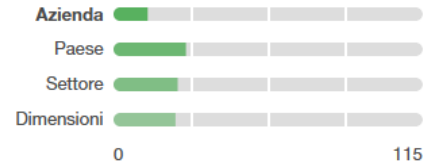
Ambiente

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.

DOMANDE RISPOSTE		PUNTEGGIO GENERALE
64/64		12.7
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N / A PUNTEGGIO
7.2	1.3	4.0

L'ambiente valuta le pratiche complessive di gestione ambientale di un'azienda, nonché il suo impatto su aria, clima, acqua, territorio e biodiversità. Ciò include l'impatto diretto delle operazioni di un'azienda e, ove applicabile, della sua catena di approvvigionamento e dei canali di distribuzione. Questa sezione riconosce anche le aziende con processi produttivi innovativi dal punto di vista ambientale e quelle che vendono prodotti o servizi che hanno un impatto ambientale positivo. Alcuni esempi potrebbero includere prodotti e servizi che creano energia rinnovabile, riducono il consumo o gli sprechi, preservano la terra o la fauna selvatica, forniscono alternative meno tossiche al mercato o istruiscono le persone sui problemi ambientali.

[PER SAPERNE DI PIÙ](#)



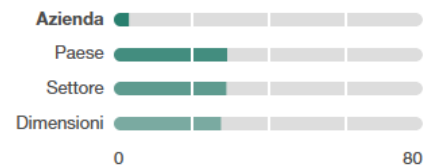
Clienti

Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

DOMANDE RISPOSTE		PUNTEGGIO GENERALE
31/32		3.8
PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI	PUNTEGGIO IBM	N / A PUNTEGGIO
2.2	1.6	0.0

Clienti valuta la gestione dei propri clienti da parte di un'azienda attraverso la qualità dei suoi prodotti e servizi, il marketing etico, la privacy e la sicurezza dei dati e i canali di feedback. Inoltre, questa sezione riconosce i prodotti o servizi progettati per affrontare un particolare problema sociale per o tramite i suoi clienti, come prodotti sanitari o educativi, prodotti & artistici, servire clienti/clienti svantaggiati e servizi che migliorano l'impatto sociale di altre aziende o organizzazioni.

[PER SAPERNE DI PIÙ](#)



Nota: non è presente una valutazione relativa all'impatto sui lavoratori in quanto San Mauro è una società immobiliare senza dipendenti.

Di seguito si riporta il punteggio specifico per le singole aree di valutazione con il confronto fra il punteggio ottenuto nel 2025 rispetto a quello del 2024:

AREA	PUNTEGGIO 2024	PUNTEGGIO 2025
Governance	2,5	4,9
Comunità	28,8	28,3
Ambiente	7,3	12,7
Clienti	2,2	3,8



06

PIANO DI MIGLIORAMENTO E OBIETTIVI PER IL 2026

Anche per il 2026 San Mauro ha elaborato un piano di miglioramento e impegno continuo. A tal proposito, sono stati definiti gli obiettivi che dovrebbero permettere un ulteriore passo in avanti all'interno della mission di società benefit.

Questi obiettivi si traducono in progetti concreti che riguardano l'inclusione sociale, la sensibilizzazione su temi come la violenza contro le donne, il contrasto allo spreco, la promozione del territorio, la diffusione di comportamenti ambientali responsabili e l'introduzione di servizi gratuiti di supporto alle persone.

In questo modo, San Mauro mira a incrementare progressivamente le proprie performance di impatto nelle aree Governance, Comunità, Ambiente e Clienti, rendendo sempre più integrato il legame tra attività economica e beneficio comune.

Area	Obiettivi	Azioni
Governance e compliance	Implementare il modello organizzativo previsto dal D. Lgs. 231/01.	Avviare l'iter di creazione e implementazione del modello organizzativo previsto dal D.lgs. 231/01 e del codice etico aziendale. Completare l'analisi dei rischi rilevanti; adottare formalmente il modello 231 e il relativo sistema di controlli; definire un codice etico integrato con gli impegni di Società Benefit; nominare l'Organismo di Vigilanza; informare e formare il personale sulle nuove procedure
Benessere animale	Contribuire a progetti educativi, inclusivi e terapeutici.	La società si propone di recuperare cavalli destinati al macello, offrendo loro una seconda possibilità di vita attraverso percorsi di riabilitazione, doma etica e reinserimento. Gli animali saranno progressivamente introdotti in un centro di equitazione sociale, dove diventeranno parte attiva di progetti educativi, inclusivi e terapeutici rivolti a bambini, famiglie e persone fragili, promuovendo al contempo il benessere animale, la relazione uomo-cavallo e una cultura di

RELAZIONE D'IMPATTO 2025

		rispetto e responsabilità verso gli esseri viventi.
Comunità e inclusione sociale	Consolidare le collaborazioni esistenti e ampliare l'impatto sociale delle iniziative di inclusione	Supportare gratuitamente la permanenza con almeno un locale ristorante della Cooperativa Luna Blu, che per motivi di sostenibilità ha dovuto ridurre da due a una unità; comunicare meglio, verso pubblico e stakeholder, l'impegno economico e sociale di San Mauro; progettare nuove iniziative sociali quali laboratori, percorsi formativi, eventi inclusivi.
Comunità e inclusione sociale	Promuovere e favorire l'inclusione sociale attraverso nuove iniziative dedicate.	Definire un piano di iniziative aggiuntive (es. tirocini inclusivi, giornate di sensibilizzazione, collaborazioni con altre realtà del terzo settore); individuare target specifici (giovani, persone con disabilità, soggetti fragili) e relativi partner; integrare tali progetti nel calendario eventi del Village
Comunità e pari opportunità	Organizzare iniziative di sensibilizzazione contro la violenza sulle donne	Progettare almeno un evento annuale dedicato (talk, mostra, performance) in collaborazione con associazioni e istituzioni locali; integrare materiali informativi e campagne di comunicazione sui canali del Centro
Ambiente e gestione risorse	Attivare un sistema strutturato di raccolta differenziata all'interno dell'Outlet e negli uffici di direzione.	Progettare e installare spazi dedicati per le diverse frazioni di rifiuto nelle aree comuni; riorganizzare la raccolta negli uffici della direzione; definire linee guida operative per tenant e staff; monitorare periodicamente i volumi di raccolta differenziata e gli obiettivi di miglioramento
Ambiente ed economia circolare	Sviluppare iniziative di economia circolare che coinvolgano attivamente i tenant dell'Outlet.	Co-progettare con i brand iniziative di recupero e riutilizzo (es. donazioni di invenduti, campagne "second life", raccolte solidali); definire format condivisi per ridurre sprechi di prodotti e materiali; comunicare ai clienti il valore ambientale e sociale di tali azioni.
Comunità ed economia circolare	Consolidare il "Muro della gentilezza" come iniziativa stabile di solidarietà e contrasto allo spreco.	Promuovere l'area dedicata al Muro della gentilezza; pianificare campagne periodiche di raccolta di indumenti e beni essenziali; rafforzare la comunicazione verso la comunità locale e i clienti;

RELAZIONE D'IMPATTO 2025

		monitorare i volumi raccolti e le destinazioni dei materiali
Territorio e valorizzazione locale	Rafforzare la promozione del territorio tramite il Consorzio Il Cigno e la Val di Vara Gallery	Programmare un palinsesto annuale di mostre, installazioni ed eventi in Val di Vara Gallery; sviluppare materiali informativi congiunti su territorio, itinerari e produttori locali; integrare il Consorzio Il Cigno in alcuni eventi del Centro
Ambiente e cultura aziendale	Promuovere comportamenti ambientali responsabili tra tutto il personale dei negozi e della direzione.	Elaborare un decalogo di comportamenti sostenibili (energia, acqua, rifiuti, mobilità, uso degli spazi comuni); distribuirlo a tutti i tenant e allo staff; prevedere brevi momenti formativi e reminder periodici; valutare la possibilità di collegare il rispetto del decalogo a iniziative di riconoscimento o premialità
Clienti, comunità e benessere delle persone	Offrire un servizio gratuito di prodotti essenziali per la cura personale e la prima infanzia, a favore di clienti e visitatori.	Allestire presso l'infopoint un punto di distribuzione gratuita di pannolini, assorbenti donna e altri prodotti essenziali per la cura e igiene personale; definire una policy di gestione scorte e approvvigionamenti; comunicare il servizio in modo discreto ma accessibile; monitorare l'utilizzo per adeguare quantità e tipologia di prodotti
Comunità e pari opportunità	Partnership con associazioni impegnate nella prevenzione e nel contrasto alla violenza di genere	Definire una partnership con realtà impegnate nella prevenzione e nel contrasto alla violenza di genere promosse da associazioni attive sul territorio per contribuire alla creazione di una rete diffusa di luoghi sicuri, formati per riconoscere e gestire situazioni di rischio. L'obiettivo è favorire una cultura condivisa di attenzione e responsabilità, promuovendo il ruolo attivo della comunità nel sostenere le persone in difficoltà e nel contrastare la violenza, a partire dal contesto locale.

07

CONCLUSIONI

L'esercizio 2025 ha rappresentato per San Mauro S.p.A. un anno di transizione importante verso la piena integrazione della propria missione di Società Benefit nel modello di business e nelle pratiche operative quotidiane. La formalizzazione delle finalità di beneficio comune nello statuto, la prima misurazione su un anno pieno tramite B Impact Assessment (BIA) e l'avvio di iniziative concrete a favore della comunità, dell'ambiente e del benessere animale hanno permesso alla società di consolidare un percorso intrapreso da tempo, rafforzandone la coerenza e la visibilità.

Le iniziative realizzate nel 2025 testimoniano la volontà di coniugare sviluppo economico e impatto positivo sul territorio. Allo stesso tempo, gli impegni assunti per il 2026 indicano la determinazione della società a proseguire su questa traiettoria, ampliando il raggio delle azioni di beneficio comune e con un crescente impegno per le iniziative di impatto ambientale.

In questa prospettiva, San Mauro guarda ai prossimi anni come a una fase di ulteriore consolidamento e maturazione del proprio profilo di Società Benefit, con l'obiettivo di incrementare progressivamente le proprie performance di impatto e di continuare a essere un punto di riferimento per la comunità della Val di Vara. La combinazione tra radicamento locale, visione di lungo periodo e misurazione dell'impatto rappresenta la leva attraverso cui la società intende contribuire alla creazione di valore condiviso per persone, territorio, ambiente e partner coinvolti nelle proprie attività.

31 MARZO 2026

IL RESPONSABILE D'IMPATTO

Cesare Nonnis Marzano

