

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2025

DAVINES GROUP

davines
FOR A GOOD LIFE



[comfort zone]
conscious skin science



L'INTERDIPENDENZA CHE CI UNISCE

L'idea creativa che ispira la veste grafica del nostro Rapporto di Sostenibilità 2025 nasce dal desiderio di raccontare il legame profondo che unisce l'essere umano e la natura. Una relazione di interdipendenza in cui ogni azione, scelta e trasformazione generano effetti che si estendono oltre il singolo individuo, coinvolgendo gli ecosistemi, le persone e le comunità di cui facciamo parte.

È una consapevolezza che guida anche il nostro modo di intendere la sostenibilità. Riconoscere di essere parte di un sistema più ampio significa comprendere che il benessere delle persone e la salute degli ecosistemi non possono essere considerati separatamente, ma si influenzano reciprocamente e crescono insieme. Da questa visione prende forma il nostro percorso verso un modello di sviluppo sempre più rigenerativo, orientato a creare valore condiviso e duraturo.

Per rappresentare questa visione, le immagini che accompagnano il Rapporto mettono in dialogo elementi umani e naturali, creando accostamenti che richiamano la continuità tra noi e il mondo che ci circonda. Ogni composizione vuole rendere visibile questa interdipendenza, ricordandoci che il futuro dipende dalla capacità di prenderci cura delle relazioni che ci legano gli uni agli altri e alla natura. È in questo equilibrio che persone, ambiente e comunità possono prosperare insieme

INDICE

2025: INTRODUZIONE E HIGHLIGHT

- ➔ Lettere ai nostri stakeholder
- ➔ La nostra evoluzione rigenerativa
- ➔ Highlight 2025

DAVINES GROUP

- ➔ Chi siamo
- ➔ La nostra catena del valore
- ➔ I nostri valori
- ➔ I principi che guidano la nostra strategia
- ➔ La nostra visione di sostenibilità
- ➔ Il nostro impegno al 2030

GOVERNANCE

- ➔ Responsabilità, ascolto e visione: la nostra governance
- ➔ Il nostro modello di governance
- ➔ Etica, trasparenza e modelli di controllo
- ➔ La sostenibilità, responsabilità condivisa
- ➔ Gestione degli impatti di sostenibilità e miglioramento continuo

RIGENERARE IL NOSTRO PIANETA

➔ Decarbonizzazione

- La nostra visione
- Il percorso verso il Net Zero
- Misurazione, monitoraggio e riduzione delle emissioni
- Gestione delle emissioni residue
- Progetti locali e advocacy

➔ Biodiversità

- La nostra visione
- European Regenerative Organic Center (EROC)
- Dalla natura alle formule, nel rispetto della biodiversità
- L'impatto sull'uso del suolo nella filiera
- L'impegno per la raccolta di rifiuti in plastica

➔ Circolarità

- La nostra visione
- L'ecodesign, cuore della nostra Carta di Ricerca sul Packaging
- Di che cosa sono fatti i nostri packaging
- Indice di circolarità ISO 59000
- Il nostro approccio alla gestione dei rifiuti

➔ Acqua

- La nostra visione
- Ottimizzare l'utilizzo dell'acqua nei processi produttivi
- L'impronta idrica del Gruppo
- Gestione e monitoraggio della risorsa idrica
- Prelievo idrico del Davines Group Village
- Riduzione dell'intensità idrica di produzione
- The Future Salons, Beauty Centers & SPA Initiative

SUPPORTARE I NOSTRI COLLABORATORI E LA COMUNITÀ

- ➔ La definizione del nostro impegno al 2030
- ➔ Le nostre persone
- ➔ Il benessere delle persone
- ➔ Analisi "Great Place to Work®": ascolto e miglioramento continuo
- ➔ La formazione delle nostre persone
- ➔ Le nostre politiche retributive
- ➔ La gestione della salute e della sicurezza
- ➔ **Diversità e inclusione**
 - La nostra visione
 - Più inclusione, più valore
- ➔ **Nuove generazioni al lavoro**
 - La nostra visione
 - Avvicinare e dialogare
 - Sviluppo delle competenze e benessere delle nuove generazioni
 - Confronto intergenerazionale
- ➔ **Impatto sulle comunità locali**
 - La nostra visione
 - Diamo valore al volontariato
 - Il nostro sostegno al territorio

B RESPONSIBLE

- ➔ **B Corp advocacy**
 - La nostra visione
 - Advocacy interna: attivare il cambiamento dentro l'organizzazione
 - Advocacy esterna: agire oltre i confini dell'azienda
 - L'attivazione attraverso i nostri brand
 - Advocacy nella catena di fornitura
- ➔ **Marketing responsabile**
 - La nostra visione
 - Strumenti interni per guidare scelte consapevoli e comunicazione responsabile
 - Coinvolgere, informare, ispirare i nostri stakeholder

ANNEX

- ➔ Nota metodologica
- ➔ La matrice di doppia materialità del Gruppo
- ➔ Appendice GRI
- ➔ Indice dei contenuti GRI

LETTERE AI NOSTRI STAKEHOLDER

Lettera del Presidente Davide Bollati



Guardando al 2025, riconosco la coerenza che attraversa la storia del Gruppo Davines: la volontà di crescere senza perdere la direzione. Come impresa familiare indipendente, abbiamo sempre scelto di guardare al lungo periodo, sapendo che ogni decisione porta con sé una responsabilità verso chi lavora con noi, le comunità di cui siamo parte e il pianeta. È in questa prospettiva che interpretiamo il nostro ruolo di stakeholder-driven company: un'impresa chiamata non solo a produrre valore, ma a orientarlo verso un futuro più sostenibile, per tutti.

È stato un anno di consolidamento in Nord America, nostro primo mercato, e in Europa, dove abbiamo registrato risultati in forte crescita in mercati strategici come Francia e Regno Unito. In questo scenario si inserisce l'apertura della nuova filiale in Spagna, naturale proseguimento della relazione di lunga data con Beovipel, nostro storico distributore nel Paese. Questi traguardi confermano quanto la presenza internazionale e il focus sul canale professionale abbiano contribuito, nel tempo, allo sviluppo e alla solidità del Gruppo.

Crescere significa anche continuare a misurarsi. Nel 2025 abbiamo avviato il percorso preparatorio alla ricertificazione B Corp prevista nel 2026, con nuovi standard che introducono cambiamenti significativi e alzano il livello di responsabilità richiesto alle imprese. È un'evoluzione che si inserisce in un quadro più ampio, orientato a trasparenza, verificabilità degli impegni e tutela dei consumatori. Per noi questo lavoro è stato anche un esercizio di autoconsapevolezza: guardarci con onestà, comprendere dove siamo arrivati, riconoscere dove possiamo migliorare e verificare la nostra capacità di raggiungere gli obiettivi a cui aspiriamo.

Questa consapevolezza guida anche l'evoluzione della nostra strategia di sostenibilità. Dopo aver definito gli obiettivi ambientali al 2030, nel 2025 abbiamo lavorato ai target della strategia sociale al 2030 e agli indicatori per monitorarne l'avanzamento. È un passo ulteriore verso un approccio più olistico alla sostenibilità, in cui anche la dimensione sociale diventa parte integrante della nostra responsabilità rigenerativa e del modo in cui intendiamo creare valore nel tempo.

Oltre alla definizione degli obiettivi, è essenziale il modo in cui la cultura della sostenibilità cresce e si diffonde nel Gruppo. Per questo, nel 2025 abbiamo riorganizzato e rilanciato il Regenerateam, il nostro gruppo interno di Attivatori dello Sviluppo Sostenibile, composto da colleghi di diversi dipartimenti e filiali. Il loro ruolo è accompagnare il cambiamento già in atto, agendo come ambasciatori nei propri team. È la dimostrazione che, per il Gruppo, la sostenibilità è un percorso condiviso e partecipato.

Lo stesso spirito ci porta a costruire alleanze coerenti con i nostri valori. Nel 2025 abbiamo iniziato a collaborare con CleanHub, B Corp che organizza e coordina la raccolta di rifiuti plastici, con cui condividiamo elevati standard di impatto sociale e ambientale, trasparenza e accountability. Alla base c'è una convinzione semplice e concreta: se ogni azienda raccogliesse una quantità di plastica equivalente a quella immessa sul mercato tramite la vendita dei propri prodotti, potremmo compiere un passo decisivo contro l'inquinamento da plastica.

La cura del pianeta non può essere separata dalla cura delle persone. Nel 2025 abbiamo superato i mille collaboratori e ottenuto la quarta certificazione Great Place to Work® in Italia, estendendo per la prima volta questo riconoscimento anche a cinque filiali. Il miglioramento dei risultati conferma un trend positivo e rafforza il nostro impegno verso i colleghi e le comunità in cui operiamo, da Parma al resto del mondo. È con questa convinzione che vogliamo continuare ad anteporre le relazioni alle transazioni, perseguendo il nostro scopo di creare una buona vita per tutti.

Grazie.

Davide Bollati

Presidente Gruppo Davines

Lettera del CEO Anthony Molet



Il 2025 restituisce l'immagine di un Gruppo solido, capace di avanzare con equilibrio anche in uno scenario globale complesso. Il fatturato consolidato si attesta a 307 milioni di euro a cambi costanti, con un incremento del 6,4%* rispetto all'anno precedente: un risultato che conferma una traiettoria di crescita organica e costante, sostenuta da un modello di business indipendente e da una visione orientata al lungo periodo.

L'export continua a trainare i risultati, con vendite pari all'82% del fatturato totale. Gli USA si confermano il primo mercato globale e il Nord America, in generale, registra una crescita del 10%. A fronte dell'aumento dei dazi negli Stati Uniti, abbiamo scelto di tutelare la nostra community professionale, mantenendo invariati i prezzi dei prodotti Davines utilizzati in salone per gli 8.500 partner: una scelta coerente con il valore che attribuiamo alle relazioni costruite nel tempo.

In Europa, l'Italia rafforza il proprio ruolo di mercato di riferimento, affiancata da Davines France (+10%) e Davines UK (+9%). La presenza del Gruppo nel continente è stata rafforzata dall'apertura della nuova filiale e della Davines House a Bilbao, in Spagna, grazie a un investimento di 5 milioni di euro. Nel 2025, inoltre, abbiamo approvato un piano di investimenti da 50 milioni di euro al 2030 per potenziare il Davines Group Village di Parma, rafforzandone il ruolo di hub strategico per innovazione, produzione e una catena del valore sempre più sostenibile.

Il 2025 è stato anche un anno importante per prepararci ai nuovi standard B Corp. Il nuovo modello introduce cambiamenti significativi, tra cui requisiti minimi in sette

nuove aree di impatto. In vista della ricertificazione nel 2026, abbiamo avviato internamente un lavoro approfondito di analisi, per comprendere con chiarezza le aree in cui rafforzarci e definire le azioni necessarie a raggiungere un livello ambizioso.

In questo scenario, la trasparenza diventa centrale, soprattutto nelle dichiarazioni ambientali. Per questo abbiamo creato una Task Force dedicata alla comunicazione della sostenibilità, per guidare i colleghi verso comunicazioni sempre più accurate, consapevoli e coerenti. Un percorso in linea con l'evoluzione del quadro normativo europeo.

Sul fronte del ripristino degli ecosistemi, abbiamo avviato una collaborazione con CleanHub, B Corp che coordina la raccolta di rifiuti plastici in aree interne e costiere di India, Indonesia, Guatemala e Filippine, tramite organizzazioni locali indipendenti. Una partnership fondata su valori condivisi, trasparenza, accountability e comune ambizione di usare il business come forza positiva. Nel 2025 abbiamo raccolto un totale di 868 tonnellate di rifiuti in plastica, avanzando verso il nostro obiettivo di 5.000 tonnellate entro il 2030.

Accanto al percorso ambientale definito nel 2024 con il programma "2030: Davines Group Towards Planet Regeneration", abbiamo compiuto un passo ulteriore verso una visione più olistica della sostenibilità, capace di integrare in modo più strutturato le dimensioni ambientale, sociale e di governance. In questa direzione, abbiamo lavorato alla definizione dei target della nostra strategia sociale al 2030 e degli indicatori per monitorarne l'avanzamento, tenendo conto del contesto di riferimento, delle pratiche più evolute a livello internazionale e dei nuovi standard B Corp.

Tutto questo prende forma grazie alle persone del Gruppo Davines, cuore della nostra crescita. Oggi abbiamo oltre 1.000 collaboratori, con un'età media di 40 anni e una componente femminile superiore al 60%. Il 2025 ha registrato la quarta certificazione Great Place to Work® in Italia e la prima per cinque filiali: Francia, Hong Kong, Regno Unito, Nord America e Paesi Bassi. Il miglioramento dei risultati rispetto alla precedente certificazione conferma il nostro impegno verso una cultura organizzativa sempre più attenta alle persone.

Grazie per la vostra dedizione e passione. Continuiamo a costruire questo percorso insieme.

Anthony Molet

CEO e Responsabile di Impatto ai sensi della legge sulle Società Benefit, Gruppo Davines

*La crescita è pari a +4% a cambi correnti (2025).

LA NOSTRA EVOLUZIONE RIGENERATIVA

Le tappe storiche

La famiglia Bollati apre a Parma un piccolo laboratorio di ricerca e produzione conto terzi di prodotti per capelli. Nel 1992 nasce il marchio **Davines**, seguito nel 1996 da **[comfort zone]**, segnando l'inizio di un percorso di bellezza e innovazione.

Avviamo il nostro percorso di **decarbonizzazione** con il primo progetto di assorbimento delle emissioni di CO₂ e iniziamo a utilizzare elettricità da fonti rinnovabili nella nostra sede di Parma.

Diventiamo B Corp, a testimonianza del nostro impegno per gli alti standard di governance, trasparenza e sostenibilità

La sede italiana nordamericana il proprio status **Società Benef** il bene comune del profitto.

1983

2006

2016

2019

2005

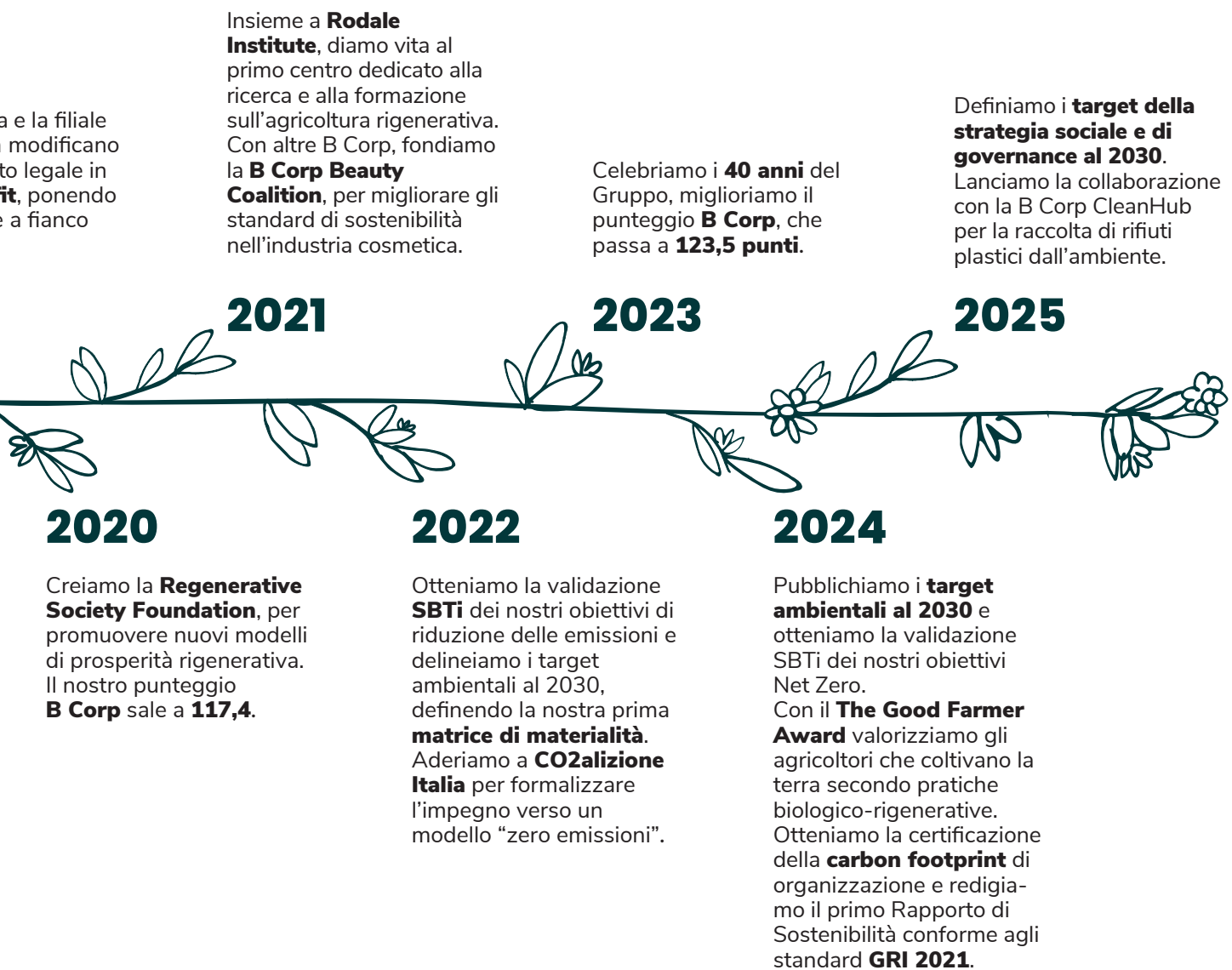
Creiamo la **Carta Etica**, scritta con il contributo di tutti i collaboratori. Un documento vivo che ancora oggi nutre la cultura dell'impresa e la relazione con chi ne fa parte.

2011

Nasce la **Carta per la Ricerca sul Packaging**, la nostra guida in costante aggiornamento per progettare confezioni sempre più sostenibili.

2018

Nasce il **Davines Group Village**, sede che unisce architettura sostenibile, paesaggio e comunità. Riduciamo e neutralizziamo tutte le **emissioni residue di CO₂** sotto il nostro diretto controllo.

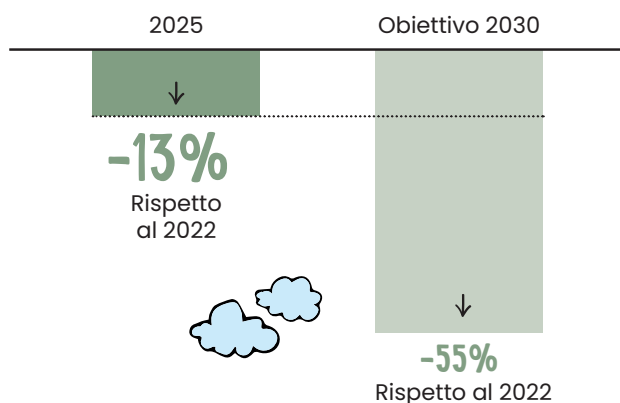


HIGHLIGHT 2025

Decarbonizzazione

RIDUZIONE DELL'INTENSITÀ CARBONICA

Tonnellate CO₂eq per tonnellata di prodotto



MITIGAZIONE DELLE EMISSIONI E RIGENERAZIONE DEL TERRITORIO

Attraverso il progetto EthioTrees, sostenuto tramite l'acquisto di crediti di carbonio certificati Plan Vivo:



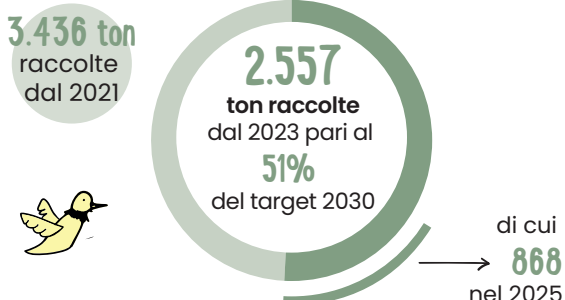
Biodiversità

21 INGREDIENTI CERTIFICATI ROC®

presenti nelle nostre formule e provenienti da aziende agricole certificate ROC®

RACCOLTA RIFIUTI IN PLASTICA DALL'AMBIENTE

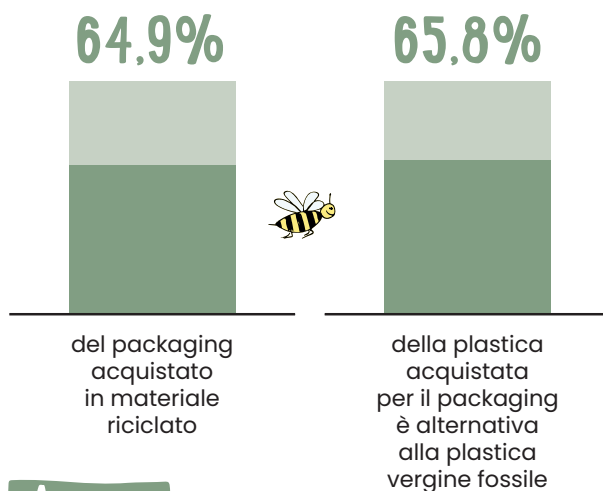
Nuova partnership con la B Corp CleanHub



Rigenerare il nostro pianeta

Circularità

RIDUZIONE DEI MATERIALI VERGINI FOSSILI



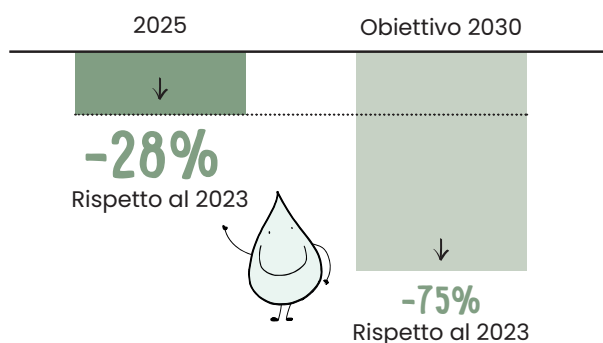
Acqua

EFFICIENZA NELL'UTILIZZO DELL'ACQUA



INTENSITÀ IDRICA DI PRODUZIONE

m³ di acqua per tonnellata di prodotto



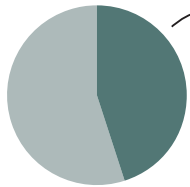
Supportare i nostri collaboratori e la comunità

Nuove generazioni al lavoro

VALORIZZAZIONE DEI GIOVANI

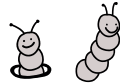
2.000+

studenti e giovani professionisti incontrati attraverso career day, testimonianze e visite aziendali



45%

dei nuovi dipendenti ha meno di 30 anni



Impatto sulla comunità locale

VOLONTARIATO AZIENDALE

41 & 1.800+

associazioni supportate in 31 paesi

persone coinvolte nell'Activation Day (giornata di volontariato aziendale) tra collaboratori, clienti e distributori

942,5

ore di volontariato svolte durante l'orario di lavoro (escluso Activation Day)

B Corp advocacy

74 PARTNER CERTIFICATI B CORP

tra fornitori, distributori, saloni e spa vche condividono il nostro modello e visione di impresa

50+ COLLEGHI COINVOLTI NEL REGENERATEAM

community interna di attivatori della sostenibilità di tutte le funzioni e sedi del Gruppo, per portare la sostenibilità in ogni scelta, processo e relazione

B Responsible

Diversità e inclusione

PARITÀ DI GENERE



68% donne sul totale dei dipendenti



67% donne nei ruoli manageriali



43% donne nel Leadership Team



Marketing responsabile

STRUMENTI PER RAFFORZARE LA TRASPARENZA DELLE COMUNICAZIONI DI SOSTENIBILITÀ

Task Force dedicata, policy e formazione interna per supportare la creazione di claim di sostenibilità







DAVINES GROUP

CHI SIAMO

Era il 1983 quando **Silvana e Gianni Bollati** aprirono a Parma un piccolo laboratorio di ricerca e produzione conto terzi per la cura dei capelli. La coppia affinò le conoscenze per lo sviluppo di composti di alta qualità e costruì solidi rapporti commerciali, strutturandosi e perfezionando le proprie competenze, portando avanti un'attività di famiglia e trasmettendo ai figli Davide e Stefania valori di rispetto e serietà.

l'approccio tradizionale focalizzato esclusivamente sulla massimizzazione del profitto e integra la generazione di impatti positivi per persone, comunità e ambiente.

Dopo oltre 40 anni di crescita, oggi il Gruppo Davines è presente in **89 paesi** e conta più di **1.000 collaboratori**. L'azienda è un'eccellenza manifatturiera nell'ambito della cosmesi professionale, una **stakeholder-driven company** - ovvero un'azienda che orienta le proprie scelte tenendo conto anche degli interessi delle persone e dell'ambiente con cui interagisce - che segue un modello rigenerativo. Con un **fatturato di 306,7 milioni di euro** a cambi costanti, nel 2025 il Gruppo ha confermato la sua posizione al 98esimo posto nella prestigiosa WWD Beauty Inc Top 100 - classifica mondiale delle principali aziende cosmetiche per turnover - dove era entrato a pieno titolo nel 2024.

Le sue filiali sono presenti in ogni parte del mondo: Stati Uniti, Regno Unito, Francia, Messico, Paesi Bassi, Cina, Germania, Hong Kong e Spagna (operativa a partire da inizio 2026). Insieme, portano avanti le attività del Gruppo guidate dai suoi valori fondativi: bellezza, etica e sostenibilità.



1983
nasce il
Gruppo
Davines

Così, nel **1992 nasce il brand Davines**, dedicato al mercato professionale della cura dei capelli, seguito, nel **1996**, dalla divisione cosmetica **[comfort zone]**. Negli stessi anni Davide Bollati - con una laurea in Farmacia e una specializzazione in Cosmetologia conseguita a New York - fa il suo ingresso ufficiale nell'azienda, prima nel Laboratorio di Ricerca e Sviluppo, poi impegnato nell'affrontare le sfide poste dal marketing e dalla distribuzione internazionale. Attualmente, **Davide Bollati** è presidente del Gruppo Davines: convinto della necessità di perseguire un profitto positivamente etico, ha scelto di adottare un modello di impresa che supera



Davines Group: A Journey of Voices

Un podcast in cinque puntate dove ascoltare le voci delle persone che compongono la nostra community, per scoprire le tappe principali della storia del Gruppo e comprendere in profondità il nostro Purpose e i valori fondativi che animano ancora oggi la nostra realtà. Attraverso il racconto dei suoi protagonisti, la storia aziendale mette in risalto la continuità dei valori che da sempre ci guidano. Interamente autoprodotta, dalla scrittura al montaggio, fino alla registrazione finale, è disponibile per tutta la popolazione aziendale e per gli stakeholder esterni sulla piattaforma Spotify.



[Ascolta il podcast](#)



I nostri brand

Il Gruppo Davines opera nel settore della cosmetica professionale. Offre prodotti e trattamenti per la **cura della pelle** attraverso il brand [comfort zone] e **prodotti per capelli** con il brand Davines, coniugando qualità e performance.

La ricerca guida le nostre scelte formulative, attraverso l'utilizzo di ingredienti di origine naturale e tecnologie all'avanguardia, all'interno di una visione rigenerativa orientata a ridurre gli impatti e a creare valore per i sistemi socio-ambientali.

Con 86 formule sviluppate nel 2025 dai due brand, [comfort zone] è oggi presente in oltre **6.000 centri e spa** nel mondo, mentre Davines riunisce una rete internazionale di **50.000 saloni professionali** affiliati.



[comfort zone]
conscious skin science



HAIRCARE

Davines crea prodotti professionali per capelli in cui la qualità incontra bellezza, sostenibilità, etica e cultura.

In Davines crediamo che una buona vita sia l'armonia tra scopo e meraviglia. Che tutti noi siamo unici, e abbiamo il diritto di creare significato attraverso azioni positive che abbiano un impatto virtuoso sull'umanità e sulla natura. Attraverso i nostri prodotti e progetti, vogliamo esprimere e trasmettere messaggi, idee e ispirazioni di valore, capaci di migliorare le nostre vite e il mondo che ci circonda. Siamo guidati da una visione rigenerativa, utilizziamo il business come forza positiva, prendendoci cura in egual misura delle persone, del pianeta e delle generazioni future - For a Good Life.

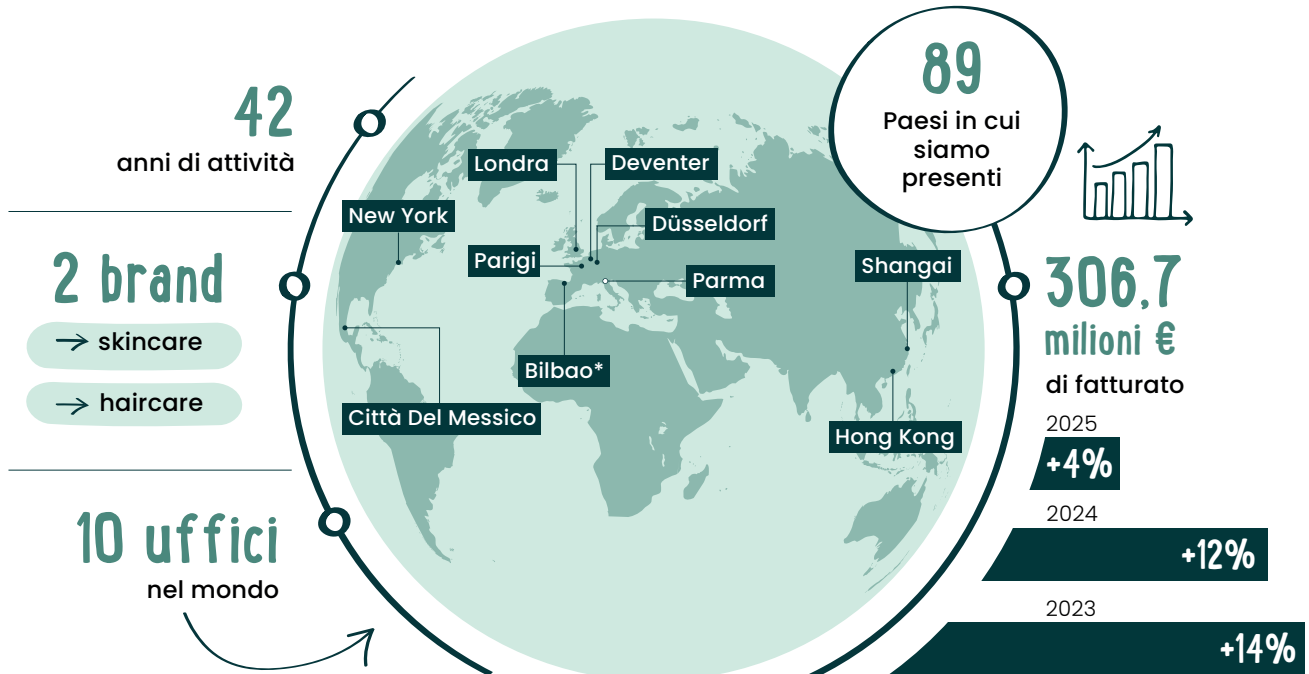
SKINCARE

Radicata nella scienza, potenziata dall'expertise professionale, elevata da uno stile di vita consapevole e sostenibile.

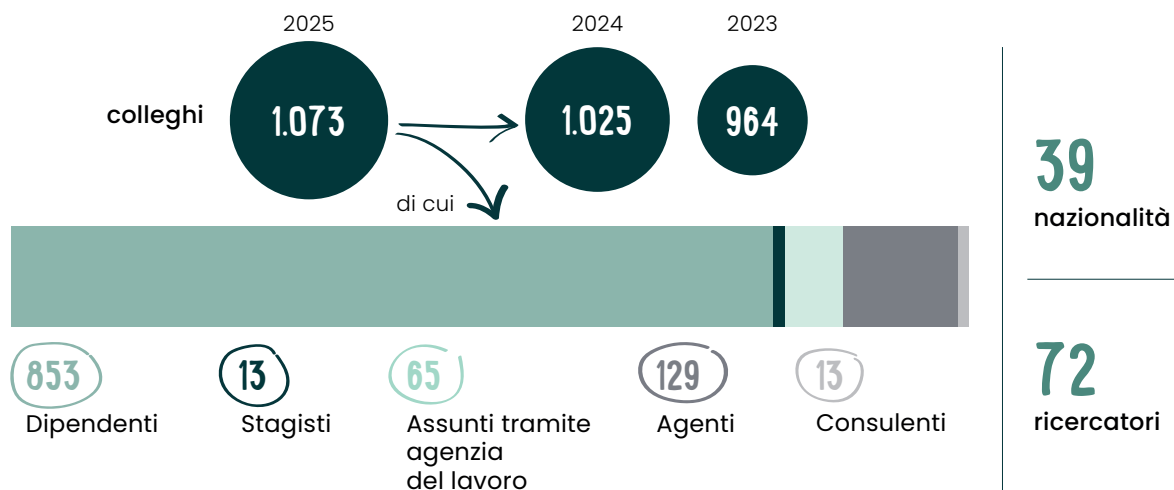
Questo è la longevità secondo [comfort zone]. Crediamo che la bellezza non è solo ciò che si vede. È l'espressione di connessioni profonde tra il sé e la pelle, tra la scienza e la natura, tra la performance e la responsabilità. Non combattiamo l'invecchiamento: ottimizziamo questo naturale percorso biologico e mentale attraverso un sistema completo di prodotti, trattamenti, tecnologie avanzate e servizi, distribuiti in centri partner, farmacie e spa.

I nostri numeri 2025

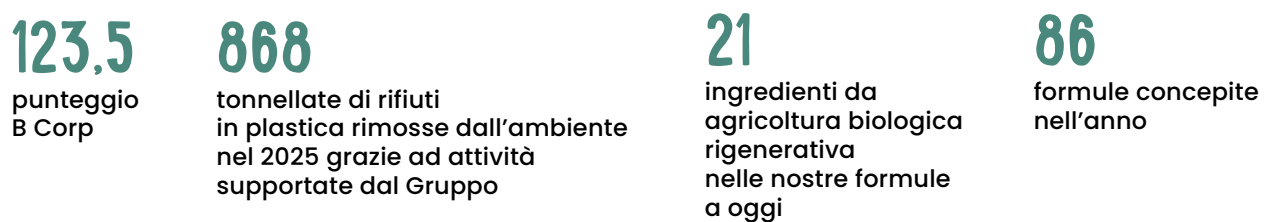
CRESCITA E PRESENZA GLOBALE



PERSONE



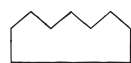
IMPATTO E RICERCA & SVILUPPO



*Nel 2025 accordo di cessione. Assunzione della gestione diretta a partire dal 1° gennaio 2026.

Il Gruppo Davines nel mondo

Attraverso la vendita diretta dei suoi prodotti, il Gruppo Davines è presente in **89 paesi**. Oltre alla sua **sede principale**, a **Parma**, conta altre **nove sedi nel mondo**.



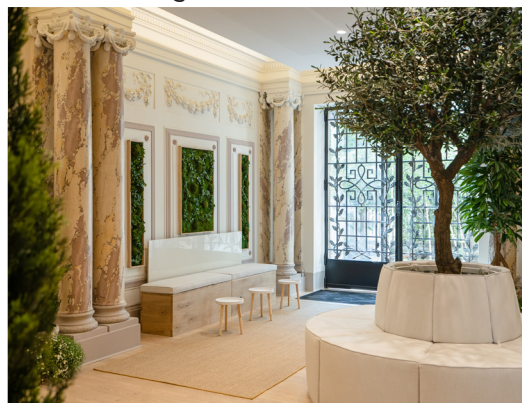
Davines Group Village

Sede centrale e stabilimento produttivo del Gruppo.

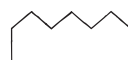
Nord America, New York



Francia, Parigi

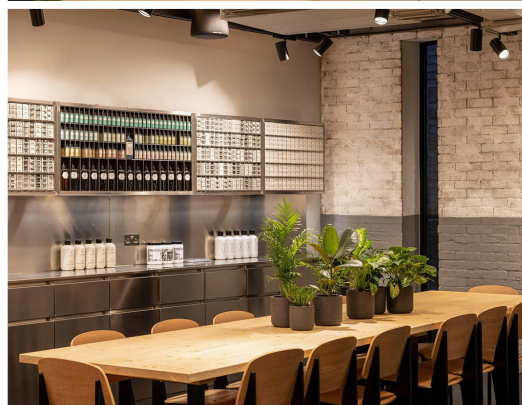


Italia, Parma



Davines Group West Village

Nel 2021 il Gruppo ha acquisito ulteriori spazi adiacenti al Davines Group Village di Parma, per un totale di 6.800 mq, e nel 2024 è stato inaugurato il Davines West Village, che occupa una parte di questi spazi. Il West Village ospita gli uffici del dipartimento Innovation & Technology, la sede logistica e un Test Space Skincare, oltre a spazi ricreativi e nuove sale riunioni.



Regno Unito, Londra

Via Ravasini

Parte della precedente sede aziendale, attiva fino al 2018, oggi utilizzata esclusivamente per attività di confezionamento manuale.

La nuova sede di Bilbao

Nel 2025, a Bilbao, è nata la filiale Davines España. Dopo oltre trent'anni di presenza nel paese abbiamo acquisito dal nostro distributore esclusivo Beovipel un portafoglio di 1.500 clienti tra saloni, centri estetici e spa, insieme a un team di oltre 60 professionisti.

Il Gruppo ha assunto la gestione diretta delle attività nel mercato spagnolo a partire dal 1° gennaio 2026, rafforzando il suo impegno sul territorio. Faranno capo a Davines España cinque accademie di formazione: a Bilbao e Barcellona, per i marchi Davines e [comfort zone], e a Madrid, Eche e Malaga, per il marchio Davines.

Spagna, Bilbao



Paesi Bassi, Deventer



Hong Kong, Hong Kong



Cina, Shanghai



Messico, Città del Messico



Germania, Düsseldorf

Ulteriori dettagli sulle sedi del Gruppo Davines sono disponibili nell'[appendice GRI](#).

LA NOSTRA CATENA DEL VALORE

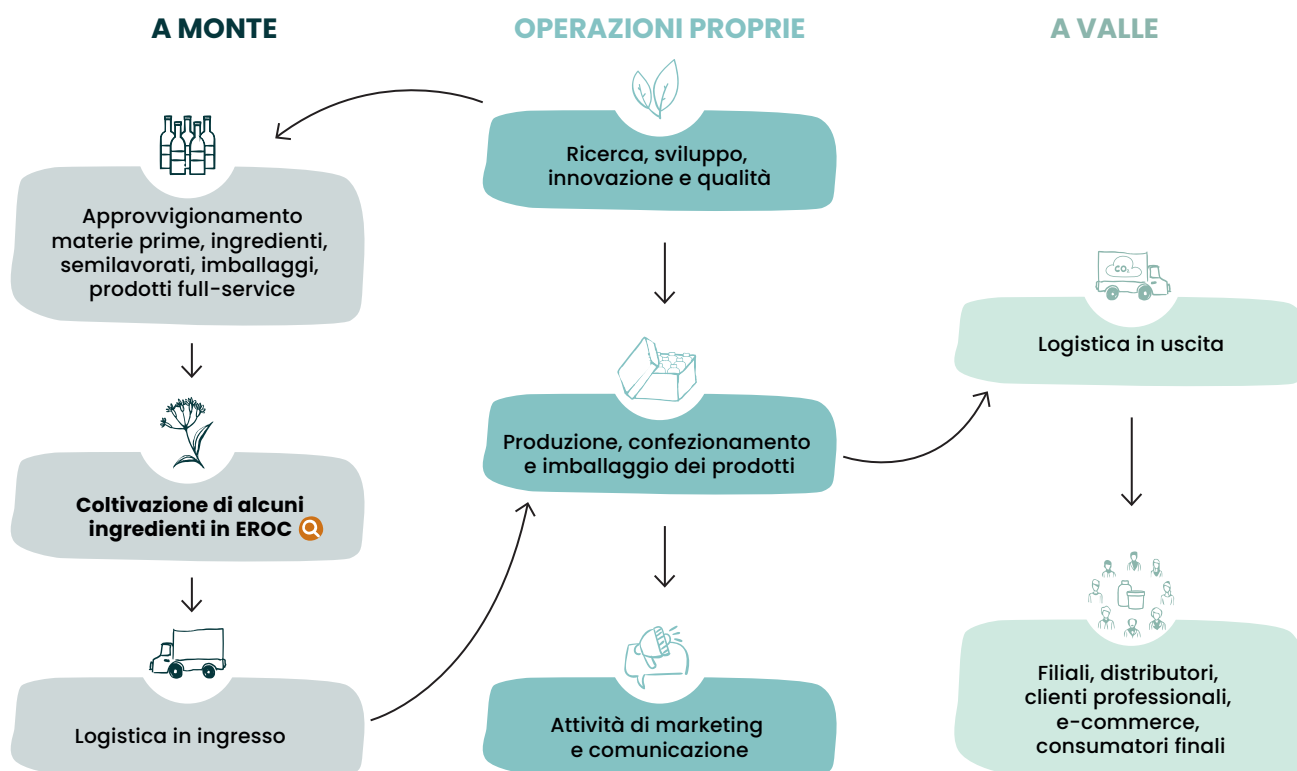
Abbiamo scelto di seguire un modello di business fondato su una catena del valore strategicamente strutturata, che include **l'intero ciclo di vita del prodotto**: ricerca e sviluppo, produzione, distribuzione e formazione professionale. Le nostre attività si basano su elevati standard qualitativi per offrire prodotti affidabili.

La produzione viene portata avanti principalmente presso il Davines Group Village di Parma (a esclusione di alcuni prodotti interamente realizzati al di fuori del nostro stabilimento, i cosiddetti “full service”). Ci focalizziamo sull'innovazione, sull'ottimizzazione delle risorse e sulla

riduzione dell'impatto ambientale, con un'attenzione particolare verso le comunità impattate.

Per la distribuzione dei prodotti prediligiamo canali dedicati ai professionisti del settore - saloni di acconciatura, spa e centri estetici – favorendo i servizi di formazione professionale e i consumatori finali.

Nella nostra visione prendiamo quindi in considerazione l'intera catena del valore indirizzando il nostro impegno non soltanto alle attività dirette, bensì estendendolo a tutti i processi a monte e a valle della nostra filiera.



Coltivazione ingredienti in EROC

EROC è il nostro centro di ricerca dedicato all'agricoltura biologica rigenerativa certificato ROC®. Si pone l'obiettivo di influenzare l'intera catena di approvvigionamento, per diventare suo punto di riferimento e di ispirazione scientifica, anche attraverso attività di formazione. Ulteriori approfondimenti su EROC sono disponibili a [pagina 78](#).



I NOSTRI VALORI

Il nostro purpose



FARE DEL NOSTRO MEGLIO
PER IL MONDO E CREARE
BUONA VITA PER TUTTI,
ATTRAVERSO LA BELLEZZA,
L'ETICA E LA SOSTENIBILITÀ.



DAVINES GROUP

davines
FOR A GOOD LIFE

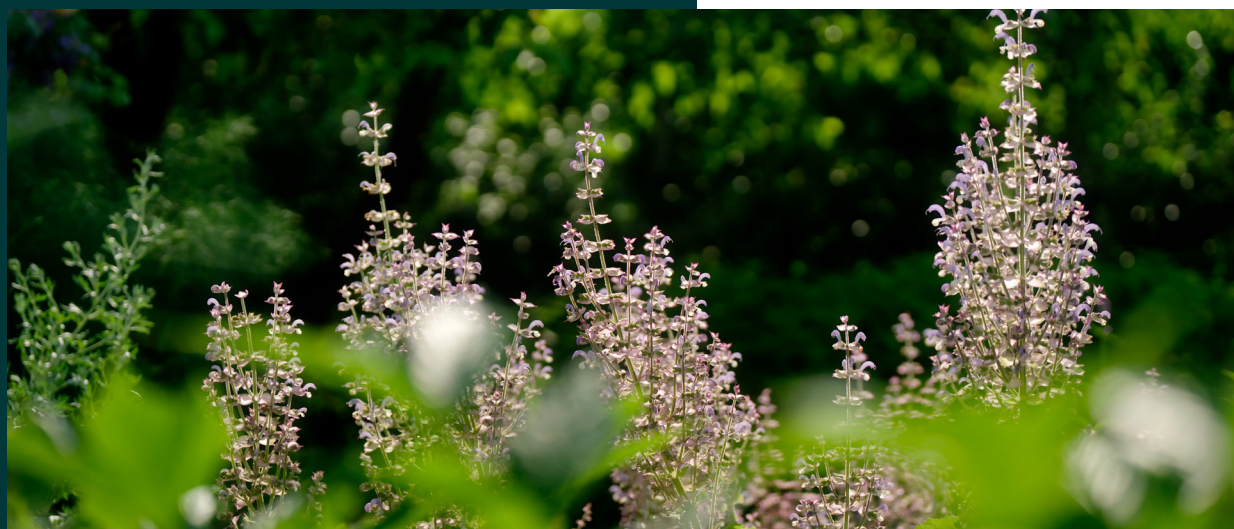


[comfort zone]
SOSTENIBILI E IN SINTONIA

La nostra essenza è racchiusa nel purpose aziendale, espressione autentica della visione e della missione che guidano ogni nostra azione. È la forza che dà senso al nostro lavoro quotidiano, orienta le decisioni e alimenta l'energia con cui portiamo avanti i nostri obiettivi. Ogni parola è il risultato di una scelta consapevole e racconta il nostro desiderio di crescere con umiltà e apertura, non con l'ambizione di essere i migliori, ma con la volontà di generare un impatto concreto. Crediamo in un cambiamento positivo e inclusivo, fondato sulla collaborazione e sul valore dell'interdipendenza.

Bellezza, Etica e Sostenibilità: ecco i valori fondanti del nostro modo di operare.

- **Bellezza** è cura di sé, degli altri, dell'ambiente che condividiamo;
- **Etica** è il principio che guida le nostre scelte, per costruire relazioni fondate su fiducia, rispetto e trasparenza;
- **Sostenibilità** è il cuore del nostro impegno verso il pianeta, perché possa essere preservato e vissuto da tutti.



Una “stakeholder company”

Interdipendenza significa, prima di tutto, responsabilità. Vivere, lavorare e operare in un sistema interconnesso vuol dire domandarsi, ogni giorno, quale impatto hanno le nostre azioni non solo sugli attori del presente, ma anche sulle generazioni del futuro. Per questo abbiamo ideato la “**Stakeholder Wheel**”, strumento che ci aiuta a mantenere la rotta e a bilanciare gli interessi di tutte le parti coinvolte.

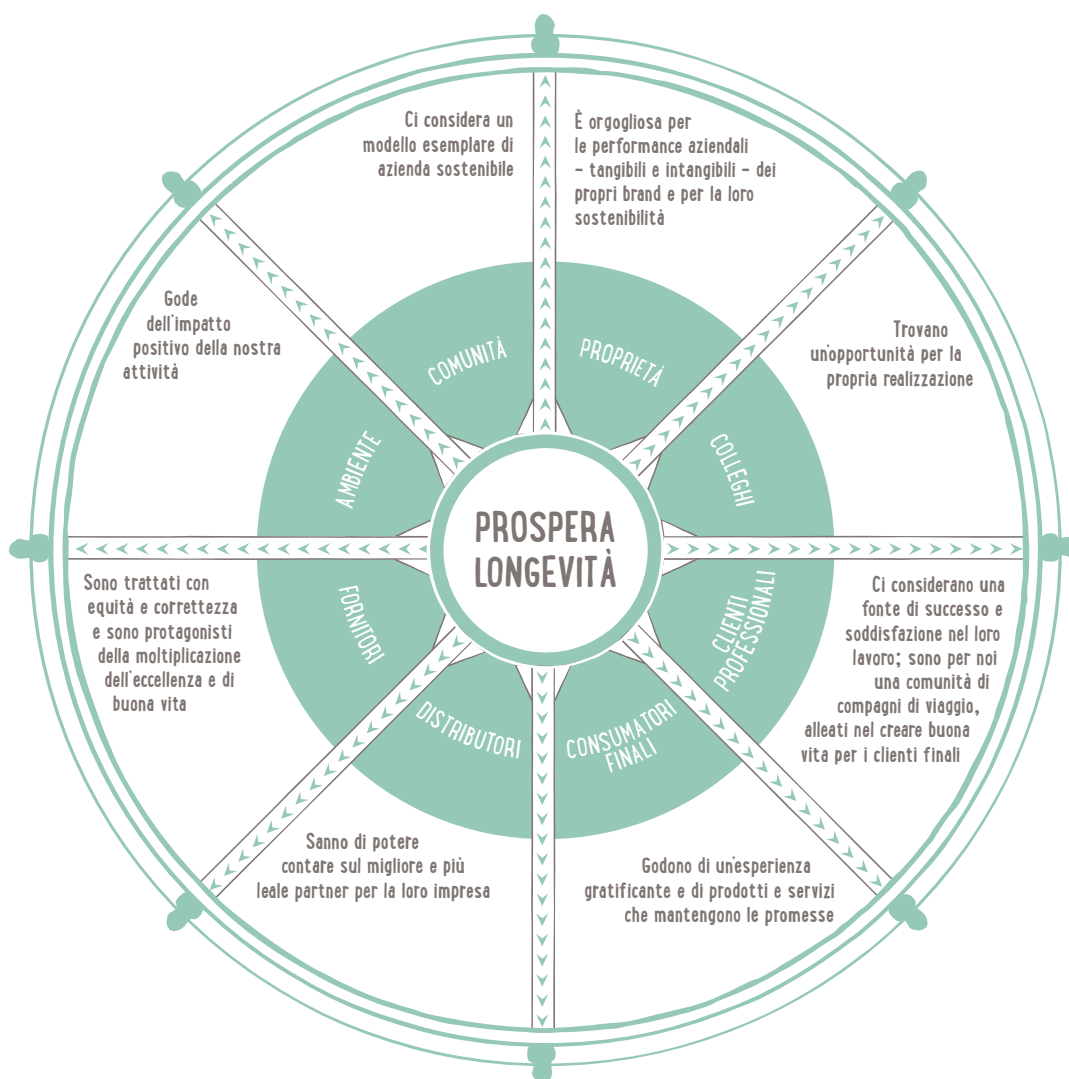
Mossi dal desiderio di trovare il giusto equilibrio tra le esigenze di ogni parte, abbiamo sviluppato un processo collaborativo per individuare i nostri

temi strategici ambientali, sociali e di governance (v. pag. 28), coinvolgendo direttamente i rappresentanti di ciascuna categoria di stakeholder. Soltanto insieme, infatti, possiamo costruire un futuro più sostenibile e condiviso.

Ogni giorno operiamo così per assicurare la “**prospera longevità**” dell’impresa. Lo facciamo concretamente, nel rispetto di tutti i soggetti coinvolti - direttamente o indirettamente - nell’attività dell’azienda. La “Stakeholder Wheel” racchiude e riassume gli impegni che ci assumiamo nei loro confronti.

OBIETTIVO 2026

Per definire in modo chiaro il coinvolgimento, le responsabilità interne e le modalità di gestione delle relazioni con gli stakeholder, svilupperemo una “Stakeholder Governance Policy”.



La Stakeholder Wheel è lo strumento interno che rappresenta le principali categorie di stakeholder del Gruppo e i rispettivi bisogni e aspettative. Ci guida nel mantenere un equilibrio tra interessi diversi e nel creare valore condiviso, a supporto della prospera longevità dell'impresa.

Ulteriori dettagli sull'approccio al coinvolgimento degli stakeholder sono disponibili nell'[appendice GRI](#).

B Corp dal 2016

Dal 2016 siamo certificati “**Benefit Corporation**”, un riconoscimento rilasciato alle aziende che soddisfano precisi requisiti ambientali e sociali, di trasparenza, responsabilità e governance.

Essere una “B Corp” significa credere in un modello di business alternativo e più evoluto rispetto a quello tradizionale, puntando a generare valore non soltanto economico, ma anche condiviso, in cui rispetto e impatto positivo su persone e ambiente sono al centro delle attività di ogni giorno. In quanto parte del **movimento B Corp**, monitoriamo costantemente il nostro impatto e perseguiamo obiettivi che vanno oltre il profitto, a partire da un modello socioeconomico rigenerativo, inclusivo e sostenibile che crea e ridistribuisce valore tra tutte le parti interessate.



123.5

Punteggio complessivo

In passato le aziende che ambivano a ottenere la certificazione B Corp seguivano un modello basato su un punteggio che valutava i risultati ottenuti nelle diverse aree (Ambiente, Lavoratori, Comunità, Clienti e Governance) nel loro complesso. Nel corso degli anni, abbiamo ottenuto un punteggio sempre maggiore, fino a raggiungere 123,5 punti nell'ultima ricertificazione.

Nel 2025 la certificazione è evoluta introducendo alcuni cambiamenti significativi, in linea con i requisiti richiesti dalla nuova direttiva Europea “Empowering Consumers for the Green Transition” (ECGT). Il nuovo modello supera la logica del punteggio complessivo e stabilisce requisiti minimi obbligatori per ciascuna delle nuove sette aree di impatto (rispetto alle cinque precedenti):

- Missione e stakeholder governance
- Azione per il clima
- Diritti umani
- Lavoro equo
- Tutela ambientale e circolarità
- Giustizia, equità, diversità e inclusione
- Relazioni istituzionali e azione collettiva.

Un ulteriore elemento di novità riguarda il processo di certificazione, che prevede una verifica più strutturata e progressivamente affidata a enti certificatori terzi indipendenti.

I nuovi standard sono stati concepiti per “alzare l'asticella” su quello che significa davvero essere una realtà B Corp, offrendo un modello chiaro per la leadership nelle pratiche aziendali responsabili.

In vista del percorso di ricertificazione che affronteremo nel 2026, abbiamo già avviato le attività preparatorie dalla fine del 2025, con l'obiettivo di allinearci pienamente ai nuovi requisiti durante il nuovo anno.

OBIETTIVO 2026

Ottenere la certificazione B Corp secondo i nuovi standard rilasciati da B Lab.

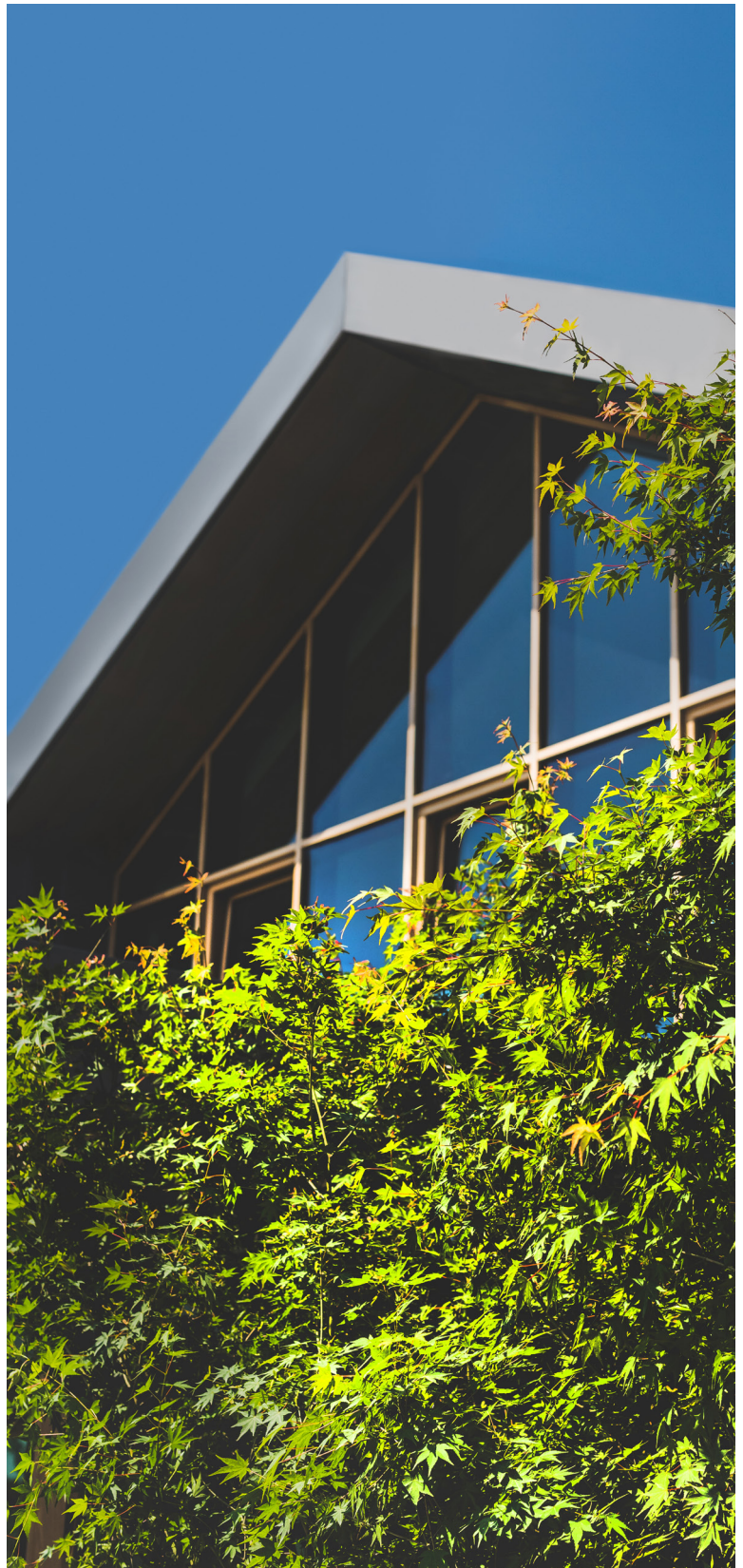


Società Benefit dal 2019

Come Gruppo, abbiamo ottenuto la certificazione B Corp. Inoltre, dal 2019 la **sede di Parma** e la **filiale di New York** hanno adottato rispettivamente la forma giuridica di Società Benefit e Public Benefit Corporation. Si tratta di una scelta di responsabilità, che formalizza nello statuto aziendale l'impegno a operare non soltanto per generare profitto, ma anche per creare valore per il pianeta e per la comunità.

Negli anni successivi, abbiamo progressivamente esteso questo impegno anche alle altre filiali - inclusi i paesi in cui non esiste una normativa specifica sulle Società Benefit -, integrandolo nei rispettivi statuti. Ad oggi, tutte le società del Gruppo Davines, ad eccezione delle sedi di Hong Kong e Shanghai, hanno inserito nel proprio oggetto sociale gli stessi obiettivi di impatto positivo.

Nel 2022 abbiamo inoltre aderito a **CO2alizione for Europe**, iniziativa che promuove l'integrazione di obiettivi di neutralità climatica negli statuti delle imprese. A partire dal 2023, questo impegno è stato inserito nell'oggetto sociale della capogruppo Davines Spa, aggiungendosi alle finalità di impatto positivo già introdotte nel 2019.





I PRINCIPI CHE GUIDANO LA NOSTRA STRATEGIA

La nostra ambizione è chiara: vogliamo crescere in modo responsabile, limitando il più possibile l'impatto sul pianeta. Per questo, la nostra strategia di sostenibilità si basa su riferimenti scientifici e standard internazionali riconosciuti a livello globale. Tra questi, gli **standard della certificazione B Corp** – promossi da B Lab – che sostengono un modello d'impresa orientato alla creazione di valore condiviso per tutti gli stakeholder e alla costruzione di un'economia più inclusiva, equa e rigenerativa.

Fonte di ispirazione è per noi anche il modello **Planetary Boundaries***, che identifica i limiti entro cui l'umanità può prosperare senza compromettere gli ecosistemi naturali. Oggi, sette dei nove confini planetari sono già stati superati. Consapevoli di questo scenario, riteniamo che non sia più sufficiente ridurre il nostro impatto: è necessario contribuire attivamente alla rigenerazione dei sistemi naturali e sociali, adottando un approccio capace di restituire più valore di quanto viene utilizzato.

In questo contesto, la decarbonizzazione rappresenta una sfida centrale, da affrontare con rigore e responsabilità. Per questo aderiamo alla **Science Based Targets initiative (SBTi)**, che supporta le aziende nella definizione di obiettivi climatici coerenti con le più aggiornate evidenze scientifiche.

La nostra strategia si sviluppa inoltre in coerenza con gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite**, in particolare sui temi legati all'acqua, al consumo responsabile, al cambiamento climatico e alla tutela della biodiversità.

Un ulteriore pilastro della nostra strategia è rappresentato dall'economia circolare. Siamo infatti allineati con i principi promossi dalla **Ellen MacArthur Foundation**, organizzazione non profit che sviluppa ricerche basate su evidenze per approfondire i benefici dell'economia circolare e il suo contributo alla soluzione di sfide globali come il cambiamento climatico e la perdita di biodiversità.

Infine, per misurare e comunicare in modo trasparente i nostri progressi, adottiamo gli standard di rendicontazione della **Global Reporting Initiative (GRI)**, tra i principali riferimenti internazionali per la rendicontazione delle performance ambientali, sociali ed economiche.

*Il concetto di Planetary Boundaries è stato definito da Johan Rockström dello Stockholm Resilience Centre.

LA NOSTRA VISIONE DI SOSTENIBILITÀ

Vogliamo superare il modello estrattivo che ha fortemente impoverito il pianeta, in favore di un **approccio rigenerativo** capace di garantire un futuro alle prossime generazioni.

L'albero è l'immagine che abbiamo scelto per rappresentare la nostra visione strategica: affonda le sue radici in un terreno solido, arricchito dal purpose aziendale, mentre dal tronco si sviluppano tre rami principali, che raffigurano:



L'area ambientale → RIGENERARE IL NOSTRO PIANETA;



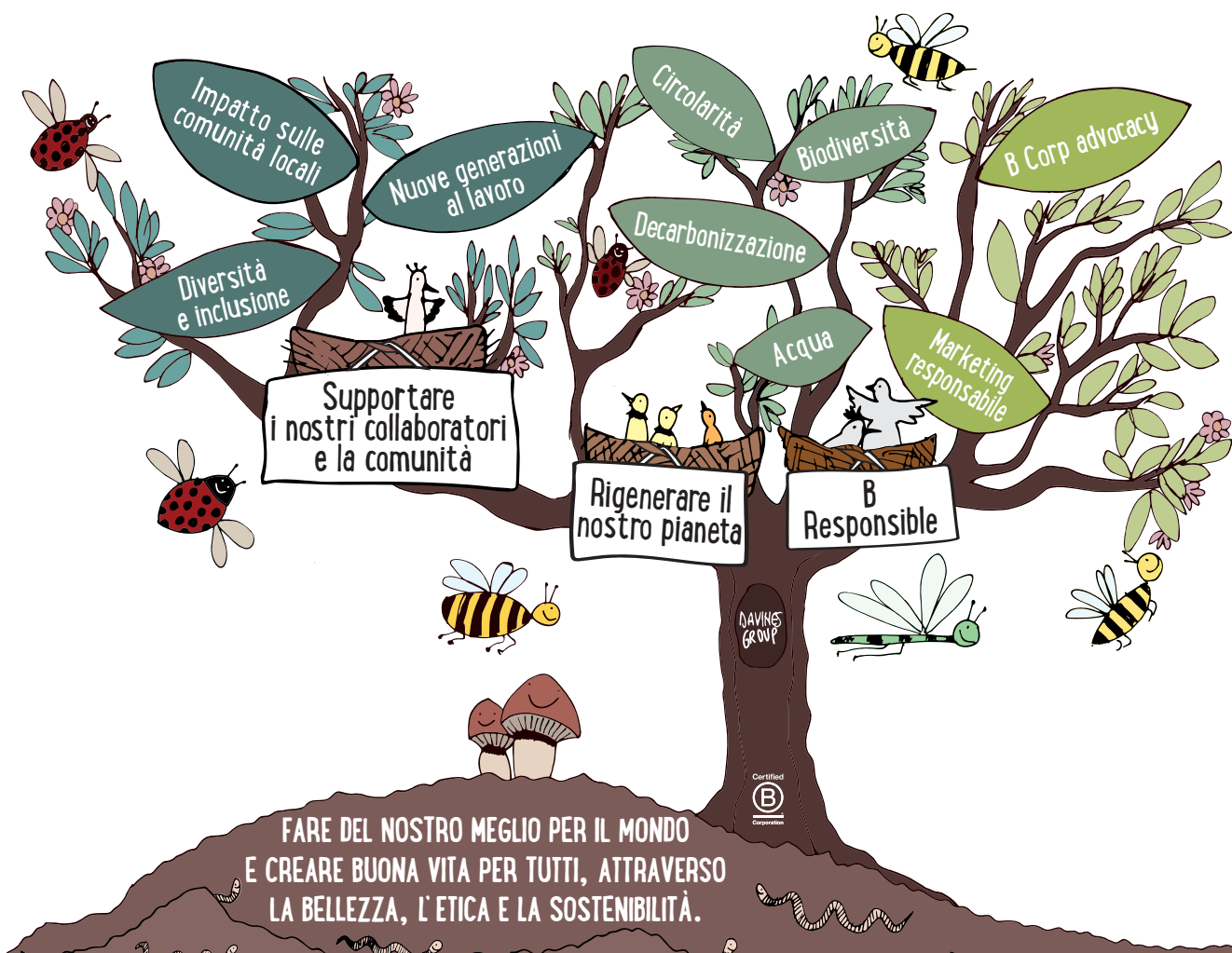
L'area sociale → SUPPORTARE I NOSTRI COLLABORATORI E LA COMUNITÀ;



L'area di governance → B RESPONSIBLE.

Da ciascuna area si diramano i **nove temi strategici** che definiscono la strategia di sostenibilità del Gruppo Davines, identificati tramite l'analisi di materialità.

A partire da questa visione e dai temi strategici individuati, abbiamo strutturato un **piano d'azione al 2030**, definendo target specifici che rappresentano il nostro punto di arrivo nel lungo periodo. Anno dopo anno definiamo inoltre obiettivi intermedi, attiviamo progetti dedicati e individuiamo KPI di monitoraggio per misurare i progressi in modo puntuale. I risultati vengono rendicontati annualmente nel presente documento, nella Relazione d'Impatto e attraverso il B Impact Assessment delle B Corp, che ci permettono di verificare l'avanzamento rispetto ai target e, se necessario, di correggere la rotta.



La matrice di doppia materialità del Gruppo

La matrice di doppia materialità ci permette di comprendere e gestire l'interconnessione tra gli impatti generati dalle nostre attività e quelli che il contesto esterno esercita sull'azienda. Attraverso questa analisi individuiamo quindi i **temi di sostenibilità più rilevanti**, sulla base dei quali definiamo il piano strategico, gli obiettivi e i progetti prioritari del Gruppo.

Nel 2022 abbiamo avviato la nostra prima analisi, gettando le basi del piano strategico di sostenibilità al 2030; nel 2024 l'abbiamo aggiornata, seguendo l'approccio della materialità di impatto proposto dallo standard GRI e quello della doppia materialità dello standard ESRS, in vista dell'adeguamento ai requisiti della CSRD e ai nuovi standard B Corp.



OBIETTIVO 2026

Nuova analisi di doppia materialità con un approccio più strutturato e formalizzato, che prenderà in considerazione anche il parere degli stakeholder. Per il Gruppo Davines, la nuova analisi, insieme alla rinnovata impostazione degli standard B Corp, saranno l'occasione per affinare i temi della strategia di sostenibilità nel loro complesso.

Ulteriori dettagli sull'analisi di doppia materialità sono riportati nell'[appendice GRI](#).

IL NOSTRO IMPEGNO AL 2030



**Rigenerare
il nostro
pianeta**

Ci impegniamo a ridurre ulteriormente le emissioni di CO_{2eq} della nostra catena di valore per raggiungere il target Net Zero al più tardi entro il 2050. Ci prendiamo cura della biodiversità ogni giorno: per questo scegliamo con cura ingredienti provenienti da agricoltura biologica rigenerativa, sosteniamo attivamente la ricerca e diffusione di queste pratiche.

Inoltre, prestiamo attenzione ai principi dell'ecodesign: ciò si traduce nella progettazione di prodotti e processi che seguono un approccio circolare e a basse emissioni di carbonio. Sappiamo infine quanto l'acqua sia una risorsa preziosa per il nostro pianeta: ci impegniamo a preservare e ripristinare la risorsa idrica, riducendo la nostra impronta.

Decarbonizzazione

**-55% INTENSITÀ FISICA DELLE
EMISSIONI DI CO_{2eq}**
(rispetto ai chili di prodotto sfuso
realizzati nel 2022).

**100% ENERGIA UTILIZZATA AL
DAVINES GROUP VILLAGE
AUTOPRODOTTA DA FONTI
RINNOVABILI:**

- Il gas naturale sarà sostituito da energia rinnovabile autoprodotta;
- L'intero consumo elettrico dello stabilimento produttivo sarà alimentato da energia solare addizionale e di nuova generazione prodotta in loco.

Biodiversità

100% INGREDIENTI DERIVATI DA OLIO DI PALMA presenti nelle nostre formule conterranno esclusivamente olio **certificato RSPO** (Roundtable on Sustainable Palm Oil) CSPO (Certified Sustainable Palm Oil).

>80 INGREDIENTI utilizzati nelle nostre formule proverranno da **pratiche di agricoltura biologica rigenerativa** (modello EROC) o saranno Regenerative Organic Certified (ROC®).

10% INGREDIENTI acquistati e utilizzati nelle formule dovrà essere certificato come proveniente da **agricoltura biologica rigenerativa**, rappresentando l'80% degli ingredienti completamente naturali ed eleggibili alla certificazione ROC® oppure organica.

>90% INGREDIENTI che acquisteremo e utilizzeremo nelle formule sarà di **origine naturale**.

>85% INGREDIENTI che utilizzeremo nelle formule avrà un **ridotto bio-accumulo** nell'ambiente.

5.000 TONNELLATE DI RIFIUTI IN PLASTICA RACCOLTE cumulativamente dall'ambiente, fuori dalla nostra catena del valore, attraverso progetti di eco-restoration, a partire dal 2023.

Circolarità

<10% DI PLASTICA VERGINE FOSSILE acquistata per gli imballaggi, considerando tutti i livelli di packaging (primario, secondario e terziario - esclusi pallet e materiali di stabilizzazione del carico).

100% DI CARTA E CARTONE utilizzati per il packaging dei prodotti **riciclati**.

100% DI ALLUMINIO acquistato per il packaging dei nostri prodotti **riciclati**.

Acqua

-75% DI INTENSITÀ IDRICA durante la fase di produzione (per ogni tonnellata di prodotto sfuso, rispetto ai livelli misurati nel 2023).

-50% DI CONSUMO TOTALE DI ACQUA presso il Davines Group Village (considerando gli uffici e lo stabilimento produttivo, rispetto ai livelli del 2023).

IL NOSTRO IMPEGNO AL 2030

Sosteniamo le comunità locali perché abbiamo a cuore i territori in cui viviamo e lavoriamo, e vogliamo contribuire a generare valore condiviso e duraturo.

Valorizziamo la diversità e promuoviamo l'equità, integrando questi principi nel nostro lavoro quotidiano e nel nostro modo di agire. Allo stesso tempo, incentiviamo lo sviluppo delle competenze nelle nuove generazioni, alimentando la loro capacità di immaginare e guidare scelte future più consapevoli e rigenerative.

Si tratta di un impegno concreto, che da sempre facciamo nostro, un "work-in-progress" che ha preso forma nel 2025 con l'avvio del percorso di definizione della nostra strategia al 2030, destinata a orientare in modo via via più strutturato le iniziative dedicate alle persone, alla comunità e alla qualità della governance.



Supportare
i nostri
collaboratori
e la comunità

Diritti umani

INTEGRARE LA GOVERNANCE DEI DIRITTI UMANI IN TUTTO IL GRUPPO DAVINES

Ci impegniamo a garantire che i diritti umani siano pienamente integrati nella governance globale. Ciò significa definire policy chiare, adottare solidi processi di due diligence e implementare meccanismi efficaci di presidio, affinché il rispetto delle persone orienti ogni livello del processo decisionale.

DEFINIRE LE PRIORITÀ IN MATERIA DI DIRITTI UMANI ATTRAVERSO UNA VALUTAZIONE D'IMPATTO

Per anticipare e affrontare in modo più efficace i potenziali rischi che riguardano tutti i propri stakeholder, adotteremo un approccio strutturato di Valutazione di Impatto sui Diritti umani. Questa metodologia consentirà di identificare, valutare e prioritizzare le questioni più rilevanti, con particolare attenzione ai materiali e alle aree geografiche ad alto rischio.

RAFFORZARE LA RESPONSABILITÀ LUNGO LA CATENA DI FORNITURA

Lavoreremo per garantire la piena tracciabilità delle materie prime ad alto rischio e per rafforzare la collaborazione con i fornitori, al fine di migliorare i sistemi di controllo e le pratiche lavorative. La nostra ambizione è assicurare che ogni lavoratore lungo la catena di fornitura possa beneficiare di condizioni di lavoro sicure ed eque.

GARANTIRE TRASPARENZA E RESPONSABILITÀ

Condurremo un processo completo di due diligence sui diritti umani e renderemo pubblici i progressi compiuti, allineando le pratiche di acquisto e approvvigionamento agli standard internazionali e alla governance interna. La trasparenza è un elemento centrale per rafforzare la fiducia e promuovere un miglioramento continuo.

GARANTIRE PRODOTTI ETICI

Tutti i prodotti – con particolare attenzione agli articoli promozionali – rifletteranno i valori sociali ed etici del Gruppo. Questo impegno sarà supportato da sistemi di valutazione dedicati e KPI misurabili, che assicurino coerenza tra tutti gli articoli e i principi che rappresentiamo.

Impatto sulle comunità locali

APPROVVIGIONAMENTO AD IMPATTO SOCIALE

Ci impegniamo a promuovere diversità e inclusione lungo la catena di fornitura locale, favorendo pratiche di acquisto più eque e inclusive. Attraverso le proprie scelte di approvvigionamento, il Gruppo sosterrà fornitori, con particolare attenzione a imprese sociali, cooperative e organizzazioni che offrono opportunità di lavoro dignitose e percorsi di inclusione per persone in situazioni di vulnerabilità, privilegiando partnership radicate nei territori in cui operiamo.

CAMPAGNE DI IMPATTO SULLE COMUNITÀ LOCALI

Rafforzeremo il legame con le comunità locali attraverso iniziative che integrano valore sociale, rigenerazione ambientale e coinvolgimento collettivo. Queste campagne mirano a generare risultati positivi, concreti e duraturi, promuovendo al contempo relazioni più profonde e di lungo periodo con i territori in cui operiamo.

IL NOSTRO IMPEGNO AL 2030

Generazioni al lavoro

ESPLORARE I BISOGNI DELLE DIVERSE GENERAZIONI

Organizzeremo focus group a livello globale per comprendere le diverse esigenze generazionali dei nostri dipendenti, con l'obiettivo di favorire un ambiente orientato alla crescita personale e professionale.

SVILUPPARE UN MINDSET COLLETTIVO DI CRESCITA

Intendiamo progettare e implementare un programma di mentoring per contribuire all'evoluzione di un mindset collettivo di crescita personale e professionale dei nostri collaboratori.

ISPIRARE ED ESSERE ISPIRATI DALLE GENERAZIONI FUTURE

Ci impegniamo a continuare ad accogliere presso il Davines Group Village di Parma studenti provenienti da scuole, università e business school, per favorire un dialogo aperto con manager e top manager; nonché a partecipare a iniziative locali collaborando con le istituzioni del territorio.

DAVINES GROUP UNIVERSITY MINDSET DEL FUTURO

Per consentire lo sviluppo delle nostre persone come indicato nel nostro Purpose (scopo d'impresa), la Davines Group University non solo si occuperà del dialogo tra stakeholders esterni e interni, ma sosterrà le azioni di crescita interne, verso lo sviluppo di competenze e approcci che garantiscono per ognuno la promozione di un mindset ampio, olistico e orientato al valore umano necessario per il futuro.



Supportare
i nostri
collaboratori
e la comunità

Lavoro Equo

ASSICURARE EQUITÀ SALARIALE

Condurremo analisi salariali ricorrenti e continueremo a strutturare pratiche retributive trasparenti in tutti i paesi in cui abbiamo dipendenti, al fine di garantire equità retributiva di genere e condizioni di lavoro inclusive ed eque.

GARANTIRE SALARI PIÙ ALTI DEI "LIVING WAGES"

Ci impegniamo inoltre ad assicurare salari superiori al livello di living wage (salario minimo) per tutti i nostri dipendenti nel mondo, facendo riferimento ai parametri locali di living wage o ai contratti nazionali applicabili.

COINVOLGERE I COLLABORATORI NELLE DECISIONI AZIENDALI

Intendiamo costruire una solida rete all'interno della nostra comunità globale di dipendenti, composta da rappresentanti volontari che possano condividere proposte e feedback sulle decisioni aziendali che li riguardano.

FARE EVOLVERE L'OFFERTA DI "BENEFITS"

Ci impegniamo ad ampliare il sistema di benefit per i nostri dipendenti, attraverso pacchetti aggiuntivi su temi rilevanti – come salute, previdenza e armonia vita-lavoro – andando oltre quanto previsto dalle normative locali.

VALUTARE LE CONDIZIONI DI FLESSIBILITÀ DEL LAVORO

Condurremo inoltre un'analisi per individuare modalità di miglioramento della flessibilità lavorativa e delle condizioni legate agli orari di lavoro, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la loro armonia di vita.

Diversità e inclusione

ASSICURARE PRATICHE DI SELEZIONE EQUE

Definiremo una policy globale sulle pratiche di selezione inclusive, volta a garantire la diversità dei nostri dipendenti e delle comunità in cui operiamo.

RAFFORZARE LE COMPETENZE INTERNE SUI TEMI DI GIUSTIZIA, EQUITÀ, DIVERSITÀ E INCLUSIONE

Ci impegniamo a dare priorità a giustizia, equità, diversità e inclusione all'interno della nostra comunità interna e tra gli stakeholder, rafforzando la consapevolezza su questi temi attraverso campagne di attivazione dedicate e adottando un approccio bottom-up fondato sul dialogo sui temi rilevanti.

GARANTIRE UN ASCOLTO CONTINUO DELLE PERSONE

Promuoveremo inoltre un dialogo continuo e uno scambio costruttivo tra rappresentanti di diverse comunità e generazioni attraverso survey annuali di ascolto dei dipendenti.

IL NOSTRO IMPEGNO AL 2030



Per portare avanti un modello di impresa che sia una forza positiva per le persone e per il Pianeta, collaboriamo con altre organizzazioni che condividono la nostra stessa visione e sviluppiamo i nostri marchi in coerenza con la missione aziendale. Le nostre scelte sono trasparenti e allineate ai nostri valori.

B Responsible

Purpose driven advocacy

AZIONE COLLETTIVA E COLLABORAZIONE CON STAKEHOLDER

Continueremo ad accelerare la trasformazione positiva attraverso iniziative di azione collettiva e partnership strategiche capaci di generare un impatto sociale e ambientale misurabile. Collaborando con aziende del settore, istituzioni e stakeholder chiave, puntiamo a promuovere un progresso significativo che vada oltre i confini dell'impresa.



PROGRAMMA DI MENTORSHIP PER PARTNER E FORNITORI

Per rafforzare le performance sociali e ambientali lungo la catena del valore, continueremo a supportare partner e fornitori attraverso iniziative strutturate di mentorship e condivisione delle conoscenze.

Questo approccio favorisce una transizione collettiva verso pratiche di business più responsabili e rigenerative.

LEADERSHIP DI PENSIERO E CONDIVISIONE DELLA CONOSCENZA

Promuoveremo il cambiamento condividendo apertamente conoscenze, pratiche virtuose e riflessioni capaci di accelerare la transizione verso un futuro rigenerativo. Attraverso la collaborazione, l'apprendimento continuo e il dialogo tra settori diversi, puntiamo a favorire un progresso collettivo all'interno dell'industria della bellezza e oltre.

DAVINES GROUP UNIVERSITY – LA VOCE DELL'ADVOCACY

Per promuovere un'educazione orientata al nostro purpose (scopo d'impresa), creeremo una Davines Group University, un ambiente di apprendimento in cui dipendenti, partner e comunità possano crescere, collaborare e sviluppare le competenze necessarie per sostenere il nostro approccio rigenerativo.

Questo spazio favorirà programmi di mentoring e iniziative di azione collettiva, rafforzando il nostro impegno verso un impatto positivo di lungo periodo.



GOVERNANCE

RESPONSABILITÀ, ASCOLTO E VISIONE: LA NOSTRA GOVERNANCE

Per il Gruppo Davines la governance non è soltanto un assetto organizzativo: è il modo in cui i nostri valori si traducono in decisioni concrete e orientano le attività quotidiane. Questo approccio di sostanza guida il nostro modo di operare, nel rispetto della nostra identità e della direzione di sviluppo che abbiamo scelto di intraprendere. All'interno di questo quadro si inserisce anche la governance della sostenibilità, che integra gli obiettivi ambientali e sociali nei processi decisionali e nei meccanismi di responsabilità del Gruppo.

Il nostro agire è guidato da una cultura fondata su integrità e coerenza, che si riflette nei comportamenti quotidiani delle nostre persone e nelle relazioni con gli stakeholder. Guardando al futuro, continuiamo a rafforzare un modello di governance capace di accompagnare la nostra visione della sostenibilità ([v. pag. 28](#)), sostenere la crescita del Gruppo e promuovere pratiche responsabili lungo tutto il nostro ecosistema.



IL NOSTRO MODELLO DI GOVERNANCE

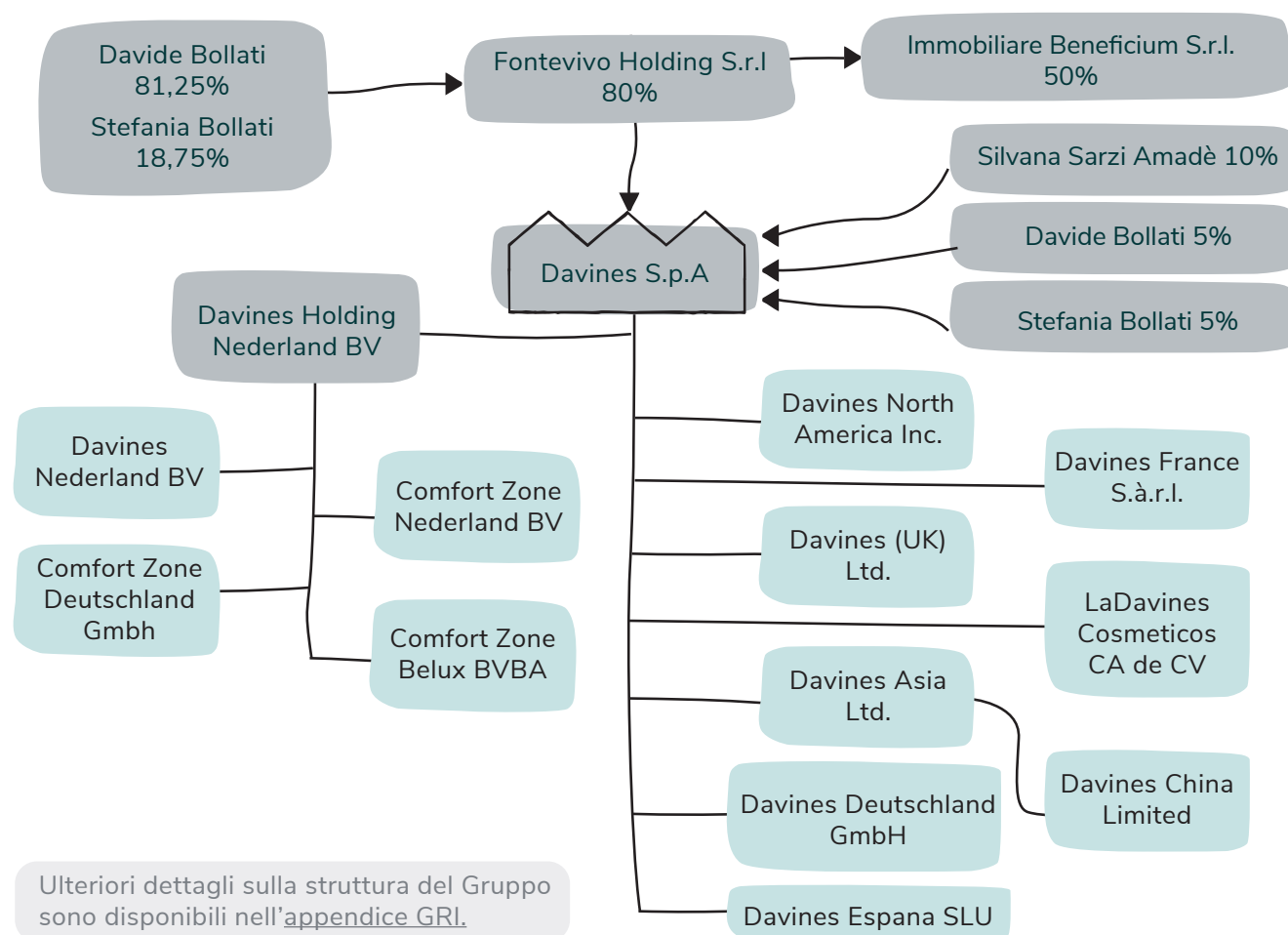
Una visione familiare di lungo periodo

La basi della nostra organizzazione sono solide e radicate. La **famiglia Bollati**, proprietaria di Davines S.p.A., guida l'azienda sin dalle sue origini, partendo da una visione di bellezza etica, sostenibile e condivisa. La storia del Gruppo Davines iniziò con i fondatori, Gianni e Silvana Bollati (oggi membro del CdA), ed è proseguita con il passaggio della conduzione aziendale alla seconda generazione. Oggi Davide Bollati è Presidente del Gruppo e Stefania Bollati è Head of Wellbeing nel dipartimento Risorse Umane.

Nel tempo, la governance familiare è stata affiancata da una **struttura manageriale forte e autonoma**, in grado di garantire continuità strategica e rapidità decisionale. Il Gruppo coordina le diverse filiali – che conservano la loro indipendenza e un loro

Consiglio di Amministrazione – mantenendo il pieno allineamento alle linee guida comuni, a beneficio dell'ecosistema aziendale.

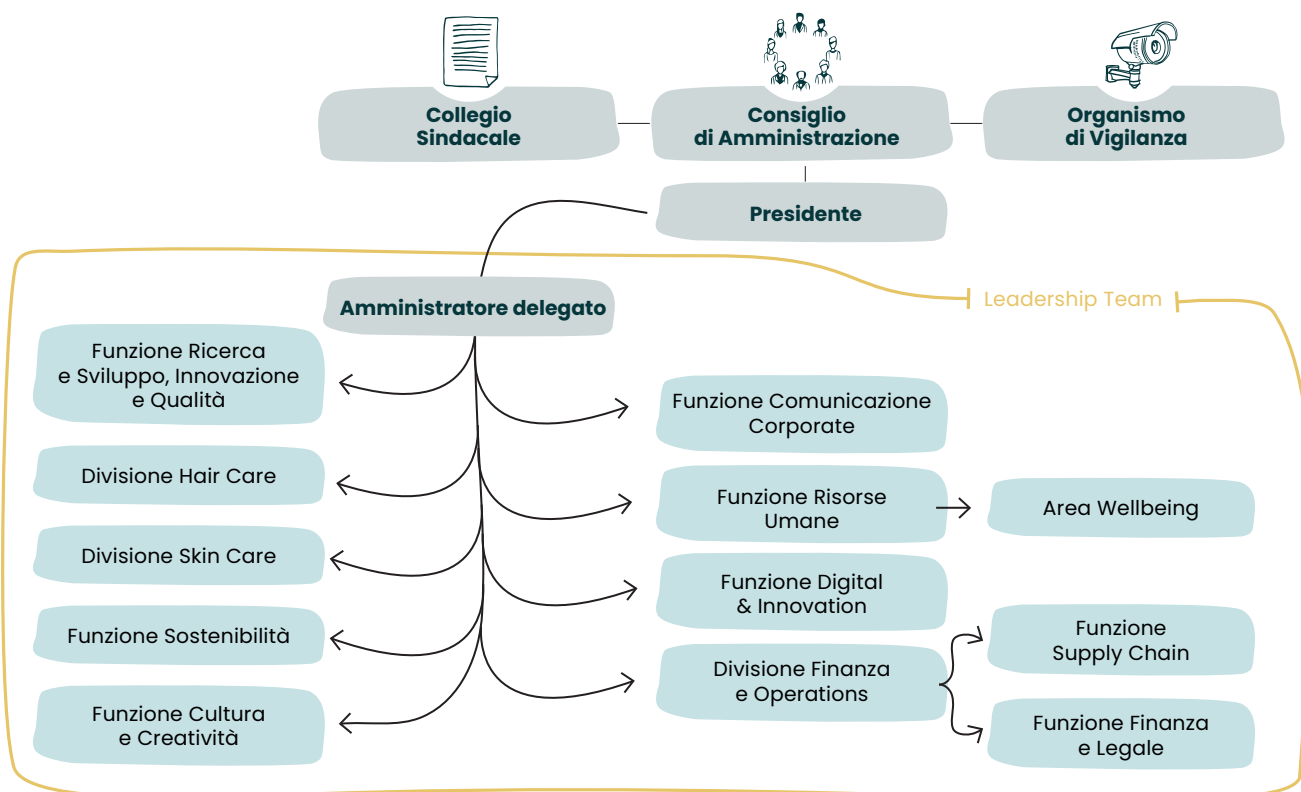
Il rapporto della famiglia Bollati con il territorio si esprime attraverso iniziative di rigenerazione urbana, promosse tramite la società **Immobiliare Beneficium**, di cui la famiglia detiene il 50%. Emblematico, in questo senso, il piano che riguarda Palazzo Parma, situato nel centro storico della città emiliana. Il progetto di rigenerazione dell'edificio è stato pensato per dare nuova vita a questo luogo molto amato, che diventerà uno dei primi "Regenerative Hotel" in Italia. La promozione di un'ospitalità rigenerativa e inclusiva è in linea con la nostra idea di impresa impegnata nella costruzione di un futuro più giusto e sostenibile.



I nostri principali organi di governo

Consiglio di Amministrazione, Leadership Team, Collegio Sindacale e Organismo di Vigilanza: ecco le quattro principali strutture di indirizzo e controllo, colonne portanti del nostro sistema di governance, sostenute, nel loro lavoro, da figure con deleghe specifiche e responsabilità operative trasversali.

- Il **Consiglio di Amministrazione** approva le linee guida strategiche, monitora l'avanzamento dei progetti e interviene per garantire la corrispondenza tra purpose, performance e responsabilità: il suo è un ruolo di validazione e controllo.
- Il **Leadership Team** è composto da responsabili di primo livello che guidano funzioni strategiche. Organismo di governance interno, ha l'obiettivo di definire e mettere a punto la strategia complessiva del Gruppo, stabilendo le priorità aziendali.
- L'**Organismo di Vigilanza e Collegio Sindacale** hanno il compito di garantire legalità, indipendenza e trasparenza. Apposite procedure operative assicurano continuità ad attività chiave, come la sicurezza o la conformità normativa.



Ulteriori dettagli sulla struttura e composizione degli organi di governance del Gruppo sono disponibili nell'[appendice GRI](#).

ETICA, TRASPARENZA E MODELLI DI CONTROLLO

In tutto quello che facciamo, l'etica è per noi una pratica quotidiana. La gestione di ogni attività aziendale - dalla selezione dei fornitori ai rapporti con i collaboratori - è infatti fondata sul rispetto dei valori e dei principi in cui crediamo. Per garantire correttezza e legalità, prevenire conflitti di interesse e corruzione, ci siamo dotati di una serie di strumenti utili.

Modello 231, Codice Etico e di Condotta

Per prevenire comportamenti non conformi e dare più forza alla nostra trasparenza interna, facciamo riferimento al **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo**, ai sensi del D. Lgs. 231/2001. Le responsabilità etico-sociali e i valori che guidano il nostro agire sono contenuti in un Codice Etico, che definisce i principi etico-sociali riconosciuti dal Gruppo Davines e ai quali tutti i colleghi sono tenuti ad attenersi.

Oltre al Codice Etico, con i nostri partner esterni condividiamo anche il Codice di Condotta, così da assicurare che la filiera agisca coerentemente con i principi identitari del Gruppo.

Questi documenti sono parte integrante del nostro sistema di onboarding dei colleghi e dei membri degli organi societari. Sono stati tradotti in inglese e portati a conoscenza del management delle filiali estere.



I Codici sono al centro di specifici percorsi di formazione - in particolare in occasione di aggiornamenti del Modello 231 - con sessioni erogate dall'Organismo di Vigilanza, in collaborazione con il dipartimento Risorse Umane, e rivolte a tutti i collaboratori del Gruppo.

Seguendo i principi fondamentali contenuti nel Codice Etico Davines, ci impegniamo ad evitare conflitti d'interesse, con l'obiettivo di garantire l'integrità del processo decisionale e mantenere la fiducia degli stakeholder e dei dipendenti.

Nel caso in cui si verificano, anche solo a livello potenziale, situazioni di **conflitto di interessi**, ai sensi del Codice Etico, la persona eventualmente coinvolta, informata dei fatti, deve tempestivamente informare i propri diretti superiori. Se la situazione viene accertata, il Gruppo è tenuto ad assumere provvedimenti mirati a sanare il conflitto e/o sanzionare gli eventuali responsabili della violazione. I diretti superiori devono portare la notizia ricevuta all'attenzione del Presidente e dell'Amministratore Delegato affinché provvedano ad assumere tutte le azioni necessarie. Se opportuno, verranno poi avviate istruttorie interne, informando l'Organismo di Vigilanza. Presidente e Amministratore possono sottoporre la violazione anche al Consiglio di Amministrazione.

Nel periodo di riferimento, non sono stati portati all'attenzione del Consiglio di Amministrazione casi di conflitto di interessi all'interno dell'organizzazione.

Per il 2025 ci eravamo posti l'obiettivo di avviare un processo di revisione e aggiornamento del Modello 231,

includendo in modo strutturato anche gli aspetti legati alla prevenzione della corruzione, e di realizzare una formazione sul Modello aggiornato.

Nel corso dell'anno abbiamo aggiornato, definito e implementato a livello sostanziale alcune procedure interne volte a rafforzare gli obiettivi posti a fondamento del Modello 231. Tali aggiornamenti - tra cui l'evoluzione del sistema di whistleblowing e altri interventi collegati - dovranno ora essere formalmente recepiti all'interno della revisione complessiva del Modello.

A dicembre 2025, inoltre, il Consiglio di Amministrazione ha approvato l'avvio formale del processo di revisione. La revisione completa del documento e la relativa formazione saranno finalizzate nel corso del 2026.



Obiettivo 2025
parzialmente raggiunto

OBIETTIVI 2026

- Completare la revisione del Modello 231.
- Integrare nel Codice Etico i principi e i criteri che regolano le attività di advocacy e le relazioni istituzionali.



Il ruolo dell'Organismo di Vigilanza

Indipendente, dotato di poteri ispettivi e di iniziativa autonoma, l'Organismo di Vigilanza (OdV) assicura il pieno rispetto dei principi di legalità e correttezza. L'OdV pratica controlli periodici e audit su tutte le funzioni aziendali, promuove attività di formazione e invia annualmente report dettagliati al Consiglio di Amministrazione, evidenziando aree critiche e risultati ottenuti.

Sistema di segnalazione "Whistleblowing"

Nato per semplificare la segnalazione e la gestione di comportamenti non conformi ai Codici di cui il Gruppo si è dotato, il canale di "Whistleblowing" è una piattaforma digitale - a disposizione

dei dipendenti, di tutte le filiali e degli stakeholder esterni - che consente di inviare **segnalazioni in piena sicurezza e anonimate**, nel rispetto della L. 179/2017. La piattaforma garantisce la massima riservatezza ed è accessibile tramite l'intranet aziendale o il sito del Gruppo. Il suo accesso è semplificato dall'apposita documentazione esplicativa, in formato esteso e ridotto, messa a disposizione degli utenti.

Il canale "Whistleblowing" non sostituisce, bensì affianca e integra altri eventuali processi di segnalazione interni già adottati nelle filiali estere del Gruppo. Per tutelare chi effettua la segnalazione, i messaggi vengono indirizzati a un Comitato di Gestione interno, composto da rappresentanti delle funzioni Risorse Umane e Legale, nel rispetto della riservatezza, garantendo l'assenza di qualsiasi forma di ritorsione.

Il Comitato di Gestione prende in carico la segnalazione entro 7 giorni dalla sua trasmissione tramite la piattaforma interna dedicata e deve fornire un riscontro sull'esito della stessa entro tre mesi. Questo termine può essere prorogato fino a sei mesi, se necessario ai fini della gestione della segnalazione.

Per il 2025 il Gruppo Davines dichiara di non aver ricevuto segnalazioni attraverso il canale di whistleblowing.

Non conformità e reclami

Nel 2025 il Gruppo Davines ha registrato una non conformità a leggi e regolamenti e ha ricevuto quattro reclami (grievances). Di questi, tre erano relativi a presunte non conformità normative e uno riguardava una violazione delle policy aziendali non configurabile come illecito.

Come anche nei periodi di rendicontazione precedenti, infine, il Gruppo non ha riportato alcuna sanzione pecuniaria e/o multa.

OBIETTIVI 2026

Ampliare il canale di Whistleblowing per includere segnalazioni relative a impatti negativi sui diritti umani, sulla società e sull'ambiente, oltre a qualsiasi condotta illecita.

Ulteriori informazioni su non conformità e reclami sono disponibili nell'[Appendice GRI](#).

LA SOSTENIBILITÀ, RESPONSABILITÀ CONDIVISA

Il nostro è un modello organizzativo dove la sostenibilità è una responsabilità condivisa e trasversale. Processi decisionali, policy e linee guida sono applicati in modo armonico nelle diverse società e filiali, con un dialogo costante che assicura coerenza e allineamento con la strategia complessiva del Gruppo.

La **governance della Sostenibilità** è ripartita tra le seguenti strutture aziendali:



DIPARTIMENTO SOSTENIBILITÀ

È guidato dalla Chief Sustainability Officer e traduce la visione rigenerativa del Gruppo in azioni concrete.

In dettaglio:

- Definisce e aggiorna gli obiettivi ESG e l'indirizzo strategico in tema di materia di sostenibilità;
- Coordina l'implementazione dei progetti di sostenibilità nelle diverse funzioni aziendali;
- Effettua analisi dei dati e calcolo degli impatti ambientali;
- Presidia gli obblighi normativi relativi alla disclosure e alla comunicazione delle performance ESG;
- Redige e supervisiona la rendicontazione (Rapporto di Sostenibilità e Relazione d'Impatto);
- Svolge attività di advocacy interna ed esterna.



CEO E LEADERSHIP TEAM

Il CEO è Responsabile d'Impatto ai sensi della normativa sulle Società Benefit. In più, insieme alla Chief Sustainability Officer e a tutto il Leadership team, è responsabile di:

- Integrare la sostenibilità nelle scelte strategiche e nei processi decisionali;
- Supportare la traduzione degli obiettivi ESG in priorità operative;
- Monitorare l'avanzamento dei progetti, garantendo la loro coerenza con la visione del Gruppo.



2030 ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY COMMITTEE

Per fornire ulteriore sostegno alla governance della sostenibilità, il Gruppo Davines ha creato il 2030 Environmental Sustainability Committee, Comitato di aggiornamento e allineamento che ogni tre mesi riunisce le funzioni direttamente responsabili delle progettualità ambientali insieme al Dipartimento Sostenibilità. In questa sede vengono condivisi e discussi aggiornamenti legati all'avanzamento dei progetti che rientrano nella strategia ambientale al 2030, in modo tale da verificare l'allineamento con i target definiti, impostare eventuali azioni correttive e priorità operative.



CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Vigila sull'allineamento tra la strategia di sostenibilità e le finalità di lungo periodo del Gruppo, assicurando la coerenza tra obiettivi complessivi, performance e valori aziendali. Questo presidio si concretizza attraverso un sistema strutturato di incontri annuali, durante i quali vengono presentati risultati, progressi, analisi e proposte di indirizzo, supportati da strumenti quali il Rapporto di Sostenibilità, la Relazione di Impatto, il B Impact Assessment e la strategia di sostenibilità con il relativo piano finanziario. Il CdA interviene inoltre nei momenti decisivi del processo strategico, fornendo orientamento e approvazione su priorità, iniziative e azioni correttive.



REGENERATEAM

Guidato dal Dipartimento Sostenibilità, il Regenerateam è un gruppo interfunzionale che riunisce colleghi di diverse funzioni e filiali dell'organizzazione, accomunate dall'impegno a generare un impatto positivo. Operando a livello globale, il team contribuisce a integrare la sostenibilità nelle attività quotidiane, traducendo la strategia in azioni concrete e adattandola ai diversi contesti locali. Ogni membro, in qualità di attivatore, si fa portavoce della sostenibilità all'interno del proprio dipartimento, favorendone una diffusione capillare.

GESTIONE DEGLI IMPATTI DI SOSTENIBILITÀ E MIGLIORAMENTO CONTINUO

Nel corso delle nostre attività generiamo impatti sul contesto in cui operiamo, che identifichiamo e valutiamo attraverso l'analisi di doppia materialità (v. pag. 29). Questo approccio ci consente non solo di creare valore, ma anche di individuare e gestire in modo strutturato le aree che richiedono maggiore attenzione, prevenendo e mitigando i potenziali impatti negativi. L'attenzione verso i nostri stakeholder – tra cui l'ambiente occupa un ruolo centrale – ci porta ad affrontare il tema della gestione degli impatti negativi in modo consapevole e proattivo. Questo impegno è parte integrante della nostra strategia di crescita rigenerativa e si riflette anche nel progressivo miglioramento del punteggio B Corp negli ultimi anni.

Il nostro progresso per la mitigazione degli impatti negativi è frutto di un impegno serio e accurato, declinato in tre ambiti principali di intervento:

1. **Strategia di sostenibilità.** Orienta priorità e indirizza le azioni necessarie per prevenire le criticità e rafforzare le aree a maggiore rilevanza ambientale e sociale;
2. **Coinvolgimento e ascolto degli stakeholder,** attraverso strumenti come il whistleblowing (v. pag. 45). Permette di intercettare segnali di potenziali impatti negativi, comprendere le aspettative delle comunità e dei partner e adottare tempestivamente misure adeguate;
3. **Modello di Governance.** Garantisce ruoli e responsabilità ben definiti insieme a un continuo presidio dei processi decisionali e dei controlli interni.



Queste aree rappresentano il nucleo del sistema di gestione degli impatti negativi e riflettono l'impegno costante del Gruppo verso un miglioramento continuo. Ogni scelta aziendale punta infatti alla creazione di valore condiviso per tutti, con una grande attenzione per la vita del pianeta e delle persone.

Con l'obiettivo di consentire al Gruppo di valutare e monitorare in modo strutturato il proprio impatto in ambito ESG, il sistema di gestione della sostenibilità prevede un insieme coordinato di attività:

- **Raccolta e gestione dei dati ESG**, condotte dal Dipartimento Sostenibilità in collaborazione con le funzioni coinvolte;
- **Calcolo degli impatti ambientali** tramite apposite strumentazioni quali, per esempio, carbon footprint, water footprint, land footprint e analisi LCA;
- **Rendicontazione annuale** con la redazione del Rapporto di Sostenibilità e della Relazione d'Impatto;
- **Attività di ascolto**, workshop, iniziative locali e azioni di advocacy per il coinvolgimento degli stakeholder;
- **Gestione delle segnalazioni interne e del rischio**, utilizzando procedure dedicate e coinvolgendo gli organi di controllo;
- **Utilizzo di strumenti di valutazione** come il B Impact Assessment e gli indicatori GRI così da monitorare oggettivamente la performance aziendale.



Criticità e impatti negativi

Al fine di gestire in modo tempestivo eventuali criticità e impatti negativi – anche potenziali – per la nostra organizzazione e i nostri stakeholder ci siamo dotati di appositi strumenti e processi. Il monitoraggio costante e il coinvolgimento del Consiglio di Amministrazione nelle situazioni più rilevanti è garantito da:

- **Risk Assessment periodico**;
- **Procedura di segnalazione** al Comitato di Rischi;
- **Audit** dell'Organismo di Vigilanza e del Data Protection Office in materia di violazione della normativa per la tutela del trattamento dei dati personali;
- **Canale protetto di Whistleblowing**.



RIGENERARE IL NOSTRO PIANETA

La sostenibilità è al centro di ogni nostro progetto, un percorso di trasformazione continua lungo il quale misuriamo l'impatto ambientale che generiamo con il nostro lavoro e i nostri prodotti, impegnandoci a ridurlo ottimizzando le risorse disponibili e minimizzando la nostra impronta ambientale.

Per affrontare le sfide globali legate al cambiamento climatico, alla perdita di biodiversità e al sovraconsumo delle risorse, abbiamo delineato una strategia concreta, incentrata sul decoupling, ovvero sul disaccoppiamento della crescita del business dal suo impatto ambientale, attraverso lo sviluppo di soluzioni innovative applicate ai nostri processi e prodotti.

Per raggiungere questo traguardo, ci concentriamo su quattro pilastri chiave: decarbonizzazione, circolarità, biodiversità e acqua.

Il nostro impegno si traduce in azioni concrete: lungo tutta la catena del valore, coinvolgiamo fornitori, clienti e comunità per amplificare l'impatto positivo di ogni stakeholder e guidare il settore verso un modello più sostenibile.

La strategia ambientale al 2030 è raccolta nel programma "2030: Davines Group Towards Planet Regeneration", che rappresenta il quadro di riferimento del nostro impegno nel lungo termine. Per ciascuno dei quattro pilastri strategici, il programma definisce obiettivi chiari e misurabili, accompagnati da un portafoglio strutturato di azioni e progettualità definite che guideranno il nostro percorso di trasformazione di processi, prodotti e modelli operativi nei prossimi anni.

[Scopri di più](#)





Decarbonizzazione

Ci impegniamo a ridurre ulteriormente le emissioni di CO₂ della nostra catena del valore per raggiungere il target Net Zero al più tardi entro il 2050.

IL NOSTRO PERCORSO NEL TEMPO

2024

Validazione degli obiettivi di riduzione delle nostre emissioni da parte di SBTi. Pubblichiamo i nostri target al 2030 sui temi ambientali, inclusa la decarbonizzazione. Otteniamo la prima certificazione della carbon footprint di organizzazione da parte terza (Bureau Veritas).

2023

Definiamo i progetti per la roadmap di riduzione delle emissioni al 2030.

Siamo tra i firmatari del “Contratto Climatico di Città” della Missione UE, per il comune di Parma ([v. pag. 77](#)).

2022

Sottoscriviamo l'impegno con la “Science Based Targets Initiative” (SBTi) ([v. pag. 55](#)) e aderiamo a CO2alizione Italia, iniziativa che riunisce imprese impegnate a integrare obiettivi climatici nel proprio statuto, in linea con il modello di Società Benefit.

2020

Il nostro Presidente Davide Bollati è tra i fondatori del “Consorzio KilometroVerde”, nato per creare un corridoio verde lungo il tratto dell'autostrada A1 che attraversa Parma

2018

Misuriamo e cominciamo a ridurre tutte le emissioni sotto il nostro diretto controllo (Scope 1 e 2). In parallelo, iniziamo ad acquistare crediti di carbonio certificati “Plan Vivo” ([v. pag. 70](#)).

2006

Avviamo il percorso per ridurre le nostre emissioni, dirette e indirette

LA NOSTRA VISIONE

Il cambiamento climatico è una delle sfide più urgenti del nostro tempo e la decarbonizzazione è al centro della nostra strategia per ridurre l'impatto ambientale del nostro business. La priorità per il nostro Gruppo è di ridurre in modo significativo le emissioni di gas a effetto serra lungo l'intera catena del valore, attraverso un percorso strutturato, fondato su dati misurabili, azioni concrete e obiettivi scientificamente validati.

Abbiamo aderito alla "Science Based Targets initiative" (SBTi), che ha validato i nostri obiettivi di riduzione delle emissioni in linea con la traiettoria che limita l'aumento della temperatura globale a 1,5°C e che ci guiderà verso il raggiungimento del Net Zero entro il 2050.

La neutralizzazione delle emissioni rappresenta una leva complementare, limitata esclusivamente alla quota residua non ulteriormente riducibile.

Su base volontaria e al di fuori del piano di riduzione validato da SBTi, dal 2018 supportiamo progetti certificati di riforestazione e agroforestazione attraverso l'acquisto di crediti di carbonio, contribuendo alla rimozione della CO₂ e alla creazione di valore per le comunità locali e la biodiversità.

Accanto alle azioni dirette di riduzione e neutralizzazione, promuoviamo inoltre iniziative di advocacy e di coinvolgimento degli stakeholder, con l'obiettivo di favorire la diffusione di pratiche a minore impatto climatico e rafforzare il ruolo dell'azienda nella transizione verso un'economia a basse emissioni.



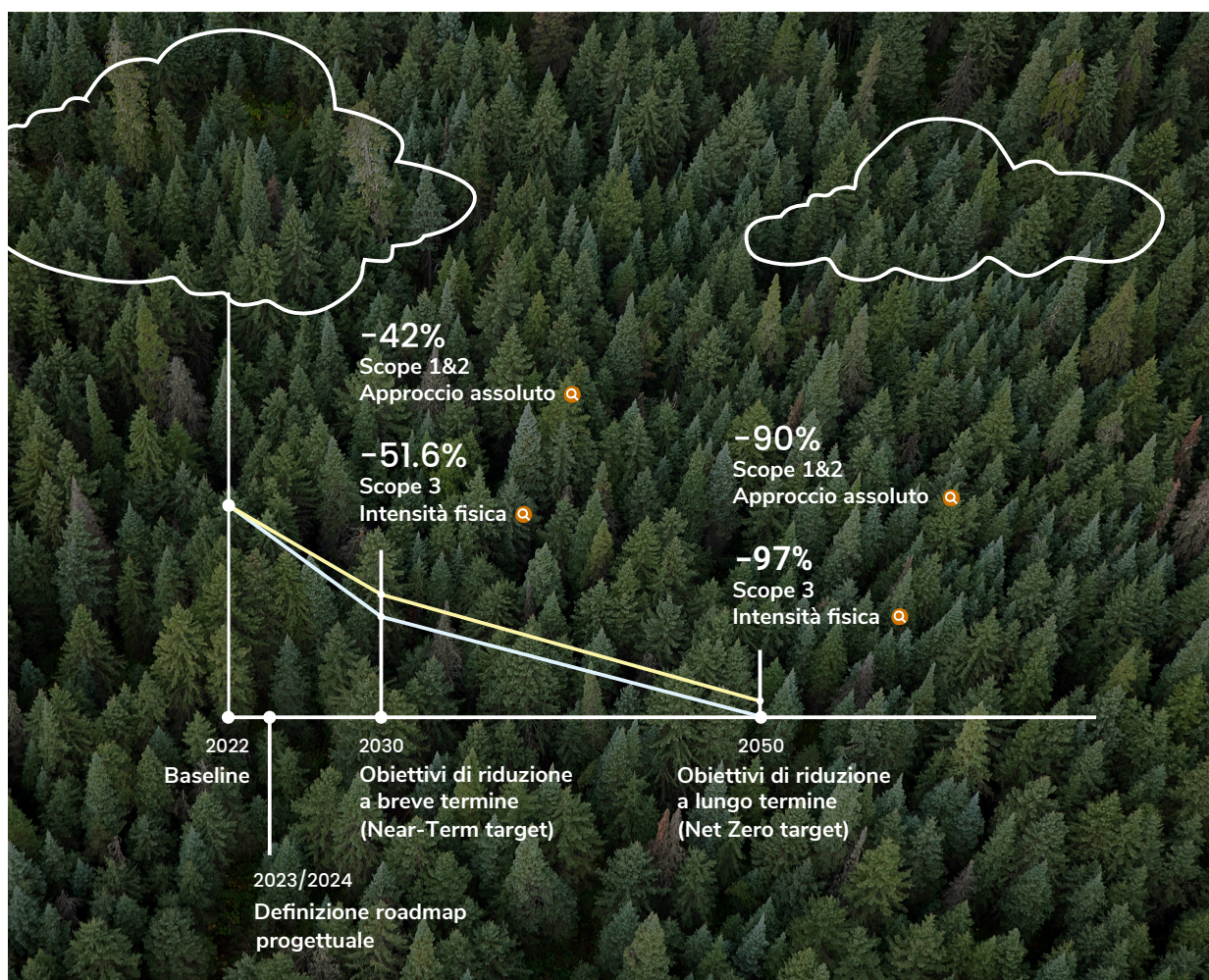
Decarbonizzazione

IL PERCORSO VERSO IL NET ZERO

Per ridurre le emissioni di gas serra, è fondamentale partire da una misurazione accurata e da un monitoraggio continuo. Questo approccio ci consente di individuare le principali fonti di impatto lungo la catena del valore e di orientare in modo mirato le azioni di riduzione. La nostra direzione è il **Net Zero** , riferimento che guida obiettivi, strumenti e priorità di intervento.

[Scopri di più](#)

Nel 2024 abbiamo ottenuto la validazione dei nostri **obiettivi di riduzione delle emissioni** da parte della Science Based Targets initiative (SBTi), che ne ha riconosciuto la coerenza con il Corporate Net Zero Standard e con le Linee Guida per Foreste, Terreni e Agricoltura (FLAG), con anno base 2022. In particolare, i nostri target di riduzione per le emissioni Scope 1 e 2 sono stati classificati come allineati alla traiettoria del 1,5°C.



I nostri target di riduzione delle emissioni approvati da SBTi

Intensità fisica e approccio in valore assoluto

La riduzione delle emissioni in **valore assoluto** si riferisce alla diminuzione totale delle emissioni di gas serra generate da un'organizzazione, senza tener conto di quanto essa produca. Al contrario, la riduzione delle emissioni in termini di **intensità fisica** si riferisce alla quantità di emissioni per unità fisica di output, ad esempio per tonnellata di prodotto.

Nel 2024 avevamo utilizzato il framework Climate Disclosure Project (CDP) come ulteriore strumento di confronto internazionale. Dal 2025 – anche alla luce della certificazione della carbon footprint – abbiamo scelto di concentrare gli sforzi sul rafforzamento dei sistemi certificati di misurazione e riduzione delle emissioni

e sull'integrazione operativa della strategia clima e biodiversità nei processi aziendali, riducendo il ricorso a strumenti di assessment esterni e privilegiando ciò che genera miglioramenti concreti rispetto a un'ulteriore espansione delle attività di rendicontazione.



Net Zero

Per raggiungere il Net Zero, un'azienda deve ridurre in modo sostanziale le proprie emissioni di gas serra e neutralizzare nell'anno obiettivo del Net Zero quelle residue che non è ancora possibile eliminare. Secondo il Net Zero Standard della Science Based Targets initiative (SBTi), il Net Zero aziendale si raggiunge quando:

- Le emissioni di Scope 1, 2 e 3 vengono ridotte fino a livelli residui coerenti con gli scenari scientifici compatibili con l'obiettivo di limitare il riscaldamento globale a 1,5°C;
- Le emissioni residue vengono neutralizzate in modo permanente attraverso attività che rimuovono CO₂ dall'atmosfera.

SBTi incoraggia inoltre le aziende ad andare oltre i propri obiettivi di riduzione delle emissioni, sostenendo iniziative di mitigazione climatica al di fuori della propria catena del valore (beyond value chain mitigation), contribuendo così al raggiungimento degli obiettivi climatici globali.

Fonte: [Sbti Corporate Net-Zero Standard](#)

Decarbonizzazione

MISURAZIONE, MONITORAGGIO E RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

La nostra carbon footprint

La misurazione e il monitoraggio delle emissioni rappresentano il punto di partenza del nostro percorso verso il Net Zero. La nostra carbon footprint totale per l'anno 2025 – ovvero l'impronta complessiva in termini di emissioni dirette e indirette di gas serra generate lungo la

catena del valore – ammonta a **63.355,6 tonnellate di CO₂eq**, escludendo la fase di uso dei prodotti.

In linea con quanto previsto dal **Greenhouse Gas Protocol** (GHG Protocol) – standard internazionale di

Nel 2025 le emissioni di scope 1 e 2 rappresentano, insieme, il 3,8% del totale.

Scope 1

Emissioni dirette, relative alle attività sotto il diretto controllo dall'azienda

Scope 2

Emissioni indirette, dovute alla produzione di elettricità, vapore o calore da soggetti terzi ed in luoghi diversi da quelli di utilizzo

Scope 3

Emissioni indirette, provenienti da tutta la catena del valore (fornitori, distributori e clienti finali)

	2022	2023	2024	2025
	anno base SBTi			
Scope 1 Emissioni dirette , relative alle attività sotto il diretto controllo dall'azienda	1.466,7 ton CO ₂ eq	1.509,4 ton CO ₂ eq	1.704,3 ton CO ₂ eq	2.183,8 ton CO ₂ eq
Scope 2 Emissioni indirette , dovute alla produzione di elettricità, vapore o calore da soggetti terzi ed in luoghi diversi da quelli di utilizzo	4,0 ton CO ₂ eq	37,6 ton CO ₂ eq	79,5 ton CO ₂ eq	210,3 ton CO ₂ eq
Scope 3 Emissioni indirette , provenienti da tutta la catena del valore (fornitori, distributori e clienti finali)	58.231,4 ton CO ₂ eq	63.383,8 ton CO ₂ eq	61.112,0 ton CO ₂ eq	60.961,6 ton CO ₂ eq
Emissioni totali	59.702,1 ton	64.930,7 ton	62.895,8 ton	63.355,6 ton
Intensità carbonica ton CO ₂ eq /ton prodotto sfuso	8,0	10,6	9,6	7,0
Variazione % annuale		32%	-9%	-27%

TARGET 2030: DOVE SIAMO OGGI

-13% di intensità delle emissioni rispetto al 2022, verso l'obiettivo di -55% entro il 2030

riferimento per il calcolo delle emissioni dei gas climalteranti – abbiamo infatti scelto di escludere dal perimetro queste emissioni perché non rientrano sotto il diretto controllo dell'azienda e dipendono in larga misura dai comportamenti dei consumatori finali, difficili da monitorare e misurare. La sola eccezione è rappresentata dalla categoria dei **prodotti spray**, come le lacche: in questo caso calcoliamo l'impatto legato alla fase d'uso, in quanto il propellente contenuto nella formula genera emissioni dirette in atmosfera e, pertanto, deve essere inclusa nel perimetro di calcolo secondo il GHG Protocol.

Tra il 2023 e il 2024 le emissioni complessive lungo la nostra catena del valore si sono ridotte (-3%), nonostante una crescita dei volumi produttivi (+6%). Questo miglioramento si traduce in una **riduzione dell'intensità carbonica** – misurata come rapporto tra le emissioni e le tonnellate di prodotto sfuso – del 9%: un primo passo concreto nel disaccoppiare la crescita del business dall'impatto ambientale, in linea con la nostra strategia al 2030.

Nel 2025 abbiamo proseguito nella stessa direzione: a fronte di un'ulteriore crescita della produzione, le emissioni sono rimaste sostanzialmente stabili (+1%), mentre l'intensità è diminuita in modo significativo (-27%). Questo conferma un miglioramento dell'efficienza dei nostri processi e un avanzamento nel percorso verso l'obiettivo di riduzione al 2030.

Per garantire affidabilità dei dati e rafforzare la nostra capacità di monitorare e comunicare in modo responsabile i progressi rispetto ai target climatici, anche nel 2025 abbiamo confermato la **certificazione della nostra carbon footprint** (ottenuta per la prima volta nel 2024), in conformità al **GHG Protocol Corporate Standard e con garanzia ragionevole**,  rilasciata da Bureau Veritas.



Obiettivo 2025 raggiunto

Certificazione della carbon footprint in conformità al GHG Protocol Corporate Standard e con garanzia ragionevole

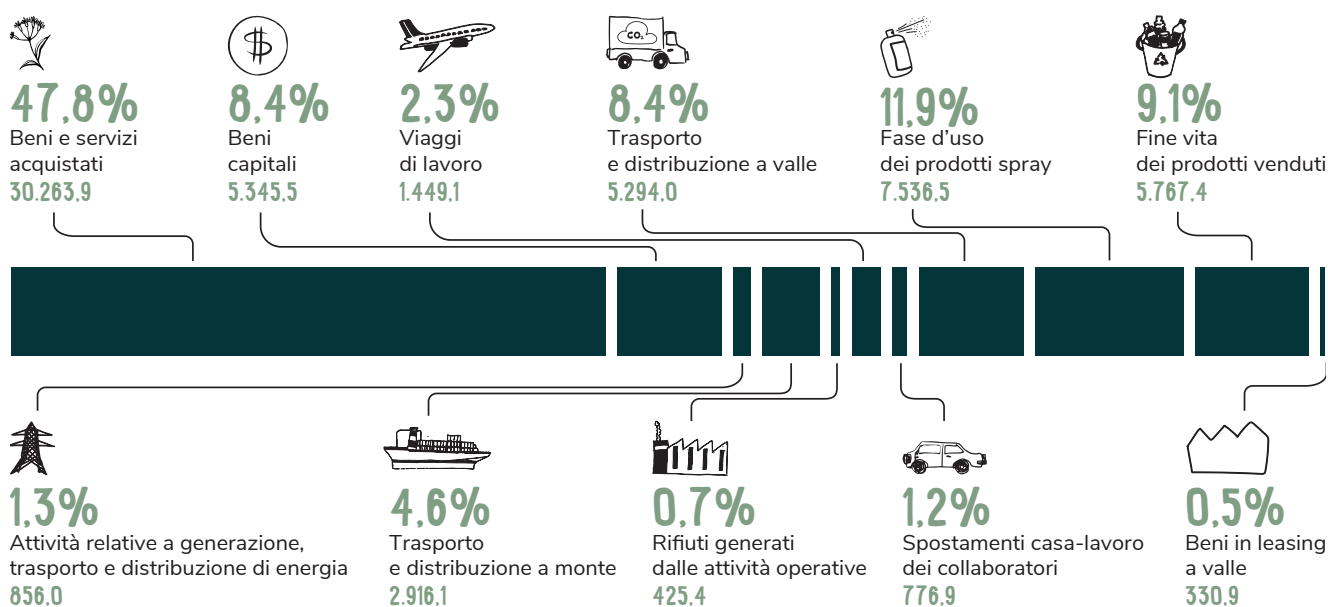
La certificazione con garanzia ragionevole rappresenta il più alto livello di affidabilità previsto, in quanto un verificatore indipendente conduce un'analisi approfondita dei dati e dei processi, attraverso verifiche estese e raccolta di evidenze. Questo approccio consente di ottenere con un elevato grado di sicurezza che l'inventario delle emissioni sia privo di errori materiali e conforme ai principi del GHG Protocol.

Decarbonizzazione

Principali fonti di emissione

Le **emissioni indirette lungo la catena del valore** (scope 3) rappresentano la componente più rilevante della nostra impronta carbonica e sono suddivise come segue:

Scope 3 **96.2%** del totale della carbon footprint



Le emissioni delle categorie di scope 3 sono espresse in ton CO₂eq

Tra le categorie emmissive più rilevanti rientrano l'acquisto di beni e servizi, la distribuzione dei prodotti, le attività connesse allo smaltimento post-consumo e l'utilizzo dei prodotti spray. Proprio su queste aree si concentra la nostra roadmap di riduzione delle emissioni al 2030.

Misurazione delle emissioni e-commerce

Nel 2025, per la prima volta il processo di certificazione ha dedicato un focus specifico alle emissioni associate alle spedizioni degli e-commerce di alcuni paesi. Per l'e-commerce del brand Davines di Italia, Stati Uniti, Canada, Germania e Olanda* è attivo un **servizio di misurazione delle emissioni legate alle spedizioni**, effettuata da una terza parte.

Abbiamo deciso di includere questi dati nel processo di certificazione – in conformità al GHG Protocol – per garantire la loro solidità e accuratezza. Possiamo così disporre di una base dati affidabile su cui definire e implementare attività di mitigazione mirate (v. pag. 73).

*in Olanda e Germania il servizio di misurazione e di conseguente mitigazione delle emissioni è stato attivato solo per le giornate del Green Friday.

LCA a supporto della carbon footprint

Se la carbon footprint di organizzazione è lo strumento con cui misuriamo le emissioni generate dalle nostre attività, con l'analisi **Life Cycle Assessment (LCA)**  valutiamo invece l'impatto ambientale dei prodotti lungo tutto il loro ciclo di vita, dalla produzione allo smaltimento, al fine di orientare le scelte future verso soluzioni meno impattanti.

Tra i vari parametri valutati dall'analisi, dedichiamo una particolare importanza alle emissioni di gas serra, in linea con le indicazioni della comunità scientifica e con la nostra strategia di decarbonizzazione, che riconoscono il cambiamento climatico come la sfida ambientale più urgente. L'analisi LCA viene infatti **integrata nel calcolo della carbon footprint** di organizzazione e rappresenta la base di partenza per il calcolo delle emissioni associate a tre categorie chiave:



Acquisto di beni

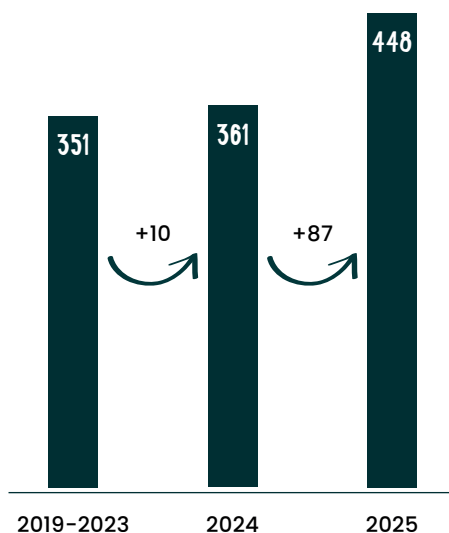


Fase d'uso dei prodotti



Fine vita dei prodotti

PRODOTTI SU CUI ABBIAMO CONDOTTO ANALISI LCA



Nel 2025, la copertura LCA dei prodotti rispetto al fatturato di vendita è pari al 52,5%. Questa percentuale è diminuita di 7,4 punti percentuali rispetto al 2024, nonostante il numero di prodotti analizzati sia aumentato. Di fatto, ci siamo concentrati sui nuovi lanci piuttosto che sull'estensione dell'analisi ai prodotti già esistenti. L'obiettivo è utilizzare l'analisi LCA sempre più come strumento di design a **monte dello sviluppo di prodotto**: stiamo quindi concentrando le analisi sui nuovi prodotti, che esprimeranno il loro pieno potenziale in termini di fatturato negli anni futuri.

448 
prodotti Davines e [comfort zone] valutati attraverso LCA tra il 2019 e il 2025



Analisi LCA

Il Life Cycle Assessment (LCA) valuta gli impatti ambientali associati a un prodotto o servizio considerando tutte le fasi del suo ciclo di vita, dalla produzione allo smaltimento finale. Le fasi principali includono:



**Estrazione
delle materie
prime**



**Trasporto
upstream**



**Processo
produttivo**



**Distribuzione
downstream**



Fase d'uso



Fine vita

Gli indicatori ambientali misurati dall'analisi comprendono principalmente: emissioni di gas serra, consumo di acqua, impatto sull'ozono, acidificazione, eutrofizzazione e uso del suolo, che permettono di quantificare in modo dettagliato l'impronta ambientale del prodotto o servizio analizzato.



La valutazione del ciclo di vita viene eseguita in conformità alle norme UNI EN ISO 14040:2021 e UNI EN ISO 14044:2021. Per la realizzazione dei nostri studi facciamo riferimento alle Product Category Rules 2015:07, versione 2.0 del 27/10/2020.

Gestione ed efficienza dei consumi energetici

Nel nostro percorso di decarbonizzazione al 2030 e verso l'obiettivo Net Zero, l'energia è una risorsa chiave per sostenere un modello di crescita che punta a coniugare sviluppo economico e riduzione dell'impatto ambientale. Parte delle emissioni di gas a effetto serra generate dalle nostre attività è infatti direttamente legata ai consumi energetici sui quali l'azienda esercita un controllo operativo diretto e può quindi intervenire con maggiore efficacia.

L'energia è dunque una leva strategica su cui manteniamo un forte presidio, monitorando e ottimizzando i consumi e migliorando l'efficienza di impianti e processi.

In questa direzione, nei nostri uffici e nel nostro stabilimento presso il Davines Group Village e West Village a Parma abbiamo installato un **Building**

Management System (BMS), sistema che consente di controllare e gestire in modo integrato gli impianti dell'edificio. Grazie a sensori e software dedicati, il BMS monitora i dati in tempo reale e aiuta a ottimizzare l'uso delle risorse, come per esempio l'energia solare prodotta o i cicli d'acqua del sistema geotermico.

Inoltre, presidio, monitoraggio ed efficientamento sono stati rafforzati dalla definizione di una **governance strutturata per l'area energia**, che introduce ruoli, responsabilità e procedure coerenti con i nostri obiettivi di decarbonizzazione al 2030. L'inserimento di una figura manageriale dedicata (Energy e Mobility Manager) ha ulteriormente rafforzato il coordinamento delle attività e contribuito ad accelerare l'implementazione delle iniziative progettuali.

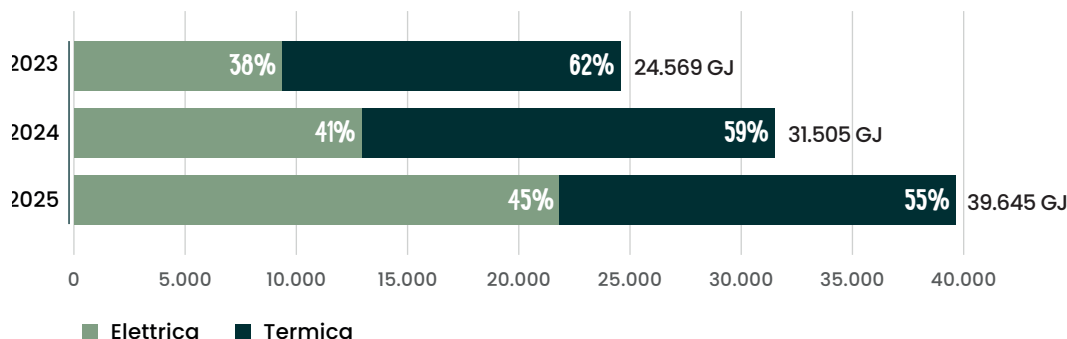
✓ Obiettivo 2025 raggiunto



Decarbonizzazione

COME CONSUMIAMO ENERGIA

Energia totale impiegata nell'impianto produttivo e negli uffici delle nostre sedi



Il **consumo di energia è cresciuto** del 25,8% rispetto al 2024, un incremento riconducibile sia a fattori interni legati all'evoluzione delle attività aziendali, sia a condizioni esterne di natura climatica.

Nel 2025 è aumentato il numero di dipendenti (+5%), con un conseguente maggiore utilizzo degli spazi ufficio e dei servizi correlati. L'incremento dei consumi energetici è riconducibile principalmente alla sede di Parma – che comprende sede centrale e stabilimento produttivo – e che da sola rappresenta il 93% del consumo totale del Gruppo.

In questa sede, parallelamente alla crescita dell'organico, la produzione di prodotto sfuso realizzata internamente* è aumentata del 18%, con un conseguente maggiore fabbisogno energetico legato ai processi produttivi, in particolare per l'utilizzo del gas. Questo incremento riflette anche la preparazione al rilancio di una delle nostre principali linee haircare previsto per inizio 2026.

A questi fattori si sono aggiunte le condizioni climatiche del 2025, caratterizzate da temperature significativamente superiori alla media e livelli di umidità elevati, dovuti a precipitazioni frequenti**, che hanno richiesto un utilizzo più intenso dei sistemi di climatizzazione e contribuito all'aumento dei consumi elettrici.

*escluso il prodotto sfuso realizzato da terzi

**https://www.arpae.it/it/notizie/2025_anno_caldo_piovoso

Verso l'autoproduzione di energia

L'autoproduzione da fonti rinnovabili consente una produzione diretta e addizionale di energia e rappresenta quindi una risorsa chiave e virtuosa per il nostro percorso di decarbonizzazione.

A partire dal 2026 finalizzeremo uno **studio di fattibilità** per individuare le soluzioni più efficienti di autoproduzione di energia elettrica per la sede di Parma, in aggiunta agli attuali **pannelli fotovoltaici** presenti sul tetto dell'impianto produttivo, che nel 2025 hanno prodotto il 4% del fabbisogno elettrico di tale sede (-1 punto percentuale rispetto al 2024 a causa di alcuni interventi di manutenzione straordinaria). L'analisi si concentrerà sull'installazione di ulteriori impianti fotovoltaici integrati negli edifici esistenti, privilegiando soluzioni ad alta efficienza energetica e a ridotto impatto sull'uso del suolo.

In aggiunta, valuteremo un portafoglio diversificato di soluzioni rinnovabili, con l'obiettivo di allineare l'autoproduzione al profilo di consumo e incrementare l'efficienza complessiva del sistema. Le diverse opzioni saranno analizzate anche alla luce dell'evoluzione normativa e delle innovazioni tecnologiche (cogenerazione a biometano, idrogeno, elettrificazione, stoccaggio termico, ecc.).

A seguito di una serie di valutazioni tecniche e ambientali, abbiamo invece deciso di non realizzare un impianto agrivoltaico su scala industriale nella configurazione che inizialmente avevamo ipotizzato. Eventuali applicazioni in ambito agrivoltaico potranno infatti essere considerate esclusivamente in chiave sperimentale e di ricerca.

Nel 2025, abbiamo infine concluso con successo la **progettazione dell'impianto fotovoltaico a tetto** sul Magazzino West Village con una potenza produttiva prevista pari a circa 1MWp. L'installazione e la messa in funzionamento dell'impianto sono previste nel corso del 2027.



Obiettivo 2025 raggiunto

TARGET 2030: DOVE SIAMO OGGI

Ad oggi abbiamo raggiunto l'**1,6%** di autoproduzione del fabbisogno energetico del Davines Group Village, rispetto all'obiettivo di coprire il 100% dell'energia utilizzata con fonti rinnovabili autoprodotte.

Decarbonizzazione

ENERGIA ELETTRICA

Fonti di energia elettrica



L'energia elettrica viene impiegata nei nostri uffici – in Italia, Nord America, Francia, Regno Unito, Paesi Bassi, Messico, Germania, Hong Kong e Cina – e nel nostro stabilimento produttivo.

Nel 2025 la quota complessiva di energia elettrica rinnovabile è rimasta **sostanzialmente invariata** rispetto al 2024 (-0,1 punto percentuale). La lieve variazione è legata a una minore autoproduzione da impianti fotovoltaici e ad alcuni periodi dell'anno in cui la fornitura non è stata interamente coperta da fonti rinnovabili, presso la sede di Parma.

La quota complessiva di energia non rinnovabile è inoltre riconducibile agli uffici di Dusseldorf, Città del Messico e Shanghai, che a oggi non dispongono ancora di un mix energetico completamente rinnovabile.

ENERGIA TERMICA

L'energia termica è essenziale per il nostro processo produttivo e alimenta le principali fasi di lavorazione. In misura minore, viene impiegata anche per il riscaldamento degli uffici nelle sedi in Italia, Nord America e Francia.

L'energia termica diretta deriva prevalentemente dal **gas naturale**, con un contributo marginale del teleriscaldamento (limitato all'ufficio di Düsseldorf). Sono esclusi invece i consumi legati a sistemi elettrici, come le pompe di calore, che vengono contabilizzati come energia elettrica.

In Italia, il riscaldamento e raffrescamento degli ambienti è supportato da pompe di calore geotermiche acqua/acqua. In Francia sono state integrate pompe di calore elettriche, riducendo l'utilizzo di gas naturale a un livello residuale.

Fonti di energia termica diretta



OBIETTIVI 2026

- Completare uno studio di fattibilità per definire il piano di autoproduzione di energia elettrica da fonti rinnovabili, con un focus sugli impianti fotovoltaici integrati negli edifici esistenti.
- Implementare software per il monitoraggio completo e in tempo reale dei consumi di energia elettrica, acqua e gas.
- Ottenere la **certificazione ISO 14001** 

Certificazione ISO 14001

La ISO 14001 è uno standard internazionale che definisce i requisiti per un sistema di gestione ambientale finalizzato al monitoraggio e alla gestione degli impatti ambientali significativi dell'organizzazione, tra cui consumi energetici, utilizzo dell'acqua, emissioni e rifiuti, promuovendo il miglioramento continuo delle performance ambientali.

Per il Gruppo Davines rappresenta uno strumento, validato da un ente terzo indipendente, che rafforzerà l'approccio già adottato nella gestione responsabile delle risorse e degli impatti ambientali, attraverso un monitoraggio più strutturato delle performance, la definizione di ruoli e procedure chiare e l'individuazione di azioni di miglioramento continuo.

Logistica, cuore della catena del valore

Oltre alla gestione energetica, anche l'area della logistica rappresenta un ambito strategico rilevante, che incide in modo significativo sulle emissioni lungo la catena del valore. Costituisce una leva di intervento prioritaria, finalizzata a individuare modalità di trasporto coerenti con il nostro modello di business, in grado di contribuire alla riduzione dell'impronta carbonica.

Il perimetro di riferimento comprende la logistica in entrata – le modalità con cui i fornitori consegnano le materie prime – la gestione dei magazzini e la logistica in uscita, relativa alla distribuzione dei prodotti finiti verso filiali, clienti professionali, distributori, e clienti finali tramite e-commerce.

I magazzini sono un nodo centrale per l'ottimizzazione dei flussi logistici in uscita. Attualmente, il nostro magazzino per lo stoccaggio dei prodotti finiti è situato a Milano. Lo spostamento del

magazzino da Milano a Parma, accanto alla nostra sede centrale, rappresenta quindi un'opportunità strategica per ottimizzare le operazioni logistiche, riducendo i costi ambientali ed economici. Oltre alla riduzione delle emissioni di CO₂, la diminuzione del traffico di mezzi pesanti contribuirebbe anche a ridurre gli inquinanti locali (PM, NOx, VOC, ecc.), tema particolarmente rilevante nell'area della Pianura Padana.

Inoltre, nel 2025 avevamo previsto di selezionare il partner logistico incaricato della gestione dei prodotti finiti nel nuovo magazzino. Tuttavia, il progetto di apertura non è ancora stato completato, poiché inserito in un più ampio programma di progettazione che comprende il restyling e l'ampliamento di alcuni spazi. Di conseguenza, sia la selezione del partner logistico sia le tempistiche di apertura sono state posticipate tra la fine del 2027 e l'inizio del 2028.



Obiettivo 2025 non raggiunto

Decarbonizzazione

Un ulteriore progetto logistico riguarda l'introduzione di soluzioni di **trasporto intermodale** , avviata nel 2025 con un progetto pilota verso la filiale dei Paesi Bassi. L'intento è ridurre il ricorso al trasporto su strada agli ultimi chilometri di consegna, privilegiando la rotaia per la tratta principale. Attualmente sono in corso i primi test: i prodotti partono dal magazzino di Milano su camion, che viene poi caricato su treno per la tratta principale fino ai Paesi Bassi, per tornare infine su strada nell'ultimo tratto verso la destinazione finale. Oggi circa il 76% dei carichi spediti verso la filiale olandese è gestito con questa modalità di intermodale **"accompagnata"** .

Questo risultato è stato possibile grazie alla disponibilità di infrastrutture ferroviarie adeguate e a un sistema logistico favorevole all'integrazione tra trasporto su rotaia e su gomma. Permangono tuttavia alcune limitazioni, in particolare legate alla disponibilità di slot ferroviari e alla complessità del coordinamento, che non hanno ancora consentito di estendere questa modalità al 100% delle spedizioni.

Avevamo inoltre previsto l'avvio di un progetto pilota anche nel Regno Unito, ma l'iniziativa è stata rinviata a causa di maggiori restrizioni normative sul trasporto marittimo, necessarie per il caricamento dei treni merci su navi cargo per l'attraversamento del Canale della Manica. Nonostante queste sfide, l'intermodalità rappresenta un investimento di lungo periodo che, attraverso lo sviluppo delle infrastrutture, il miglioramento del coordinamento e l'evoluzione dei modelli operativi, potrà contribuire in modo sempre più significativo a una logistica efficiente e sostenibile.

Trasporto intermodale

Le spedizioni intermodali sono una modalità di trasporto che utilizza più mezzi – principalmente camion e treno – senza trasferire la merce da un mezzo all'altro lungo il percorso. Nel nostro caso utilizziamo una modalità **"accompagnata"**, in cui l'intero camion viene caricato su treno per la tratta principale, per poi proseguire su strada fino alla destinazione finale. Questo approccio consente di ridurre le emissioni legate al trasporto su gomma, migliorando al contempo l'efficienza del flusso logistico.



Obiettivo 2025
parzialmente raggiunto

OBIETTIVI 2026

Realizzazione di linee guida per i distributori internazionali Davines e [comfort zone], con l'obiettivo di promuovere la scelta di mezzi di trasporto a ridotta impronta carbonica per le spedizioni verso le sedi dei nostri distributori gestite direttamente da loro (franco magazzino venditore)



Rafforzare il presidio sulla mobilità

OBIETTIVI 2026

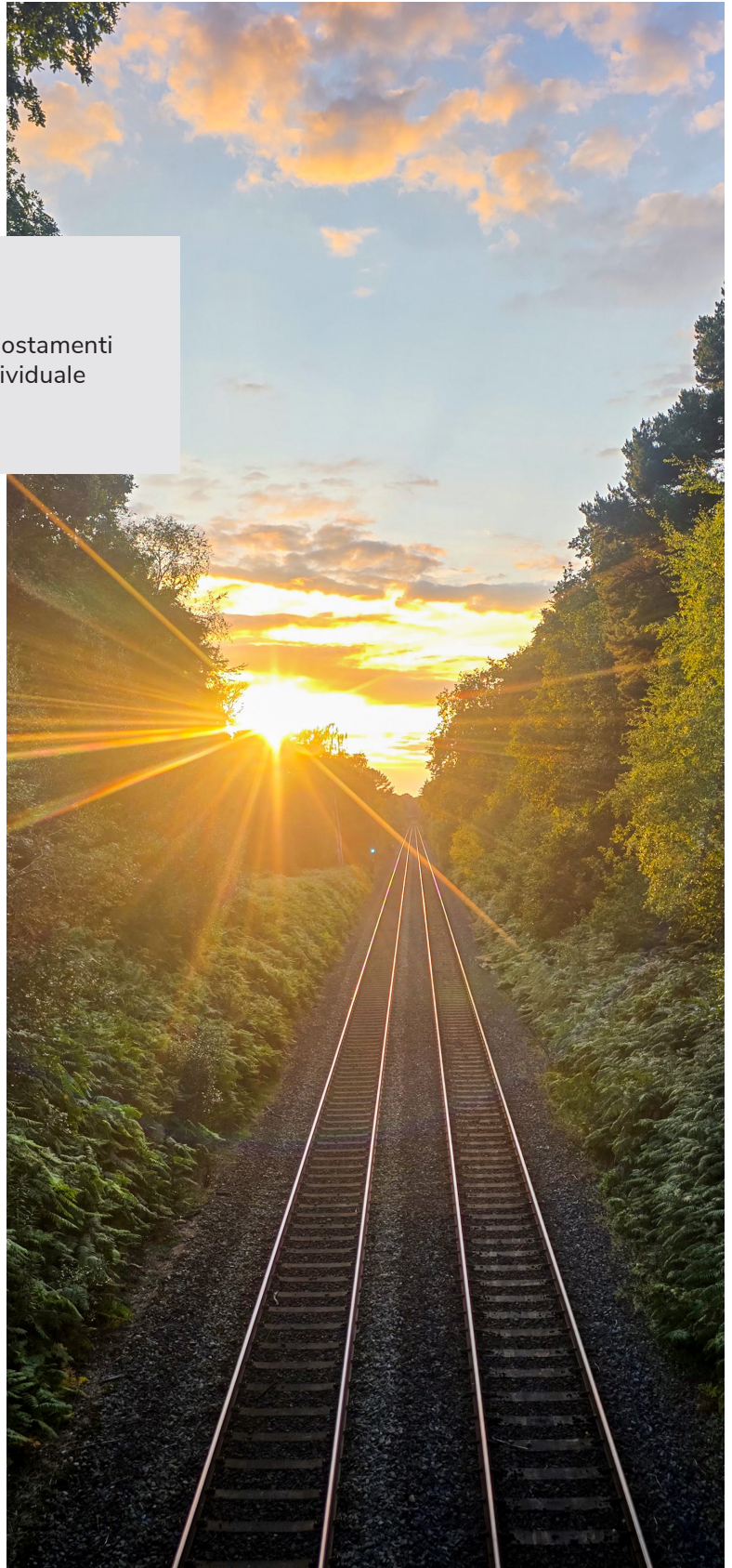
Utilizzo di un'app per la condivisione degli spostamenti casa-lavoro con l'obiettivo di ridurre l'uso individuale dell'auto e le emissioni legate alla mobilità.

Nel 2025 abbiamo rafforzato il nostro impegno verso una mobilità più sostenibile, anche attraverso un potenziamento organizzativo del presidio interno. La revisione della **policy sulle trasferte** ha rappresentato un primo passo concreto per orientare le scelte di viaggio verso soluzioni a minore impatto ambientale.

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Parallelamente, è stata introdotta una **nuova figura manageriale**, che integra le responsabilità di Energy e Mobility Manager con il compito di coordinare e accelerare l'implementazione delle iniziative in ambito energia e mobilità. Il suo ruolo consiste nel garantire maggiore continuità, monitoraggio e sviluppo delle azioni, contribuendo a rendere progressivamente più sostenibili sia gli spostamenti casa – lavoro (commuting) sia i viaggi di lavoro, in linea con il nostro percorso di riduzione delle emissioni al 2030.

✓ Obiettivo 2025 raggiunto



Decarbonizzazione

GESTIONE DELLE EMISSIONI RESIDUE

All'interno della nostra strategia di sostenibilità, la mitigazione delle emissioni residue rappresenta una leva complementare alle attività di riduzione, con l'obiettivo di gestire le emissioni residue non ancora eliminabili lungo la catena del valore.

A questo scopo acquistiamo **crediti di carbonio**  generati da progetti certificati secondo lo standard internazionale **Plan Vivo**, che garantisce benefici misurabili e di lungo periodo per il clima, la biodiversità e le comunità locali attraverso metodologie rigorose e sistemi trasparenti di monitoraggio. Un elemento distintivo di Plan Vivo è il forte coinvolgimento delle comunità locali nello sviluppo e nella gestione dei progetti: almeno il 60% dei ricavi derivanti dalla vendita dei certificati viene infatti destinato direttamente ai territori coinvolti, contribuendo a sostenere le attività del progetto e iniziative di sviluppo locale.



101.500
crediti di carbonio
acquistati tra il
2018 e il 2025

Attraverso questi crediti sosteniamo interventi di riforestazione, agroforestazione e gestione sostenibile del territorio, contribuendo alla rimozione della CO₂ dall'atmosfera e alla generazione di benefici ambientali e sociali di lungo periodo.

Più in dettaglio, tra il 2018 e il 2024 abbiamo acquisito 65.000 crediti dal progetto **Ethiotrees** (v. paragrafo successivo), a cui si aggiungono gli 8.000 crediti acquistati nel 2025 (per un totale di 73.000 crediti) e 28.500 crediti di carbonio dal progetto **Scolet'e** (progetto di imboscamento e agroforestazione nella regione del Chiapas, in Messico, che abbiamo contribuito a sostenere) acquistati tra 2021 e 2023.



I crediti di carbonio

Un credito di carbonio rappresenta la riduzione o la rimozione di una tonnellata di CO₂ dall'atmosfera attraverso progetti ambientali certificati, come riforestazione o rimboscamento. Ogni credito è legato all'anno in cui l'intervento è stato realizzato, ma può essere acquistato e utilizzato anche successivamente, essendo attribuito a uno specifico anno di riferimento e contabilizzato una sola volta, poiché il beneficio ambientale ottenuto resta valido nel tempo. Questi crediti consentono a chi li acquista di neutralizzare parte delle proprie emissioni, contribuendo concretamente alla rimozione della CO₂ già presente in atmosfera.

EthioTrees: riforestazione ecosistemica e sviluppo locale nel Tigray

EthioTrees è un progetto di **riforestazione e agroforestazione** che sostiene la rigenerazione del suolo e delle aree forestali nella **regione del Tigray**, nel nord dell'Etiopia, un'area particolarmente esposta al degrado del suolo e agli effetti dei cambiamenti climatici.

Un elemento centrale dell'iniziativa è rappresentato dalla **formazione della popolazione locale**, finalizzata alla tutela e alla gestione sostenibile del suolo. In particolare, vengono promosse pratiche di manutenzione che ne limitano l'utilizzo per pascolo, allevamento e taglio incontrollato del legname, contribuendo alla sua rigenerazione.

I terreni coinvolti sono gestiti insieme alle comunità locali e ad associazioni di piccoli agricoltori e persone prive di accesso alla terra, creando nuove **opportunità di sostentamento** attraverso attività di agroforestazione e la valorizzazione di prodotti forestali non legnosi, come miele, frutta e incenso.

Il progetto contribuisce inoltre a migliorare la **disponibilità di acqua** nel territorio sostenendo la realizzazione di infrastrutture per l'accesso all'acqua potabile e sistemi di raccolta dell'acqua piovana. Parallelamente, vengono realizzati interventi di conservazione del suolo e dell'acqua, come la costruzione di muretti in pietra per stabilizzare i pendii e vasche di infiltrazione per trattenere l'acqua di ruscellamento e ridurre l'erosione del terreno.



Decarbonizzazione

Il nostro contributo nel 2025

8.000 **crediti di carbonio acquistati**
(pari a 8.000 tonnellate di CO₂eq sequestrate), per un totale cumulato di 73.000 crediti dal 2018

903 **ettari di terreno ripristinati**
attraverso interventi di rigenerazione naturale e agroforestazione

Il **60%** **dell'importo corrisposto dal Gruppo** per l'acquisto dei crediti di carbonio è stato destinato alle comunità locali coinvolte nel progetto. Queste risorse hanno reso possibili diversi interventi di sviluppo socioeconomico del territorio:

1.803 **nuclei familiari beneficiari del progetto**

Attraverso programmi di supporto alimentare per le famiglie più vulnerabili nei periodi di scarsità alimentare, compensi agli agricoltori coinvolti nelle attività di agroforestazione e investimenti in infrastrutture essenziali

126 **pannelli solari distribuiti**

Per favorire l'accesso all'illuminazione, supportare lo studio serale dei bambini, migliorare la sicurezza delle abitazioni e contribuire alla protezione del bestiame durante la notte

9.4 **km di muretti in pietra realizzati**

Per stabilizzare i versanti più ripidi e contribuire alla tutela del suolo e delle risorse idriche

406 **bacini di infiltrazione realizzati**

Progettati per trattenere l'acqua piovana che scorre in superficie e favorirne l'assorbimento nel terreno

Migliorare l'accesso all'acqua

Sono stati realizzati investimenti per migliorare l'accesso all'acqua attraverso sistemi di raccolta dell'acqua piovana e l'avvio di una campagna di perforazione di pozzi. Questi interventi hanno contribuito a ridurre fino a quattro mesi i periodi di scarsità idrica e a migliorare l'accesso all'acqua potabile e per l'irrigazione delle comunità locale



La mitigazione della nostra impronta carbonica

Nel 2025, a fronte di emissioni complessive pari a 63.355,6 tonnellate di CO₂eq, tramite il progetto EthioTrees abbiamo contribuito alla mitigazione climatica per un volume pari a **10.000 tonnellate di CO₂eq**, corrispondente al 15,8% delle emissioni totali.

Questo volume include una quota riferita a:

- **Emissioni di Scope 1, Scope 2 del Gruppo**, la cui contabilizzazione è certificata secondo il GHG Protocol, pari a 2.394 tonnellate di CO₂eq;

- **Emissioni legate alle spedizioni e-commerce** (calcolate tramite un servizio di terza parte) in Italia e Nord America, e in Germania e Paesi Bassi nelle giornate del Green Friday, pari a 61 tonnellate (v. approfondimento a [pag. 60](#)).

Per queste categorie, il contributo ai progetti di mitigazione copre l'intero quantitativo di emissioni generate.



LE CAMPAGNE DEI NOSTRI BRAND



Green Friday a sostegno di Ethiotrees

In occasione del Green Friday, il brand Davines ha devoluto per un'intera giornata il 100% delle vendite del proprio e-commerce* a supporto di EthioTrees, per un valore totale di 41.099,40€. La campagna è stata accompagnata dalla spedizione gratuita e dalla mitigazione delle emissioni legate agli ordini (v. pag. 60). I fondi raccolti hanno contribuito a sostenere la piantumazione di 10.000 alberi autoctoni a supporto di due scuole della regione di Mhini, l'installazione di pannelli solari, la fornitura di materiali scolastici e la realizzazione di un serbatoio per l'acqua potabile destinato agli studenti.

*calcolato sulle vendite nette, al netto dei costi sostenuti per l'iniziativa.



LE CAMPAGNE DEI NOSTRI BRAND



Land Keeper 2025

Land Keeper è la campagna globale del brand Davines dedicata alla mitigazione del cambiamento climatico attraverso attività di riforestazione, rigenerazione e tutela degli ecosistemi, coinvolgendo attivamente saloni, clienti e comunità locali.

Nel corso dell'anno sono state sviluppate diverse azioni a livello locale, adattate ai contesti territoriali.

Tra le principali:

ITALIA

In Italia abbiamo sostenuto un progetto del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano volto a preservarne le foreste, aumentarne la capacità di assorbimento e stoccaggio della CO₂. L'iniziativa ha coinvolto 1.700 clienti professionali e sono stati devoluti 25.000€ al progetto.

GERMANIA

In collaborazione con l'organizzazione Plant My Tree, Davines Germania ha realizzato un evento di piantumazione a Ratingen, che ha coinvolto saloni partner e colleghi in un'attività guidata da un forestale locale. Durante l'evento sono stati piantati 1.400 alberi, a cui si aggiungono ulteriori 250 alberi omaggiati e dedicati ai saloni partecipanti.

FRANCIA

Abbiamo contribuito alla riforestazione delle aree colpite dagli incendi nella regione della Gironde, con l'obiettivo di favorire il ripristino degli ecosistemi forestali locali. In totale, sono stati devoluti 9.000€ a supporto del progetto.

SUDAFRICA

In collaborazione con Greenpop SA, abbiamo sostenuto un progetto di riforestazione e ripristino degli ecosistemi nella foresta di Uilenkraal, nella regione del Western Cape, coinvolgendo 421 tra saloni e consumatori finali. L'iniziativa ha contribuito alla piantumazione di oltre 400 alberi autoctoni, generando un investimento complessivo di circa 215.000 rand (circa 11.000 €).

UCRAINA

Abbiamo sostenuto la creazione di una nuova area verde a Kyiv, trasformando una zona ricreativa occupata da parcheggi abusivi in un piccolo parco urbano. L'iniziativa ha coinvolto oltre 100 persone tra colleghi, hairstylist, proprietari di saloni, volontari e istituzioni locali, contribuendo alla piantumazione di 45 alberi adulti e alla riqualificazione dell'area, con un investimento di circa 7.500 €.





PROGETTI LOCALI E ADVOCACY

Contribuiamo attivamente a contrastare il cambiamento climatico supportando progetti in grado di ridurre le emissioni e generare un impatto positivo sul territorio, in coerenza con il nostro purpose e con gli obiettivi della strategia al 2030.

KILOMETROVERDEPARMA

KILOMETROVERDEPARMA

Siamo tra i soci fondatori del Consorzio KilometroVerdeParma, progetto di riforestazione che punta a creare **aree verdi e boschi permanenti** a Parma e nella sua provincia. L'iniziativa nasce nell'estate 2015 dalla volontà di un gruppo di persone, tra cui Davide Bollati, Presidente del Gruppo Davines, e da un'intuizione: creare un **corridoio alberato** lungo gli 11 chilometri dell'autostrada A1 che attraversa Parma per riqualificare l'ambiente di uno dei tratti autostradali più trafficati d'Europa.

Costituito formalmente nel 2020 e oggi presieduto da Maria Paola Chiesi, il Consorzio si è progressivamente ampliato, diventando un progetto strutturato di riforestazione su scala territoriale.

Nel 2025, il Consorzio KilometroVerde di Parma ha ottenuto la **certificazione PEFC** (Programme for the Endorsement of Forest Certification), che attesta la gestione sostenibile delle foreste e delle filiere del legno. Questo riconoscimento è stato attribuito al Consorzio e, indirettamente, a tutte le imprese associate, tra cui il nostro Gruppo.

A livello complessivo, il Consorzio KilometroVerde ha certificato:

50.216 piante totali ricomprese nelle aree certificate

Con riferimento al perimetro del Gruppo Davines, l'impatto positivo generato è rappresentato da:

1.29 ettari di superficie inclusi nel perimetro certificato PEFC del Consorzio KilometroVerde

3.691 piante del Gruppo Davines incluse nel perimetro certificato PEFC, pari a circa il 7% degli alberi certificati dal Consorzio KilometroVerde

Infine, tra il 2021 e il 2025 il Gruppo Davines ha messo a dimora complessivamente oltre **6.000 piante**, a conferma di un impegno concreto nella mitigazione dell'inquinamento e nella tutela della biodiversità. Soltanto nel 2025 sono stati piantumati 921 arbusti e 31 alberi, distribuiti nei giardini del Davines Group Village. Tali piantagioni non rientrano nelle aree certificate PEFC.



CONTRATTO CLIMATICO DI CITTÀ COMUNE DI PARMA

A livello urbano, siamo tra i firmatari del Contratto Climatico di Città del Comune di Parma, iniziativa che si inserisce nella Missione dell'Unione Europea "100 città intelligenti e a impatto climatico zero entro il 2030". Si tratta di un documento innovativo, nato da un processo partecipativo che coinvolge istituzioni, associazioni e imprese, tutte impegnate a contribuire alla riduzione delle emissioni.

Il Contratto ha l'obiettivo di **ridurre le emissioni dell'85% entro il 2030** rispetto ai livelli del 2019, attraverso un piano articolato che comprende oltre 130 azioni nei settori degli edifici, dei rifiuti, della mobilità, dell'agricoltura e dell'industria, affiancate da iniziative di sensibilizzazione rivolte ai cittadini. In questo contesto, tra le cento città europee coinvolte nella Missione, la Commissione Europea ha selezionato **nove città** italiane; tra queste, Parma è stata la prima città in Italia, insieme a Firenze, a sottoscrivere il Contratto, avviando il percorso "Parma Carbon Neutral 2030".



A seguito della firma, il percorso è entrato in una fase operativa e di progressivo consolidamento. Nel 2025 è stata avviata un'attività di monitoraggio rivolta alle aziende aderenti, finalizzata all'aggiornamento dei dati sui consumi, alla verifica dello stato di avanzamento dei progetti e alla definizione delle strategie di decarbonizzazione. Nello stesso anno, il Comune ha inoltre sottoscritto un protocollo con il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano per l'attivazione dei Crediti di Sostenibilità, a supporto della compensazione delle emissioni residue di CO₂.

ALLEANZA TERRITORIALE CARBON NEUTRALITY PARMA

Nel dicembre 2020, insieme al Comune di Parma e ad altri nove soggetti pubblici e privati, abbiamo aderito all'accordo che ha dato vita all'Alleanza Territoriale Carbon Neutrality Parma. L'iniziativa mira a rendere il territorio parmense un **centro di innovazione nella risposta ai cambiamenti climatici**, attraverso lo sviluppo di progetti volti alla riduzione dell'impatto ambientale e alla promozione di modelli sostenibili di produzione, consumo e pianificazione territoriale.

CO₂ALIZIONE FOR EUROPE

Nel giugno 2022 abbiamo aderito alla CO₂alizione for Europe, impegnandoci a integrare il **principio di neutralità climatica nel nostro statuto**. Questo impegno è stato formalmente inserito nel nostro oggetto sociale, rafforzando ulteriormente il nostro ruolo e la nostra responsabilità come Società Benefit.





Promuoviamo la biodiversità preferendo ingredienti da agricoltura biologica rigenerativa per le nostre formule, curando così il suolo e il pianeta.

IL NOSTRO PERCORSO NEL TEMPO

2025

Avviamo la collaborazione con la B Corp CleanHub per l'attivazione di progetti focalizzati sulla raccolta di rifiuti in plastica non riciclabili, non intercettati dai sistemi di raccolta tradizionali.

2022

Ci impegniamo a supportare ogni anno la rimozione dall'ambiente di plastica dispersa in quantità equivalente a quella immessa sul mercato attraverso la vendita dei nostri prodotti.

2020

Nasce la Regenerative Society Foundation, di cui Davide Bollati è cofondatore.

2014

Davines – divisione Haircare del Gruppo – avvia una collaborazione con Slow Food: ogni prodotto Essential Haircare contiene un ingrediente da un Presidio Slow Food italiano, a tutela della biodiversità e delle aziende agricole familiari.

2024

Pubblichiamo i target 2030 sulla biodiversità nel programma "2030: Davines Group Towards Planet Regeneration". Otteniamo la certificazione ROC® per EROC. Calcolata per la prima volta l'impronta d'uso del suolo del Gruppo.

2021

Partnership con il Rodale Institute per creare l'European Regenerative Organic Center (EROC), primo centro europeo dedicato all'agricoltura biologica rigenerativa. Iniziamo collaborazione con Plastic Bank per contribuire alla rimozione dei rifiuti plastici e al ripristino degli ecosistemi.

2018

Con la nascita del Davines Group Village inauguriamo il Giardino Scientifico: 3.000 m² dedicati a ricerca e ispirazione, con coltivazioni secondo i principi dell'agricoltura biologica rigenerativa.

LA NOSTRA VISIONE

Negli anni, il nostro impegno per la biodiversità si è evoluto: da un approccio orientato alla conservazione siamo infatti passati a una **visione rigenerativa**.

Inizialmente ci siamo concentrati sulla protezione dell'ambiente, riducendo l'impatto delle nostre attività; oggi sentiamo la responsabilità di fare di più, contribuendo attivamente alla rigenerazione degli ecosistemi e delle comunità che ci circondano.

Questo impegno si traduce in una leadership concretamente attiva nella ricerca, nella promozione e nell'adozione di pratiche agricole e di approvvigionamento sostenibili, oltre che nella volontà di ispirare la nostra community verso stili di vita più consapevoli.

Il nostro percorso è iniziato nel 2014 con la collaborazione con Slow Food, attraverso l'introduzione nella linea Essential Haircare di ingredienti provenienti da Presidi Slow Food italiani,

contribuendo alla tutela della biodiversità agricola e al sostegno delle piccole aziende familiari.

A partire da questa esperienza, abbiamo progressivamente rafforzato il nostro impegno nella ricerca. Nel 2021, insieme al Rodale Institute, abbiamo fondato **EROC** (European Regenerative Organic Center), centro per lo studio e la sperimentazione del potenziale delle pratiche di agricoltura biologica rigenerativa nel migliorare la salute del suolo, aumentare la biodiversità e sequestrare CO₂ dall'atmosfera, contribuendo al contempo a ridurre il consumo idrico e a mitigare i cambiamenti climatici. La partnership con il Rodale Institute supporta anche attività di formazione, divulgazione e accompagnamento rivolte ad agricoltori e stakeholder, favorendo la diffusione di pratiche biologiche rigenerative.





EUROPEAN REGENERATIVE ORGANIC CENTER (EROC): ricerca e innovazione sull'agricoltura biologica rigenerativa

Grazie alla partnership con l'organizzazione non profit **Rodale Institute**, nel 2021 - a Parma, di fronte al Davines Group Village - è nato l'**European Regenerative Organic Center (EROC)**, il primo centro europeo dedicato a ricerca, sperimentazione e formazione nell'ambito dell'**agricoltura biologica rigenerativa**.🌱

EROC NASCE CON CINQUE OBIETTIVI FONDAMENTALI:

- 1 rappresentare un centro di riferimento europeo per ricerca, educazione e divulgazione sull'agricoltura biologica rigenerativa;
- 2 identificare nuovi ingredienti attivi biologici e performanti per l'industria cosmetica;
- 3 promuovere la ricerca su temi chiave come fissazione del carbonio, biodiversità e riduzione del consumo idrico;
- 4 educare agricoltori e pubblico sui principi dell'agricoltura biologica rigenerativa;
- 5 promuovere uno standard di certificazione più elevato nella produzione di ingredienti attivi biologici.

Coerentemente con il nostro impegno di lungo termine sulla ricerca di nuovi ingredienti da pratiche agricole biologiche rigenerative, nel 2024 abbiamo ottenuto la certificazione **ROC® (Regenerative Organic Certified)** 🌱 per EROC. Nel dicembre 2025, a seguito del processo di rinnovo, la **Regenerative Organic Alliance (ROA)** 🌱 ha confermato la certificazione, garantendo il mantenimento di elevati standard nelle pratiche agricole adottate nel nostro Centro.



**Regenerative
Organic
Certified®**



📍 La Regenerative Organic Alliance (ROA) e certificazione ROC®

La **Regenerative Organic Alliance (ROA)** è un'organizzazione non profit internazionale che riunisce esperti in agricoltura, allevamento, salute del suolo, benessere animale e diritti dei lavoratori. Nata su iniziativa del Rodale Institute e di altre realtà del settore, ha l'obiettivo di elaborare standard avanzati per un'agricoltura realmente rigenerativa, curando la loro promozione. La ROA ha sviluppato e supervisiona lo standard **Regenerative Organic Certified® (ROC)**, introdotto nel 2018, curandone l'aggiornamento nel tempo. La certificazione ROC® attesta che un prodotto agricolo è coltivato secondo i più alti standard in termini di sostenibilità ambientale, benessere animale ed equità sociale. Si basa su una certificazione biologica preesistente e sull'adozione di pratiche di agricoltura rigenerativa.

📍 Agricoltura biologica rigenerativa

È un insieme di principi e pratiche agricole che ha l'obiettivo di migliorare la salute e il funzionamento dell'ecosistema del suolo. Questo approccio considera l'agricoltura come un sistema integrato che garantisce elevati standard di salute del suolo, il benessere degli animali e il rispetto degli agricoltori. Rispetto all'agricoltura rigenerativa – che può includere un uso limitato di prodotti chimici di sintesi se compatibili con gli obiettivi di rigenerazione – l'agricoltura biologica rigenerativa è un approccio regolamentato, basato su standard più rigorosi e che non prevede l'impiego di sostanze chimiche di sintesi, come pesticidi ed erbicidi.

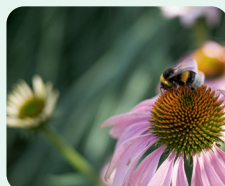
Alcuni principi chiave dell'agricoltura biologica rigenerativa sono:



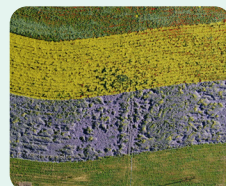
Minimo disturbo del suolo



Rotazioni colturali



Promozione della biodiversità



Utilizzo di colture di copertura



Assenza di prodotti chimici di sintesi



6.000+

piante nel laboratorio
a cielo aperto del
Davines Group Village

Il Giardino Scientifico: un laboratorio a cielo aperto

Insieme a EROC, la nostra sede di Parma ospita un Giardino Scientifico di 3.000 metri quadrati, vera e propria oasi di biodiversità, con oltre 6.000 piante coltivate secondo i principi dell'agricoltura biologica rigenerativa.

Luogo di ispirazione e di studio, simbolo di come natura, scienza e bellezza possano integrarsi e dialogare,

il nostro Giardino Scientifico è, a tutti gli effetti, un laboratorio a cielo aperto, su cui affacciano le vetrate del dipartimento di Ricerca, Sviluppo & Innovazione, che lo utilizza per indagare le proprietà delle piante, esplorare nuove essenze e sviluppare ingredienti innovativi per le nostre formule professionali.



Esperimenti scientifici in EROC

Per dimostrare i **benefici delle pratiche biologiche rigenerative** rispetto a quelle convenzionali, all'interno di EROC portiamo avanti esperimenti scientifici, anche in collaborazione con altre aziende e partner. I primi studi in campo (tre in totale), realizzati tra il 2022 e il 2024, effettuati su nove tipologie di colture sono stati progettati per verificare se queste pratiche siano in grado di migliorare la qualità del suolo, favorire la biodiversità, sostenere il funzionamento dell'ecosistema e contribuire ad arricchire il profilo nutrizionale dei prodotti coltivati. In particolare, il secondo esperimento, **"Il Bello e il Buono"**, sviluppato in collaborazione con il Gruppo Barilla, ha messo a confronto i due modelli agricoli su coltivazioni di cereali e legumi per l'industria alimentare – come grano tenero, grano duro e cece – e su piante aromatiche e medicinali destinate alla produzione di essenze per il settore cosmetico, tra cui melissa, calendula e lavanda.

I RISULTATI DELLE ANALISI SUL SUOLO

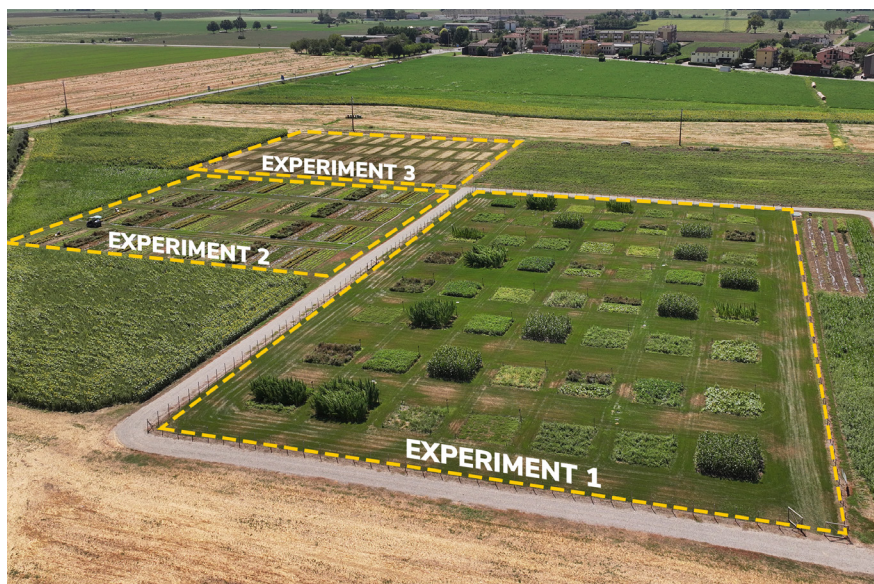
Nel 2025 le attività di **monitoraggio e raccolta dati** sugli esperimenti condotti in EROC sono partite da un'analisi sistematica delle proprietà biologiche, fisiche e chimiche del suolo nelle diverse parcelle sperimentali.

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

I risultati preliminari evidenziano segnali chiari e coerenti: nei sistemi gestiti secondo pratiche biologiche rigenerative si registra un **numero di artropodi superiore del 40%** rispetto ai suoli convenzionali, indicativo di un ecosistema più ricco e dinamico. Negli ultimi tre anni è stato inoltre osservato un **aumento superiore al 30% dei funghi benefici** che vivono in associazione con le radici delle piante e rappresentano un importante indicatore di fertilità. Ancora più significativo è il dato relativo

ai **lombrichi**, la cui presenza risulta fino a **100 volte superiore** rispetto ai terreni convenzionali, con effetti diretti sul miglioramento della struttura e dell'aerazione del suolo.

Parallelamente, i monitoraggi mostrano un incremento positivo e costante dell'**accumulo di carbonio organico** nel suolo nel tempo. Questo si traduce in una maggiore capacità di trattenere acqua e nutrienti e in un contributo concreto alla mitigazione dei cambiamenti climatici.



Il Giardino degli Impollinatori

Nel 2025 abbiamo realizzato il Giardino degli impollinatori, nato nell'ambito della campagna Davines BEE STRONG "All'origine della rigenerazione". Il progetto è stato concepito con una duplice finalità: creare un ambiente favorevole agli insetti impollinatori – fondamentali per la resilienza degli agrosistemi – e dare vita a uno spazio di educazione ambientale in grado di valorizzare il loro ruolo. Abbiamo completato i lavori di realizzazione dell'area con la piantumazione di diverse specie mellifere, contribuendo ad aumentare la disponibilità di risorse alimentari. L'inserimento di un'arnia tecnologica, progettata per monitorare parametri ambientali e legati all'attività delle api, è previsto per la primavera 2026, così da garantire condizioni ottimali per l'insediamento della colonia.

✓ Obiettivo 2025 parzialmente raggiunto



I LEPIDOTTERI, BIOINDICATORI DELLA BIODIVERSITÀ

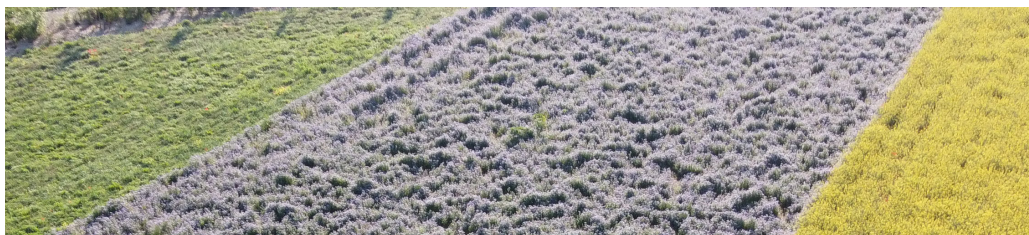


I monitoraggi sui lepidotteri

confermano che le pratiche biologiche rigenerative favoriscono una maggiore biodiversità rispetto ai sistemi convenzionali

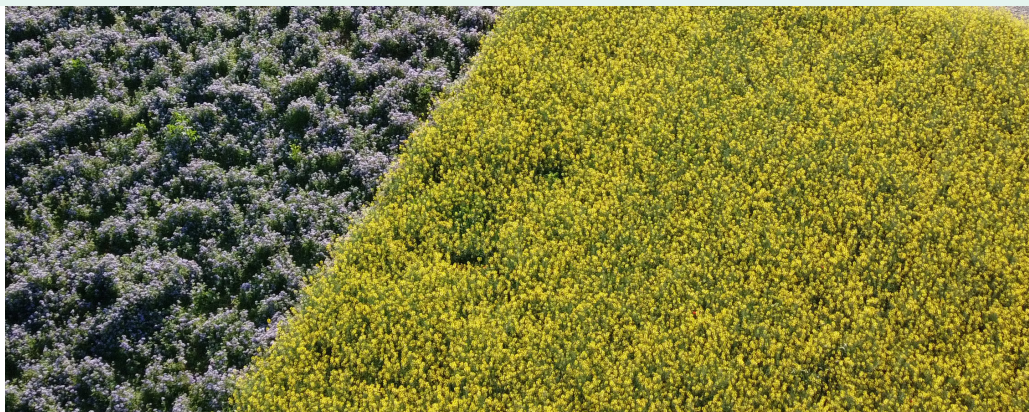
Le attività di ricerca svolte in EROC si sono concentrate anche sulla misurazione della biodiversità attraverso lo **studio dei lepidotteri diurni e notturni** – condotto in collaborazione con l'Università Cattolica di Piacenza – riconosciuti a livello internazionale come bioindicatori sensibili ai cambiamenti ambientali e quindi rappresentativi della biodiversità di un dato territorio. L'obiettivo era definire in modo oggettivo il **profilo ecologico delle aree del Davines Group Village**, confrontando EROC, il Giardino Scientifico e il Km Verde (v. pag. 76) con un campo agricolo convenzionale limitrofo. I risultati mostrano in modo coerente come le pratiche di gestione influenzino direttamente la biodiversità. Per i lepidotteri diurni sono state

censite 23 specie. Nelle aree EROC e nel Giardino Scientifico si registrano **elevati livelli di biodiversità (indice di Simpson )** pari rispettivamente a 0,85 e 0,81 nei due ambienti), superiori rispetto al campo convenzionale. Anche gli indici di similarità mostrano una chiara differenziazione tra gli ambienti: l'**indice di Jaccard ** evidenzia una bassa similarità tra EROC e il campo convenzionale (0,21) e una similarità maggiore tra EROC e il Giardino Scientifico (0,46). Nel complesso, i dati indicano come la gestione rigenerativa del suolo, insieme alla disponibilità di piante nutrici e alla connettività ecologica, favorisca comunità di lepidotteri più ricche, equilibrate e diversificate.



Indici di diversità e similarità

Per valutare la biodiversità e confrontare diversi ambienti vengono utilizzati specifici indici ecologici, riconosciuti a livello internazionale, che permettono di interpretare in modo quantitativo la composizione delle comunità biologiche. **Indice di Simpson:** esprime quanto una comunità è diversificata considerando sia quante specie sono presenti sia quanto sono equilibrate tra loro; su una scala da 0 a 1, valori più alti indicano ecosistemi più ricchi di lepidotteri e meno dominati da poche specie. **Indice di Jaccard:** indica quanto due ambienti condividono le stesse specie; su una scala da 0 a 1, valori alti segnalano comunità simili di lepidotteri, mentre valori bassi evidenziano differenze marcate nella composizione.



AGRICOLTURA BIOLOGICA RIGENERATIVA: LE EVIDENZE DELLA SUA EFFICACIA

Le evidenze emerse dagli esperimenti scientifici condotti in EROC sono state ulteriormente consolidate nel 2025 con la pubblicazione del **primo articolo scientifico** del team di EROC sulla rivista internazionale *Ecosystem Services* (Article 101721, giugno 2025).

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Lo studio, basato su una revisione della letteratura scientifica internazionale, sintetizza lo stato dell'arte delle conoscenze disponibili sugli effetti dell'agricoltura biologica rigenerativa rispetto ai sistemi convenzionali in termini di salute del suolo e servizi ecosistemici. I risultati evidenziano come l'agricoltura biologica rigenerativa sia generalmente associata a **effetti positivi sulla salute e sul funzionamento del suolo**. In particolare:

- il 64% delle osservazioni analizzate evidenzia effetti positivi sui servizi ecosistemici del suolo;
- si registrano incrementi di alcuni indicatori chiave della salute del suolo, tra cui carbonio organico del suolo (+22%), azoto totale (+28%) e biomassa microbica del carbonio (+133%);
- i principali benefici riguardano i servizi ecosistemici di supporto, come il ciclo dei nutrienti e dell'acqua, le dinamiche della sostanza organica del suolo, l'accumulo di carbonio organico e il mantenimento della struttura del suolo;
- lo studio evidenzia anche effetti positivi su alcuni servizi ecosistemici legati alla capacità del suolo di fornire habitat e supportare la biodiversità;
- le evidenze disponibili suggeriscono un potenziale miglioramento della qualità nutrizionale delle colture nei sistemi biologici rigenerativi;

- lo studio rileva rese mediamente inferiori rispetto ai sistemi convenzionali nel breve periodo, sottolineando tuttavia che risultati e produttività dipendono da molteplici fattori e possono evolvere diversamente nel lungo termine;
- la revisione evidenzia infine la necessità di ulteriori studi di lungo periodo e il potenziale dei sistemi biologici rigenerativi nel rafforzare la resilienza degli agroecosistemi ai cambiamenti climatici.



La **letteratura scientifica**

conferma il potenziale dell'agricoltura biologica rigenerativa nel migliorare la salute del suolo





Coltivare il cambiamento e diffondere un'agricoltura biologica rigenerativa

In linea con gli obiettivi del nostro centro EROC, quotidianamente promuoviamo attività per diffondere la conoscenza dell'agricoltura biologica rigenerativa e favorirne l'adozione.



4.000+

visitatori accolti in EROC tra cittadini, aziende private, partner ed enti pubblici

Dal 2021 infatti portiamo avanti attività di **formazione, divulgazione scientifica e collaborazione** con agricoltori, ricercatori e stakeholder. Le visite presso EROC, i corsi, gli eventi pubblici e le partnership con altre realtà del settore sono parte di un impegno costante volto ad accelerare la transizione verso sistemi agricoli più sostenibili e resilienti.

Nel 2025, EROC ha confermato e consolidato il proprio ruolo come punto di riferimento per il confronto e la diffusione di questi temi coinvolgendo un pubblico sempre più ampio e diversificato, composto da imprese, istituzioni, mondo accademico e società civile. Tra i principali incontri e iniziative realizzate, in Italia e all'estero:

Patagonia – Lancio Associazione Nazionale Produttori per l'Agricoltura Biologica e Rigenerativa (Milano)



>900

articoli e pubblicazioni dove viene menzionato EROC

Organizzato da “Deafal - Agricoltura Organica e Rigenerativa” per il lancio dell'Associazione Nazionale Produttori per l'Agricoltura Biologica e Rigenerativa in Italia – gruppo di aziende impegnate a produrre cibo sano e di qualità con la missione di rigenerare i suoli per la tutela della biodiversità – e ospitato da Patagonia Store a Milano. Siamo intervenuti con il contributo scientifico di EROC, portando il punto di vista del settore cosmetico sul ruolo delle imprese nella promozione della salute del suolo e di modelli agricoli rigenerativi.

Green Week Festival (Parma)

Appuntamento annuale di riferimento sui temi della sostenibilità e dell'economia green, abbiamo presentato le attività EROC e contribuito al dibattito sull'agricoltura biologica rigenerativa e sulla salute del suolo.



Together We ROC – Lancio dell'Acceleratore Europeo per l'Agricoltura Rigenerativa

L'evento, ospitato presso il Davines Group Village e co-organizzato con Regenerative Organic Alliance (ROA) e ICEA, ha segnato il lancio dell'Acceleratore Europeo per l'Agricoltura Rigenerativa e Biologica, coinvolgendo un ampio ecosistema di stakeholder – produttori, aziende, accademici, associazioni e istituzioni – e avviando un percorso condiviso verso sistemi agricoli che integrano approccio biologico e rigenerativo.

Climate Farm School (USA), Greenitaly Conference, InLife Forum, Humus Gathering

Siamo intervenuti come speaker in contesti nazionali e internazionali, contribuendo alla diffusione dei temi legati a salute del suolo, biodiversità e modelli agricoli rigenerativi.



Formazione e supporto alla filiera

La formazione rappresenta una leva chiave per favorire l'adozione di pratiche agricole rigenerative. Nel 2025, EROC è stato oggetto di studio all'interno della **Food City Design Seasonal School** dell'Università di Parma come esempio concreto di integrazione tra impresa, ricerca e tutela della biodiversità.

A questa attività si sono affiancati corsi di formazione e webinar, tra cui il **Training Course on Regenerative Organic Certification**, realizzato presso il Davines Village e online, dedicato alla diffusione di conoscenze sull'agricoltura biologica rigenerativa.

In parallelo, abbiamo portato avanti il nostro impegno diretto a supporto delle aziende agricole nel percorso di adozione di pratiche biologiche rigenerative e di certificazione ROC®, di cui finanziamo parte dei costi e offriamo supporto tecnico nelle fasi iniziali, fino al passaggio di competenze all'ente certificatore. In particolare, nel 2025 abbiamo organizzato una **consulenza tecnico-**

scientifica dedicata alla certificazione ROC® (Regenerative Organic Certified). Abbiamo inoltre accompagnato un gruppo di agricoltori italiani impegnati nella coltivazione di cotone biologico rigenerativo. A oggi le **aziende agricole certificate ROC® in Italia sono 15**, tutte supportate dal nostro Gruppo, mentre ulteriori realtà stanno completando il percorso di certificazione anche a livello internazionale.

Momento centrale di questo cammino è stato l'evento del 13 ottobre 2025 presso il Davines Group Village, che ha riunito un **ampio network di stakeholder** per promuovere il movimento dell'agricoltura biologica rigenerativa e la certificazione ROC® in Italia e in Europa.

Infine, il progetto europeo **LEAF** ha rafforzato il ruolo internazionale di EROC nella sostenibilità, promuovendo l'integrazione della biodiversità nelle imprese tramite formazione e scambi tra Italia e Svezia. Il Gruppo Davines, coinvolto come caso studio, ha presentato il proprio modello al seminario iniziale e condiviso le esperienze a livello europeo, contribuendo al dibattito su biodiversità, innovazione e competitività.

Biodiversità

The Good Farmer Award

Nato nel 2024 su iniziativa del Gruppo Davines insieme alla Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile, "The Good Farmer Award" è il **primo riconoscimento in Italia** dedicato agli agricoltori impegnati in pratiche di agricoltura biologica rigenerativa e agroecologia. Il premio, rivolto agli **under 35**, mira a diffondere una nuova cultura produttiva capace di sostenere la transizione ecologica delle filiere agroalimentari.



3 progetti di agricoltura biologica rigenerativa premiati con 10.000 € ciascuno

Giunto alla sua seconda edizione, nel 2025 l'iniziativa ha coinvolto anche aziende agricole-zootecniche attente al benessere animale. Il concorso ha registrato una crescita significativa, con **81 candidature** valutate da una giuria di esperti. Il 1° dicembre 2025 presso il Davines Group Village di Parma sono stati premiati due agricoltori, ciascuno con un contributo di 10.000 euro destinato allo sviluppo delle attività.

Ad aggiudicarsi il riconoscimento sono Alessia Mazzù, per il progetto di rigenerazione ambientale e sociale avviato con la Cooperativa Agricola Co.r.ag.gio a Roma, e Luca Quirini, per il suo modello di allevamento sostenibile e attento al benessere animale nell'entroterra ligure. Due esperienze diverse ma accomunate da un approccio innovativo e responsabile, che interpreta l'agricoltura come leva di cambiamento positivo per il territorio e la comunità.

Nel 2025 il "Good Farmer Award" ha debuttato anche negli **Stati Uniti**, in collaborazione con il Rodale Institute e senza limiti di età per i partecipanti. La prima edizione americana ha ricevuto oltre **90 candidature**. L'azienda Clarendia "Farmer Cee" Stanley si è aggiudicata il premio. Si tratta di una realtà pioniera dell'agricoltura biologica rigenerativa, prima azienda agricola statunitense di proprietà di una donna afroamericana ad ottenere la certificazione B Corp. Rappresentanti di Clarendia sono stati ospitati presso il Davines Village nel luglio 2025 in occasione del Plenum aziendale, hanno visitato EROC e incontrato il team, partecipando anche a un momento di confronto online con i vincitori italiani dell'edizione 2024.



Obiettivo 2025 raggiunto





OBIETTIVI 2026

- Organizzare un corso di agricoltura biologica rigenerativa per il personale del settore agricolo – agricoltori, studenti indirizzati al settore agricolo, ispettori di centri di certificazione
- Svolgere consulenza di agricoltura biologica rigenerativa (educazione e training) per università o scuole secondarie;
- Partecipare come relatori ad almeno tre eventi nazionali/internazionali per promuovere EROC;
- Organizzare un evento con soggetti interessati alla filiera biologica rigenerativa;
- Continuare a sostenere i 15 agricoltori in Italia con il rinnovo ROC® e attivare nuove ROC® per 5 agricoltori internazionali;
- Sottoporre due articoli a riviste scientifiche internazionali.



DALLA NATURA ALLE FORMULE, NEL RISPETTO DELLA BIODIVERSITÀ

Ingredienti certificati ROC®

Il nostro impegno nello sviluppo di formule che riducano l'impatto sugli ecosistemi si traduce nella selezione degli ingredienti e nelle scelte di formulazione. Leve centrali sono la ricerca, la sperimentazione e l'utilizzo di **ingredienti derivati da pratiche di agricoltura biologica rigenerativa**, con particolare attenzione a quelli certificati ROC® – Regenerative Organic Certified.

Nel corso dell'anno abbiamo raggiunto l'obiettivo prefissato: sono stati introdotti **10 nuovi ingredienti** nelle formule, provenienti da agricoltura rigenerativa secondo il modello EROC o certificati ROC®. A fine 2025 abbiamo così raggiunto il traguardo di 21 ingredienti certificati ROC® (corrispondenti a 19 specie) complessivamente presenti nelle nostre formulazioni.



Obiettivo 2025 raggiunto

TARGET 2030: DOVE SIAMO OGGI

21 ingredienti certificati ROC® presenti nelle nostre formule, rispetto al target di oltre 80 entro il 2030



Fico d'India
Cladodio

Azienda Agricola Sirgole
(Italia, Lecce)



Uva rossa
Buccia

Vigna Cunial
(Italia, Parma)



Calendula
Fiore

EROC (Italia, Parma)



Amaranto
Semi

Antica Tenuta Giovanna
(Italia, Viterbo)



Sambuco
Fiore

Fantasia Bottega Ferriere
(Italia, Piacenza)



Achillea millefoglie
Fiore

EROC (Italia, Parma)



Clementina
Frutto

Le Terre Di Zoè
(Italia, Reggio Calabria)

OBIETTIVO 2026

30 ingredienti provenienti da pratiche di agricoltura biologica rigenerativa secondo il modello EROC o certificati ROC® presenti nelle nostre formule.



Melissa
Foglia
EROC (Italia, Parma)



Altea
Foglia
Vivai Campana
(Italia, Mantova)



Trifoglio rosso
Fiore
EROC (Italia, Parma)



Lupino
Semi + olio
Azienda Agricola Piccapane
(Italia, Lecce)



Albicocca
Frutto + olio
Azienda Agricola
Parco dei Buoi
(Italia, Campobasso)



Mirto
Bacche
Società Agricola Sarda
Aromatiche (Italia, Cagliari)



Cece nero
Semi
Eredi Colla Valter
(Italia, Parma)



Arancia amara
Frutto + olio
Biosiculà
(Italia, Palermo)



Mela
Frutto
Azienda Agricola
Querzola
(Italia, Parma)



Caffè verde
Semi
Groundworks
(Perù)



Grano Saraceno
Semi
Cascina Dulcamara
(Italia, Novara)



Cocco
Seme
Dr. Bronner's Serendipol
sister company
(Sri Lanka)

Biodiversità

LE CAMPAGNE DEI NOSTRI BRAND

davines [comfort zone]
conscious skin science

Fiorire insieme alla natura

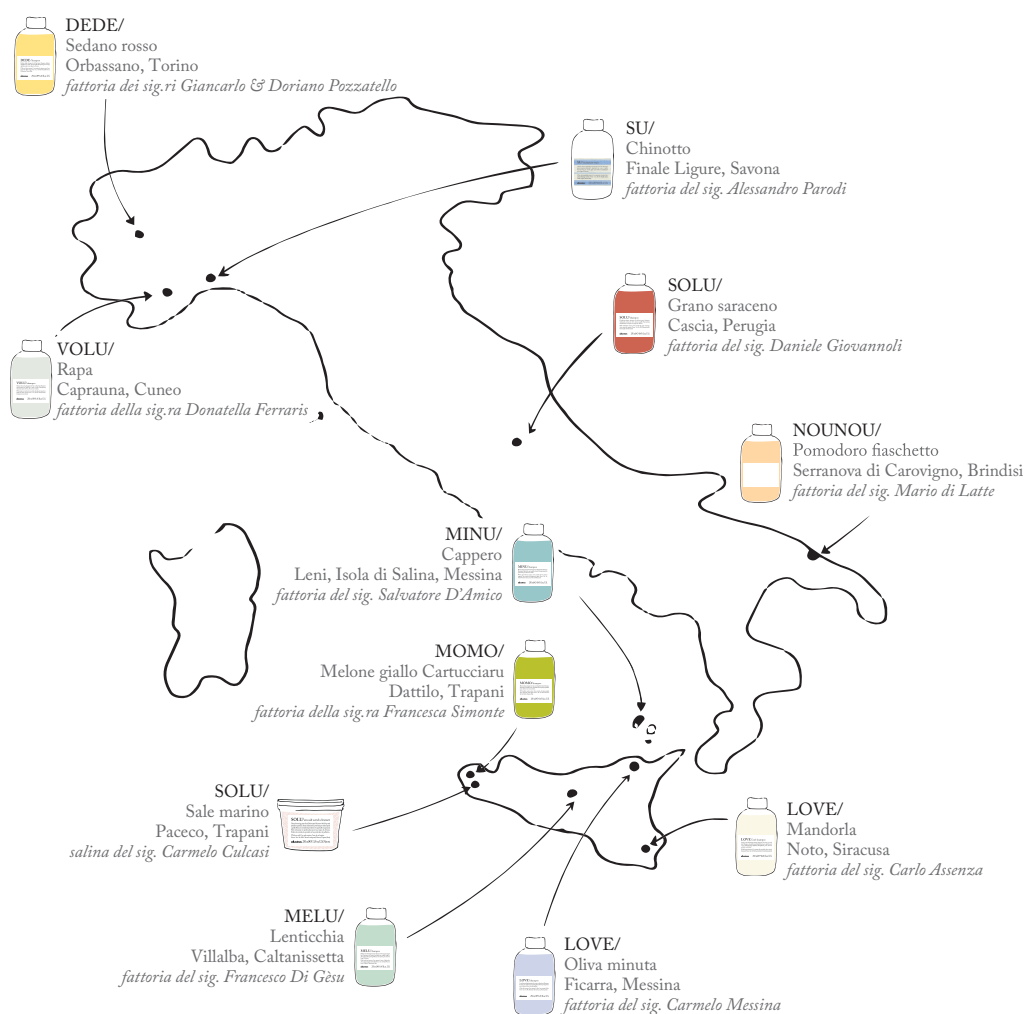
Quando la natura fiorisce, possiamo fiorire anche noi. Questo è il punto di partenza della campagna 2025, che richiama la connessione profonda tra essere umano e ambiente: sostenere la natura, a partire dalla salute del suolo, significa creare le condizioni per la nostra stessa rigenerazione. Davines e [comfort zone] hanno celebrato il Mese della Terra con il lancio delle campagne socio-ambientali “Grow Beautiful” e “Stand For Regeneration”, iniziative ideate per sensibilizzare sulla salute del suolo e contribuire alla diffusione delle conoscenze sull'agricoltura biologica rigenerativa.

Prodotto manifesto della campagna 2025 è un burro idratante multiuso, per capelli, viso e corpo, formulato con l'estratto di calendula, ingrediente certificato ROC® e coltivato al 100% presso EROC, creato con il 93,25% di ingredienti naturali e l'85,5% di ingredienti biodegradabili.



Ingredienti Slow Food e certificazioni socio-ambientali

Dal 2014 abbiamo preso un impegno a favore della tutela della biodiversità italiana, scegliendo di utilizzare per la nostra linea iconica Davines Essential Hair Care **11 ingredienti provenienti da Presidi Slow Food**, al fine di valorizzare colture locali e sostenere le comunità agricole che le custodiscono.



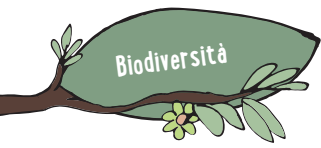
A rafforzare ulteriormente queste scelte, le nostre formule contengono oggi il 54,8*% di materie prime con certificazione ambientale e/o sociale, tra cui: **RSPO CSPO Mass Balance**, che promuove la produzione sostenibile dell'olio di palma; COSMOS, standard

internazionale per la cosmetica biologica e naturale; NATRUE, certificazione per cosmetici naturali e biologici; e UEBT, che garantisce approvvigionamenti etici e rispettosi della biodiversità, dei diritti umani e delle comunità locali.

*Dati calcolati sulla base dei kg di materie prime acquistati nel 2025. Nel calcolo sono esclusi gli ingredienti dei prodotti realizzati al di fuori del nostro stabilimento, i full-service.

RSPO CSPO Mass Balance

Si rimanda all'approfondimento di p. 93



A tutela delle foreste

Alcuni degli ingredienti utilizzati nelle nostre formulazioni sono derivati da olio di palma o di palmisto. Pur non impiegando questi oli in forma pura, riconosciamo il loro impatto potenziale sugli ecosistemi forestali e, per questo, nel 2025 abbiamo avviato il percorso di **adesione a RSPO** (Roundtable on Sustainable Palm Oil), l'organizzazione internazionale che definisce standard per una produzione e una filiera dell'olio di palma più sostenibili e tracciabili.

Il nostro obiettivo 2025 relativo alla definizione di una *Deforestation-free Policy* è stato parzialmente raggiunto attraverso l'adozione di una policy specifica sui derivati da olio di palma, prima formalizzazione strutturata della nostra strategia di tutela delle foreste e della biodiversità in relazione alla materia prima maggiormente esposta al rischio di deforestazione, e primo passo verso l'estensione di criteri analoghi ad altre materie prime.

TARGET 2030: DOVE SIAMO OGGI

89,6%* di ingredienti derivati da olio di palma certificati **RSPO CSPO Mass Balance** , rispetto al target del 100% entro il 2030

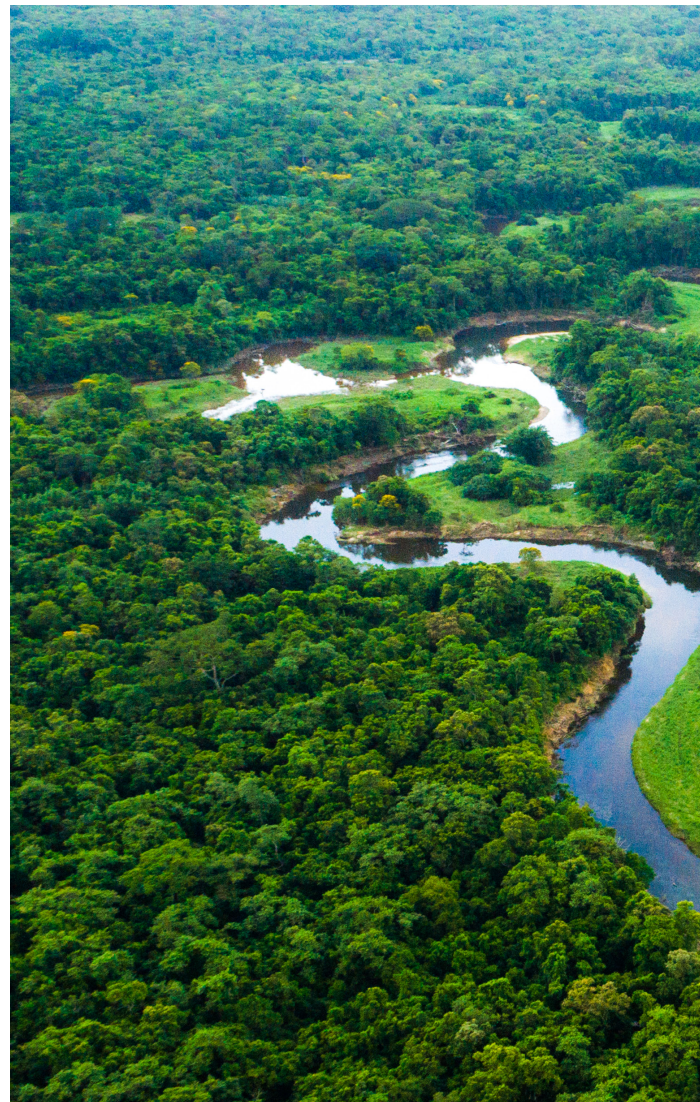
A supporto di questo impegno, abbiamo sviluppato una **Policy di Gruppo sull'Approvvigionamento Sostenibile di Derivati da Olio di Palma**. La policy introduce impegni concreti in materia di:

- approvvigionamento attraverso filiere certificate RSPO;
- rafforzamento progressivo della tracciabilità lungo la catena di fornitura;
- allineamento ai principali framework internazionali (EUDR, SBTi FLAG, Accountability Framework Initiative).

Si tratta di un primo passo strutturato verso l'integrazione di criteri di approvvigionamento orientati alla prevenzione della deforestazione e alla tutela degli ecosistemi, a partire dalla materia prima maggiormente esposta a questo rischio. Nei prossimi anni continueremo a rafforzare tracciabilità, monitoraggio e dialogo con i fornitori, con l'obiettivo di estendere progressivamente questo approccio anche ad altre materie prime rilevanti.



Obiettivo 2025
parzialmente raggiunto



*Dati calcolati sulla base del numero di ingredienti ricevuti nel 2025. Nel calcolo sono esclusi gli ingredienti dei prodotti realizzati al di fuori del nostro stabilimento, i full-service.

OBIETTIVO 2026

Finalizzare l'adesione a RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) e la Policy sull'Approvvigionamento Sostenibile di Olio di Palma: primo passo per definire il piano d'azione aziendale a tutela della biodiversità e delle foreste lungo la filiera dell'olio di palma, nostra principale commodity.

Olio di palma RSPO CSPO Mass Balance

Il modello di catena di approvvigionamento RSPO CSPO Mass Balance “consente la miscelazione di olio di palma certificato RSPO e non certificato RSPO (attraverso una combinazione fisica o amministrativa) in qualsiasi fase della catena di approvvigionamento, a condizione che le quantità complessive del sito siano controllate” (Fonte: 2020 RSPO Supply Chain Certification Standard, p. 19, disponibile sul sito [RSPO](#).)

Questo modello facilita la transizione verso una catena di approvvigionamento più sostenibile, assicurando che una quantità specifica di olio certificato RSPO sia stata prodotta, anche se non interamente contenuta nel prodotto finale.

La RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) è un'organizzazione internazionale che definisce gli standard per la produzione sostenibile dell'olio di palma, promuovendo il rispetto di criteri ambientali, sociali ed economici lungo tutta la filiera.

CSPO (Certified Sustainable Palm Oil) indica l'olio di palma certificato secondo gli standard RSPO, la cui tracciabilità e contabilizzazione possono avvenire anche tramite il modello di catena di custodia “Mass Balance”.





Naturalità e minore bioaccumulo degli ingredienti

Nell'ambito del nostro impegno verso formule che riducono l'impatto sugli ecosistemi, lavoriamo per aumentare progressivamente la percentuale di ingredienti di origine naturale e privilegiare sostanze a ridotto bioaccumulo nell'ambiente.

NATURALITÀ: CRITERIO ISO*

Nel 2025 abbiamo introdotto la metodologia **ISO 16128**  per calcolare la naturalità dei nostri ingredienti. Questo standard ci permette di comunicare una percentuale basata su criteri riconosciuti a livello internazionale, garantendo maggiore solidità, trasparenza e comparabilità del dato.



■ Ingredienti naturali - ISO ■ Ingredienti sintetici

TARGET 2030: DOVE SIAMO OGGI

75,6% ingredienti* di origine naturale secondo il criterio ISO 16128, rispetto al target di oltre il 90% entro il 2030

Criterio di naturalità ISO 16128

ISO 16128 è uno standard internazionale che definisce criteri e un metodo di calcolo per determinare la quota di origine naturale degli ingredienti cosmetici. Secondo ISO 16128 un ingrediente è considerato "naturale" se deriva da fonti naturali e viene ottenuto con processi fisici (senza modifica chimica). Se invece viene modificato chimicamente, può essere classificato come "derivato naturale" quando la sua quota di origine naturale supera il 50% (calcolata con criteri come peso molecolare o carbonio rinnovabile).



NATURALITÀ: METODO INTERNO*

Parallelamente al criterio ISO 16128, continuiamo a monitorare la naturalità anche attraverso un metodo interno, che considera solo ingredienti di origine completamente naturale. Questo ci consente di seguire nel tempo, in modo rigoroso, i progressi nell'utilizzo di ingredienti 100% naturali all'interno delle nostre formule.



■ Ingredienti naturali, inclusi biologici certificati
 ■ Ingredienti naturali modificati
 ■ Ingredienti sintetici 

Dal 2024 al 2025 la quota di ingredienti 100% naturali è aumentata di 2,3 punti percentuali, mentre la quota di ingredienti naturali secondo il criterio ISO 16128 è cresciuta di 3,6 punti percentuali. Questo incremento è principalmente attribuibile al lavoro di riformulazione dei prodotti della linea Essential Haircare, una delle linee più rilevanti per il brand Davines, che ha concentrato i propri sforzi sulla riduzione degli ingredienti di origine petrolchimica, privilegiando - ove possibile - ingredienti 100% naturali o, in alternativa, di derivazione naturale.

*Dati calcolati sulla base dei kg di materie prime acquistati nel 2025. Nel calcolo sono esclusi gli ingredienti dei prodotti realizzati al di fuori del nostro stabilimento, i full-service.



Tipologie di ingredienti

Ingredienti naturali inclusi biologici certificati: derivati esclusivamente da fonti naturali o naturali biologiche.

Ingredienti naturali modificati: combinazione di sostanze naturali e sintetiche.

Ingredienti sintetici: a differenza degli ingredienti naturali, sono ottenuti in laboratorio tramite processi chimici.



BIOACCUMULO*



■ Ingredienti con minore bioaccumolo ■ Altri Ingredienti

TARGET 2030: DOVE SIAMO OGGI

83,5% degli ingredienti* a ridotto bioaccumulo nell'ambiente rispetto al target di oltre l'85% entro il 2030

OBIETTIVI 2026

> 84,50% di ingredienti* utilizzati nelle nostre formule avrà un ridotto bioaccumulo nell'ambiente.

La percentuale di **ingredienti a ridotto bioaccumulo** nell'ambiente raggiunta nel 2025 è leggermente aumentata dal 2024 al 2025, tuttavia non siamo riusciti a raggiungere l'obiettivo dell'85% che ci eravamo prefissati. Nel corso dell'anno abbiamo concentrato i nostri sforzi sulla verifica e sul consolidamento dei dati, svolgendo test standardizzati (secondo il metodo OECD 301) per assicurare una corretta classificazione di tutti i nostri ingredienti in relazione al loro potenziale di bioaccumulo nell'ambiente.

✗ Obiettivo 2025 non raggiunto

🔍 Ingredienti con ridotto bioaccumulo

Consideriamo ingredienti con minore bioaccumulo quelli che prevengono l'accumulo di sostanze tossiche negli organismi e contribuiscono alla salvaguardia degli ecosistemi. Nel calcolo, sono incluse le materie prime rapidamente biodegradabili (classificate come tali secondo il metodo OECD 301, ric. Regolamento CE n. 648/2004, ovvero se più del 70% del composto si biodegrada in soli 28 giorni), acqua e sostanze non organiche.

*Dati calcolati sulla base dei kg di materie prime acquistati. Gli indicatori relativi alle formule escludono gli ingredienti dei prodotti realizzati al di fuori del nostro stabilimento, i full-service.

L'IMPATTO SULL'USO DEL SUOLO NELLA FILIERA

Per comprendere meglio il nostro impatto sull'uso del suolo lungo tutta la catena di fornitura e nelle operazioni dirette presso la sede di Parma, abbiamo avviato nel 2024 un'analisi focalizzata

su due aspetti principali: **uso del suolo** 🌱 e **cambiamento d'uso del suolo** 🌳.

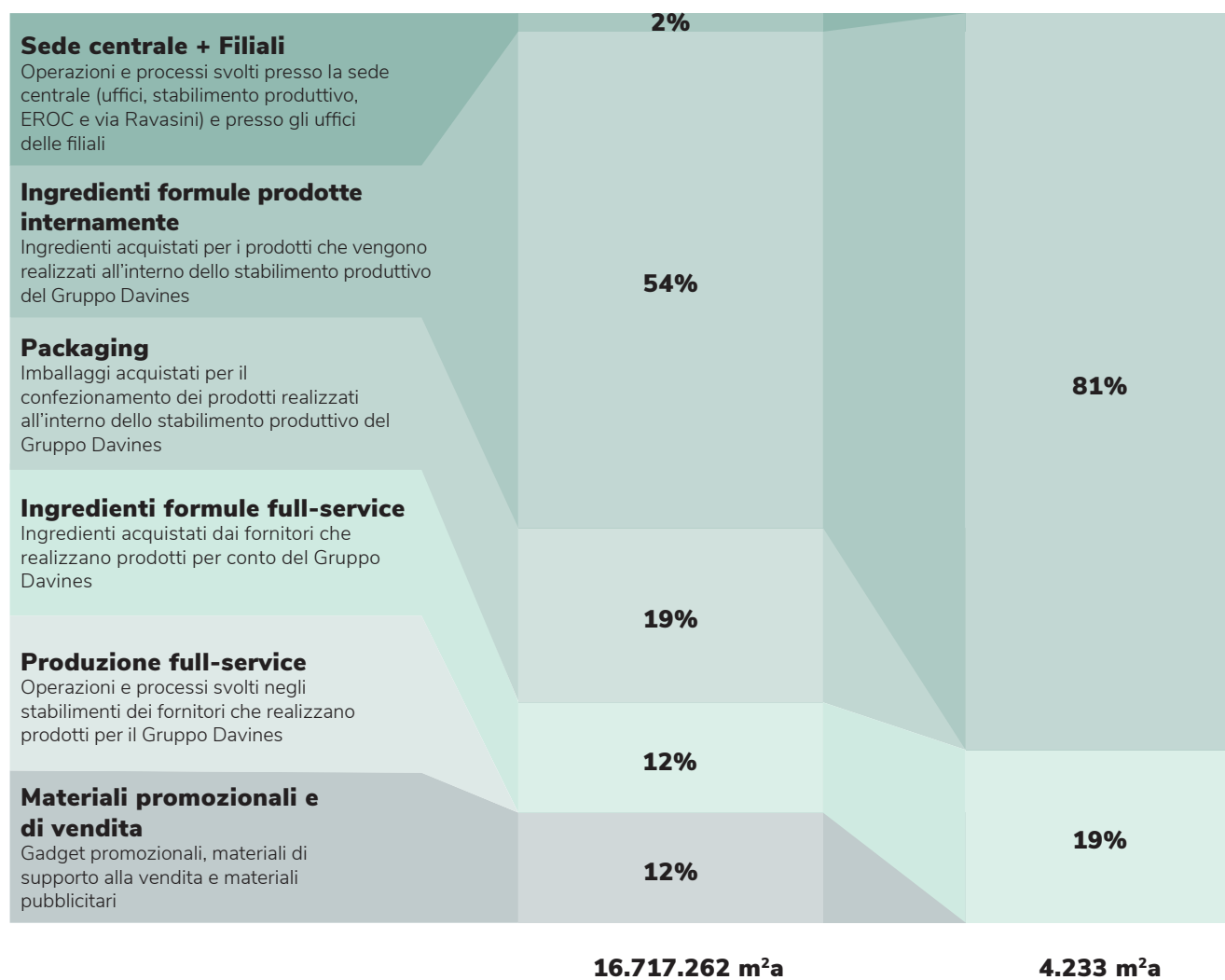
Nel 2025 l'analisi è stata aggiornata ed estesa, includendo anche le attività presso gli uffici delle filiali.



Uso del suolo



Cambiamento d'uso del suolo



Biodiversità

L'estensione del perimetro non ha comportato variazioni significative: anche nel 2025 la **quota principale dell'impatto** resta riconducibile alla **catena di fornitura**, in particolare all'approvvigionamento di materie prime e packaging, mentre il contributo delle operazioni dirette rimane marginale. I risultati confermano che l'impatto è guidato principalmente dagli ingredienti utilizzati nelle formule.

L'aumento dei volumi di **materie prime acquistate** 📈 (+35% rispetto al 2024), insieme alla crescente incidenza di ingredienti di origine naturale (v.pag. 96), ha determinato un incremento degli impatti relativi al suolo.

In particolare, cresce l'**uso del suolo** 📈, legato alla superficie necessaria alla produzione agricola. Questo aumento è in larga parte riconducibile all'impiego di superfici già destinate alla produzione e non rappresenta necessariamente un impatto negativo, ma riflette un maggiore ricorso a risorse di origine naturale.

Diverso è il **cambiamento d'uso del suolo** 📈, che riguarda la conversione di ecosistemi naturali e comporta effetti diretti sulla biodiversità e sugli ecosistemi. Anche questo indicatore è associato principalmente agli ingredienti e nel 2025 registra un incremento del 35% rispetto al 2024, in linea con la crescita dei volumi di materie prime acquistate. L'aumento è quindi riconducibile principalmente a un effetto di scala, più che a un cambiamento nelle pratiche di approvvigionamento.

I due indicatori considerati nell'analisi, l'indicatore di uso del suolo e l'indicatore di cambiamento d'uso del suolo, risultano quindi entrambi in aumento, tuttavia, presentano valori molto diversi tra loro in termini assoluti. L'indicatore relativo all'uso del suolo raggiunge 16.717.262 m²a, mentre quello relativo al cambiamento d'uso del suolo si attesta a 4.233 m²a.

Questa differenza evidenzia come la maggior parte del suolo associato alle attività sia già agricolo, mentre la quota legata a processi di conversione di ecosistemi naturali risulta nettamente più contenuta.



📈 Materie prime acquistate

Per materie prime si intendono ingredienti, packaging e imballaggi logistici, prodotti full-service (realizzati al di fuori del nostro stabilimento), materiali di vendita e promozionali, prodotti ambience (come candele o profumatori), attrezzature e dispositivi di consumo. La valutazione del loro impatto ambientale avviene attraverso due metodologie:

- **Approccio mass-based:** applicato a ingredienti, packaging e imballaggi logistici, calcola l'impatto in base alla quantità fisica dei materiali utilizzati (kg o tonnellate).
- **Approccio spend-based:** utilizzato per le altre categorie, stima l'impatto a partire dal valore economico degli acquisti, in assenza di dati fisici sui materiali.

In questo contesto dove il suolo utilizzato è già suolo destinato all'uso agricolo, diventa importante il modo in cui queste pratiche agricole vengono svolte. Ci impegniamo quindi nella promozione di pratiche di agricoltura biologica rigenerativa, che punta a migliorare l'ecosistema del suolo (v. pag. 80). In parallelo, abbiamo aderito ad RSPO e abbiamo sviluppato una policy sui derivati da olio di palma per ridurre i rischi legati al cambiamento d'uso del suolo lungo la filiera (v. pag. 94).

Insieme agli ingredienti, una quota dell'impatto è legata al packaging, valutato con **approccio mass-based**  sui volumi fisici, senza variazioni significative rispetto al 2024. Contribuiscono inoltre materiali di vendita, gadget promozionali e prodotti full-service, per i quali è stato adottato un **approccio spend-based** , basato sul valore degli acquisti. I risultati per queste categorie rappresentano una stima indicativa, utile a orientare analisi e miglioramenti futuri.



Uso del suolo e cambiamento d'uso del suolo

Uso del suolo: indica il modo in cui un'area terrestre viene utilizzata dall'uomo, ad esempio per agricoltura, silvicoltura o urbanizzazione. Rappresenta un indicatore chiave nella gestione ambientale e nella valutazione degli impatti ecologici ed è espresso in metri quadrati di superficie occupati nell'arco di un anno.

Cambiamento d'uso del suolo: si riferisce alla trasformazione dell'utilizzo di un'area nel tempo, ad esempio la conversione di foreste in campi coltivati. È espresso in metri quadrati di suolo trasformati e occupati in un anno.



L'IMPEGNO PER LA RACCOLTA DI RIFIUTI IN PLASTICA

Seguiamo i principi dell'ecodesign per ridurre l'impatto del packaging lungo la nostra catena del valore. Come Gruppo siamo però consapevoli che, nella fase di fine vita, gli imballaggi escono dalla nostra gestione diretta e possono generare impatti, soprattutto se non vengono correttamente smaltiti o riciclati e finiscono nell'ambiente. Per questo, dal 2022 ci impegniamo ogni anno a supportare la rimozione dall'ambiente di una quantità di plastica dispersa equivalente a quella che immettiamo sul mercato con la vendita dei nostri prodotti.

Fino al 2024, grazie alla collaborazione con Plastic Bank, questo impegno si è concretizzato nel supporto a sistemi di raccolta già operativi a livello locale, contribuendo a incentivare attività esistenti di intercettazione dei rifiuti plastici prima che raggiungano il mare. Nel 2025 tale impegno è stato realizzato in parte attraverso la collaborazione con

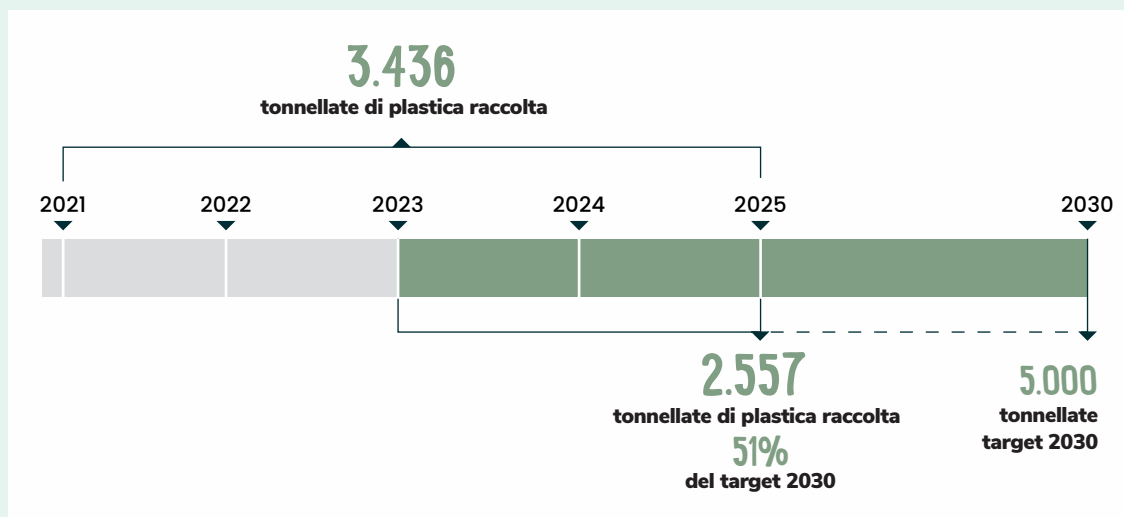
Plastic Bank e in parte attraverso una **nuova partnership** avviata nel 2025 con **CleanHub**, B Corp impegnata nella raccolta di rifiuti plastici, in particolare non riciclabili e privi di valore economico, per prevenirne la dispersione nell'ambiente, attraverso progetti locali tracciati e a impatto sociale positivo. Questo approccio consente di generare addizionalità, intercettando rifiuti che, in assenza di un mercato, non verrebbero altrimenti rimossi dall'ambiente.

Nel 2025 abbiamo così supportato la raccolta di 490 tonnellate di rifiuti in plastica tramite Plastic Bank, dalle coste dell'Indonesia, e raccolto tramite CleanHub ulteriori 378 tonnellate, in India, Indonesia, Guatemala e Filippine.




Plastica raccolta:

2021	2022	2023	2024	2025
100 tonnellate	779 tonnellate	823 tonnellate	866 tonnellate	868 tonnellate


TARGET 2030: DOVE SIAMO OGGI

2.557 tonnellate di rifiuti in plastica raccolti dall'ambiente, rispetto al target di 5.000 tonnellate entro il 2030.



Il nostro nuovo partner CleanHub

CleanHub, nostro partner dal 2025 per questo progetto, è un'azienda B Corp dal 2025 con sede in Germania che opera attraverso una rete di partner locali, sviluppando progetti che rendono possibile la raccolta anche di plastica priva di valore economico, che rischierebbe altrimenti di rimanere dispersa nell'ambiente.

Nei diversi Paesi in cui CleanHub opera, circa il 30% dei materiali raccolti è costituito da plastica riciclabile (come PET, LDPE, PP e altre plastiche rigide e flessibili), mentre il restante 70% è composto da materiali non riciclabili, tra cui plastiche multistrato come incarti, pellicole e sacchetti.



Gestione della plastica raccolta da CleanHub e fine vita

Le plastiche riciclabili vengono inviate a riciclatori locali e regionali per essere reimmesse nei cicli produttivi tramite processi di riciclo per nuovi impieghi.

Per tutti i progetti, ad eccezione del progetto Clean La Barrita in Guatemala, le plastiche non riciclabili sono destinate al co-processing nei cementifici, dove vengono trattate a temperature molto elevate, consentendo sia il recupero energetico sia quello di materia. In questo processo, sostituiscono parzialmente i combustibili fossili e la componente residua della plastica (cenere) viene incorporata nel clinker (il materiale base del cemento), senza generare scarti da smaltire. Questo processo rappresenta un'alternativa più sostenibile rispetto all'incenerimento tradizionale, contribuendo a ridurre l'uso di risorse fossili vergini e il conferimento in discarica.

Il progetto Clean La Barrita (Guatemala) si concentra sul recupero e riciclo di plastiche riciclabili a basso valore, in particolare imballaggi in plastica leggera e flessibile, che pur essendo riciclabili spesso non vengono effettivamente recuperati difficili da gestire e poco valorizzati sul mercato. Attraverso il progetto, questi materiali vengono intercettati e avviati a riciclo presso impianti locali, contribuendo ad aumentarne il recupero e a evitarne la dispersione nell'ambiente o il conferimento in discarica.

I progetti di CleanHub sostenuti dal Gruppo Davines contribuiscono a generare i seguenti impatti:

IMPATTO AMBIENTALE

I progetti CleanHub contribuiscono alla tutela degli ecosistemi attraverso:



Prevenzione della dispersione dei rifiuti in contesti privi di sistemi strutturati di gestione, evitando che vengano dispersi nell'ambiente o raggiungano ecosistemi naturali sensibili.



Riduzione dell'inquinamento di acqua, suolo e aria, limitando fenomeni come combustione, discariche informali e degrado urbano.



Protezione della biodiversità, in particolare negli ecosistemi marini e costieri, attraverso la riduzione della dispersione di plastica nell'ambiente.

IMPATTO SOCIALE

CleanHub integra criteri di responsabilità sociale nel proprio modello operativo e abilita servizi e opportunità in contesti in cui prima non esistevano, contribuendo a migliorare le condizioni di vita delle comunità locali attraverso:



Attivazione di sistemi di raccolta dei rifiuti in contesti non serviti, creando un servizio stabile per le comunità locali e superando barriere logistiche e infrastrutturali che ne impedivano il corretto trattamento.



Creazione di lavoro stabile e retribuito, con condizioni più sicure e strutturate rispetto alla gestione informale dei rifiuti.



Attività e centri di raccolta gestiti e coordinati da donne, con opportunità economiche e un ruolo riconosciuto in un settore tradizionalmente poco accessibile.



Miglioramento delle condizioni di vita e sanitarie, grazie alla riduzione di pratiche dannose come combustione dei rifiuti, discariche informali e contaminazione di acqua e suolo.

IMPATTO EDUCATIVO

Parallelamente, CleanHub promuove iniziative educative rivolte alle comunità locali, con particolare attenzione alle giovani generazioni, affiancando attività formative ad azioni concrete sul territorio. I progetti contribuiscono a diffondere comportamenti più responsabili attraverso:



Educazione ambientale nelle scuole e nelle comunità locali, sui temi della gestione dei rifiuti, della separazione dei materiali e della corretta gestione della plastica, con il coinvolgimento diretto di studenti, insegnanti e cittadini.



Indicazioni pratiche e coinvolgimento diretto delle comunità locali nella gestione dei rifiuti, dalla raccolta alla separazione dei materiali, attraverso attività di raccolta, punti di conferimento e sistemi locali.

Biodiversità

Nel 2025, come Gruppo Davines, abbiamo supportato i seguenti progetti di CleanHub in India, Indonesia, Guatemala e Filippine e di Plastic Bank in Indonesia:

CLEAN MATHURA, INDIA 1,4 tonnellate raccolte



Contrastare l'inquinamento da plastica del fiume Yamuna, intercettando i rifiuti prima che raggiungano il corso d'acqua e attivando un sistema di raccolta porta a porta nelle comunità locali.



CLEAN LA BARRITA, GUATEMALA 5 tonnellate raccolte



Intervenire in un contesto in cui la gestione dei rifiuti è quasi assente, attivando un sistema di raccolta che intercetta i rifiuti dispersi in aree urbane e naturali sensibili.



CLEAN KERALA, INDIA 332,6 tonnellate raccolte



Dare una risposta alla mancanza di un sistema strutturato di gestione dei rifiuti in un'area ad alta biodiversità del Kerala, costruendo un servizio di raccolta dedicato alla comunità locale.



PLASTIC BANK IN INDONESIA 490 tonnellate raccolte



CLEAN JEPARA, INDONESIA 20 tonnellate raccolte



Contrastare l'emergenza dei rifiuti plastici attraverso la realizzazione di un impianto di recupero rifiuti guidato da donne e radicato nella comunità locale.



CLEAN ANDAMAN, INDIA 3 tonnellate raccolte



Dare una risposta alla totale assenza di sistemi di gestione dei rifiuti nelle isole Andamane, sviluppando un modello di raccolta locale e trasporto dei rifiuti plastici verso la terraferma.



CLEAN PAMPANGA, FILIPPINE 10 tonnellate raccolte 5 dipendenti e 175 famiglie



servite grazie al supporto del Gruppo Davines

Ridurre la dispersione di plastica negli oceani rafforzando le infrastrutture di raccolta e coinvolgendo attivamente le comunità locali nella gestione delle plastiche non riciclabili.



CLEAN BALI, INDONESIA 3 tonnellate raccolte



Contrastare la dispersione dei rifiuti plastici in un'isola ad alta pressione turistica, sviluppando un sistema di raccolta radicato nei villaggi e nelle comunità locali.



CLEAN NORTH SULAWESI, INDONESIA 3 tonnellate raccolte



Contrastare la dispersione di rifiuti plastici in un'area insulare ad alta biodiversità marina, sviluppando un sistema di raccolta che collega comunità locali e isole remote.





Compiamo scelte consapevoli, applicando i principi dell'ecodesign per avvicinarci sempre più a processi circolari e a bassa emissione di carbonio.

IL NOSTRO PERCORSO NEL TEMPO

2024

Pubblichiamo i nostri target al 2030 sui temi ambientali, inclusa la circolarità.

2022

Introduciamo il primo packaging in versione ricaricabile sul prodotto Sublime Skin Intensive Serum 30 ml di [comfort zone].

2016

Lanciamo la prima linea di prodotti con packaging realizzato con almeno il 98% di plastica riciclata (R-PET): Davines NaturalTech.

2011

Introduciamo la Carta di Ricerca sul Packaging, guida del Gruppo per sviluppare soluzioni a ridotto impatto ambientale (ultimo aggiornamento 2025). Primo riconoscimento per l'ecodesign con lo shampoo Essential Hair Care di Davines, premiato per il risparmio di materia prima. Da allora, ci distinguiamo ogni anno per packaging ripensati in ottica di minor impatto ([v. pag. 113](#)).

2007

Nasce il dipartimento Ricerca e Sviluppo Packaging, con l'obiettivo di progettare soluzioni di imballaggio innovative e sostenibili, ispirate ai principi dell'ecodesign.

LA NOSTRA VISIONE

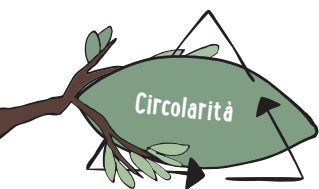
La circolarità è una leva essenziale per ridurre l'impatto ambientale lungo l'intero ciclo di vita dei nostri prodotti. I principi dell'ecodesign orientano ogni nostra scelta nella progettazione dei packaging, dalla selezione di materiali sostenibili, all'alleggerimento del peso, fino alla semplificazione della struttura per facilitare il riciclo. In particolare, ci impegniamo a ridurre l'utilizzo di plastica vergine fossile, carta non riciclata e materiali che non provengono da una **filiera tracciata** , per sostituirli progressivamente con alternative a

minore impatto. Siamo però consapevoli che la circolarità non si esaurisce all'interno della nostra catena del valore. Per questo, oltre a impegnarci nella gestione corretta e responsabile delle risorse che utilizziamo, adottiamo un approccio che include anche il supporto a progetti dedicati alla raccolta dei rifiuti in plastica al di fuori della nostra catena del valore, in contesti dove le infrastrutture per la gestione e il riciclo dei rifiuti sono ancora limitate ([v. pag. 102](#)).



Filiera tracciata

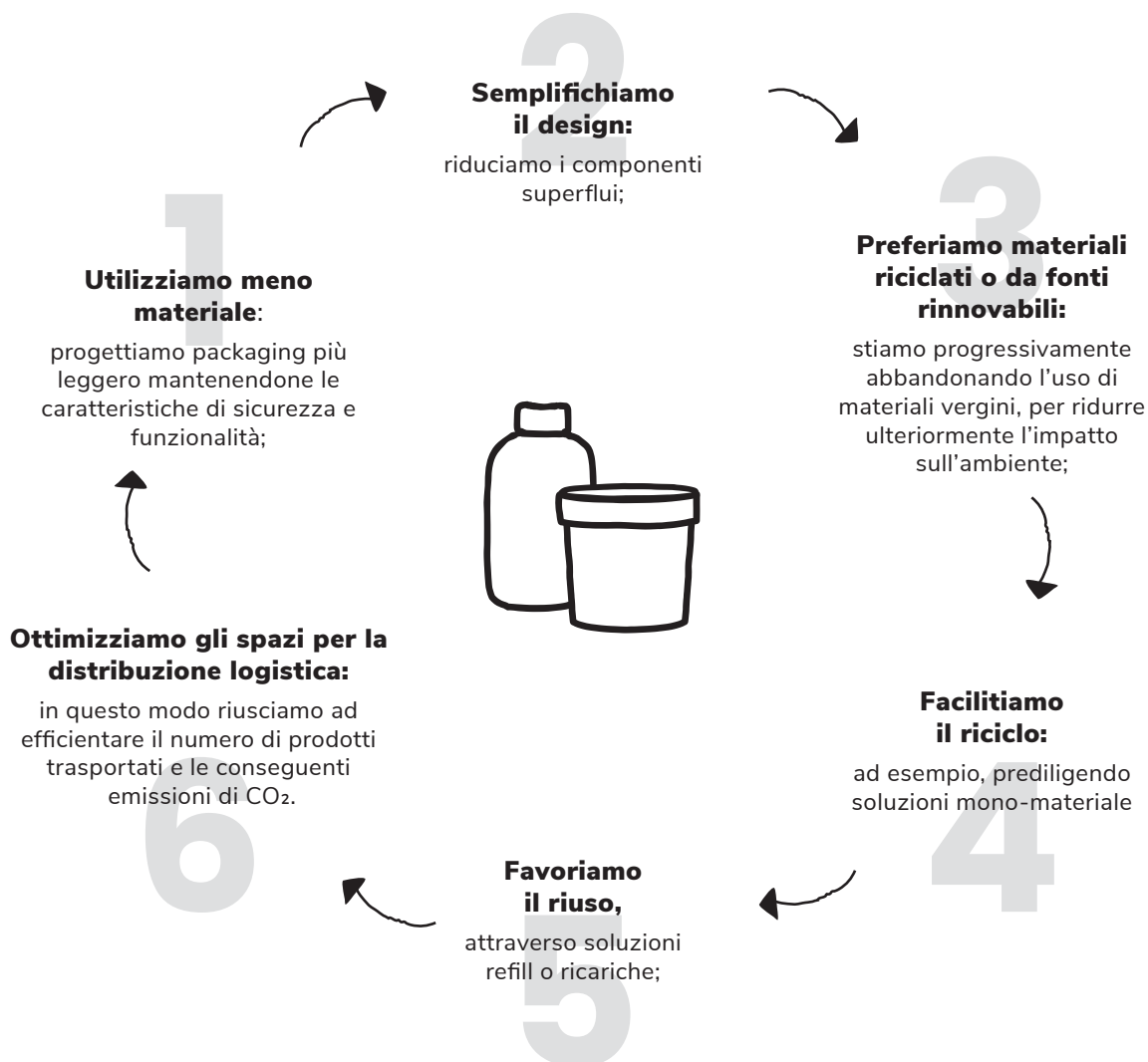
Si rimanda all'approfondimento di [pag. 112](#) "Approccio Mass Balance"



L'ECODESIGN, CUORE DELLA NOSTRA CARTA DI RICERCA SUL PACKAGING

La nostra **Carta di Ricerca sul Packaging** racchiude i principi di ecodesign al fine di garantire che ogni imballaggio sia progettato per essere riutilizzabile e/o riciclabile, riducendo al minimo l'impatto ambientale lungo l'intero ciclo di vita. Per tradurre questi principi in scelte concrete, durante la fase di progettazione dei prodotti ci avvaliamo dell'**analisi LCA** (v. pag. 61), strumento che permette di valutare in modo oggettivo l'impatto ambientale del packaging e delle materie prime. Riusciamo così a identificare le soluzioni migliori, orientandoci verso alternative che minimizzino l'impronta ambientale complessiva.

I principi di ecodesign a cui ci ispiriamo



L'applicazione ai nostri packaging

Dal 2010 al 2025 abbiamo **riprogettato oltre 69 formati di packaging** applicando i principi di ecodesign: uso di materiali riciclati o bio-based, eliminazione di componenti non essenziali, riduzione del peso e introduzione di soluzioni refill, su **packaging primario e secondario** . In parallelo, ogni anno ottimizziamo progressivamente anche gli **imballaggi terziari**  (esclusi pallet e materiali di stabilizzazione del carico) delle diverse linee di prodotto.

Nel 2025, in linea con la nostra strategia ambientale, abbiamo sviluppato nuovi interventi di ecodesign, mirati alla riduzione di materie prime, materiali vergini, emissioni e consumi idrici lungo il ciclo di vita del packaging.

TUBO MASK

Abbiamo riprogettato il tubo colore della linea Mask sostituendo completamente l'alluminio vergine con alluminio riciclato post-consumo (**approccio Mass Balance**)  ed eliminando la plastica vergine fossile nel tappo, per sostituirla con plastica bio-circular Mass Balance. L'intervento ha compreso anche un alleggerimento del packaging.



100% alluminio riciclato post-consumo
(Mass Balance)



100% plastica bio-circular Mass Balance per il tappo



-8% di alluminio per tubo rispetto alla versione precedente



LINEA ACTIVATOR E ATTIVATORI A NEW COLOUR

Abbiamo realizzato la completa eliminazione della plastica vergine fossile per le linee di attivatori Activator e A New Colour, sostituendo tutti i componenti con plastica bio-circular Mass Balance. Parallelamente, abbiamo riprogettato i formati (da 900 ml a 1000 ml) mantenendo invariato il peso dei flaconi della linea Activator e riducendolo per gli attivatori della linea A New Colour, grazie a un design ottimizzato.



-41% plastica nel tappo dei flaconi Activator rispetto alla versione precedente



-25% plastica nel flacone A New Colour rispetto alla versione precedente

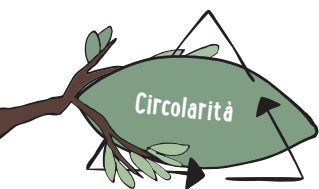


-31% plastica nel tappo A New Colour rispetto alla versione precedente



Packaging primario, secondario e terziario

- **Packaging primario:** è la confezione che contiene il prodotto pronto all'uso o al consumo, l'imballaggio a diretto contatto con la formula, l'unità di vendita destinata al consumatore finale.
- **Packaging secondario:** raggruppa più unità di vendita (cioè più packaging primari) in un'unica confezione, utile per la distribuzione o l'esposizione nel punto vendita. Può essere rimosso senza modificare o danneggiare il prodotto.
- **Packaging terziario:** Serve a facilitare la movimentazione, lo stoccaggio e il trasporto di grandi quantità di merce (unità di vendita o imballaggi secondari). Ha una funzione logistica e di protezione durante il trasporto, ma non comprende container o mezzi usati per il trasporto su strada, rotaia, mare o aereo.



LINEA THE PRESENT TIME

Per il packaging della nuova linea The Present Time abbiamo introdotto tubi in alluminio alleggeriti, realizzati in alluminio riciclato post-consumo (**approccio Mass Balance**). Tutti i componenti in plastica – inclusi tappi e flaconi degli attivatori – sono stati sviluppati in plastica bio-circular Mass Balance, mentre gli astucci sono stati realizzati in carta riciclata. Gli attivatori sono stati riprogettati in ottica di riduzione dei materiali, attraverso un confronto con i formati standard precedentemente in uso.



100% tubi in alluminio riciclato
post-consumo (Mass Balance)



100% plastica bio-circular Mass Balance
per componenti in plastica



-16% alluminio nel tubo rispetto a tubo della stessa capacità in utilizzo per linee analoghe



-10% plastica nel flacone attivatori da 1000 ml rispetto a flacone standard equivalente in utilizzo per linee analoghe



100% carta riciclata per astucci



RICARICA SHAMPOO OI

Abbiamo introdotto una soluzione ricaricabile per lo shampoo della linea OI con una pouch monomateriale da 500 ml, progettata per ridurre l'utilizzo di plastica rispetto all'equivalente di circa 2 flaconi da 280 ml, contribuendo anche alla riduzione delle emissioni lungo il ciclo di vita del prodotto.



-71% plastica rispetto a circa 2 (1,8) flaconi da 280 ml



Bio-circular Mass Balance

Si rimanda all'approfondimento di [pag. 116](#)

Approccio Mass Balance

L'approccio Mass Balance è un sistema di tracciabilità della filiera che consente di utilizzare materiali riciclati o da fonti alternative certificati anche se durante il processo produttivo vengono mescolati fisicamente con materiali convenzionali. Sebbene i materiali vengano combinati, le quantità di materia certificata introdotte all'inizio della filiera sono accuratamente monitorate e documentate. Questo consente di attribuire in modo trasparente una quota di materiale certificato ai prodotti finali, sulla base di un bilancio verificabile. Nel caso della plastica, il Gruppo utilizza materiali bio-circular certificati ISCC PLUS. In questo modello, materiali da fonti rinnovabili e fossili possono essere combinati, assicurando che la quota di contenuto bio-circular venga tracciata lungo una catena di custodia certificata. Per l'alluminio, il contenuto riciclato post-consumo è gestito secondo l'approccio Mass Balance in linea con la norma ISO 22095:2020. Anche in questo caso, non c'è una corrispondenza fisica diretta tra materiale riciclato e singolo prodotto finale, ma una contabilizzazione proporzionale e documentata. La tracciabilità è supportata da dichiarazioni dei fornitori e, quando disponibile, da certificazioni di terze parti.

Premiati nell'ecodesign

2011-2021

15 premi ricevuti nell'ambito del Bando CONAI per l'Ecodesign e del concorso Best Packaging promosso dall'Istituto Italiano Imballaggio

2022



davines

SU/ Hair Milk 135 ml

Premiato grazie all'utilizzo di materiale riciclato (plastica)



98%* plastica riciclata (R-PET)

-15%* circa

+10%* circa



[comfort zone]

Sublime Skin Cream 60 ml

Premiato grazie all'utilizzo di materiale riciclato (vetro) e di risparmio di materia prima (vaso e tappo)



- 16%* circa

-24%* circa

-25%* circa

2023



[comfort zone]

Sublime Skin Intensive Serum 30 ml

Premiato grazie al riutilizzo del flacone e del tappo (tramite acquisto di una ricarica)



+0.2%* circa.

All'acquisto di ogni ricarica:
-77% circa rispetto al vecchio flacone
-87% circa rispetto al nuovo flacone ricaricabile

-22%* circa

+10%* circa

2024



[comfort zone]

Hydramemory Rich Sorbet Cream 50 ml

Premiato grazie al riutilizzo del vaso e del tappo (tramite acquisto di una ricarica)



-13%* circa.

All'acquisto di ogni ricarica:
-91% circa rispetto al vecchio flacone
-94% circa rispetto al nuovo flacone ricaricabile

-12%* circa

+10%* circa



Materiale utilizzato

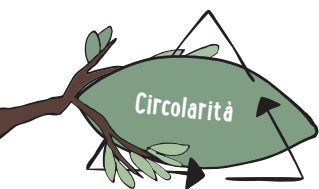


Emissioni



Consumo di acqua

*Le riduzioni sono calcolate confrontando l'acquisto di un flacone ricaricabile e una ricarica con quello di due confezioni tradizionali non ricaricabili. La fonte dei dati relativi alle riduzioni di risorse, emissioni e consumo di acqua deriva dal CONAI.



2025

davines

Davines Essential Refill Pouch Vincitore “Ecodesign Ricarica”



Anche quest'anno siamo tra i vincitori della categoria “Ecodesign-Ricarica”, nell'ambito del Bando CONAI per l'eco-design degli imballaggi nell'economia circolare. Abbiamo ottenuto questo riconoscimento grazie allo sviluppo delle refill pouches da 500 ml della linea Essential Haircare, progettate per favorire il riutilizzo del flacone tradizionale da 250 ml. Questa soluzione consente al consumatore di ricaricare il flacone fino a due volte, riducendo l'utilizzo complessivo di plastica e promuovendo un approccio più circolare nella gestione del packaging. Le ricariche sono realizzate in monomateriale e progettate per ottimizzare l'uso delle risorse lungo il ciclo di vita del prodotto, contribuendo a ridurre gli impatti ambientali associati alla produzione, al trasporto e allo smaltimento.



-74%*

plastica utilizzata

(con l'acquisto del refill vs. prodotto intero originale)



-55%*

emissioni CO₂

(nuovo pack + refill vs. due confezioni della versione precedente)



-60%*

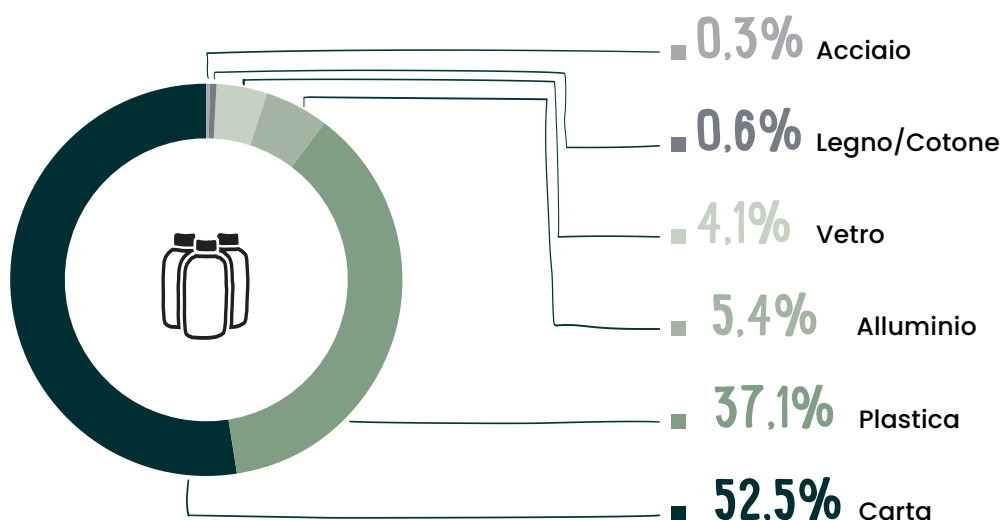
consumo di energia elettrica

-62%*

consumo di acqua

*Le riduzioni sono calcolate confrontando l'acquisto di un flacone ricaricabile e una ricarica con quello di due confezioni tradizionali non ricaricabili. La fonte dei dati relativi alle riduzioni di risorse, emissioni e consumo di acqua deriva dal CONAI.

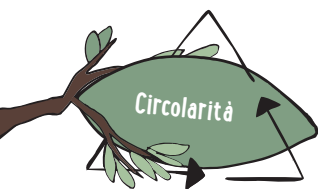
DI CHE COSA SONO FATTI I NOSTRI PACKAGING*



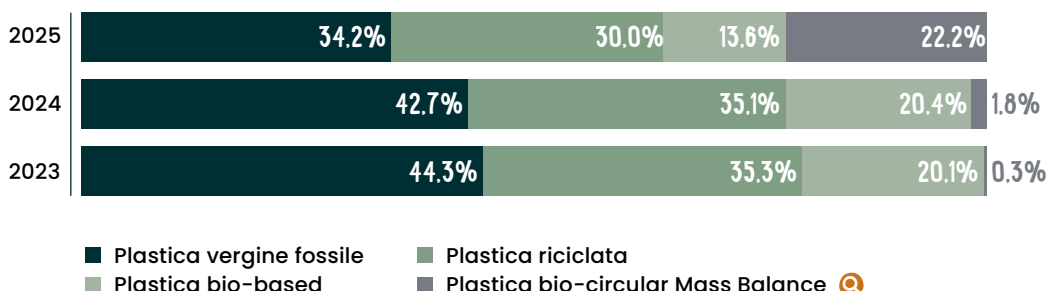
La composizione dei materiali acquistati per i nostri packaging è rimasta analoga a quella del 2024, con carta e cartone come materiali più utilizzati, seguiti da plastica e alluminio.

*Gli indicatori riportati nei grafici e negli obiettivi di questo capitolo si riferiscono alla quantità di packaging primario, secondario e terziario acquistato – esclusi pallet e materiali di stabilizzazione del carico – e riguardano sia i prodotti realizzati internamente sia quelli realizzati presso fornitori esterni (full service).





Packaging in plastica



TARGET 2030: DOVE SIAMO OGGI

34,2% di plastica vergine fossile nel packaging, rispetto al target inferiore al 10% entro il 2030

In linea con l'obiettivo 2030 di ridurre a meno del 10% la quota di plastica vergine fossile nei nostri packaging in plastica, tra il 2024 e il 2025 abbiamo **diminuito di 8,5 punti percentuali** la quantità acquistata sul totale, raggiungendo il target intermedio di meno del 36%.



Obiettivo 2025 raggiunto

Questo risultato è il frutto di nuovi lanci e di progetti di sostituzione della plastica vergine fossile nei packaging di prodotti continuativi. L'utilizzo di plastica vergine fossile sta progressivamente diminuendo anche grazie all'utilizzo di **plastica bio-circular Mass Balance ISCC Plus*** (che è aumentata di 20,4 punti percentuali rispetto all'anno precedente).

*La certificazione ISCC Plus è stata ottenuta nel 2024. Di conseguenza, questo tipo di plastica non risultava ancora certificato nel 2023

Tipologie di plastica

Plastica vergine fossile: plastica ottenuta da materie prime di origine fossile non rinnovabili, come il petrolio, che non sono mai state utilizzate o sottoposte a processi di riciclo.

Plastica post-consumo riciclata meccanicamente: ottenuta con un processo fisico di raccolta, pulizia e trasformazione di rifiuti plastici in nuova plastica che conserva la struttura chimica originale.

Plastica bio-based da fonti rinnovabili: plastica vergine prodotta da materie prime biologiche e rinnovabili, a differenza di risorse fossili quali il petrolio, come canna da zucchero e oli vegetali. Ha caratteristiche simili alle plastiche tradizionali.

Plastica bio-circular Mass-Balance ISCC Plus: Nel 2024, Davines Group ha ottenuto la certificazione ISCC PLUS (International Sustainability and Carbon Certification), un sistema di certificazione riconosciuto a livello globale per materiali riciclati e di origine biologica, che consente l'approvvigionamento di materie prime bio-circular (come l'olio da cucina usato) per soluzioni di packaging selezionate. Per materie prime bio-circular si intendono rifiuti e residui di origine biologica provenienti da diverse fonti, tra cui il settore alimentare, l'agricoltura, la silvicoltura e le industrie correlate (come la pesca e l'acquacoltura), nonché la frazione biodegradabile dei rifiuti industriali e urbani. Tra queste rientra l'olio da cucina usato, un rifiuto generato dall'industria alimentare e dal settore della preparazione dei cibi, che può essere costituito da oli vegetali, grassi animali o da una combinazione di entrambi, a seconda del suo utilizzo precedente. Secondo l'approccio mass balance previsto da ISCC PLUS, le materie prime bio-circular e quelle vergini vengono fisicamente mescolate, ma la quota di materiale bio-circular viene attribuita attraverso un sistema di contabilizzazione e tracciata lungo una catena di custodia certificata e trasparente. Il Gruppo adotta plastiche bio-circulari per ridurre la dipendenza dai combustibili fossili e promuovere alternative rinnovabili, sfruttando l'approccio del bilancio di massa per stimolare la domanda di materiali di origine biologica, valorizzare e recuperare i flussi di rifiuti e ridurre la dipendenza da risorse vergini di origine fossile.

Packaging in carta e cartone



TARGET 2030: DOVE SIAMO OGGI

93,7% di carta e cartone riciclati nel packaging, rispetto al target del 100% entro il 2030

Anche nel 2025, oltre il 93% della carta e del cartone acquistati per il packaging proviene da materiali riciclati, mantenendo invariata la proporzione tra materiali riciclati e vergini rispetto al 2024, nonostante l'aumento dei volumi acquistati.

Questo risultato non ci ha consentito di raggiungere l'obiettivo 2025 del 95% di carta e cartone riciclati nei packaging. Il mancato raggiungimento è legato principalmente ai progetti realizzati esternamente (i full service), dove il monitoraggio e l'allineamento delle specifiche di packaging risultano più complessi e incidono sul livello complessivo di materiali riciclati utilizzati.

✕ Obiettivo 2025 non raggiunto

🔍 Tipologie di carta e cartone

Carta e cartone riciclati

Materiali ottenuti dal recupero e dalla rilavorazione di fibre già utilizzate. Il loro impiego contribuisce a ridurre il consumo di materie prime vergini e a mantenere più a lungo il valore delle risorse all'interno del ciclo produttivo.

Carta e cartone vergini certificati FSC®

Materiali derivati da fibre vergini provenienti da filiere certificate FSC® (Forest Stewardship Council), standard internazionale che promuove una gestione forestale responsabile dal punto di vista ambientale, sociale ed economico.

- **FSC® 100%**

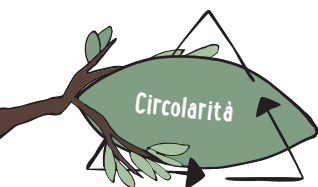
Identifica i materiali realizzati interamente con fibre provenienti da foreste certificate FSC, garantendo piena tracciabilità lungo l'intera catena di custodia (il sistema che permette di tracciare l'origine dei materiali lungo tutte le fasi della filiera, dalla foresta fino al prodotto finale).

- **FSC® Misto**

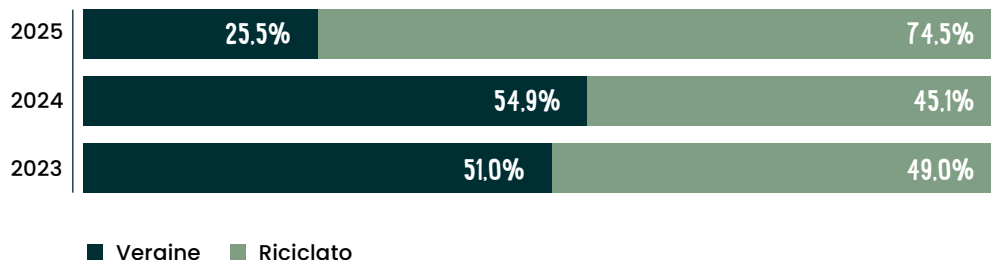
Identifica i materiali realizzati con una combinazione di fibre provenienti da foreste certificate FSC®, materiali riciclati e/o altre fonti controllate. Questa certificazione garantisce comunque che la maggior parte del materiale provenga da fonti responsabili e tracciate.

Carta e cartone vergini non certificati

Materiali ottenuti da fibre vergini per cui non è presente una certificazione FSC® relativa alla provenienza e alla gestione responsabile delle materie prime forestali.



Packaging in alluminio



Nel 2025 abbiamo **aumentato** in modo significativo l'utilizzo di **alluminio riciclato** gestito con **approccio Mass Balance** (+29,4 punti percentuali rispetto al 2024). Questo risultato è legato principalmente all'introduzione del nuovo materiale per le bombole spray della linea More Inside, già avviata nel 2024, e al passaggio all'alluminio riciclato anche per i tubi della linea colore Mask (v. pag. 111).

Grazie a questi interventi abbiamo raggiunto l'obiettivo 2025 di utilizzare il 60% di alluminio riciclato con approccio Mass Balance nel packaging dei nostri prodotti.

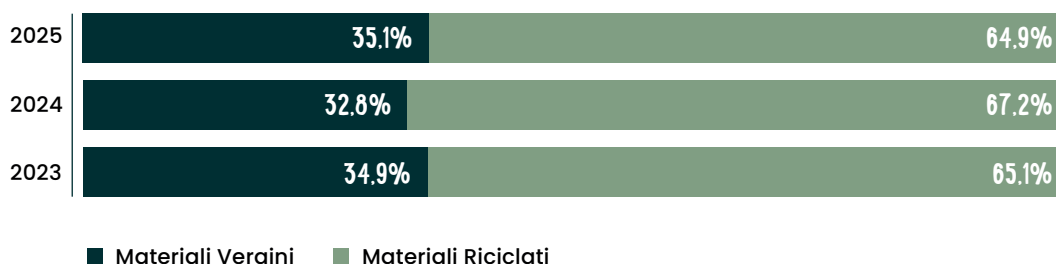
✓ Obiettivo 2025 raggiunto

TARGET 2030: DOVE SIAMO OGGI

74,5% di alluminio riciclato acquistato per il packaging, rispetto al target del 100% entro il 2030



Packaging in materiale riciclato



Nel 2025 l'utilizzo complessivo di materiali vergini sul totale del packaging utilizzato è **aumentato leggermente** rispetto all'anno precedente (dal 32,8% al 35,1%). Questo aumento è legata soprattutto al maggiore utilizzo di **plastica bio-circular**  **Mass Balance certificata ISCC Plus** , un materiale derivato da fonti rinnovabili che utilizziamo come alternativa alla plastica fossile vergine e che, pur avendo un impatto ambientale minore, viene classificato come materiale vergine.

Nel totale dei materiali vergini rientrano quindi la plastica vergine fossile, la plastica bio-based da fonti rinnovabili, la plastica bio-circular Mass Balance certificata ISCC Plus, la carta e il cartone

vergini (**FSC®** ) e non, l'alluminio vergine e altri materiali residuali quali vetro, acciaio, legno e cotone vergini. Tra i materiali riciclati sono invece inclusi la plastica riciclata, l'alluminio riciclato con approccio Mass Balance, la carta e il cartone riciclati e il vetro riciclato.

I dati riflettono quindi l'evoluzione delle nostre scelte sui materiali di packaging: accanto all'utilizzo di materiali riciclati, stiamo aumentando progressivamente anche l'impiego di soluzioni alternative alle fonti fossili tradizionali, come i materiali bio-based o Mass Balance.

OBIETTIVI 2026

≤23% di plastica vergine fossile acquistata per il packaging in plastica, considerando tutti i livelli di imballaggio (primario, secondario e terziario)

≥85% di alluminio riciclato con approccio Mass Balance utilizzato nel packaging in alluminio dei nostri prodotti

Approccio Mass Balance

Si rimanda all'approfondimento di [pag. 112](#)

Plastica bio-circular

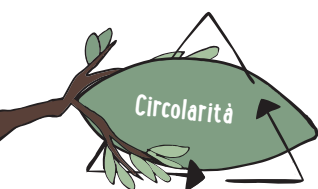
Si rimanda all'approfondimento di [pag. 116](#)

Mass Balance certificata ISCC Plus

Si rimanda all'approfondimento di [pag. 116](#)

FSC®

Si rimanda all'approfondimento di [pag. 117](#)



INDICE DI CIRCOLARITÀ ISO 59000

Per rafforzare il nostro approccio alla misurazione della circolarità, nel 2025 abbiamo approfondito l'analisi della nuova famiglia di **standard ISO 59000** dedicata all'economia circolare e verificato la sua coerenza con i criteri che utilizziamo da tempo per valutare la circolarità dei nostri prodotti. Il confronto tra le metriche ISO e i nostri sistemi interni ha confermato la solidità delle modalità di misurazione già adottate e la loro coerenza concettuale. L'analisi, però, **non ha portato all'individuazione di un unico indicatore sintetico** in grado di rappresentare pienamente il livello di

circolarità aziendale nel suo complesso. Come principale metrica aggregata, il framework propone infatti un indicatore di natura economica che, allo stato attuale, non fornisce indicazioni operative sufficientemente utili per orientare le nostre azioni di miglioramento della circolarità.

L'attività ha comunque rappresentato un confronto significativo con uno standard internazionale e un passaggio utile per valutare nel tempo eventuali integrazioni nei nostri sistemi di misurazione.

✕ Obiettivo 2025 non raggiunto



IL NOSTRO APPROCCIO ALLA GESTIONE DEI RIFIUTI

La gestione responsabile dei rifiuti è parte integrante del nostro impegno quotidiano. Fin dalle fasi iniziali del ciclo di vita dei nostri prodotti, prestiamo particolarmente attenzione a questo aspetto, progettando processi e formule che ci permettano di **ridurre il più possibile la produzione di scarti**. Nella selezione delle materie prime, scegliamo ingredienti con un ridotto impatto ambientale, in grado di minimizzare il bioaccumulo nell'ambiente (v. pag. 98), riducendo l'utilizzo di sostanze pericolose. Per limitare l'impatto dei rifiuti generati dopo l'utilizzo dei nostri prodotti da parte del consumatore finale, inoltre, adottiamo soluzioni di packaging fondate sull'ecodesign, prediligendo materiali leggeri, riciclati e facilmente riciclabili.

I rifiuti generati nelle nostre attività produttive derivano principalmente da:

- **fanghi** generati nel nostro sito produttivo a seguito del trattamento delle acque reflue;
- **scarti di materie prime e materiali di processo** (prodotti non conformi o eccedenze non utilizzabili);
- **residui chimici** dei processi di produzione;
- **materiali di scarto del confezionamento** (imballaggi secondari e terziari come pellicole, cartoni, plastica).

Monitoraggio e controllo dei rifiuti

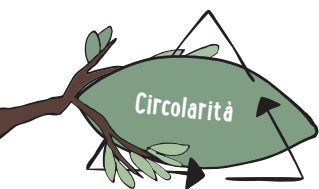
Nel 2025, nella sede di Parma, la sola dove è presente uno stabilimento produttivo, abbiamo gestito **1.254 tonnellate di rifiuti** provenienti dalle nostre attività industriali (inclusi rifiuti solidi, liquidi, fangosi). È un volume maggiore rispetto allo scorso anno (964,8 tonnellate), riconducibile all'aumento complessivo delle attività produttive nel corso dell'anno.

Abbiamo inoltre realizzato un'analisi strutturata del sistema di gestione dei rifiuti della sede di Parma, con l'obiettivo di sviluppare un "Waste Management Plan", quale attività preliminare e propedeutica al percorso di ottenimento della **certificazione ISO14001** , previsto per il 2026. L'analisi preliminare ha incluso le seguenti attività:

- raccolta di dati qualitativi e quantitativi sul recupero e smaltimenti dei rifiuti da produzione
- sopralluoghi presso il sito produttivo
- revisione delle procedure aziendali esistenti
- gap analysis su ruoli, responsabilità, tracciabilità e monitoraggio dei rifiuti, rispetto alla conformità normativa

Certificazione ISO 14001

Si rimanda all'approfondimento di [pag. 67](#)



Questa analisi ci ha permesso di individuare alcune aree di miglioramento, in particolare in relazione alla tracciabilità della destinazione finale dei rifiuti, alla gestione del deposito temporaneo e alla necessità di rafforzare la struttura organizzativa nel sistema di governance aziendale di Waste management.

Abbiamo così posto le basi per l'implementazione di un **sistema di gestione dei rifiuti integrato** nel sistema di gestione ambientale, orientato a maggiore trasparenza, controllo dei flussi, incremento del recupero e definizione di indicatori di performance coerenti con gli obiettivi ambientali al 2030.

OBIETTIVI 2026

Ottenimento della **certificazione ISO 14001** .

Il recupero dei nostri rifiuti solidi

I rifiuti solidi coprono il 31% del totale dei rifiuti industriali generati presso il sito produttivo. Nel 2025, la quota di rifiuti solidi destinata al recupero è **aumentata del 2,9 %**, con una conseguente riduzione della quantità di rifiuti solidi destinati allo smaltimento. Sebbene la percentuale di

recupero dei rifiuti solidi dipenda in gran parte da vincoli tecnici e normativi, la sua crescita riflette il nostro costante impegno nelle pratiche di gestione e valorizzazione dei rifiuti. Laddove possibile, prediligiamo sempre il recupero rispetto allo smaltimento.



Azioni per la riduzione degli imballaggi

L'introduzione di una soluzione alternativa per lo stoccaggio dei pallet di materie prime ha permesso di eliminare l'utilizzo di film plastico monouso, con un risparmio di circa 3.600 kg all'anno (v. pag. 183).

Nel corso degli ultimi eventi "Davines Incontra" – appuntamento annuale in cui incontriamo i nostri fornitori presso il Davines Group Village –, inoltre, abbiamo condiviso l'obiettivo di ridurre gli imballaggi di spedizione che, una volta ricevuti in stabilimento, diventano rifiuti che, una volta ricevuti in stabilimento, diventano rifiuti. Anche questa azione si inserisce e contribuisce al percorso di progressiva riduzione degli imballaggi.



Eco-rafting

[comfort zone]

Nell'area di Nikolina Gora, vicino a Mosca, attraverso il nostro distributore locale abbiamo sostenuto un'attività di "eco-rafting" finalizzata a rimuovere una discarica spontanea presente sulla spiaggia e a sensibilizzare sui temi della tutela ambientale attraverso un'attività sportiva all'aperto. L'iniziativa ha coinvolto 50 partecipanti tra colleghi e comunità locale e ha portato alla raccolta di circa 5.000 kg di rifiuti, seguita da un percorso sportivo di 15 km in sup.



Redress Design Award

Davines Hong Kong sostiene da anni il Redress Design Award, uno dei più importanti concorsi internazionali di moda sostenibile. L'iniziativa è promossa dall'organizzazione non profit Redress, attiva nella diffusione di modelli circolari e a basso impatto ambientale nel settore moda. Nel 2025, l'iniziativa ha incluso una donazione di 50.000 HK\$ (circa 6.000 €) e il coinvolgimento di un team di 20 hairstylist Davines nelle attività backstage dell'evento.





Ci impegniamo a preservare e ripristinare la risorsa idrica, riducendo la nostra impronta

IL NOSTRO PERCORSO NEL TEMPO

2025

Raggiungiamo un'efficienza media dei tre impianti di osmotizzazione pari al 70%, evitando uno scarto di circa 8.000 m³ di acqua.

2023-2024

Installiamo e collaudiamo i due nuovi macchinari produttivi dotati di tecnologie che permettono di monitorare ed efficientare il consumo di acqua; ottimizziamo tempi e cicli di lavaggio dei macchinari; installiamo un nuovo impianto di osmosi che riduce ulteriormente lo scarto idrico. Pubblichiamo i nostri target ambientali al 2030, compresi quelli sulla risorsa idrica

2021

Attiviamo il nuovo impianto osmotico con impiego di ozono per la sanitizzazione post-lavaggio, senza bisogno di utilizzare sostanze chimiche

2020

Rinnoviamo l'impianto di stoccaggio e distribuzione dell'**acqua osmotizzata** . Il nuovo impianto azzerava i casi di inquinamento, che richiedevano ripetuti lavaggi e disinfezioni del sistema.

2018

Introduciamo un sistema a circuito chiuso per il raffreddamento e il riscaldamento di tutti i nostri macchinari produttivi e che permette il riutilizzo dell'acqua, evitando sprechi.

 **Acqua osmotizzata**

Si rimanda all'approfondimento di [pag. 126](#)

LA NOSTRA VISIONE

L'acqua è una risorsa preziosa. Come Gruppo, ci impegniamo a tutelarla tramite una gestione attenta ed efficiente. Abbiamo quindi dotato il sito produttivo del Davines Group Village di un insieme integrato di soluzioni tecniche per ridurre il prelievo idrico, contenere gli sprechi e garantire il trattamento completo delle acque reflue, in linea con i nostri obiettivi ambientali al 2030 di riduzione del consumo di acqua ([v. pag. 31](#)). In particolare, nei nostri processi

produttivi monitoriamo annualmente la nostra efficienza tramite il **calcolo dell'intensità idrica** . Parallelamente, stiamo ampliando il monitoraggio attraverso l'analisi della water footprint, che consente di valutare gli impatti lungo la catena di fornitura e nelle operazioni dirette. Su queste ultime, abbiamo inoltre approfondito il profilo di rischio idrico dei territori in cui operiamo, tramite strumenti come il Water Risk Filter del WWF.

Intensità idrica

Si rimanda all'approfondimento di [pag. 132](#)





OTTIMIZZARE L'UTILIZZO DELL'ACQUA NEI PROCESSI PRODUTTIVI

Come Gruppo, adottiamo diverse soluzioni per ridurre il consumo di acqua nei nostri processi produttivi, al fine di rendere ogni fase del lavoro sempre più efficiente e rispettosa di questa preziosa risorsa.



Sistemi a circuito chiuso

Dal 2018 è attivo un sistema automatico a circuito chiuso, grazie al quale l'acqua utilizzata per il raffreddamento e il riscaldamento dei macchinari viene prelevata dall'anello di distribuzione dell'**acqua** dello stabilimento produttivo e, **dopo l'uso, recuperata e reimmessa** nello stesso. Questo sistema ci permette di non avere sprechi legati al raffreddamento e riscaldamento delle macchine.

Nel 2025 sono stati installati altri tre nuovi macchinari produttivi – di cui due a sostituzione di quelli precedenti – dotati di sistema automatico a circuito chiuso per il riscaldamento e raffreddamento. Pertanto, a oggi, circa il 90% dei nostri macchinari produttivi è dotato di questa tecnologia che ci permette di evitare l'utilizzo di acqua a perdere.



Tecnologie di lavaggio più efficienti

Nel nostro stabilimento produttivo, utilizziamo **sistemi di lavaggio** dei macchinari produttivi ad **alta e media pressione**, soluzioni che, rispetto ai metodi tradizionali, migliorano i consumi idrici sfruttando in modo più efficace la forza meccanica dell'acqua. Inoltre, i macchinari sono equipaggiati con sistemi **CIP** (Clean-in-Place), tecnologie che permettono la pulizia interna di serbatoi, tubazioni e macchinari senza necessità di smontarli.

Attraverso cicli automatizzati e controllati di acqua e soluzioni detergenti, i CIP assicurano un processo di lavaggio efficiente, ripetibile e sicuro, contribuendo a ridurre i tempi di fermo impianto e a migliorare l'efficienza complessiva nell'utilizzo della risorsa idrica.



Riduzione degli sprechi nel processo di osmosi

Il sistema osmotico attuale, utilizzato per l'**acqua osmotizzata**  impiegata nelle formule e nel lavaggio dei macchinari, è composto da tre impianti, di cui il più recente – installato nel 2024 – è anche il più performante. Il sistema è progettato per **prevenire fenomeni di contaminazione** dell'acqua osmotizzata,

che in passato richiedevano frequenti interventi di lavaggio e disinfezione dell'intero impianto e dei serbatoi, con un elevato utilizzo di sostanze chimiche e di acqua per il risciacquo, oltre a un maggiore carico sull'impianto di depurazione.

Gli impianti sono inoltre dotati di un sistema di **sanitizzazione a base di ozono**, che permette di sostituire i prodotti chimici normalmente utilizzati nelle operazioni post-lavaggio: l'ozono viene poi eliminato attraverso una semplice procedura con lampade UV, garantendo un processo efficace e a minore impatto ambientale. L'utilizzo di sostanze chimiche è quindi limitato ai soli casi di necessità, legati a eventuali contaminazioni puntuali.

Negli ultimi due anni, abbiamo lavorato in modo continuativo per migliorare progressivamente l'efficienza dell'impianto più recente, aumentando la quota di acqua effettivamente disponibile per il processo produttivo rispetto a quella in ingresso al sistema osmotico.

Nel 2025, considerando tutti e tre gli impianti, l'**efficienza media del sistema**  ha raggiunto il **70%**, con una percentuale di scarto pari al 30%. Questo risultato è composto da:

45% di efficienza media dei due impianti storici;

80% di efficienza del terzo nuovo impianto.



Il miglioramento è legato sia all'aumento delle performance del nuovo impianto (dal 70% all'80%) sia al suo maggiore utilizzo rispetto agli impianti meno efficienti.

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Questo ha quindi permesso di ridurre in modo significativo l'acqua scartata dal processo di osmosi, con un risparmio di quasi 8.000 m³ di acqua nell'anno. A parità di condizioni, mantenendo la configurazione del 2024, l'efficienza complessiva si sarebbe fermata al 51%, con un livello di scarto significativamente più elevato.


~8.000 m³
di acqua risparmiati grazie al miglioramento dell'efficienza dei sistemi di osmosi

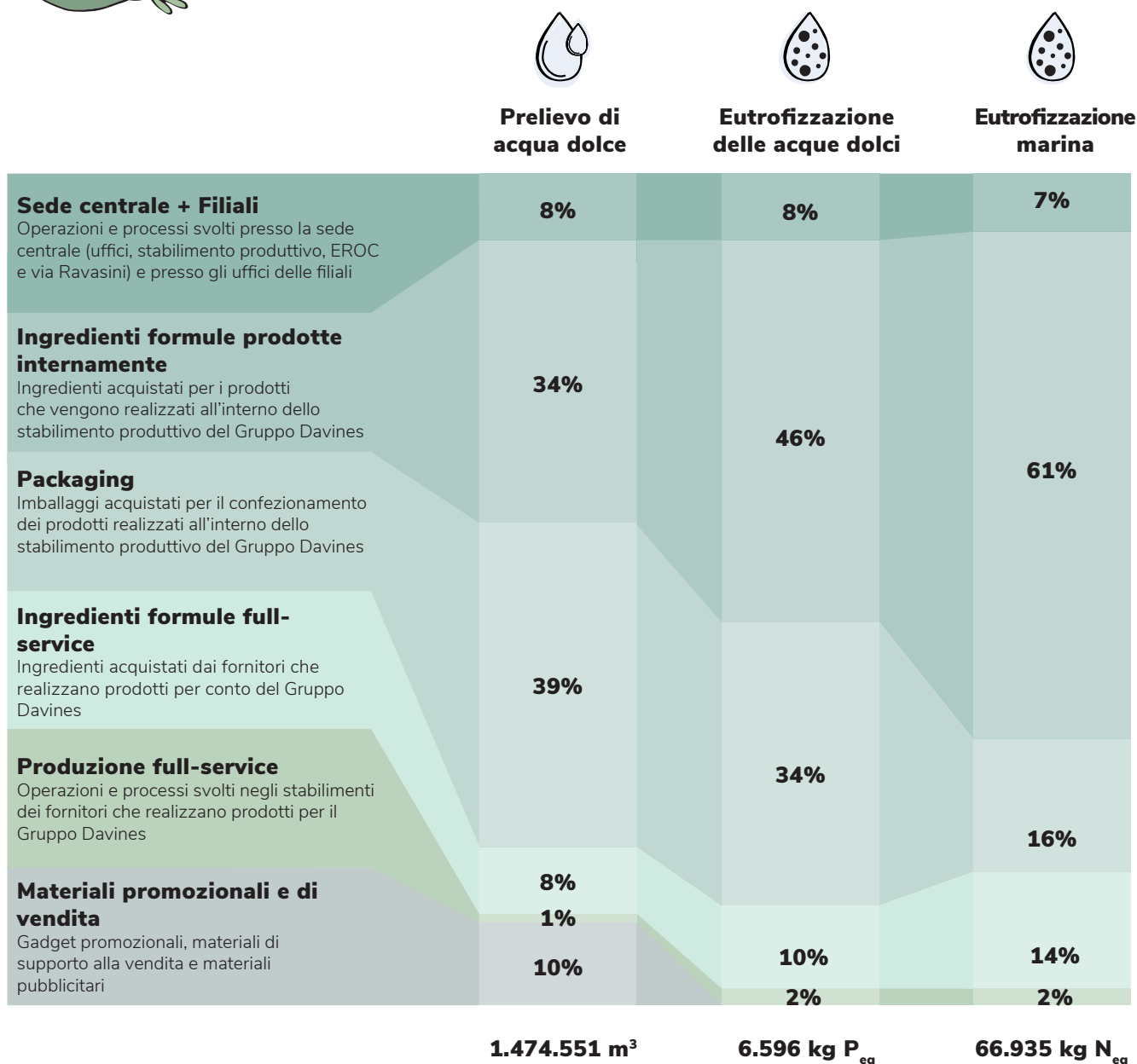
Osmosi, acqua osmotizzata ed efficienza del sistema

L'**osmosi** inversa è un processo di filtrazione che purifica l'acqua rimuovendo sali, impurità e altre sostanze disciolte, rendendola adatta all'utilizzo nei processi produttivi. L'acqua così trattata, chiamata "**acqua osmotizzata**", viene utilizzata nella formulazione dei prodotti e nel lavaggio dei macchinari, contribuendo a mantenere elevati standard di qualità e a ridurre il rischio di contaminazioni.

L'**efficienza del sistema** indica la quantità di acqua in ingresso che viene effettivamente trasformata in acqua osmotizzata utilizzabile, mentre la parte restante viene scartata perché contiene impurità. Migliorare l'efficienza del processo significa quindi aumentare la quantità di acqua utilizzabile, a parità di acqua utilizzata in ingresso, e riducendo gli sprechi.



L'IMPRONTA IDRICA DEL GRUPPO



Nel 2024 abbiamo avviato un'analisi della nostra impronta idrica, considerando sia le operazioni dirette sia la catena di fornitura. Nel 2025 l'analisi è stata aggiornata ed estesa, includendo anche gli uffici delle filiali. L'ampliamento del perimetro non ha modificato il quadro complessivo: gli **impatti** restano prevalentemente **concentrati nella catena di fornitura**, mentre il contributo delle operazioni dirette rimane più contenuto.

L'analisi si basa su due dimensioni:

- **Uso dell'acqua** , declinato attraverso l'indicatore di prelievo idrico;
- **Inquinamento idrico** , analizzato tramite gli indicatori di eutrofizzazione delle acque dolci e marine.

Nel 2025 l'aumento degli impatti riflette la crescita delle attività produttive, legata anche alla preparazione del rilancio di una delle principali linee di prodotto previsto per il 2026. Questo ha comportato un maggiore approvvigionamento di ingredienti e packaging, con un conseguente incremento degli impatti associati all'utilizzo della risorsa idrica.

Packaging e ingredienti rappresentano le categorie più impattanti dell'impronta idrica complessiva, in particolare per i consumi idrici legati alle fasi di coltivazione e trasformazione. Le altre categorie, tra cui produzione full-service e materiali promozionali, incidono invece in misura più limitata.

VALUTAZIONE DEL RISCHIO IDRICO NEI SITI OPERATIVI

Per approfondire gli impatti legati alle operazioni dirette del Gruppo – rappresentate nel grafico dalla voce “Sede centrale e filiali” – abbiamo analizzato il rischio idrico dei territori in cui operiamo attraverso il Water Risk Filter del WWF, considerando sia la disponibilità sia la qualità della risorsa idrica in questi luoghi.

La sede di Parma, dove è presente l'unico sito produttivo del Gruppo e che rappresenta la fonte principale degli impatti diretti, si trova in un'area caratterizzata da un basso rischio di scarsità idrica. Il rischio legato alla qualità dell'acqua risulta invece più elevato, ma viene mitigato dalla presenza di un sistema di trattamento delle acque reflue che consente di depurare gli effluenti prima dello scarico nella rete fognaria.



🔍 Uso dell'acqua e inquinamento idrico

Uso dell'acqua: Misura il prelievo di acqua effettuato dall'azienda per soddisfare esigenze produttive e igienico-sanitarie. È espresso in metri cubi di acqua prelevati all'anno.

Inquinamento idrico: Misura il carico di sostanze inquinanti presenti negli scarichi idrici, con particolare riferimento a nutrienti come azoto e fosforo. È espresso in chilogrammi equivalenti rilasciati nell'arco di un anno e consente di valutare il potenziale impatto sull'ambiente acquatico, come eutrofizzazione e degrado della qualità dell'acqua.



GESTIONE E MONITORAGGIO DELLA RISORSA IDRICA

Pur operando in un contesto a basso rischio in termini di stress idrico, vogliamo rafforzare il nostro presidio sulle operazioni dirette. Nel 2025 abbiamo dunque avviato un'analisi preliminare del **bilancio idrico del sito di Parma**, al fine di migliorare la conoscenza e il controllo dei flussi e aumentare le possibilità di intervento, in un'ottica di efficientamento. Abbiamo così potuto ricostruire i principali flussi del Davines Group Village – approvvigionamenti da pozzi e acquedotto, utilizzi industriali e civili, sistemi di trattamento e punti di scarico – per poi individuare le eventuali aree di inefficienza e le opportunità di ottimizzazione, in linea con i target al 2030 di riduzione dei consumi assoluti e dell'intensità idrica.

L'analisi ha messo in luce alcune priorità di intervento, come l'efficientamento del sistema di osmosi – già in corso –, il recupero e il riutilizzo delle acque reflue e il completamento della mappatura di specifici punti di prelievo dentro lo stabilimento. Inoltre, con l'obiettivo di ampliare e automatizzare la rilevazione dei prelievi idrici, nel 2026 avvieremo l'implementazione di un nuovo software di monitoraggio che consentirà un controllo più continuo dei consumi, facilitando l'individuazione puntuale di inefficienze e conducendo interventi mirati. In questa direzione si colloca anche l'obiettivo, previsto per il 2026, di ottenere la **certificazione ISO 14001** .

Questo traguardo richiede un approccio strutturato al monitoraggio degli impatti – inclusi consumi e scarichi idrici – nonché una chiara definizione di ruoli e responsabilità e all'attuazione di azioni di miglioramento.

OBIETTIVI 2026

- Attivazione di un software di monitoraggio del prelievo idrico per individuare tempestivamente inefficienze e ottimizzare i consumi.
- Certificazione **ISO 14001** 

Gestione delle acque reflue

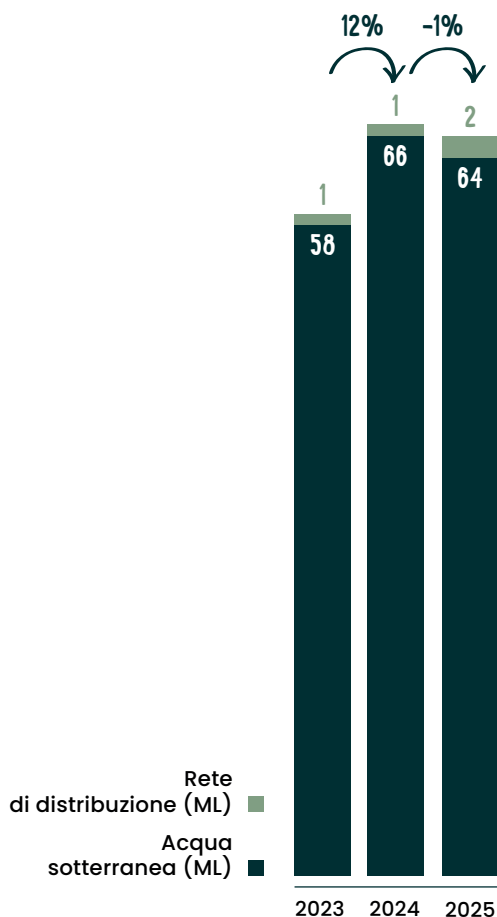
La corretta gestione delle acque reflue, ovvero le acque utilizzate nei processi produttivi, che contengono residui e sostanze da trattare, è fondamentale per ridurre l'impatto ambientale e garantire il rispetto delle normative vigenti. Il nostro sito produttivo è dotato di un impianto di depurazione completo, articolato in una fase di trattamento chimico/fisico – che consente di rimuovere le principali sostanze inquinanti – seguita da un processo biologico mediante Membrane Bio Reactor (MBR), una tecnologia avanzata che combina trattamento biologico e filtrazione tramite membrane, migliorando l'efficacia della depurazione.

Il sistema consente di trattare preventivamente tutti i reflui industriali, rendendoli idonei per l'immissione diretta nella rete fognaria pubblica. Lo scarico avviene pertanto direttamente in fognatura e non in un corpo idrico recettore, nel pieno rispetto del D.lgs.152/2006. La conformità ai limiti di legge è garantita attraverso controlli periodici. Vengono effettuate analisi con cadenza mensile e trimestrale in diversi punti del processo depurativo, così da monitorarne costantemente l'efficacia e assicurare il rispetto dei limiti previsti in ogni fase.

Certificazione ISO 14001

Si rimanda all'approfondimento di [pag. 67](#)

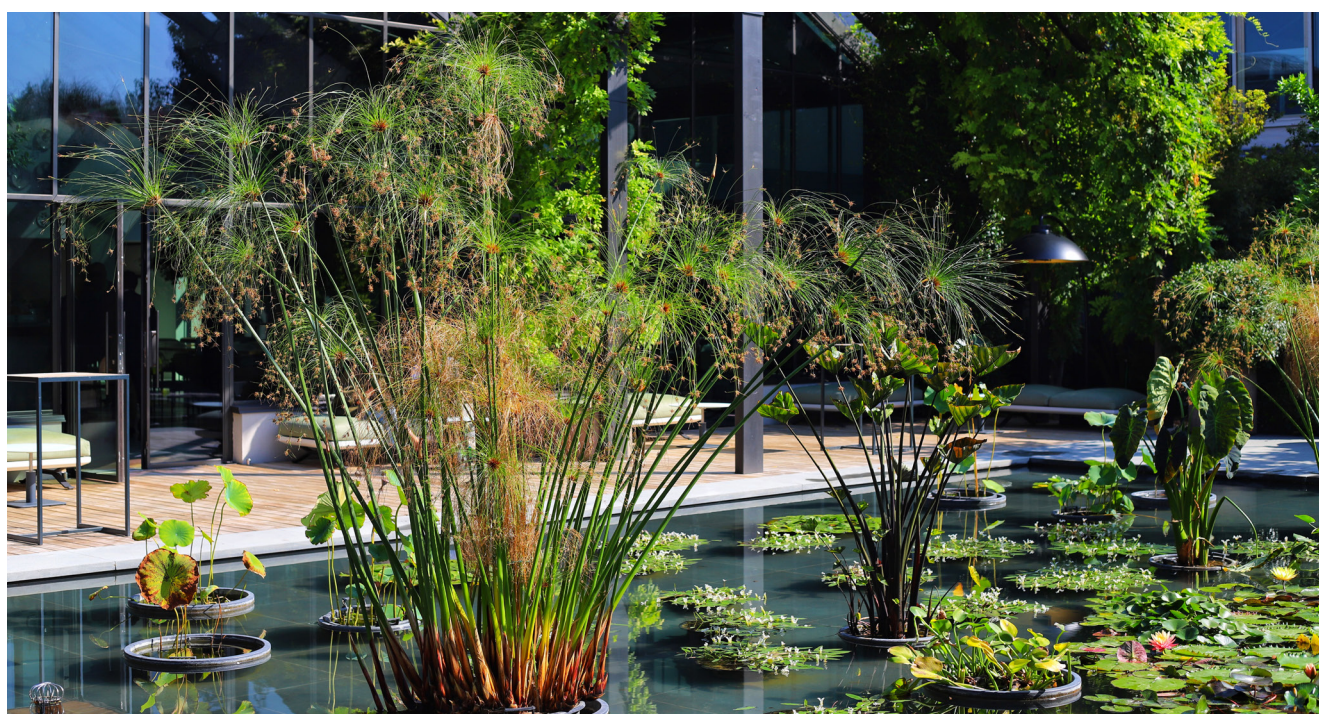
PRELIEVO IDRICO DEL DAVINES GROUP VILLAGE*



TARGET 2030: DOVE SIAMO OGGI

Ad oggi il consumo totale di acqua presso il Davines Group Village è aumentato dell'**11%** rispetto al 2023, mentre il target 2030 prevede una riduzione del 50%.

*L'obiettivo 2030 e i dati relativi al prelievo idrico rappresentati fanno riferimento al totale dell'acqua prelevata presso il Davines Group Village, considerando sia gli uffici sia lo stabilimento produttivo. Sono quindi esclusi gli altri prelievi che avvengono presso la sede centrale, i cui dettagli sono riportati a pag. 220.





RIDUZIONE DELL'INTENSITÀ IDRICA DI PRODUZIONE

L'**intensità idrica di produzione**  è uno degli indicatori chiave attraverso cui monitoriamo annualmente l'efficienza nell'utilizzo della risorsa idrica nelle nostre attività, consentendoci di misurare i progressi rispetto al target 2030 sulla sua riduzione del 75% e di orientare le azioni di miglioramento.

INTENSITÀ IDRICA DI PRODUZIONE

[m³ H₂O / ton di prodotto sfuso]



TARGET 2030: DOVE SIAMO OGGI

-28% di riduzione dell'intensità idrica di produzione rispetto al 2023, in linea con il target di -75% al 2030

Nel 2025 l'intensità idrica di produzione si è **ridotta del 9,7%**, passando da 6,0 a 5,4 m³ per tonnellata di prodotto sfuso. Rispetto al 2023 – anno base del target 2030 – la riduzione complessiva è pari al 28%. Il miglioramento è legato sia all'incremento dei volumi produttivi sia agli interventi di efficientamento implementati negli ultimi anni ([v. pag. 126](#)):

- introduzione di lavaggi a media e alta pressione
- utilizzo di sistemi CIP (Clean-in-Place)
- incremento dell'efficienza del sistema di osmosi installato nel 2024.

Questi interventi hanno permesso di aumentare la resa dell'acqua utilizzata nei processi.

Intensità idrica di produzione

L'intensità idrica di produzione rappresenta la quantità di acqua consumata, espressa in metri cubi, per produrre una tonnellata di prodotto sfuso (bulk). Considera esclusivamente l'acqua sottoposta a processo di osmosi e direttamente utilizzata nella produzione (lavaggio macchinari e formulazione del prodotto) e la quantità di prodotto sfuso realizzata internamente, escludendo il prodotto sfuso realizzato esternamente. Misura quindi l'efficienza nell'utilizzo dell'acqua durante il solo processo produttivo.

LE CAMPAGNE DEI NOSTRI BRAND



OCEAN KEEPER 2025

Ocean Keeper è la campagna globale del brand Davines dedicata alla tutela degli ecosistemi marini e alla promozione di modelli più responsabili e circolari nella gestione delle risorse e dei rifiuti, con particolare attenzione all'inquinamento da plastica e alla salvaguardia dell'acqua.

Nel corso dell'anno sono state sviluppate diverse iniziative a livello locale, adattate ai contesti territoriali. Tra le principali:



ITALIA

In occasione del quinto anno di collaborazione con Sea Shepherd, abbiamo sostenuto un progetto finalizzato alla rimozione delle attrezzature da pesca abbandonate nel tratto di mare compreso tra le aree marine protette "Regno di Nettuno" e "Punta Campanella", nel Golfo di Napoli. L'iniziativa è stata accompagnata da un'attività di sensibilizzazione a bordo della nave Sea Eagle, acquisita dall'associazione per contribuire alle attività di conservazione e protezione dei mari. Complessivamente sono stati devoluti 25.000 € al progetto.

FRANCIA

In collaborazione con Sea Shepherd, abbiamo sostenuto la Ghost Net Campaign nel Mar Mediterraneo, contribuendo alla rimozione delle reti da pesca abbandonate, particolarmente dannose per gli ecosistemi marini. L'iniziativa è stata supportata attraverso una donazione di 5.000 €.

ECUADOR

Abbiamo sostenuto la realizzazione di una passerella pedonale costruita con plastica riciclata per migliorare l'accesso alle spiagge delle comunità costiere, incluse le persone con mobilità ridotta. L'iniziativa, sviluppata in collaborazione con The Social Project, ha portato a una donazione di 3.600 USD (circa 3.300 €), contribuendo al recupero dei rifiuti plastici e alla realizzazione di un'infrastruttura a beneficio della comunità locale.

THAILANDIA

Per contribuire a ridurre la dispersione dei rifiuti nei corsi d'acqua prima che raggiungano il mare, abbiamo sostenuto un'attività di raccolta e corretta gestione dei rifiuti in collaborazione con una fondazione specializzata nel corretto smaltimento e riciclo dei rifiuti. L'iniziativa ha portato alla rimozione di 1.306 kg di rifiuti dai canali urbani, con un investimento complessivo di 120.000 THB (circa 3.200 €).

Acqua

Riduzione del consumo idrico nei saloni di Hong Kong

Per promuovere un utilizzo più efficiente delle risorse idriche, Davines Hong Kong ha distribuito 60 dispositivi "Eco Heads" ai saloni parte della nostra community Sustainable Beauty Partner (v. pag. 203). Questi dispositivi consentono di ridurre il consumo d'acqua fino al 65%, mantenendo elevate performance di utilizzo. L'iniziativa ha coinvolto clienti professionali e generato un investimento di 24.000 HK\$ (circa 2.650€).



LE CAMPAGNE DEI NOSTRI BRAND

A tutela della risorsa idrica

In collaborazione con la B Corp WAMI, [comfort zone] ha promosso nel corso del 2025 tre campagne dedicate alla tutela dell'acqua, al miglioramento dell'accessibilità alle risorse idriche e alla sensibilizzazione sulle sorgenti naturali. [Scopri di più.](#)

Water Source

Abbiamo contribuito a portare 6.898.500 litri di acqua potabile nel distretto di Nuwara Eliya, in Sri Lanka, dove circa l'86% delle famiglie non ha accesso sicuro a questa risorsa. L'intervento ha supportato comunità che vivono in piccoli villaggi all'interno delle piantagioni di tè e dipendono da un unico punto di distribuzione, dove l'acqua arriva spesso contaminata attraverso canalette o vecchie tubazioni, contribuendo a migliorare le condizioni di salute e benessere delle famiglie coinvolte.

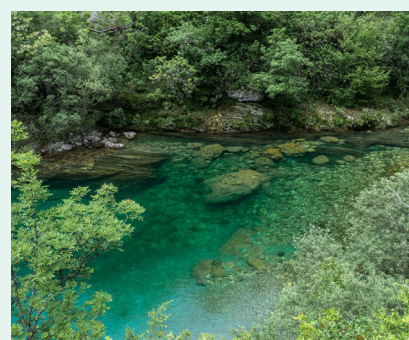
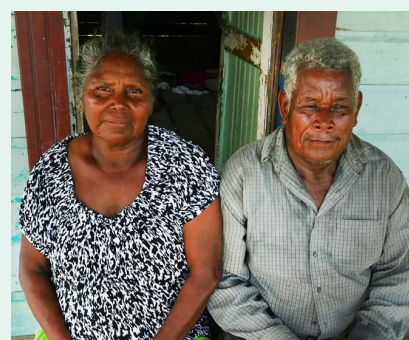
Ritual Week

Abbiamo finanziato la costruzione di un acquedotto nell'area di Wauhta Bar – Distretto 1, in Nicaragua. Il progetto ha previsto l'installazione di pozzi, sistemi di pompaggio e reti di distribuzione protette, contribuendo a fornire oltre 10.804.000 litri di acqua potabile alle famiglie del distretto, in un'area colpita da scarsità idrica e contaminazione delle fonti.

Body Week

Abbiamo sostenuto un progetto dedicato alla valorizzazione e tutela delle sorgenti naturali italiane. Attraverso la piattaforma digitale Acqua Zone sono state mappate diverse sorgenti d'acqua e promosse escursioni per favorirne la conoscenza e la protezione.

[comfort zone]



THE FUTURE SALONS, BEAUTY CENTERS & SPA INITIATIVE

The Future Salons, Beauty Centers & SPA Initiative è il progetto con cui vogliamo valorizzare e attivare le community professionali esistenti, per renderle protagoniste nella diffusione di comportamenti e azioni concrete a favore dell'ambiente. L'obiettivo è costruire una rete internazionale di saloni, centri estetici e spa che diventi un'estensione viva e coerente della strategia ambientale del Gruppo, traducendola in pratiche quotidiane, iniziative locali e nuovi modelli di ispirazione per il settore.

Nel corso del 2025 sono proseguite le iniziative attivate a livello globale che hanno coinvolto direttamente i nostri clienti e le community professionali nei diversi mercati.

Tra queste, l'aggiornamento e l'arricchimento dei contenuti del Sustainable Salon Master Program (v. pag. 201), quale leva formativa chiave per accompagnare i saloni nell'adozione di pratiche sempre più allineate alla nostra strategia di sostenibilità ambientale al 2030.

Allo stesso tempo, stiamo continuando a lavorare internamente per strutturare nuove attività e programmi da sviluppare nei prossimi anni, con l'obiettivo di rafforzare il coinvolgimento attivo dei saloni e renderli sempre più protagonisti nel promuovere pratiche sostenibili e generare cambiamento concreto.

Decarbonizzazione

Biodiversità

Circularità

Acqua

OBIETTIVI 2026

- Avviare un test pilota nelle province di Milano e Bergamo per il recupero di materiali provenienti dai saloni (capelli e altri materiali riciclabili), con l'obiettivo di promuovere pratiche di circolarità e favorire il riutilizzo e il riciclo attraverso filiere territoriali.
- Realizzare il “The Future SPA Handbook”, un documento sviluppato dal brand [comfort zone] e rivolto a saloni di bellezza, centri estetici e SPA, che raccoglie una serie di best practice per integrare soluzioni sostenibili nella gestione e nelle attività operative di tutti i giorni.





SUPPORTARE I NOSTRI COLLABORATORI E LA COMUNITÀ

Il nostro impegno sociale si riflette sia all'interno che all'esterno dell'azienda, nelle attenzioni che riserviamo ai nostri colleghi e nella cura che dedichiamo alle comunità a cui appartengono gli stakeholder. Promuoviamo la crescita professionale e una buona qualità di vita, sostenendo progetti territoriali e iniziative locali attraverso azioni concrete di solidarietà. Coerenti con questo approccio, nel 2025 abbiamo definito i target della nostra strategia sociale al 2030 ([v. pag. 28](#)), insieme agli indicatori chiave per monitorare il suo avanzamento.



Supportare
i nostri collaboratori
e la comunità

LA DEFINIZIONE DEL NOSTRO IMPEGNO AL 2030

Il percorso di definizione dei nostri obiettivi sociali al 2030 (v. pag. 32) è stato avviato a fine 2024 e sviluppato nel corso del 2025 attraverso un lavoro congiunto delle funzioni Sostenibilità, Comunicazione Corporate e Risorse Umane, fortemente supportato dalla proprietà. Il lavoro è partito dall'intento di amplificare l'impatto delle pratiche già presenti ed ha tenuto conto del contesto di riferimento, dell'analisi di pratiche diffuse a livello internazionale e dei nuovi standard B Corp. Tutto ciò ha consentito di orientare la struttura e il livello di ambizione dei target in modo incisivo.

Lungo il percorso, i target hanno preso forma anche grazie al contributo e ai suggerimenti del Global e Local Leadership Team. Sono poi stati definiti insieme alle funzioni aziendali di riferimento, così da assicurarne concretezza e coerenza con le attività del Gruppo.

I nostri target 2030 sono il risultato di questo lavoro e rappresentano una base condivisa per guidare le nostre azioni nei prossimi anni.



Obiettivo 2025 raggiunto

A oggi, la nostra strategia di sostenibilità in ambito sociale si concentra sui seguenti temi:

- Diversità e inclusione;
- Nuove generazioni al lavoro, tema che negli obiettivi 2030 si amplia, includendo anche l'integrazione intergenerazionale;
- Impatto sulle comunità locali.

Con la definizione dei target al 2030, abbiamo esteso il nostro approccio alle aree di impatto introdotte dai nuovi standard B Corp:

- Lavoro equo;
- Diritti umani;
- Giustizia ed equità, che si aggiunge al tema Diversità e inclusione, per rappresentare l'area JEDI (Justice, Equity, Diversity, Inclusion).



OBIETTIVI 2026

**Diritti umani**

- Definire e pubblicare una Policy di Gruppo sui diritti umani;
- Identificare i temi salienti in materia di diritti umani e definire un chiaro processo di escalation.

**Giustizia, Equità, Diversità e Inclusione**

- Definizione di una Policy Globale sulle pratiche di selezione eque ed inclusive, che preveda il non utilizzo dello storico retributivo e la non verifica di precedenti finanziari e penali in fase di assunzione;
- Definizione e pubblicazione di un impegno di Gruppo sui temi JEDI: Justice, Equity, Diversity, Inclusion (Giustizia, Equità, Diversità, Inclusione);
- Definizione di un Piano di Azione 2026-2031 sui temi JEDI;
- Campagna di formazione interna su tematiche relative a Diversità, Equità, Inclusione e Appartenenza;
- Approfondire l'ascolto dei collaboratori, attraverso l'erogazione di un questionario annuale e l'organizzazione di focus groups focalizzati sulla inter-generazionalità e le tematiche JEDI.

**Lavoro equo**

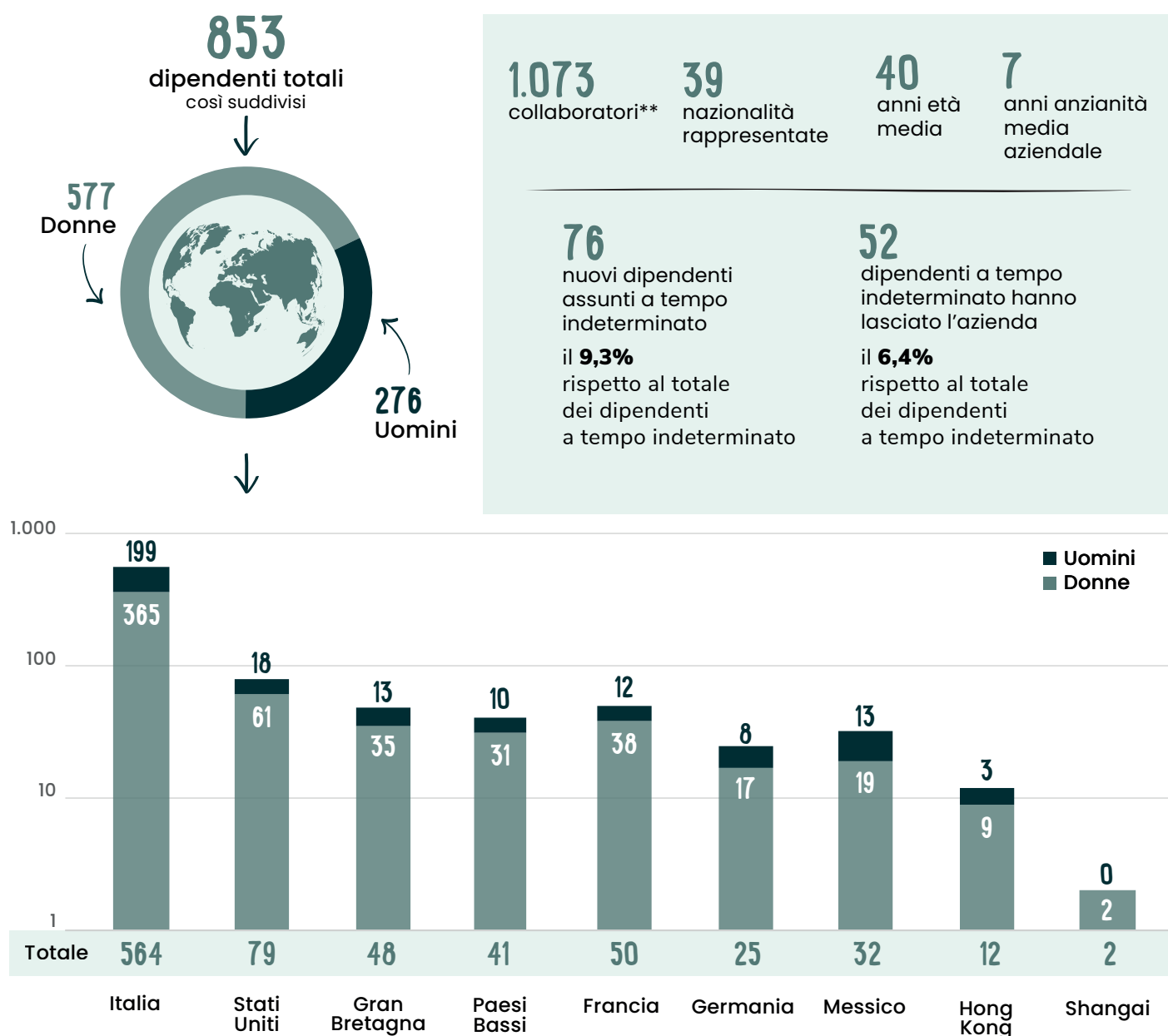
- Analisi del sistema globale di Job Evaluation (categorizzazione dei ruoli) anche in ottica di neutralità di genere.



LE NOSTRE PERSONE

Ci impegniamo affinché ogni persona possa realizzarsi attraverso il lavoro, contribuendo a creare un ambiente capace di generare buone pratiche e relazioni positive. Le iniziative che adottiamo sono pensate per far crescere e sviluppare al meglio le risorse di ciascuno di noi. Un impegno ancora più sentito da quando, nel 2016, il Gruppo è diventato parte del movimento B Corp.

Il nostro impatto in numeri*



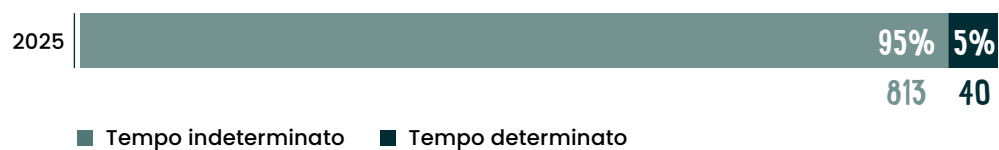
Il grafico è rappresentato con una scala logaritmica in base 10 sull'asse verticale

*Tutti i dati relativi ai colleghi si riferiscono agli 853 dipendenti assunti direttamente dal Gruppo.

**I 1.073 collaboratori del Gruppo comprendono 853 dipendenti, 13 stagisti, 65 lavoratori assunti tramite agenzia per il lavoro, 129 agenti e 13 consulenti.



TIPOLOGIA CONTRATTUALE



ORARIO DI LAVORO



Ulteriori dettagli sui dipendenti e lavoratori non dipendenti sono disponibili nell'[Appendice GRI](#).

IL BENESSERE DELLE PERSONE

Le persone sono la risorsa più preziosa della nostra azienda. Per questo, ci impegniamo ogni giorno per creare un luogo di lavoro dove ogni singolo collaboratore possa sviluppare le proprie potenzialità, in un clima di benessere individuale e collettivo.

Crediamo che uno stile di vita sano contribuisca a prevenire problematiche fisiche e psicologiche, con ricadute positive non solo sulla nostra organizzazione, ma anche su tutta la comunità e il pianeta.

Il **welfare** è uno strumento concreto che rende tangibile la cura dell'azienda verso le persone e le loro famiglie.

Il **wellbeing** è l'ecosistema più ampio che tiene insieme cultura, valori, spazi, tempo, relazioni e opportunità. Nel Gruppo Davines queste due dimensioni dialogano e si rafforzano a vicenda.

Il nostro modello di wellbeing considera la persona nella sua interezza: dimensione fisica, psicologica ed emotiva, economica, sociale e relazionale, familiare e di comunità, spirituale. Essere B Corp rafforza questo impegno, spingendoci a valutare ogni scelta anche per il suo impatto umano e sociale.



Le iniziative per la sede di Parma

Al fine di favorire il benessere delle nostre persone, abbiamo introdotto nella nostra sede principale di Parma - che ospita la maggior parte dei collaboratori del Gruppo - iniziative in cinque aree:



Genitorialità



Salute e benessere



Cultura, formazione e tempo libero



Sostegno economico



Conciliazione vita-lavoro



GENITORIALITÀ

Il nostro supporto ai genitori si traduce in soluzioni concrete, improntate alla flessibilità e al sostegno economico. Le iniziative sono previste per i dipendenti della sede italiana con Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) Chimico-Farmaceutico attraverso la contrattazione di secondo livello* e comprendono:

- **Aspettativa non retribuita**, con la possibilità di richiederla fino al compimento del primo anno di vita del bambino.
- **Integrazione ed estensione al congedo parentale:** per il periodo di maternità facoltativa è prevista l'integrazione della retribuzione, laddove l'INPS coprisse una percentuale inferiore, fino al raggiungimento del 100% della retribuzione per i primi 3 mesi di congedo e all'80% per i secondi 3 mesi. Inoltre, il congedo di paternità viene ampliato, rispetto alla normativa, con 10 giorni di permesso retribuito aggiuntivi, oltre a quelli obbligatori per legge, da richiedere entro i primi 12 mesi di vita del bambino.

Per tutti i dipendenti (non solo CCNL - Chimico-Farmaceutico) della sede italiana sono inoltre previste:

- **Riduzioni dell'orario di lavoro** nei primi due anni di vita del bambino, per le neomamme che ne fanno richiesta e se il proprio ruolo lo permette, da concordare individualmente;
- **Convenzioni** con due asili nido e campus estivo;
- **Attività educative** per famiglie.



SALUTE E BENESSERE

In aggiunta alla piattaforma Welfare (v. pag. 146) a disposizione delle nostre persone, promuoviamo numerose attività e iniziative dedicate alla salute fisica e mentale:

- **Assistenza sanitaria integrativa:** per quadri, impiegati e operai sono previsti fondi sanitari (FASCHIM) secondo il CCNL Chimico-Farmaceutico. Davines SpA si fa carico dell'intero contributo per ogni persona che desidera iscriversi. La copertura è valida per contratti a tempo indeterminato, a tempo determinato di almeno 6 mesi (escluso il periodo di prova) e part-time pari o superiori alla metà dell'orario legale. Per i dirigenti è attivo il fondo FASI.
- **Assicurazione su disabilità, invalidità e vita:** quadri, impiegati, operai (anche interinali) sono coperti in caso di infortunio, invalidità permanente e morte durante eventi aziendali o autorizzati dalla stessa. Per i dirigenti, come da contratto CCNL Dirigenti Industria, la tutela copre anche eventi extra-professionali. In tutti i casi, non sussiste alcuna differenza tra full-time e part-time, salvo quanto previsto dalla legge.
- **Contrasto alla violenza di genere:** possibilità di usufruire di 160 ore annuali aggiuntive di permessi retribuiti per le lavoratrici dirette e somministrate vittime di violenza.
- **Piattaforma di consulenza alla persona:** nella quotidianità di ogni giorno capita a tutti di dover affrontare situazioni più o meno complesse o dubbi ai quali da soli non troviamo risposta. In questi casi, un aiuto esterno può fornire un contributo importante al nostro benessere. Così, all'interno del programma Wellbeing, il Gruppo Davines ha deciso di introdurre una piattaforma che offre servizi

* Riferito al Contratto Integrativo Aziendale 2025-2027.

di consulenza a distanza su scala nazionale in ambito psicologico, legale, fiscale e socioassistenziale, con l'obiettivo di offrire un sostegno concreto nella gestione di situazioni personali complesse su temi diversi, come minori e genitorialità, famiglia, anziani e caregiver, disabilità. Per fornire una consulenza diretta, privata e gratuita presso la nostra sede di Parma è stata inoltre pianificata una giornata di sportello aperta a tutti i collaboratori.

- **Seminari di fisioterapia:** per promuovere la consapevolezza su tematiche legate al benessere fisico, anche sul posto di lavoro, presso la sede di Parma sono stati organizzati due seminari di fisioterapia in presenza.
- **Cassa di Assistenza Sanitaria:** attraverso la piattaforma di welfare aziendale è possibile accedere alla Cassa di Assistenza Sanitaria che consente - applicando regole specifiche - il rimborso di alcune spese mediche e prevede convenzioni con strutture sanitarie del network della Cassa.
- **Permessi retribuiti:** 24 ore l'anno di permessi retribuiti per visite mediche ed esami specialistici, per sé o per i familiari entro il terzo grado di parentela e per i componenti della famiglia anagrafica del lavoratore, previste per i dipendenti con contratto CCNL Chimico-Farmaceutico, attraverso la contrattazione di secondo livello*.
- **Coperture durante le trasferte di lavoro:** l'azienda garantisce coperture assicurative relative al viaggio (ritardi, cancellazioni, beni personali e aziendali), e assicurazione per spese mediche (durante il ricovero e dopo il rientro, trasporto in ospedale, rimpatrio sanitario).
- **Fitness, yoga, meditazione,** con la possibilità di accesso gratuito a corsi in diretta attraverso una piattaforma online. Presso il Davines Group Village, inoltre, è disponibile un corso di yoga e meditazione in presenza o con collegamento online, due volte la settimana.
- **Convenzioni sanitarie:** abbiamo attivato diverse convenzioni con centri medici, anche specialistici, sul territorio.
- **Fisioterapia:** il servizio comprende una prima visita a prezzo minimo al Davines Group Village e a tariffe agevolate presso gli studi e gli ambulatori dei fisioterapisti convenzionati, valide anche per i familiari delle persone del nostro Gruppo.
- **Tutela patologie oncologiche:** grazie alla contrattazione collettiva di secondo livello*, in caso di patologie oncologiche certificate è previsto il riconoscimento del 100% della retribuzione fino al termine del periodo di comporto e considerati come "lavorati" fino a cinque mesi di assenza.

* Riferito al Contratto Integrativo Aziendale 2025-2027.



CONCILIAZIONE VITA-LAVORO

Per il benessere lavorativo, la flessibilità è fondamentale. Attraverso il programma “Davines Group New Way”, attivo dal 2018, in Italia abbiamo introdotto la possibilità di:

- **Smart working**, regolato da linee guida valide sia per la sede italiana che per le altre nostre sedi all'estero. Raccomandano una presenza negli uffici di almeno il 50% del tempo lavorativo su base mensile, ma consentono flessibilità in accordo con il proprio responsabile.
- **Ingresso senza timbratura** per tutti i nostri colleghi e con orario flessibile per i colleghi con lavoro d'ufficio.
- **Orario estivo ridotto**: per i colleghi degli uffici, il venerdì può prevedere solo cinque ore di lavoro, a fronte di mezz'ora in più lavorata dal lunedì al giovedì (con un'ora di ROL automaticamente decurtata sul cartellino il venerdì).
- **“Focus Time”**: linea guida, attiva dal 2024, che regola gli orari delle riunioni di lavoro “proteggendo” i venerdì mattina e tutte le giornate dalle 17.00 in avanti. Questa misura libera tempo per l'apprendimento personale, la conclusione di attività individuali, la gestione di imprevisti lavorativi e il lavoro collaborativo su temi specifici. L'iniziativa è valida anche per tutte le filiali.
- **Ristorante aziendale gratuito**, con pasti bilanciati, definiti insieme a un nutrizionista.
- **Possibilità di acquistare pasti da asporto** presso il ristorante aziendale, da consumare a casa.
- **Servizi a pagamento**: gestiti in buona parte dalla nostra “MyCommunity” aziendale, per favorire momenti di condivisione e l'equilibrio vita-lavoro. Tra questi, bar, lavanderia, farmacia, Centro Assistenza Fiscale (CAF), lavaggio e manutenzione autovetture.
- **Cinque giorni di permesso** fruibili in un anno per i dipendenti con CCNL Chimico-Farmaceutico*, in caso di decesso o grave infermità di familiari, soggetti conviventi e tutti gli affini entro il terzo grado di parentela (estesi rispetto a quelli previsti dal CCNL).



* Riferito al Contratto Integrativo Aziendale 2025-2027.



CULTURA, FORMAZIONE E TEMPO LIBERO

Attraverso eventi culturali, formativi e ricreativi, favoriamo il dialogo con il territorio e l'incontro tra discipline diverse, promuovendo occasioni di crescita personale e arricchimento culturale anche al di fuori del contesto lavorativo.

- **Visite guidate gratuite a mostre, musei ed eventi culturali**, anche attraverso l'iniziativa interna Art & Culture, che propone una selezione delle attività disponibili, con la possibilità di partecipare insieme a un/una familiare, parente o compagno/a di vita.
- **Possibilità di partecipazione gratuita ad eventi sportivi, spettacoli e concerti**, in parte promossi tramite Art & Culture;
- **Workshop e giornate di consulenza** dedicate alla gestione consapevole del bilancio familiare;
- **Percorsi di educazione finanziaria** in collaborazione con associazioni di settore;
- **Attività ludico-sportive** promosse da "MyCommunity", nostra community aziendale, per favorire il benessere fisico e sociale.



SOSTEGNO ECONOMICO

A sostegno del benessere economico delle nostre persone, attraverso la contrattazione collettiva di secondo livello* il Gruppo mette a disposizione della sede italiana con contratto CCNL Chimico-Farmaceutico:

- **Premio di risultato** destinato al 100% dei dipendenti in ruoli non manageriali, con la possibilità di conversione dell'importo sulla piattaforma welfare.
- **Welfare aziendale**: la piattaforma Davines Group Care, dedicata a tutti i dipendenti a tempo indeterminato (esclusi i dirigenti), mette a disposizione un budget da spendere per servizi e prestazioni, per sé stessi e per la propria famiglia. Nel 2025, in linea con l'Accordo Integrativo, la possibilità di spesa individuale è stata di 900 euro pro-capite, riproporzionata per i lavoratori part-time. Dal 2025 anche i somministrati in staff leasing ne possono beneficiare.

Nel 2025, per i nostri colleghi, presso il Giardino Scientifico e il campo di EROC, abbiamo promosso **"Appunti di Terra"**, lezioni dedicate alla cura delle piante ornamentali e alla gestione dell'orto. Il corso, guidato dai nostri giardinieri, ha coinvolto 20 colleghi e ha alternato momenti teorici ad attività pratiche, con l'obiettivo di fornire competenze di base per la manutenzione delle piante e la gestione consapevole del verde.



* Riferito al Contratto Integrativo Aziendale 2025-2027.

- **Erogazione straordinaria aggiuntiva:** nel 2025 è stato erogato un bonus straordinario una tantum di 1.000 o 1.500 euro in ragione dei buoni risultati ottenuti nel 2024, a seconda di determinati requisiti e riparametrato in base alla regolamentazione contenuta nel contratto integrativo aziendale.
- **Welfare Integration partner:** con l'obiettivo di conoscere, consultare ed essere in grado di richiedere le misure pubbliche esistenti a livello nazionale e locale. Nel 2025 abbiamo inoltre scelto di arricchire il programma di Wellbeing introducendo un "Welfare Integration Partner". Si tratta di un supporto che integra nei piani di welfare aziendale le misure offerte dal welfare pubblico - come bonus, agevolazioni e altre forme di sostegno economico - tramite una piattaforma informativa e di supporto operativo destinata alla scoperta dei benefit pubblici disponibili.
- **"Corporate Benefits",** piattaforma online che dà accesso a sconti su beni e servizi.
- **Premi di anzianità,** erogati come credito welfare addizionale per i non dirigenti e come buono viaggio personale per i dirigenti. Nel 2025 sono state aggiunte ulteriori annualità con premi fino a 3.000 euro.
- **Anticipo del TFR** dopo cinque anni di anzianità, per esigenze personali e in base alla regolamentazione contenuta nel contratto integrativo aziendale.
- **Prestito aziendale,** per il quale si può fare richiesta una sola volta nella vita aziendale, dopo almeno due anni di servizio, per un importo massimo pari a una mensilità lorda della retribuzione, da restituire in 12 mesi.
- **Utilizzo del parco auto aziendale** in casi eccezionali e in base alla disponibilità aziendale, per necessità personali.
- **Pensione integrativa:** possibilità di attivare piani pensionistici complementari (FONCHIM per quadri, impiegati, operai; PREVINDAI per dirigenti). Nel 2025, Davines SpA ha aumentato il contributo al fondo FONCHIM. Possono associarsi i lavoratori a tempo indeterminato (non in prova) e a tempo determinato continuativo superiore a sei mesi (non in prova), senza differenza tra full-time e part-time, salvo quanto previsto dalla legge.



Le iniziative per le filiali

I dipendenti delle filiali del Gruppo Davines possono usufruire di tipologie di supporto che riflettono le specifiche **esigenze locali**, pur restando in linea con la nostra cultura aziendale improntata alla cura e all'inclusione e all'equilibrio tra vita lavorativa e personale.

Assicurazione sanitaria, permessi retribuiti, congedi parentali, piani pensionistici, programmi di rimborso per i prestiti studenteschi, orari e luogo di lavoro flessibili, supporto per la salute mentale, piani di mobilità sostenibile sono tra le iniziative più significative. A queste si aggiungono i servizi dedicati alla famiglia.



ANALISI “GREAT PLACE TO WORK®”: ASCOLTO E MIGLIORAMENTO CONTINUO

Great Place To Work® è una realtà che analizza gli ambienti di lavoro, valutando il “sentire” dei collaboratori in merito al **clima lavorativo**, per poi offrire alle aziende strumenti di crescita, partendo dall'**ascolto dei collaboratori**. Il sondaggio è costruito sulla base di 5 dimensioni: credibilità, rispetto, equità, orgoglio, coesione.

Dal 2019, ogni due anni, il Gruppo Davines eroga l'indagine a livello globale. I risultati vengono condivisi e approfonditi, per poi strutturare nuovi **piani di azione** per ciascuna area aziendale, anche attraverso il coinvolgimento del Leadership Team, nostro organo interno di governance.



Risultati 2025

A ottobre 2025 abbiamo svolto una nuova survey Great Place to Work®, coinvolgendo tutte le persone del Gruppo Davines, inclusi stagisti, consulenti continuativi e lavoratori somministrati. Hanno partecipato 876 collaboratori, con un tasso di adesione dell'84%. Questa edizione ha introdotto una nuova area di approfondimento per noi particolarmente rilevante: la collaborazione tra le diverse generazioni.

I risultati, condivisi internamente a dicembre 2025, ci hanno permesso di ottenere nuovamente la **certificazione Great Place to Work® Italia** per il 2025–2026 e di raggiungere la certificazione **per la prima volta** anche nelle nostre sedi in **Francia, Hong Kong, Paesi Bassi, UK e USA**.

A partire da gennaio 2026 è stato messo a disposizione un format strutturato per supportare i manager nella lettura dei risultati, nella condivisione di questi con i propri team e nella definizione dei piani d'azione, facilitando un confronto condiviso e orientato al miglioramento continuo.

In relazione ai dati ottenuti nel 2025, a inizio 2026 il Gruppo è entrato per la prima volta nella classifica Best Workplaces Italia 2026, posizionandosi al **15° posto** nella categoria dedicata alle aziende con 500-999 collaboratori.



Ingresso
nella classifica

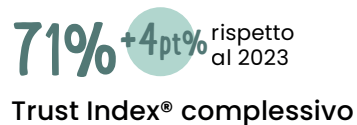
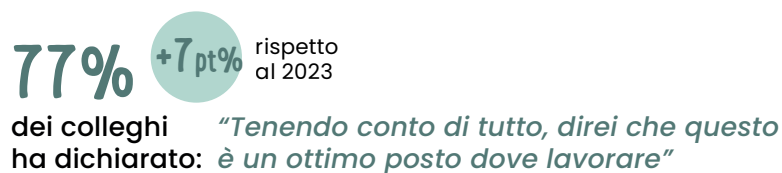
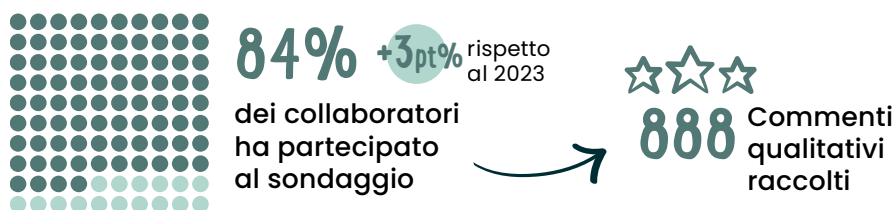
**Best
Workplaces
Italia**

(categoria 500-999
collaboratori)



Obiettivo 2025 raggiunto

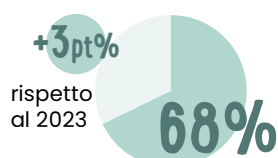
SINTESI INDAGINE GREAT PLACE TO WORK 2025



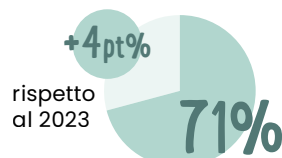
È l'indice definito da Great Place to Work® che rappresenta la media delle domande incluse nel modello utilizzato e che indica il livello interno di fiducia nei confronti dell'azienda.



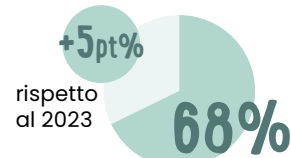
AREE DELLA SURVEY



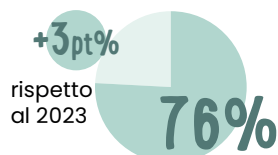
CREDIBILITÀ
comunicazione a due vie, competenza, integrità



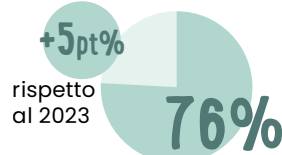
RISPETTO
sviluppo professionale, coinvolgimento, cura



EQUITÀ
equità del trattamento, imparzialità, giustizia



ORGOGGIO
lavoro individuale, gruppo di lavoro, immagine aziendale



COESIONE
confidenza, accoglienza, collaborazione

LA FORMAZIONE DELLE NOSTRE PERSONE

Davines Group Learning Hub

Per il Gruppo, la crescita professionale delle persone rappresenta una leva fondamentale. Per rafforzarle, nel 2021 è nato il Davines Group Learning Hub, la nostra **piattaforma interna di formazione** costantemente aggiornata, pensata per offrire a tutti i collaboratori opportunità di apprendimento coerenti con il purpose aziendale.



LEARNING HUB
DAVINES GROUP

L'offerta formativa evolve nel tempo, adattandosi ai bisogni emergenti e promuovendo una cultura dell'apprendimento continuo attraverso **percorsi diversificati**:



Competenze Professionali (Job Skills)

Percorsi mirati allo sviluppo di competenze specifiche legate al ruolo, con un impatto diretto su attività, processi e strumenti operativi. Rientrano in questa categoria i programmi di onboarding, la formazione sulla sicurezza e l'utilizzo di strumenti tecnici.



Competenze Trasversali (Cross Skills)

Iniziative formative che supportano competenze applicabili a diversi ambiti organizzativi, non vincolate a una singola funzione. Tra queste, rientrano la formazione manageriale, la gestione dei progetti e il public speaking.



Competenze per la Vita (Life Skills)

Percorsi che contribuiscono al benessere complessivo della persona, con effetti positivi anche al di fuori del contesto lavorativo. Ne sono esempi la formazione linguistica, l'equilibrio tra vita privata e lavoro e i temi legati alla sostenibilità.



Sviluppo Professionale Esterno (External Professional Development)

Opportunità di aggiornamento e crescita offerte attraverso iniziative esterne all'azienda, come webinar, seminari ed eventi professionali.



Nel 2025, il calendario formativo del Learning Hub è stato ulteriormente arricchito, consolidando alcuni programmi già avviati e ampliando l'offerta con nuovi percorsi strategici. Abbiamo infatti confermato iniziative come LinkedIn Learning e il programma Train the Trainer, dedicato a chi si occupa di progettare e facilitare momenti formativi dedicati a collaboratori e clienti.

434

corsi formativi
a livello di
Gruppo

Tra le principali novità, abbiamo introdotto un training dedicato all'Intelligenza Artificiale che includeva un hackathon per rafforzare le competenze digitali e favorire un approccio più innovativo ai processi aziendali.

Un'attenzione specifica è stata rivolta alle nuove generazioni con il lancio di "Open Jam", un percorso di apprendimento rivolto ai giovani under 30, pensato per sostenere la crescita professionale e favorire il confronto intergenerazionale.

Altri moduli, come "Crisis Management" e la formazione sui claim di sostenibilità (v. pag. 197), sono invece stati incentrati sull'evoluzione del contesto normativo e reputazionale.

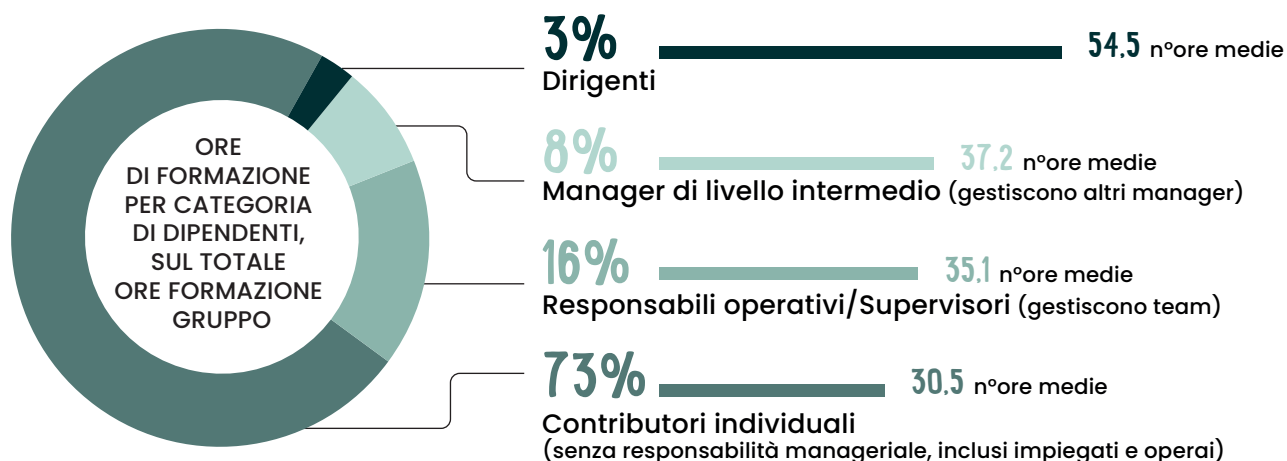
Abbiamo poi proseguito il percorso dedicato alla leadership, con momenti di approfondimento e confronto sui comportamenti legati al Davines Group Leadership Model, coinvolgendo il Global & Local Leadership Team.

Per il Global Leadership Team è stato inoltre attivato un training specifico sul tema delle Polarity, pensato per rafforzare la capacità di gestione delle dinamiche organizzative complesse.

Nell'ambito della formazione, abbiamo voluto rafforzare anche l'area manageriale, con l'introduzione di moduli specifici sulla gestione di ferie e permessi e consolidando la formazione sul Performance Management. Parallelamente, sono proseguiti i percorsi di coaching individuale e di team, a supporto dei responsabili nei momenti strategici di confronto e sviluppo.



FORMAZIONE 2025 IN NUMERI



ORE DI FORMAZIONE ANNUA PER GENERE



Ulteriori approfondimenti sulle ore di formazione sono disponibili nell'[Appendice GRI](#).

Onboarding di benvenuto

Per chi entra in azienda abbiamo riservato un apposito percorso di inserimento: si tratta di un momento formativo pensato per facilitare l'ingresso, trasmettere conoscenze e incontrare persone chiave per il proprio ruolo. Nel 2024 abbiamo ampliato e aggiornato il processo di onboarding, definendo nuovi flussi operativi, introducendo nuove risorse - digitali e non - e attivando una formazione specifica per tutti i responsabili che gestiscono altre persone in azienda. Anche le filiali sono state coinvolte in questa evoluzione, personalizzando il processo in base alle esigenze locali.

Abbiamo inoltre deciso di includere la partecipazione a una edizione di **"The Beginning of Wonder"**, format dedicato a ogni nuovo ingresso nel Davines Group Village, in modo da avere un primo contatto con i valori e la cultura del Gruppo. Questi incontri rappresentano una preziosa opportunità di scambio, prevedendo anche momenti di dialogo con i proprietari dell'azienda, Davide e Stefania Bollati, e con il top management. Sono anche un'occasione importante per stabilire connessioni e relazioni con i nuovi colleghi.

Nel 2025 sono state erogate tre edizioni a cui hanno partecipato 54 nuovi collaboratori. Sempre nel 2025 si è svolta la terza edizione in inglese dedicata ai colleghi delle nostre filiali, 22 persone in tutto.



25 NOVEMBRE

Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne

In occasione di questa importante giornata, abbiamo scelto di organizzare un webinar dedicato al tema della violenza di genere. Desideravamo infatti approfondire il suo significato e, anche, riconoscere le forme meno evidenti di violenza, per riflettere sul contributo che ciascuno di noi può offrire - in ambito professionale e personale - alla prevenzione e al sostegno delle vittime. Registrazione e slide del webinar sono state caricate sulla intranet aziendale, insieme a un contatto di riferimento.

3 DICEMBRE

Giornata Internazionale della disabilità

Per celebrare questa giornata, abbiamo organizzato un webinar dedicato ai temi della disabilità e della diversità. Ci sembrava importante rafforzare la consapevolezza sui bias inconsci e sugli stereotipi, e offrire strumenti pratici per promuovere l'inclusione nelle organizzazioni e nella vita di tutti i giorni. Registrazione del webinar e relative slide sono state caricate sulla intranet aziendale, insieme a un contatto di riferimento.

LE NOSTRE POLITICHE RETRIBUTIVE

Le nostre politiche puntano a garantire equità e trasparenza, nel rispetto della normativa del lavoro italiana (CCNL Dirigenti Industria e CCNL Chimici) e delle disposizioni locali dei paesi in cui operano le nostre filiali, tenendo conto sia del contesto di mercato esterno sia delle dinamiche interne all'organizzazione.

Si tratta di politiche fondate su criteri strutturati, a partire da un sistema di **job evaluation**, che analizza e classifica ogni ruolo in base al suo impatto organizzativo. Siamo allineati, inoltre, con le pratiche retributive del mercato per ruoli analoghi, attraverso confronti periodici con benchmark aggiornati.

Il nostro sistema retributivo è anche collegato alla **valutazione annuale delle performance**, ricevuta dal 100% dei dipendenti eleggibili. Il sistema di incentivazione annuale (che rappresenta la componente variabile della retribuzione) è invece valido per i dipendenti che ricoprono cariche manageriali. Viene erogato sotto forma di un **Management By Objectives (MBO)**, ovvero un bonus annuale individuale, determinato in base al raggiungimento degli obiettivi di Gruppo, di business e personali, di cui fino al 10% è connesso a specifici target di sostenibilità, come l'intensità carbonica.

Per le altre categorie di dipendenti, nel pieno rispetto delle normative locali, possono essere erogati **premi variabili** annuali. In Italia, questi ultimi si contestualizzano nella forma di premio di risultato (PDR) e sono regolamentati dall'accordo integrativo aziendale*.

Il processo di definizione delle politiche retributive e determinazione della remunerazione è guidato dalla funzione Risorse Umane, che svolge questo ruolo in sinergia con l'Amministratore Delegato, con approvazione finale da parte del Consiglio di Amministrazione.

Per il personale del CCNL Chimico, le Rappresentanze Sindacali contribuiscono al processo, proponendo spunti di miglioramento.

L'azienda, inoltre, si avvale del supporto di consulenti retributivi esterni e da un Consulente del Lavoro che garantisce l'adeguatezza normativa delle soluzioni adottate.

100%

di manager ad ogni livello organizzativo** della sede italiana e primi livelli delle filiali possiede obiettivi connessi alle emissioni di CO₂ dell'organizzazione nel proprio MBO (premio variabile annuale)

100%

di manager ad ogni livello organizzativo**, presso la sede italiana, possiede riferimenti alla sostenibilità nella propria mission di ruolo

*Riferito al Contratto Integrativo Aziendale 2025-2027.

**Consideriamo manager i dirigenti, i quadri e gli impiegati direttivi.

LA GESTIONE DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA



Nel 2025
abbiamo attivato

28

tipologie di attività
di formazione
sulla sicurezza

Per il nostro Gruppo, salute e sicurezza rappresentano una responsabilità quotidiana, in cui ci prendiamo cura di chi lavora con noi creando un ambiente in cui ciascuno possa sentirsi tutelato. Ogni giorno lavoriamo per migliorare la gestione di questi importanti aspetti, adottando un **sistema strutturato e orientato alla prevenzione**, in conformità al D. Lgs 81/08 (la normativa italiana di riferimento in materia di salute e sicurezza sul lavoro).

La valutazione dei rischi e la redazione del DVR (Documento di Valutazione dei Rischi) sono affiancate da attività di formazione e di informazione, rivolte a tutti i colleghi e in particolare a chi lavora nei reparti produttivi. In aggiunta, prevediamo misure tecniche e organizzative che puntano alla riduzione dei rischi alla fonte.

A sostegno di questo approccio, abbiamo aggiornato le schede mansione, che descrivono per ciascun ruolo i rischi specifici, i DPI (Dispositivi di Protezione Individuale) necessari, le attività svolte e le relative regole di comportamento.

La gestione della salute e sicurezza presso i nostri ambienti di lavoro è inoltre certificata secondo la norma **UNI EN ISO 45001:2023**, standard internazionale che definisce i requisiti sulla gestione della salute e sicurezza e supporta le organizzazioni nella prevenzione di infortuni e malattie professionali, nel miglioramento delle condizioni di lavoro e nella diffusione di una cultura della sicurezza. La norma si basa sul ciclo di miglioramento continuo Plan-Do-Check-Act (PDCA), che consente di monitorare le performance, individuare opportunità di miglioramento e rafforzare progressivamente l'efficacia delle misure adottate.

COORDINATORE DELLE EMERGENZE

Nel 2025 abbiamo avviato un'importante iniziativa di formazione rivolta ai coordinatori delle emergenze, con lo scopo di rendere i lavoratori pienamente consapevoli dei rischi e capaci di **gestire eventuali situazioni di critiche**. Il percorso ha alternato momenti teorici e attività pratiche.

Le sessioni in aula (4 ore in totale) sono state dedicate all'identificazione delle diverse tipologie di emergenze che possono verificarsi in azienda e all'illustrazione degli scenari previsti dal Piano di Emergenza. La formazione è poi proseguita con attività sul campo durante le quali i partecipanti hanno effettuato sopralluoghi nei punti critici dell'azienda, come per esempio le valvole di intercettazione del gas metano e le cabine elettriche.

Al fine di verificare l'efficacia della formazione e guidare i colleghi in esercitazioni di evacuazione, a conclusione del percorso sono state organizzate simulazioni di emergenza. Queste attività hanno contribuito a rafforzare la preparazione e la prontezza operativa delle persone coinvolte.





SAFETY DAY

Ogni anno, a luglio e a dicembre, il nostro stabilimento produttivo si ferma per i "Safety Games", eventi di una giornata dedicati a **sensibilizzare** i collaboratori dei reparti produttivi sul tema della sicurezza e della prevenzione degli infortuni.

Nel 2025 sono state organizzate attività diverse e coinvolgenti, come la Torre di Froebel e una escape room con realtà virtuale. I partecipanti hanno inoltre potuto ascoltare la testimonianza diretta di Matteo Mondini, lavoratore vittima di un grave infortunio, e partecipare a una sessione dedicata alla sicurezza comportamentale. Quest'ultima è stata l'occasione per sperimentare una percezione alterata: indossando occhiali che simulano gli effetti derivanti dall'uso di sostanze o alcool, i partecipanti hanno affrontato semplici prove, come percorsi a ostacoli o il lancio di freccette, e rendersi così conto degli effetti legati a queste condizioni. L'iniziativa ha poi favorito una seria riflessione sull'importanza della prevenzione.

BBS (BEHAVIOR BASED SAFETY)

Behavior Based Safety è un approccio legato alla gestione della salute e sicurezza basato sull'identificazione, osservazione e miglioramento dei comportamenti quotidiani delle persone, con l'obiettivo di prevenire e ridurre gli infortuni sul lavoro.

Nel 2025 abbiamo avviato questo percorso, tutt'ora in corso, che prevede una formazione iniziale per gli osservatori; lo sviluppo di checklist specifiche per ogni reparto, pensate per identificare sia i comportamenti sicuri che quelli a rischio; infine, l'osservazione anonima dei comportamenti sul campo.

I dati raccolti sono analizzati periodicamente dall'ufficio HSE (Health, Safety & Environment), per **individuare eventuali aree di attenzione**, con riscontri successivamente inviati ai lavoratori orientati al rafforzamento dei comportamenti positivi e alla diffusione di una cultura della sicurezza.





Valorizziamo la diversità e promuoviamo l'equità integrando questi valori nella quotidianità delle nostre azioni.



LA NOSTRA VISIONE

La nostra cultura aziendale vuole valorizzare la diversità e l'inclusione in ogni sua espressione. Crediamo infatti che accogliere e rispettare le differenze – di genere, etnia, età, abilità, background – rappresenti una fonte di valore, innovazione e benessere all'interno dell'organizzazione e nella società. Ci impegniamo costantemente per migliorare

l'inserimento delle persone più fragili perché siamo consapevoli del nostro ruolo nel contribuire a una rappresentazione della bellezza più autentica, positiva e inclusiva, capace di celebrare le unicità di ciascuno e di influire sulla percezione di sé in modo costruttivo, valorizzando tutte le tipologie di corpo, pelle e capelli.





PIÙ INCLUSIONE, PIÙ VALORE

Nel nostro impegno per un ambiente di lavoro sempre più inclusivo sviluppiamo un approccio orientato a valorizzare concretamente le differenze e a favorire una maggiore inclusività all'interno dell'organizzazione. Questo percorso si inserisce nella direzione tracciata dai nostri **target al 2030** (v. pag. 28), che guidano le nostre azioni verso pratiche di selezione più eque e attente alla diversità, verso il rafforzamento delle competenze interne sui temi di giustizia, equità, diversità ed inclusione – attraverso attività di formazione e campagne di attivazione – e verso un ascolto continuo delle persone, per sostenere il dialogo tra le diverse comunità e generazioni presenti in azienda.

In linea con i nostri target, infine, nel 2025 abbiamo realizzato una **formazione** di un'intera giornata dedicata ai **temi della Diversità, Equità e Inclusione (DEI)**, rivolta ai responsabili delle funzioni Risorse Umane della sede centrale e delle filiali. Con il supporto di una società esterna, il corso si è focalizzato sui bias e sui comportamenti inclusivi, favorendo un momento di allineamento e confronto su pratiche e approcci condivisi.



Obiettivo 2025 raggiunto

La diversità è già oggi una componente significativa della nostra azienda. A livello di Gruppo, il 68% dei dipendenti è composto da donne e il 32% da uomini. La presenza femminile è rilevante anche nei ruoli manageriali, dove il 67% delle posizioni è ricoperto da donne, mentre nel Leadership Team la presenza femminile è pari al 43%. Dal punto di vista generazionale, il 14% dei dipendenti ha meno di 30 anni, il 67% si colloca tra i 30 e i 50 anni e il 19% ha più di 50 anni. A questo si aggiunge una forte dimensione internazionale, con 39 nazionalità rappresentate all'interno del Gruppo.

In questo contesto più ampio si inserisce anche l'attenzione all'inclusione delle persone appartenenti alle categorie protette, in linea con quanto previsto dalla Legge italiana 68/1999, normativa che promuove l'inserimento e l'integrazione lavorativa attraverso un sistema di collocamento mirato e quote obbligatorie di assunzione. Nel rispetto delle normative sulla privacy, non possiamo fornire un dato aggregato per l'intero Gruppo, ma per la sede italiana contiamo attualmente 20 dipendenti appartenenti a queste categorie, al 60% donne e al 40% uomini. Il 10% ha meno di 30 anni, il 50% rientra nella fascia tra i 30 e i 50 anni e il restante 40% è composto da over 50.

LE CAMPAGNE DEI NOSTRI BRAND

Celebrare la diversità

Con la campagna Holiday Set 2025, il brand Davines ha scelto di celebrare il valore della diversità, ispirandosi agli ecosistemi naturali – dalla savana alle foreste pluviali fino agli ambienti marini – per raccontare come la varietà delle forme di vita sia una risorsa da proteggere.

davines

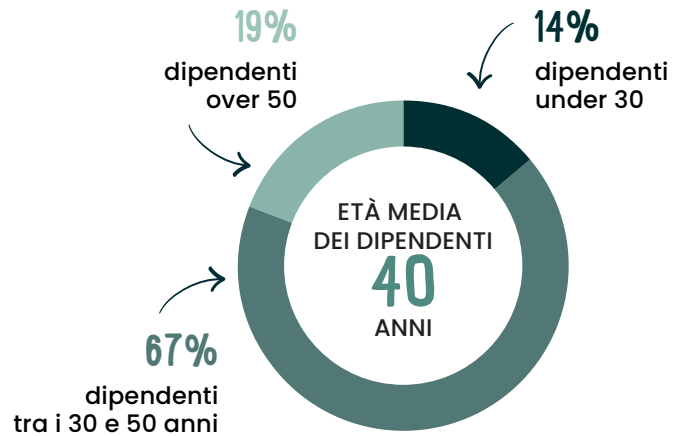


Il nostro impatto sulla diversità in numeri

NAZIONALITÀ

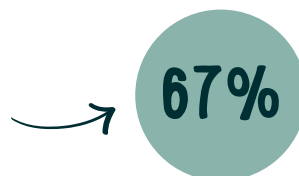


ETÀ

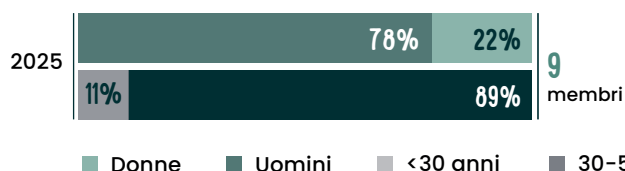


DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNANCE

Ruoli manageriali* ricoperti da donne



Consiglio di amministrazione



Global Leadership Team



*Il criterio utilizzato a livello globale considera manager i dirigenti, i manager di livello intermedio e i responsabili operativi/supervisori, i quali gestiscono dei team.





Sosteniamo lo sviluppo delle competenze nelle nuove generazioni, alimentando la loro capacità di contribuire a future scelte rigenerative.



LA NOSTRA VISIONE

Crediamo che accompagnare i giovani nel loro percorso professionale sia fondamentale. Vogliamo offrire alle nuove generazioni opportunità per sviluppare competenze e scoprire il proprio potenziale, per contribuire alla formazione di una forza lavoro sempre più consapevole, inclusiva e preparata al futuro.

I pilastri della nostra visione sono costituiti dalla formazione e dallo sviluppo delle competenze, da un maggiore equilibrio tra vita personale e professionale e dal confronto tra vecchie e nuove generazioni.



Il nostro impatto in numeri

26

stage attivati durante il 2025
-5 rispetto al 2024

15*

stagisti internalizzati nel corso dell'anno
+1 rispetto al 2024

49

nuovi dipendenti under 30 entrati a far parte dell'azienda
+5 rispetto al 2024

17

dipendenti under 30 che hanno lasciato l'azienda
-3 rispetto al 2024

45%

sul totale dei nuovi dipendenti
(vs 31% nel 2024)

26%

sul totale dei dipendenti che hanno lasciato l'azienda
(vs 24% nel 2024)

*stage avviati sia nel 2024 che nel 2025 e convertiti in assunzioni nel corso del 2025.



AVVICINARE E DIALOGARE



2.000+

studenti e giovani professionisti incontrati nel 2025

Nel 2025 ci eravamo posti l'obiettivo di avvicinarci ulteriormente alle nuove generazioni e di renderci disponibili al confronto e all'ascolto delle loro aspettative. Per questo abbiamo promosso **iniziative di orientamento e confronto** attraverso testimonianze, visite aziendali, presentazioni dedicate a Scuole, Università e Business School.



Obiettivo 2025 raggiunto

In particolare, abbiamo partecipato a **38 eventi** – 11 con Business School, 4 con scuole superiori e 23 con università – finalizzati a far conoscere il Gruppo come un luogo di lavoro in cui le persone possono riconoscersi, crescere e sviluppare il proprio percorso professionale, contribuendo ad attrarre nuovi talenti. Complessivamente, abbiamo incontrato oltre 2.000 persone tra studenti, neolaureati e professionisti provenienti da diversi Paesi, come l'Italia, la Francia e gli Stati Uniti. Questi momenti hanno rappresentato occasioni utili di scambio e dialogo, in cui abbiamo potuto condividere la nostra cultura aziendale, i valori e le opportunità di carriera. Le attività si sono articolate in diverse modalità:

- **Giornate di orientamento (career day)**, per ispirare e orientare gli studenti, facendo conoscere il Gruppo e le opportunità professionali;
- **Presentazioni in aula**, attraverso testimonianze dirette dei colleghi, per raccontare cultura e valori aziendali e creare connessioni con gli studenti;
- **Casi aziendali**, per mettere in relazione il mondo accademico con quello aziendale, coinvolgendo gli studenti nello sviluppo di soluzioni su casi concreti;
- **Visite aziendali presso il Davines Group Village**, per offrire un'esperienza diretta del nostro contesto, favorire il networking e avvicinare le nuove generazioni a un modello di impresa che mette al centro sostenibilità, persone e bene comune.





SVILUPPO DELLE COMPETENZE E BENESSERE DELLE NUOVE GENERAZIONI

L'investimento nelle competenze rappresenta uno dei principali strumenti con cui accompagniamo le nuove generazioni nel loro **percorso di crescita**. Attraverso la piattaforma Davines Group Learning Hub ([v. pag. 151](#)), offriamo percorsi formativi strutturati a supporto dello sviluppo professionale, affiancati da iniziative dedicate all'integrazione dei nuovi ingressi, come "The Beginning of Wonder" ([v. pag. 154](#)), che permette di entrare in contatto fin da subito con la cultura, i valori e le modalità di lavoro del Gruppo. Prestiamo poi particolare attenzione al **benessere delle persone**, promuovendo un equilibrio tra vita

professionale e personale, aspetto particolarmente rilevante per le nuove generazioni. Il nostro programma di Wellbeing ([v. pag. 142](#)) risponde a queste esigenze mettendo in atto iniziative concrete, contribuendo a creare un ambiente di lavoro attento, inclusivo e sostenibile. In questo percorso di crescita e sviluppo si inserisce anche il **The Good Farmer Award** ([v. pag. 88](#)), iniziativa che valorizza e supporta i talenti under 35 impegnati nel campo dell'agricoltura biologica rigenerativa, contribuendo a sostenere le nuove generazioni anche al di fuori del perimetro aziendale.



CONFRONTO INTERGENERAZIONALE

Incoraggiamo quotidianamente la condivisione e lo scambio di esperienze, competenze e valori tra colleghi con età e percorsi differenti, con la convinzione che questa contaminazione arricchisca l'organizzazione.

In questa direzione, nel 2025 abbiamo partecipato a diverse iniziative tra cui:

- **Talenti in ConneSSIONe**, organizzato da Officine ON/Off e ART-ER, con il patrocinio del Comune di Parma e dell'Università di Parma tramite il contributo di Fondazione Cariparma, ha offerto ai ragazzi l'opportunità di sedersi a un tavolo di confronto con i referenti Risorse Umane e Team Digital Innovation (IT) di diverse aziende del territorio, tra cui il nostro Gruppo: otto studenti e tre persone della nostra azienda hanno dialogato su temi dell'innovazione digitale, stimolando riflessioni e scambi;
- **Jenerational Mentoring – Incontro tra generazioni**, progetto creato da JEParma e Parma Io Ci Sto in collaborazione con Federmanager Parma, ha creato uno spazio di dialogo tra studenti e manager di diverse aziende del territorio, con l'obiettivo di superare le barriere generazionali e favorire un confronto aperto tra esperienze e punti di vista differenti;
- **Open Jam** – Ambrosetti è il più grande festival italiano dedicato al futuro del lavoro e pensato per giovani under 30. Si configura come un vero e proprio laboratorio di sperimentazione e osservatorio intergenerazionale, in cui studenti, giovani lavoratori, imprese e istituzioni si confrontano sui principali trend globali che stanno ridefinendo il mondo del lavoro. L'iniziativa mira a raccogliere aspirazioni e proposte delle nuove generazioni e a tradurle in indicazioni concrete per il futuro del lavoro, promuovendo una visione fondata su benessere, inclusione, innovazione e collaborazione intergenerazionale, con i giovani come protagonisti del cambiamento;
- **Mi prendo il mondo** è un'iniziativa rivolta alle nuove generazioni che promuove percorsi di crescita personale e professionale, favorendo lo sviluppo di consapevolezza, responsabilità e partecipazione attiva nella società. Il progetto mira a rafforzare il legame tra persone, territorio e futuro del lavoro, creando occasioni di confronto su temi sociali, educativi e culturali e contribuendo alla costruzione di comunità più inclusive e orientate al bene comune.

A photograph of two men standing outdoors, looking down at a small amount of soil or sand they are holding together in their hands. The man on the left is wearing a dark blue button-down shirt and jeans, while the man on the right is wearing a light blue button-down shirt and jeans. The background is a bright, hazy outdoor setting, possibly a field or garden, with soft sunlight filtering through. The image conveys a sense of collaboration, learning, and connection with nature.

OBIETTIVI 2026 GENERAZIONI AL LAVORO

- Continuare il nostro impegno anche con le nuove generazioni, organizzando ogni anno in Italia incontri con studenti di scuole, università e business school, sia ospitando gruppi in visita al Davines Group Village sia partecipando alle loro attività in aula o digitali e anche collaborando con le istituzioni locali.
- Definizione del framework, del modello di governance e degli obiettivi della Davines Group University;
- Creazione di Focus Group dedicati alle tematiche di “Generazioni al lavoro”.



Sosteniamo le comunità locali per far fiorire i territori in cui viviamo e lavoriamo.



LA NOSTRA VISIONE

I legami con il territorio e le nostre comunità locali fanno parte della nostra identità e del nostro modo di fare impresa. Siamo infatti convinti che un'azienda responsabile non si limiti a operare in un luogo, ma contribuisca attivamente allo sviluppo sociale, economico e culturale delle comunità di cui fa parte. Il nostro impegno si riflette in azioni concrete che creano valore condiviso e promuovono un modello di crescita inclusivo e sostenibile, considerando l'impatto sociale lungo tutta la nostra catena del valore e un rafforzamento delle relazioni con i territori.

Supportare il territorio per noi significa sostenere iniziative locali, collaborare con enti del Terzo Settore e associazioni attive in ambito sociale e ambientale, condividere competenze e favorire occasioni di formazione per le nuove generazioni. Un ruolo centrale è svolto dal volontariato aziendale, dalle donazioni e sponsorizzazioni a realtà locali e dalle campagne di comunicazione con attivazioni sul territorio.





DIAMO VALORE AL VOLONTARIATO

Il volontariato è da sempre una componente importante della storia del nostro Gruppo e del nostro impegno verso le comunità locali. L'azienda promuove e sostiene questa scelta fin dalle sue origini, valorizzando sia le iniziative aziendali sia il contributo diretto dei singoli collaboratori.

In questa direzione, nel 2016 abbiamo introdotto la **policy "4+4"** che consente a chi svolge attività di volontariato nel proprio tempo libero di dedicare lo stesso numero di ore anche durante l'orario di lavoro, fino a 32 ore all'anno. Inoltre, sulla intranet aziendale è a disposizione di tutti i colleghi un elenco di realtà disponibili ad accogliere nuovi volontari, con i relativi contatti, e canali di orientamento per chi preferisse cercare associazioni di diverso tipo e ambito.

Nel corso del 2025, la sede centrale e le filiali hanno promosso numerose iniziative di volontariato, con una partecipazione attiva dei colleghi e con l'obiettivo di favorire il benessere e la crescita delle comunità locali.

In **Italia**, le attività si sono concentrate principalmente sulla **donazione di sangue** e su iniziative solidali. Tra queste, **Donne in corsa** ha coinvolto 34 colleghi in un evento sportivo di 5 km a Parma, volto a promuovere l'equità di genere e sostenere 15 associazioni impegnate nella tutela dei diritti delle donne. L'**Anolino solidale** ha visto invece la partecipazione di circa 50 colleghi nella preparazione di anolini a supporto del progetto "Laboratorio Compiti", dedicato all'apprendimento scolastico di persone in condizioni di fragilità.

Anche le filiali hanno contribuito con diverse iniziative in ambito ambientale, sociale e culturale. Tra le principali, nel **Regno Unito** i colleghi di Londra collaborano da anni con l'associazione **Euston Food Bank**, impegnata nella distribuzione di pasti alle persone in difficoltà nell'area di King's Cross. Nel corso dell'anno sono state organizzate giornate dedicate alla preparazione dei pasti insieme ai volontari dell'associazione e una raccolta fondi che ha coinvolto 9 hairstylist Davines che hanno offerto servizi di taglio e colore a familiari e amici: l'iniziativa ha permesso di raccogliere circa 4.020 sterline, utilizzate per acquistare un frigorifero destinato alla conservazione degli alimenti donati.

In **Nord America**, le iniziative si sono svolte nell'area metropolitana di New York, in collaborazione con organizzazioni locali **Materials for the Arts, New York Junior League e The Bowery Mission**. Le iniziative hanno incluso interventi di pulizia e manutenzione in quattro parchi urbani, attività di recupero materiali e il supporto operativo alla preparazione e distribuzione di pasti durante la settimana del Ringraziamento, a favore di persone in difficoltà.

133

dipendenti hanno usufruito di permessi retribuiti per attività di volontariato*

16%

dei dipendenti

942.5

ore di volontariato realizzate* durante l'orario lavorativo totali

* I dati non comprendono le ore dedicate alla giornata di volontariato aziendale Activation Day.

Activation Day

In occasione del 40° anniversario del Gruppo, nel giugno 2023, abbiamo inaugurato l'Activation Day, **giornata di volontariato aziendale** organizzata con il supporto di ONG locali e dedicata alla raccolta dei rifiuti e ad attività a favore di persone che vivono in situazioni di difficoltà.

L'iniziativa si svolge con cadenza annuale e coinvolge la sede italiana, tutte le filiali e anche alcuni distributori e clienti. Rappresenta un modo concreto per rafforzare il nostro impegno su tematiche sociali e ambientali e, allo stesso tempo, costituisce un'importante occasione per valorizzare il contributo individuale nella costruzione di un ambiente più sano e sicuro, in un'ottica di interdipendenza tra territorio, azienda e organizzazioni non profit.



 Guarda il video



Nel 2025:

1.800

persone coinvolte,
tra collaboratori del Gruppo
Davines, distributori e clienti

> 800 nel 2024



31

paesi

19 nel 2023



3

principali aree di intervento

Cura del territorio
Tutela della biodiversità
Iniziative nel sociale



41

associazioni supportate



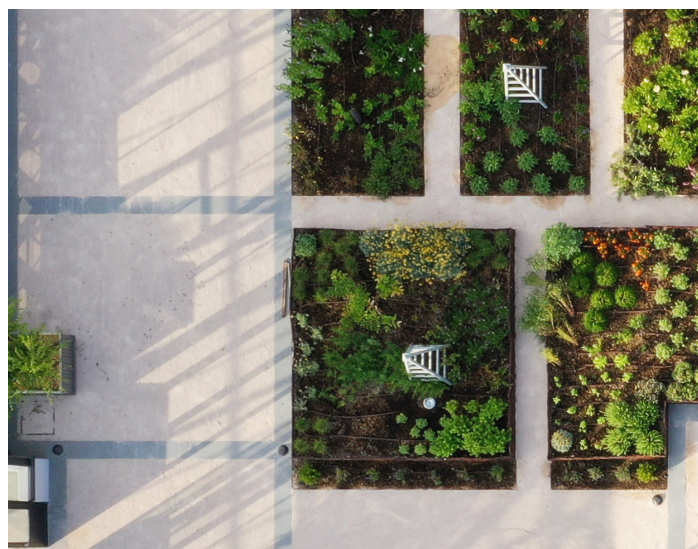
IL NOSTRO SOSTEGNO AL TERRITORIO

Offriamo il nostro supporto alle realtà culturali, sociali e ambientali presenti sul territorio in cui operiamo. In quest'ottica, partecipiamo attivamente a diversi progetti che favoriscono lo sviluppo e il cambiamento condiviso con la comunità. Un ruolo significativo è svolto anche dalle donazioni e dalle sponsorizzazioni destinate a enti no profit, impegnati nella promozione di valori sociali, culturali e ambientali coerenti con il nostro Codice Etico.

Le iniziative per il territorio parmense

Nel territorio parmense siamo coinvolti in diverse iniziative che mirano a rafforzare il benessere della comunità e lo sviluppo sostenibile. Partecipiamo a eventi come i **Corporate Wellness Games**, che coinvolgono aziende del territorio in attività sportive e momenti di condivisione, promuovendo il benessere fisico e relazionale delle persone e favorendo, al tempo stesso, iniziative solidali.

Sosteniamo inoltre da anni **"Parma, io ci sto!"**, progetto che promuove la collaborazione tra imprese e istituzioni per lo sviluppo economico e sociale del territorio. All'interno di questa iniziativa partecipiamo in qualità di coordinatori nella **Rete Welldone**, impegnata nella diffusione di pratiche di wellbeing e nella realizzazione di progetti condivisi, come il portale dedicato al welfare territoriale (insieme di iniziative e servizi sviluppati a livello locale per migliorare il benessere delle persone e delle comunità) e il Progetto Salute (iniziativa volta a rendere più accessibili prevenzione e screening sanitari attraverso i sistemi di welfare). Contribuiamo inoltre a **Parma Talenti**, progetto territoriale volto a sviluppare una strategia condivisa per l'attrazione, la valorizzazione e la permanenza dei talenti sul territorio parmense. Parallelamente, partecipiamo ad altre iniziative territoriali legate all'impatto ambientale e in particolare alla lotta al cambiamento climatico, come il **Consorzio Forestale KilometroVerdeParma**, l'**Alleanza Territoriale Carbon Neutrality Parma** e il **Contratto Climatico di Città** (v. pag. 56).





APRIRE LE PORTE DEL DAVINES GROUP VILLAGE AL TERRITORIO

Nel nostro impegno verso la comunità di Parma, promuoviamo anche iniziative che favoriscono l'apertura dell'azienda al territorio, creando occasioni di incontro, conoscenza e condivisione.

Tra queste rientra la partecipazione alla giornata "Giardini Aperti" del FAI – Fondo per l'Ambiente Italiano, evento regionale dedicato alla valorizzazione del patrimonio verde. Nel mese di maggio, il nostro Giardino Scientifico ([v. pag. 82](#)) e il centro EROC ([v. pag. 80](#)) sono stati aperti al pubblico, offrendo la possibilità di esplorare un "laboratorio a cielo aperto" dedicato alla biodiversità e alla ricerca botanica, insieme agli appezzamenti sperimentali coltivati secondo i principi dell'agricoltura biologica rigenerativa.

Le porte del Davines Group Village vengono aperte anche in altre occasioni, come Open Factory e Imprese Aperte Parma, iniziative che promuovono la cultura industriale sostenibile valorizzando il patrimonio manifatturiero locale attraverso l'apertura delle aziende al pubblico.

Accanto a queste attività rivolte alla comunità, ogni anno organizziamo un momento dedicato alle persone del Gruppo e alle loro famiglie. L'evento Porte Aperte, a cui hanno partecipato 189 dipendenti e 338 familiari, rappresenta un'occasione per far conoscere da vicino il Village attraverso visite guidate degli spazi, attività, giochi e altri momenti di aggregazione, contribuendo a rafforzare il senso di appartenenza e il legame tra azienda e persone.





Donazioni

Il nostro impegno verso il territorio si traduce anche nel sostegno concreto a progetti sociali, ambientali, culturali, divulgativi e formativi, attraverso donazioni e sponsorizzazioni nel territorio italiano e anche in quello delle nostre filiali estere. Un ruolo centrale in queste attività è svolto da **Solidalmente**, nostra associazione interna che coordina e supporta progetti sociali e di volontariato attivi principalmente nella provincia di Parma, dove si trova la nostra sede centrale, e nel resto del territorio italiano.

Nel 2025 abbiamo sostenuto associazioni ed enti impegnati in ambito sociale, sanitario e assistenziale, supportando realtà come Noi per Loro, al fianco dei bambini in cura presso l'Oncologia Pediatrica di Parma e delle loro famiglie; Giocamico, attiva nei reparti pediatrici con progetti ludici e psico-educativi; Loto ODV, impegnata nella sensibilizzazione sui tumori ginecologici; e Dona di SLAncio, che sostiene famiglie colpite dalla SLA. Abbiamo inoltre supportato realtà impegnate nell'inclusione e nel contrasto alla fragilità economica, come la rete degli Empori Solidali dell'Emilia-Romagna, Caritas e altre associazioni attive nell'accoglienza e nel sostegno alle persone in difficoltà. Prosegue anche il supporto alla rete del volontariato locale, tra cui CSV Emilia, Croce Rossa Italiana

e ASP Parma, che contribuiscono a rafforzare il tessuto comunitario e i servizi di prossimità.

Oltre a donazioni monetarie e in prodotti effettuate direttamente alle associazioni, presso la sede centrale, il sostegno si concretizza anche attraverso **eventi solidali** che coinvolgono i nostri colleghi e gli associati delle organizzazioni beneficiarie. Tra questi, organizziamo ogni anno mercatini solidali in cui prodotti Davines e [comfort zone] con piccole imperfezioni estetiche o con data di scadenza prossima vengono donati alle associazioni, che si occupano della loro vendita. Il ricavato resta interamente a loro, generando un duplice beneficio: sostenere progetti locali e valorizzare prodotti che altrimenti verrebbero scartati.

Anche le filiali del Gruppo Davines promuovono iniziative di sostegno alle comunità locali. Nel 2025, Davines México ha supportato Banco de Tapitas, organizzazione che raccoglie e ricicla tappi in plastica per finanziare cure e assistenza a bambini affetti da tumore e alle loro famiglie. Nei Paesi Bassi abbiamo sostenuto Stichting Look Good Feel Better, fondazione che aiuta persone affette da tumore attraverso programmi dedicati al benessere e all'autostima, oltre a Voedselbank Deventer, realtà impegnata nel supporto alimentare alle persone in difficoltà. Nel Regno Unito la nostra filiale ha sostenuto Euston Foodbank ([v. pag. 170](#)). mentre negli Stati Uniti abbiamo supportato Save the Children, PBA Foundation e California Fire Foundation, impegnate rispettivamente nella tutela dell'infanzia, nel supporto ai professionisti del settore beauty in difficoltà e nell'assistenza alle comunità colpite dagli incendi.

[Scopri l'elenco completo delle donazioni e delle associazioni sostenute.](#)

€ 680.744,08

devoluti in donazioni e sponsorizzazioni, di cui:

€ 544.777,74

di donazioni monetarie o in prodotti

€ 135.966,34

di sponsorizzazioni monetarie o in prodotti

Sponsorizzazioni

Per quanto riguarda le sponsorizzazioni, supportiamo eventi e attività che promuovono conoscenza, consapevolezza e cultura.

Tra questi rientrano gli **Stati Generali della Green Economy**, appuntamento annuale che si svolge in occasione della fiera di Ecomondo a Rimini: un evento pubblico di due giorni che conclude un percorso partecipato, coinvolgendo stakeholder, aziende e istituzioni nell'analisi delle sfide ambientali e nella definizione di strategie per orientare l'economia italiana verso modelli più sostenibili.

Affianchiamo anche il **Green Economy Festival**, dedicato ai temi della transizione ecologica, che si articola in un tour alla scoperta delle "Fabbriche della Sostenibilità" e in un festival a Parma con i principali protagonisti del settore. In questo contesto, contribuiamo attivamente alla costruzione dei contenuti, proponendo panel, speaker e momenti di confronto, oltre a promuovere l'iniziativa all'interno dell'azienda per coinvolgere i nostri collaboratori.



Sul fronte culturale abbiamo sostenuto il **Barezzi Festival – Edizione 2025**, rassegna musicale che propone esperienze intime ed esclusive con artisti di rilievo in luoghi storici, ed **Ecosounds – La Natura suona**, progetto della Filarmonica Arturo Toscanini inserito nella stagione concertistica dell'Auditorium Paganini di Parma. Il programma vede protagonisti compositori contemporanei, chiamati a interpretare il rapporto tra musica e ambiente attraverso nuove opere. Come Gruppo Davines, sponsorizziamo la stagione concertistica 2025–2026, ospitandone l'evento di anteprima e favorendone la diffusione interna.

Promuoviamo il confronto culturale e l'innovazione anche attraverso appuntamenti come **Open Jam – Ambrosetti**, occasione di dialogo tra imprese, istituzioni e talenti sui temi dello sviluppo territoriale e della sostenibilità.

Impatto sulle comunità locali

Siamo inoltre partner del **Fragile Festival – Festival delle Arti e Discipline Sostenibili**, durante il quale la città si trasforma in un laboratorio diffuso dedicato alla sostenibilità. Il programma include talk, concerti, esperienze partecipative e attività culturali, offrendo uno spazio aperto di confronto tra cittadini, professionisti e organizzazioni.

Accanto a questi progetti, supportiamo percorsi che valorizzano inclusione, partecipazione e consapevolezza sociale, come **Mi prendo il mondo**, e contribuiamo a manifestazioni che mettono al centro il benessere collettivo e la qualità delle relazioni, tra cui il **Festival della Lentezza**.

Sosteniamo inoltre iniziative culturali di rilievo sul territorio, come **Tutti Matti per Colorno**, festival internazionale di circo contemporaneo e arti performative. In occasione dell'edizione 2025, come Gruppo Davines abbiamo contribuito attivamente all'organizzazione di un servizio di mobilità sostenibile, rendendo possibile l'attivazione di navette per il commuting tra Parma e Colorno, con l'obiettivo di facilitare la partecipazione del pubblico e ridurre l'impatto ambientale legato agli spostamenti.

Attraverso queste collaborazioni contribuiamo a rafforzare un ecosistema culturale dinamico e inclusivo, capace di generare impatto positivo e stimolare una visione più consapevole e sostenibile del futuro.

LE CAMPAGNE DEI NOSTRI BRAND



Sustainable Beauty Week Dalla parte delle donne

In occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, attraverso questa campagna Davines Italia ha sostenuto DONNEXSTRADA, un'associazione non profit attiva a livello nazionale nella prevenzione e nel contrasto alla violenza di genere. All'iniziativa hanno aderito circa 750 saloni Sustainable Beauty Partner (v. pag. 203) in tutta Italia, coinvolgendo clienti e comunità locali in un'azione di sensibilizzazione volta a promuovere una cultura del rispetto e della partecipazione attiva. A supporto concreto della campagna, Davines Italia ha inoltre destinato una donazione di 10.000 euro all'associazione, contribuendo allo sviluppo dei suoi servizi di assistenza e prevenzione sul territorio.

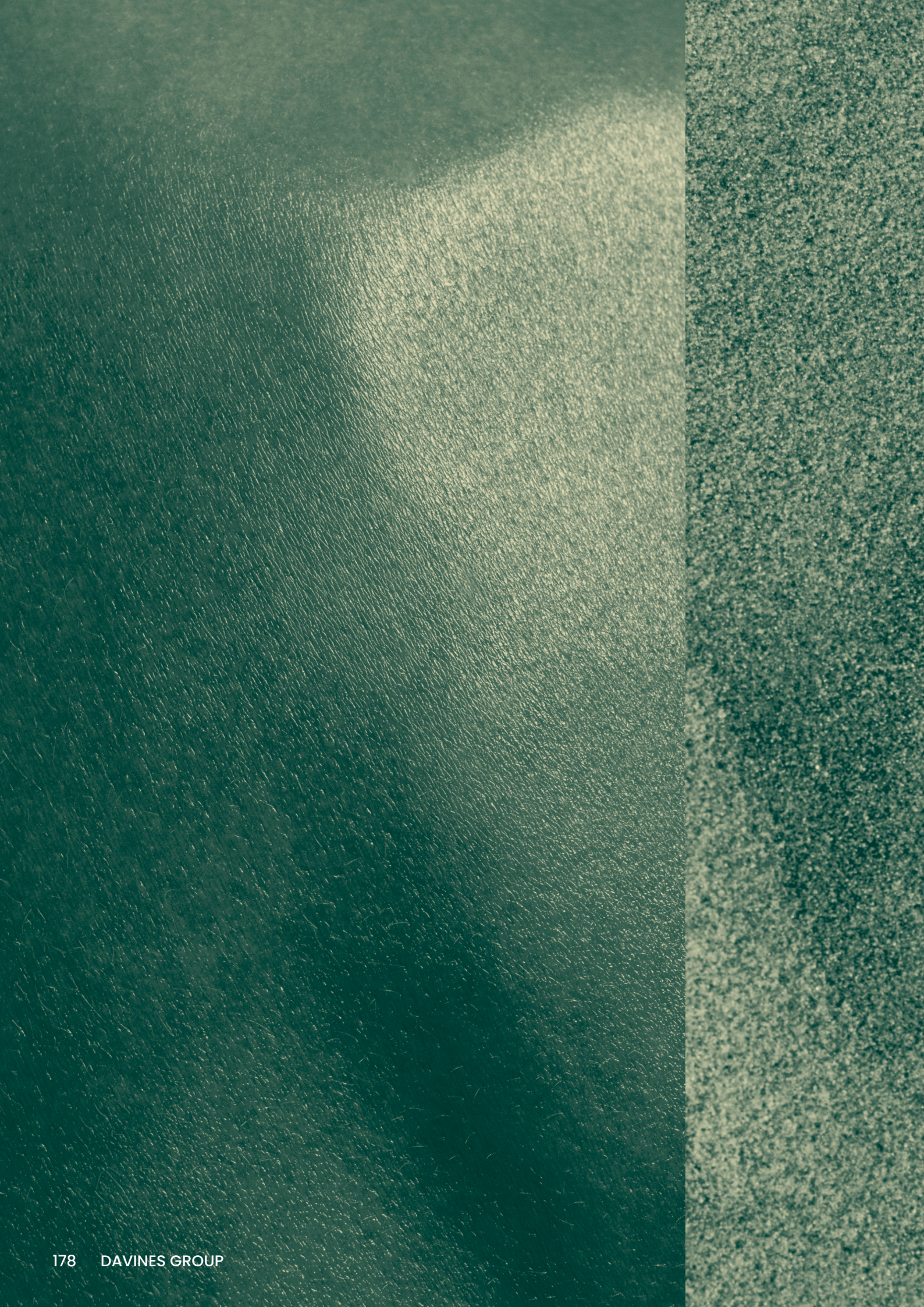




OBIETTIVI 2026

IMPATTO SULLE COMUNITÀ LOCALI

- Identificare e mappare i fornitori esistenti e potenziali con impatto sociale positivo, con particolare attenzione a realtà inclusive radicate nei territori in cui operiamo, e integrare in modo strutturato nella nostra policy acquisti interni criteri di selezione e prioritizzazione orientati alla promozione di diversità, inclusione e generazione di impatto sociale positivo lungo la nostra filiera;
- Continuare a coinvolgere i nostri clienti professionali per promuovere l'impatto sociale all'interno della nostra community, attraverso progettualità dedicate, come l'iniziativa di formazione sulla violenza di genere realizzata da Davines Italia in collaborazione con DonnexStrada;
- Consolidare e ampliare le iniziative esistenti a impatto sulle comunità (es. Good Farmer Awards, raccolta plastica dall'ambiente);
- Rafforzare ulteriormente le partnership con enti locali e associazioni del territorio parmense (Je Parma e Università di Parma), con società specializzate nella ricerca e selezione di personale appartenente alle categorie protette (Legge 68/99) e con il Servizio Inserimento Lavorativo Disabili (SILD) di Parma.



B RESPONSIBLE

Siamo un'azienda purpose-driven: adottiamo un modello di business che integra la creazione di valore economico con un impatto positivo, considerando in modo equilibrato tutti gli stakeholder.

La nostra attività di advocacy nasce per promuovere concretamente un modello di impresa che coinvolge stakeholder, partner e comunità in un percorso condiviso di cambiamento, secondo il principio di interdipendenza.

Attraverso il movimento B Corp, portiamo avanti questa visione insieme ad altre organizzazioni, contribuendo alla diffusione di un sistema economico più inclusivo e responsabile. Si tratta di un impegno che prende forma anche attraverso iniziative collettive, come la B Corp Beauty Coalition ([v. pag. 186](#)), e tramite le campagne dei nostri brand, che aiutano a rendere più consapevoli e responsabili le scelte di partner e clienti finali.



Collaboriamo con altre organizzazioni per promuovere un business che sia forza positiva per noi e il pianeta

Purpose driven advocacy

Con “advocacy” si intende l’impegno attivo nel promuovere e diffondere valori, idee e pratiche capaci di creare un cambiamento generativo e contagioso. Per il nostro Gruppo, questo prende forma nella purpose-driven advocacy: un approccio guidato dal nostro purpose e ispirato al modello B Corp, che ci orienta verso un modo di fare impresa capace di creare valore per tutti gli stakeholder.

Coinvolgiamo fornitori, clienti e partner in generale, sviluppiamo attività di formazione e sensibilizzazione, creiamo connessioni con organizzazioni spinte dalla nostra stessa visione con l’obiettivo di contribuire a una trasformazione concreta e condivisa verso modelli più sostenibili.

OBIETTIVI 2026

- Consolidare e rafforzare il contributo dell’azienda alle iniziative di azione collettiva nel settore, contribuendo – anche attraverso contesti collaborativi come la B Beauty Coalition – alla diffusione di modelli di business orientati agli stakeholder e al purpose.
- Valorizzare e diffondere il know-how aziendale in ambito di agricoltura biologica rigenerativa attraverso la produzione e la condivisione di contenuti tecnico-scientifici, attività formative e iniziative di engagement della filiera, contribuendo alla diffusione di conoscenza accessibile sul tema ([v. pag. 89](#)).
- Definire il framework, il modello di governance e gli obiettivi della Davines Group University.

LA NOSTRA VISIONE

Un modello di impresa orientato ai valori

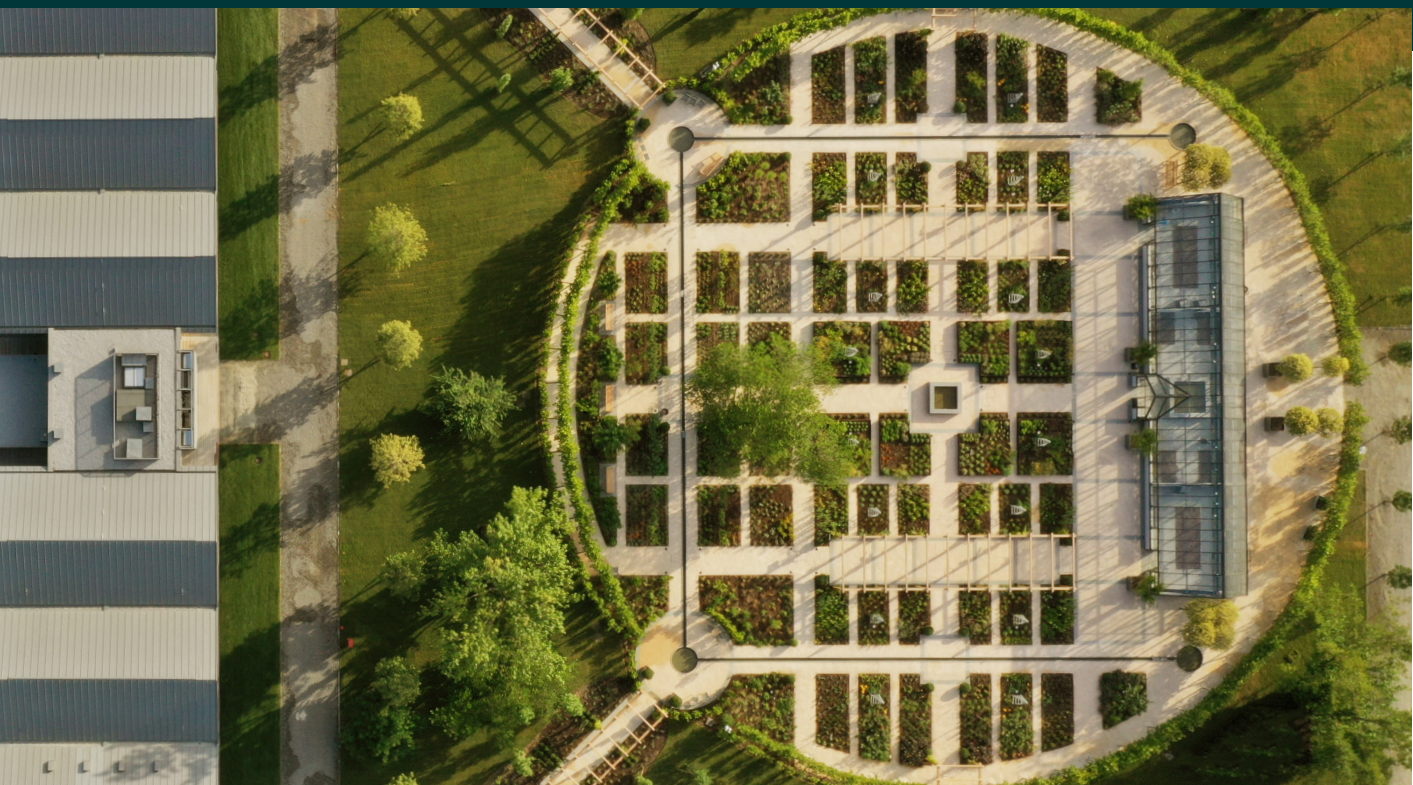
Scegliamo ogni giorno di costruire un modello di impresa purpose-driven – orientato a creare valore per tutti gli stakeholder – e la nostra attività strutturata di advocacy contribuisce alla sua diffusione. In questo percorso, il movimento B Corp rappresenta per noi un punto di riferimento solido, capace di rafforzare e dare concretezza alla nostra visione.

Nel 2016 abbiamo ottenuto la prima certificazione B Corp e da allora abbiamo progressivamente rafforzato l'attività di advocacy lungo l'intera catena del valore, coinvolgendo ogni funzione aziendale in un dialogo continuo con gli stakeholder. È un impegno ampio e trasversale che, insieme al Dipartimento Sostenibilità, vede partecipi diverse aree – Acquisti, Risorse Umane, Wellbeing, Comunicazione, Ricerca e Sviluppo – in attività di confronto e collaborazione con fornitori, scuole, università, poli di innovazione e partner.

Si tratta di occasioni di scambio, che contribuiscono a diffondere il nostro punto di vista, a condividere i progetti sviluppati negli ultimi anni e a raccontare i principi che guidano il nostro modo di fare impresa.

Nel 2025, insieme alla definizione della strategia sociale al 2030 (v. pag. 32), abbiamo definito anche i target dell'area di governance “B Responsible” (v. pag. 36), sviluppati a partire dalle pratiche già presenti nel Gruppo, dai nuovi standard B Corp e, più in generale, dai principi che guidano il modello delle aziende B Corp e Società Benefit.

Il nostro impegno prende forma nella “**purpose driven advocacy**” : un approccio attraverso cui promuoviamo e diffondiamo valori, idee e pratiche coerenti con il nostro purpose, coinvolgendo stakeholder, partner e comunità in attività di sensibilizzazione, collaborazione e confronto sui temi sociali e ambientali.





ADVOCACY INTERNA: ATTIVARE IL CAMBIAMENTO DENTRO L'ORGANIZZAZIONE

Vogliamo diffondere il nostro approccio orientato al cambiamento e all'impatto positivo non soltanto con attività di advocacy rivolte all'esterno, ma partendo innanzitutto dall'interno dell'organizzazione, dove si attiva il vero motore del cambiamento. Per questo coinvolgiamo attivamente colleghi e colleghe nel processo di integrazione della sostenibilità nei processi, nelle decisioni e nelle attività quotidiane. È un impegno che rafforza consapevolezza, responsabilità e partecipazione diffusa e favorisce la diffusione tra le diverse funzioni aziendali e nei contesti operativi.



50+

colleghi coinvolti
nel Regenerateam
nel 2025

**Regenerateam,
“Attivatori dello
sviluppo sostenibile”**

Nato nel 2018 come gruppo di “Attivatori dello sviluppo sostenibile”, il Regenerateam è una **community di colleghe e colleghi** di diverse funzioni e sedi del Gruppo, guidata dal Dipartimento di Sostenibilità con l'obiettivo di sostenere la **diffusione di pratiche e soluzioni** concrete all'interno dell'organizzazione. Nel corso degli anni, parallelamente alla crescita del Gruppo, il ruolo del Regenerateam si è evoluto. In seguito a una riorganizzazione interna, nel 2025 la community è stata rilanciata al fine di allinearla alla struttura e alle attuali esigenze aziendali e per rafforzare le sue capacità di contribuire ad attuare la strategia di sostenibilità. Il rilancio ha generato nuove energie e iniziative concrete, tra cui un incontro globale a Firenze e l'avvio dei “**Sustainability Pic Nic**”.

Il Regenerateam oggi conta oltre 50 membri. Lavora in modo trasversale tra funzioni e sedi, con l'obiettivo di diffondere la sostenibilità in modo capillare, favorendo la sua diffusione in ogni area aziendale, in coerenza con la direzione strategica del Gruppo. Nei prossimi anni la community continuerà a rafforzare il proprio contributo, anche come leva di attivazione interna, favorendo la diffusione di pratiche di sostenibilità, il coinvolgimento delle funzioni e una maggiore integrazione delle iniziative nei diversi contesti aziendali.



Obiettivo 2025 raggiunto

UN INCONTRO GLOBALE

Nel maggio 2025 abbiamo organizzato a Firenze un incontro globale del nuovo Regenerateam, coinvolgendo membri della sede centrale e delle filiali. È stata un'occasione preziosa per i partecipanti, che hanno potuto approfondire la conoscenza reciproca e dare vita a momenti di relazione, formazione e confronto. Nel corso dell'evento – durato tre giorni – abbiamo attivato un proficuo dialogo con altre realtà B Corp visitate (The Social Hub, Rifò) e con diverse organizzazioni del territorio, favorendo lo scambio su una visione comune orientata verso l'impatto positivo.

SUSTAINABILITY PIC NIC

A partire da ottobre 2025, il Regenerateam ha lanciato i “Sustainability Pic Nic”: incontri digitali, informali e aperti a tutti i colleghi di sede e filiali. Sono momenti di condivisione in cui i membri del gruppo presentano progetti e iniziative sviluppati nelle proprie aree, favorendo lo scambio di esperienze concrete e la valorizzazione delle attività già avviate. L'obiettivo è rafforzare e diffondere la cultura della sostenibilità all'interno del Gruppo. Nel 2025 sono stati organizzati due Sustainability Pic Nic, che hanno visto un'ampia partecipazione da sedi e filiali, il coinvolgimento di sette speaker del Regenerateam e le relative presentazioni di iniziative e progetti.

“Sostenibilità in Stabilimento”: l'attivazione nei processi produttivi

Chi lavora ogni giorno nei processi produttivi conosce meglio di chiunque altro dove e come intervenire per migliorare la sostenibilità e l'efficienza produttiva. Da questa consapevolezza, nel 2024 è nata l'iniziativa “Sostenibilità in Stabilimento”, focalizzata sui quattro temi strategici ambientali – decarbonizzazione, circolarità, acqua e biodiversità – con l'obiettivo di raccogliere e sviluppare proposte concrete di miglioramento direttamente da chi opera quotidianamente nei reparti di fabbricazione e confezionamento.

Per il 2025 ci eravamo posti l'obiettivo di proseguire e consolidare questo progetto pilota. Durante l'anno sono state raccolte 18 nuove proposte, che si aggiungono alle 24 raccolte nel 2024, successivamente valutate da un comitato interno. Una delle nuove proposte è stata premiata e implementata nel 2025, portando all'introduzione, nel reparto di fabbricazione, di un nuovo sistema per lo stoccaggio e la messa in sicurezza dei bancali delle materie prime. Il tradizionale avvolgimento in film plastico è stato sostituito con un sistema di reggiatura che consente di fissare i contenitori ai pallet in modo stabile ed efficace, riducendo sensibilmente l'utilizzo di plastica monouso. Questo intervento ha generato un **risparmio di circa 3.600 kg di film plastico** all'anno, con benefici anche in termini di efficienza operativa e sicurezza nelle attività di stoccaggio.

18 
nuove proposte per migliorare la sostenibilità dei processi produttivi



Obiettivo 2025 raggiunto



ADVOCACY ESTERNA: AGIRE OLTRE I CONFINI DELL'AZIENDA

Il cambiamento sistemico richiede il coinvolgimento attivo di diversi attori e la costruzione di sinergie tra imprese, istituzioni e organizzazioni. Per questo, ci impegniamo ad agire anche oltre i confini aziendali, contribuendo con la nostra attività di advocacy allo sviluppo dei contesti in cui operiamo e partecipando attivamente ad **azioni collettive** per affrontare le sfide sociali e ambientali.

Le nostre collaborazioni per il cambiamento

Questo impegno prende forma anche attraverso la **partecipazione a network e associazioni** che condividono la nostra visione, e con cui portiamo avanti iniziative orientate a rendere il nostro settore e il sistema in cui viviamo più equi, inclusivi e rigenerativi.





Tra queste, la B Corp Beauty Coalition ([v. pag. 186](#)), di cui il Gruppo è tra i membri fondatori, e il movimento B Corp, di cui facciamo parte dal 2016. Siamo inoltre associati ad AIDAF – Italian Family Business, Assobenefit, Cosmetica Italia, Federchimica, Istituto Italiano dell'Imballaggio, Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile, Unione Parmense degli Industriali, Consorzio Volontario Kilometro Verde ([v. pag. 76](#)) e Symbola – Fondazione per le Qualità Italiane, e tra i soci sostenitori di Parma, io ci sto! & Rete Welldone.

Contribuiamo inoltre a iniziative e programmi come CO2alizione, Nature Positive Network e Italy for Climate, di cui siamo tra i promotori, mentre a livello di brand Davines è membro della Fondazione Altagamma.



18 associazioni
e network
di cui facciamo parte
per promuovere
un cambiamento
positivo

L'elenco completo delle associazioni e organizzazioni di cui l'azienda fa parte è disponibile nell'[appendice GRI](#).



B Corp Beauty Coalition

Per favorire un cambiamento sistemico nel settore beauty, nel 2021 abbiamo contribuito alla nascita della B Corp Beauty Coalition, alleanza tra **aziende B Corp del settore cosmetico** e della sua filiera, promossa da sette aziende fondatrici – tra cui il Gruppo Davines. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di migliorare le pratiche sociali e ambientali dell'industria della bellezza e sensibilizzare il mercato verso modelli di business più responsabili.



47

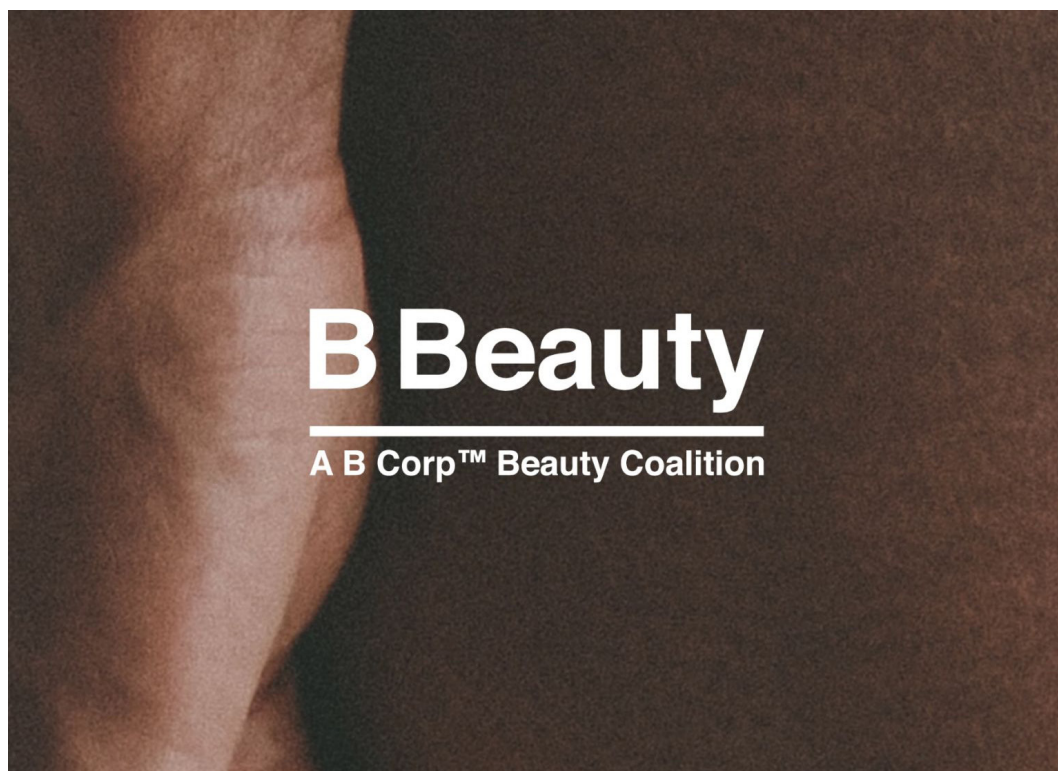
aziende
cosmetiche parte
della B Corp
Beauty Coalition
nel 2025

Nel 2025 la Coalition conta 47 aziende membri e vede la partecipazione della nostra Chief Sustainability Officer all'interno del Supervisory Board. Nel corso dell'anno la B Corp Beauty Coalition ha lavorato per:

- Definire la sua strategia di sviluppo;
- Costituire un'entità giuridica indipendente senza finalità di lucro, separata da B Lab;
- Introdurre una struttura di fee annuale per le aziende associate.

Questo percorso ha portato a una revisione della composizione dei membri orientata a rafforzare il contributo strutturato, attivo e continuativo delle aziende coinvolte.

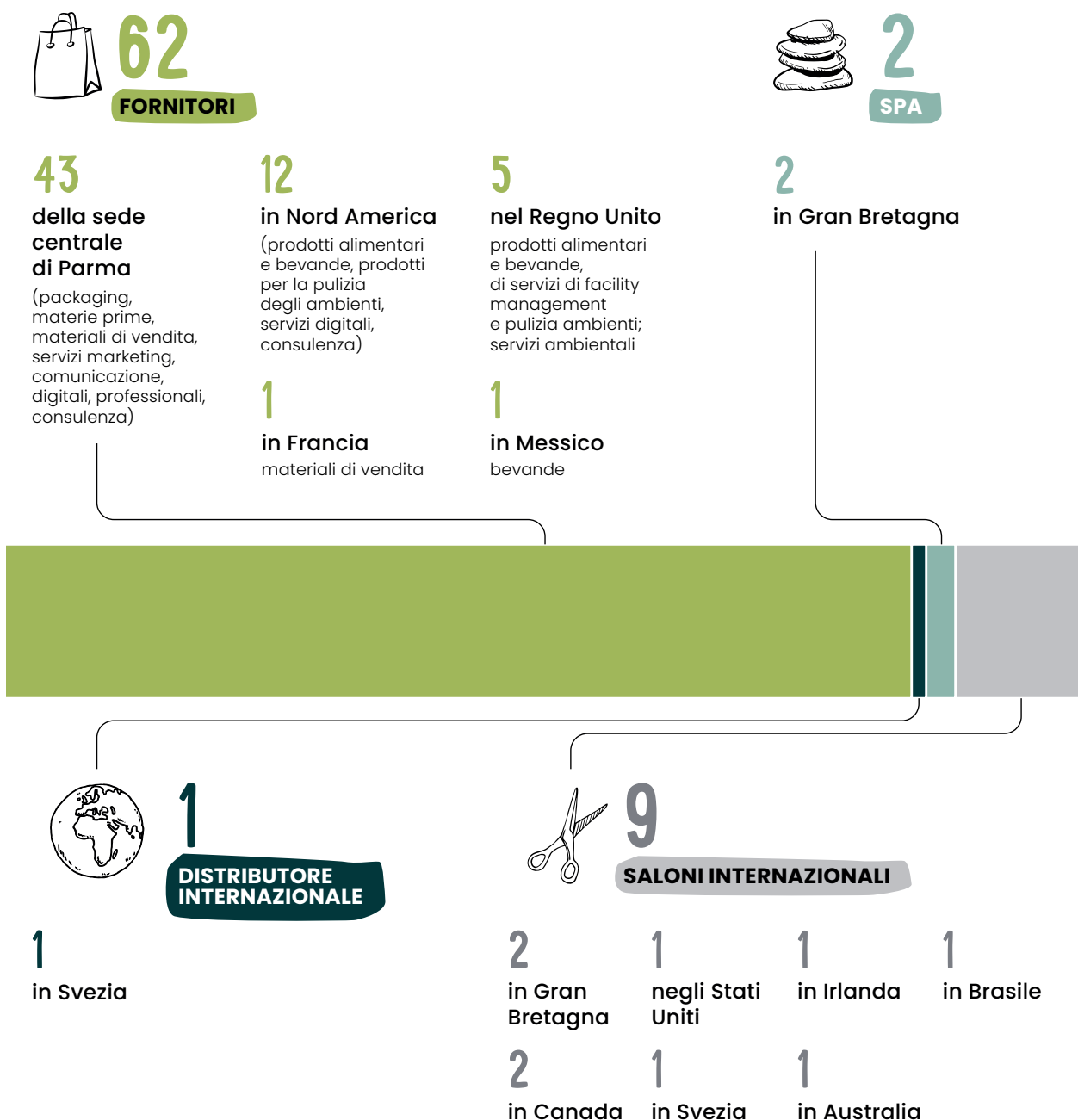
Parallelamente, nel 2025 sono stati organizzati **sette webinar** dedicati all'evoluzione normativa e strategica per il comparto beauty, che, tra i vari argomenti, hanno trattato anche l'evoluzione degli standard B Corp, la regolamentazione sui green claims e gli ingredienti e pratiche di fornitura responsabili. Sono stati inoltre attivati gruppi di lavoro tematici dedicati allo sviluppo di strumenti concreti, come per esempio un database condiviso di ingredienti sostenibili, la raccolta e diffusione di best practice B Corp, la co-creazione di una campagna globale per promuovere un cambiamento sistemico e un'azione collettiva del settore beauty in vista di COP30 e l'analisi del contesto normativo in materia di sostenibilità dei prodotti.



Partner B Corp: rafforzare il movimento lungo la catena del valore

Promuovere il nostro modello di impresa purpose-driven per noi significa anche scegliere e collaborare con partner che condividono i nostri stessi valori, standard e visione. La certificazione B Corp rappresenta un riferimento concreto per identificare e valorizzare aziende e partner allineati a questi principi, con cui sviluppare relazioni attive e continuative. In questa prospettiva, nel 2025 abbiamo collaborato con i seguenti partner.

I NOSTRI PARTNER CERTIFICATI B CORP





L'ATTIVAZIONE ATTRAVERSO I NOSTRI BRAND

Come parte della nostra attività di advocacy diretta, rafforziamo la condivisione dei valori aziendali e di quelli del movimento B Corp attraverso i nostri brand, con l'obiettivo di amplificare, diffondere e rendere concreti i messaggi legati a un modello di business rigenerativo.

Tra le campagne valoriali sviluppate in coerenza con i temi della nostra strategia ambientale e sociale e attivate nei diversi paesi in cui operiamo, Davines e [comfort zone] promuovono iniziative dedicate in occasione del **B Corp Month** .

LE CAMPAGNE DEI NOSTRI BRAND

B The Change

Davines Italia realizza la campagna annuale “B The Change”, finalizzata alla promozione del nostro modello di impresa e dei valori del movimento B Corp ma anche pensata per sottolineare come persone e imprese, insieme, possano diventare una forza positiva di cambiamento.

In collaborazione con la B Corp “The Good Idea”, nel 2025 Davines Italia ha realizzato una borsa termica ecologica in edizione limitata creata con perle di argilla e cotone riciclato. Questo prodotto è stato dato in omaggio ai clienti a fronte di una promozione della linea Davines Essential Haircare. La campagna ha raggiunto più di 1.900 saloni italiani, contribuendo a sensibilizzare e diffondere consapevolezza sui valori del movimento B Corp.



LE CAMPAGNE DEI NOSTRI BRAND

A day with B Corp products

Con il brand [comfort zone], in collaborazione con le B Corp “Save The Duck”, “Rifò”, “24Bottles”, “North Sails”, nel 2024 abbiamo realizzato un video che illustra una giornata-tipo presso aziende che fanno parte del movimento. Abbiamo voluto promuovere il loro impegno verso persone e ambiente e far comprendere come attraverso le scelte di acquisto sia possibile dare un contributo concreto all'impatto sociale e ambientale. [Guarda il video.](#)

[comfort zone] conscious skin science



B Corp Month

Ogni anno, a marzo, si celebra il B Corp Month, un'iniziativa globale promossa da B Lab che coinvolge la community delle B Corp a livello internazionale. È un momento dedicato ad aumentare la consapevolezza sul movimento e a promuovere un modello di impresa che integra valore economico e impatto positivo su persone, comunità e ambiente, coinvolgendo tutti gli stakeholder.

[Per saperne di più.](#)



ADVOCACY NELLA CATENA DI FORNITURA



In continuità con l'impegno di collaborazione con partner già certificati B Corp, la nostra attività di advocacy comprende anche la diffusione di un modello di business orientato all'impatto positivo lungo tutta la catena di fornitura. Questo si traduce in un dialogo continuo e in iniziative di sensibilizzazione e, quando rilevante, anche attraverso un supporto al percorso di certificazione B Corp.

Per il 2025 ci eravamo posti l'obiettivo di ampliare la rete di **fornitori ispirati** e incoraggiati a intraprendere questo percorso, aggiungendone almeno tre ai 25 già presenti. L'obiettivo è stato raggiunto e il numero di fornitori B Corp che dichiarano di essere stati ispirati da Davines è salito a **28**.



Obiettivo 2025 raggiunto

Parallelamente, in continuità con gli anni precedenti, abbiamo confermato l'impegno a destinare alcuni progetti strategici legati al packaging – tra i più rilevanti per volume e valore – **esclusivamente a fornitori certificati B Corp**. Nel 2025 abbiamo affidato a questi partner **9 progetti**, relativi alla fornitura di:

- Box per le campagne natalizie del brand Davines;
- Box per le campagne natalizie del brand [comfort zone];
- Astuccio Mask, parte della linea di colorazione Davines Mask;
- Astuccio della nuova linea di colore semipermanente Davines The Present Time;
- Astuccio della linea Essential di [comfort zone] e scatole di cartone usate per il trasporto;
- Cartone per il trasporto della linea styling More Inside di Davines;
- Astuccio e altri materiali in carta e cartone della linea Body Strategist di [comfort zone];
- Materiali promozionali in carta e cartone dei kit Trial e Discovery di [comfort zone];
- Astuccio di un prodotto promozionale della linea Davines Ol.



Obiettivo 2025 raggiunto

Criteri ambientali e sociali nella selezione dei fornitori

I nostri fornitori sono partner strategici con cui collaborare per generare un impatto positivo legato alle nostre attività. Integriamo criteri ambientali e sociali nei processi di selezione, qualifica e valutazione, in coerenza con la nostra Policy di Acquisto e con le procedure definite nell'ambito della ISO 22716 (v. pag. 205).

PROCESSO DI QUALIFICA E REQUISITI RICHIESTI

Tutti i nuovi **fornitori diretti**  sono tenuti a formalizzare e condividere le proprie pratiche in ambito ambientale e sociale, a partire dalla fase di qualifica. In particolare, viene richiesto:

- La compilazione del modulo anagrafico con informazioni sulle certificazioni possedute (es. B Corp, ISO 14001 e altre certificazioni valutate caso per caso);
- Evidenze sull'utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili;
- ulteriori attestazioni ambientali;
- Firma del Codice di Condotta e la presa visione del Codice Etico: a fine 2025, il 99,2%* dei fornitori diretti ha firmato il nostro Codice di Condotta.
- Adesione alla piattaforma Ecovadis.

A oggi, il **24,2%** degli acquisti** effettuati presso la sede di Parma (unico sito produttivo del Gruppo) proviene da **fornitori locali**, la cui sede produttiva o legale si trova entro un raggio di 75 km.



Chi sono i nostri fornitori diretti

I nostri fornitori diretti della sede di Parma forniscono beni e servizi utilizzati direttamente nelle attività produttive e commerciali. Rientrano in questa categoria i fornitori di materie prime, materiali di confezionamento, servizi di confezionamento, materiali di vendita e promozionali e prodotti finiti full service. Tutti gli indicatori riportati nel paragrafo "Criteri ambientali e sociali nella selezione dei fornitori" fanno riferimento a questo perimetro, che rappresenta il 62,8% del totale contabilizzato della sede di Parma; per ciascun indicatore rendicontato, è riportato in nota anche il valore corrispondente calcolato sul totale contabilizzato, ovvero sul totale dei fornitori da cui effettuiamo acquisti.

*Considerando tutti i fornitori inclusi nel totale contabilizzato della sede di Parma, il dato è pari all'80,5%.

** Considerando tutti i fornitori inclusi nel totale contabilizzato della sede di Parma, il dato è pari a 20%.

VALUTAZIONE E MONITORAGGIO TRAMITE ECOVADIS

Ecovadis  rappresenta il nostro principale strumento di monitoraggio delle performance ambientali e sociali lungo la catena di fornitura. La presenza sulla piattaforma costituisce un elemento rilevante nel processo di valutazione e su cui concentriamo parte delle nostre attività di ingaggio con i fornitori.

Per il 2025 ci eravamo posti l'obiettivo di estendere progressivamente la valutazione Ecovadis fino a coprire l'intera base dei fornitori diretti. L'obiettivo è stato raggiunto solo in parte: **l'80,1% del totale contabilizzato dei fornitori diretti risulta presente sulla piattaforma***, per un totale di 170 fornitori con scorecard valida o in fase di rivalidazione**.



Obiettivo 2025
parzialmente raggiunto



ANALISI DELLE PERFORMANCE E POTENZIALI CRITICITÀ

Per identificare eventuali criticità emerse dall'analisi delle performance tramite EcoVadis, abbiamo definito come soglia di riferimento un punteggio medio ≤ 30 . Questo valore corrisponde al livello minimo necessario per ottenere una medaglia EcoVadis.

Nel 2025:

- **8 fornitori** (pari al 4,7% dei fornitori presenti sulla piattaforma***) presentano **criticità in ambito ambientale**, nei temi “Ambiente” e “Acquisti sostenibili”;
- **1 fornitore** (pari allo 0,6%****) presenta **criticità in ambito sociale**, nei temi “Etica” e “Lavoro e diritti umani”.

*Considerando tutti i fornitori inclusi nel totale contabilizzato della sede di Parma, il dato è pari al 55,6%.

**Considerando tutti i fornitori inclusi nel totale contabilizzato della sede di Parma, i fornitori presenti sulla piattaforma sono 176.

***Considerando il totale dei fornitori presenti sulla piattaforma (176), il dato è pari al 4,5%.

****Considerando il totale dei fornitori presenti sulla piattaforma (176), il dato è pari allo 0,5%.



AZIONI CORRETTIVE E SVILUPPO DEL SISTEMA DI VALUTAZIONE

Con l'obiettivo di promuovere un continuo miglioramento delle performance, per i fornitori che presentano potenziali criticità utilizziamo i piani di azioni correttive messi a disposizione dalla piattaforma EcoVadis. A oggi non sono emerse situazioni tali da richiedere l'interruzione delle collaborazioni e le azioni correttive saranno avviate nel primo quadrimestre del 2026 tramite la piattaforma.

Nel corso del 2025 abbiamo inoltre analizzato la possibilità di rafforzare il sistema di monitoraggio, valutando l'attivazione del modulo Carbon di EcoVadis, con l'obiettivo di migliorare la raccolta e l'analisi dei dati sulle performance climatiche dei fornitori diretti. A seguito di questa valutazione, abbiamo deciso di non procedere nel breve termine, in quanto lo strumento non è risultato pienamente allineato con le esigenze operative e strategiche del Gruppo.



Obiettivo 2025
parzialmente raggiunto

Per rafforzare il coinvolgimento dei fornitori, l'evento formativo sulla sostenibilità inizialmente previsto è stato sostituito dalla definizione di un approccio più strutturato, che porterà nel 2026 alla realizzazione di un Supplier Engagement Plan.



Obiettivo 2025 non raggiunto

OBIETTIVO 2026

Sviluppare il Supplier Engagement Plan, programma volto a rafforzare il coinvolgimento dei principali fornitori nella prevenzione e mitigazione degli impatti ambientali e sociali, inclusi quelli legati ai diritti umani, attraverso la definizione e misurazione di obiettivi concreti e specifici.

EcoVadis

EcoVadis è una piattaforma internazionale che consente di valutare le performance di sostenibilità dei fornitori su aspetti ambientali (energia, emissioni di CO₂, acqua, gestione dei rifiuti) e sociali (etica, pratiche lavorative e Diritti umani), restituendo un punteggio che riflette il livello di maturità dell'azienda. Sulla base di questo punteggio, EcoVadis assegna delle medaglie (Bronze, Silver, Gold, Platinum) alle aziende con performance migliori rispetto al proprio settore. Le medaglie vengono attribuite in base al posizionamento percentuale e sono riconosciute solo se viene superata una soglia minima di 30 punti (su 100 punti complessivi), che rappresenta il livello base di idoneità alla valutazione.



Sviluppiamo i nostri marchi in coerenza alla nostra missione di azienda attenta agli stakeholder, attraverso trasparenza e scelte aderenti ai nostri valori.



LA NOSTRA VISIONE

In ambito marketing e comunicazione vogliamo raccontare in modo chiaro e trasparente ciò che facciamo, in coerenza con le nostre azioni e con il nostro percorso di sostenibilità per rendere sempre più consapevoli le scelte dei nostri stakeholder. Al tempo stesso, agiamo nel rispetto delle linee guida europee, che definiscono criteri sempre più stringenti in materia di comunicazione.

Si tratta di un percorso in continua evoluzione e dunque adottiamo un approccio orientato al miglioramento continuo, rafforzando strumenti e processi interni che supportano scelte più consapevoli e una maggiore qualità delle informazioni che condividiamo. In parallelo, coinvolgiamo attivamente i nostri stakeholder attraverso iniziative e campagne pensate per attivare, formare e sensibilizzare.





STRUMENTI INTERNI PER GUIDARE SCELTE CONSAPEVOLI E COMUNICAZIONE RESPONSABILE

Per rendere la sostenibilità un valore vissuto quotidianamente, lavoriamo per integrarla pienamente nelle nostre attività. Prestiamo particolare attenzione anche al modo in cui raccontiamo quello che facciamo: in un contesto in cui la sostenibilità è sempre più centrale nella comunicazione delle imprese, aumenta infatti il rischio di passare messaggi generici e potenzialmente fuorvianti, con conseguenti pratiche assimilabili al greenwashing. In questo senso, il quadro normativo europeo si sta rafforzando, adottando requisiti più stringenti – come dimostra l'**ECGT (Empowering Consumers for the Green Transition)** – in materia di dichiarazioni ambientali. Negli anni abbiamo quindi sviluppato una serie di strumenti interni pensati per guidare i colleghi verso scelte informate, consapevoli e coerenti con i nostri valori, supportando una comunicazione chiara e trasparente.

20 ANNI DELLA NOSTRA CARTA ETICA

La nostra Carta Etica ha compiuto venti anni: a dicembre 2025, durante il Plenum aziendale – incontro che riunisce tutti i colleghi del Gruppo per condividere i risultati dell'anno e rinnovare l'impegno comune – ne abbiamo celebrato la nascita. Redatta nel 2005 attraverso un percorso partecipativo che ha coinvolto tutti i collaboratori del nostro Gruppo, la Carta Etica rappresenta la **mappa dei valori** che guidano il nostro modo di fare impresa. È il principale strumento attraverso cui traduciamo l'etica nella pratica quotidiana. L'iniziativa "Nurturing our Carta Etica", avviata nel 2021, ha contribuito a rilanciare questo impegno, coinvolgendo l'intero Gruppo in momenti di riflessione e confronto sui nostri valori. Nel corso del Plenum 2025 Davide e Stefania Bollati hanno ripercorso le motivazioni che sono alla base della nascita della nostra Carta, indirizzando la sua evoluzione.

CARTA DI RICERCA SUL PACKAGING

Guida e orienta il lavoro del nostro Laboratorio verso soluzioni sempre più sostenibili, ispirate ai **principi di eco-design** (v. pag. 110).

SUSTAINABILITY GUIDELINES

Si tratta di uno strumento operativo aggiornato e condiviso annualmente con tutte le filiali e le funzioni dei brand coinvolte nello sviluppo di iniziative commerciali, pensato per **supportare l'attuazione della strategia al 2030**. Nascono con l'obiettivo di tradurre i target strategici in indicazioni concrete, facilitando l'integrazione della sostenibilità nelle attività quotidiane e nei processi decisionali.

Carta Etica Davines la nuova fioritura



Rafforzare la solidità e la trasparenza delle dichiarazioni ambientali

Nel 2025 abbiamo lavorato per rafforzare l'approccio e la gestione della comunicazione di sostenibilità, basandoci su tre leve: presidio dei contenuti, formazione interna e strumenti operativi condivisi, in risposta anche a un contesto caratterizzato da un'evoluzione normativa sempre più stringente e da una crescente attenzione al rischio di comunicazioni non accurate.



Obiettivo 2025 raggiunto

SUSTAINABILITY COMMUNICATION TASK FORCE

Da gennaio 2025 abbiamo attivato una Sustainability Communication Task Force interdipartimentale, composta da rappresentanti delle funzioni Legale, Sostenibilità e Comunicazione Corporate. La Task Force viene consultata dalle diverse funzioni aziendali per la **revisione dei claim e delle dichiarazioni di sostenibilità**, l'efficacia e conformità alle normative vigenti in materia di comunicazione. Parallelamente, abbiamo avviato una consultazione legale per alcuni dei principali messaggi ambientali utilizzati nei nostri materiali, con l'obiettivo di rafforzare la loro solidità e coerenza. Questo presidio strutturato contribuisce a ridurre i rischi reputazionali, assicurando un controllo continuo sulla qualità delle nostre dichiarazioni ambientali.

FORMAZIONE CLAIM DI SOSTENIBILITÀ

Abbiamo organizzato un **corso di formazione rivolto a tutta la popolazione aziendale**, con l'obiettivo di fornire strumenti e linee guida per la costruzione di una comunicazione chiara, corretta e conforme alle normative. Il percorso, con un taglio pratico e applicativo, è stato obbligatorio per le

funzioni maggiormente coinvolte nella comunicazione (come il marketing, regolatorio, comunicazione, e-commerce, education). È stata approfondita l'evoluzione del contesto regolatorio, i principali rischi reputazionali e le modalità più efficaci per comunicare le performance di sostenibilità del Gruppo.

SUSTAINABILITY CLAIMS HANDBOOK

Abbiamo sviluppato e pubblicato il Sustainability Claims Handbook, manuale pensato come strumento operativo a supporto dei dipartimenti. Il documento raccoglie un **elenco strutturato di affermazioni** di sostenibilità validate internamente, organizzate per temi strategici e corredate da dati e riferimenti a supporto. Come rinforzo, abbiamo creato uno spazio dedicato ai Sustainability Claims su The Villager, la intranet globale del Gruppo, disponibile in italiano e inglese. Lo spazio, costantemente aggiornato, ospita la Policy, l'Handbook e i materiali di riferimento, e rappresenta il punto di accesso principale per eventuali chiarimenti e approfondimenti interni.

POLICY DI MARKETING E RELAZIONI PUBBLICHE RESPONSABILI

Abbiamo aggiornato e rivisto la nostra policy interna di marketing e comunicazione con l'obiettivo di allinearla all'evoluzione normativa in materia di dichiarazioni ambientali, ai requisiti dei nuovi standard B Corp e alle nostre priorità strategiche. La policy definisce **principi e criteri per tutte le attività di marketing e relazioni pubbliche**, al fine di garantire comunicazioni etiche, trasparenti e coerenti con la nostra missione.



Una rendicontazione più strutturata degli investimenti in sostenibilità

Nel 2025 abbiamo consolidato il processo di **classificazione degli investimenti in sostenibilità** del Gruppo, coinvolgendo tutti i dipartimenti e le Business Unit per poi procedere alla prima mappatura degli investimenti previsti nel budget 2025, realizzata nel 2024.

In particolare, nel corso dell'anno abbiamo definito internamente in modo chiaro e univoco il **perimetro** e i **criteri** di classificazione, individuando categorie ricorrenti di costi di sostenibilità presenti nei budget delle diverse funzioni e business unit, come per esempio il costo differenziale dell'energia rinnovabile oppure i costi di organizzazione della giornata aziendale di volontariato, e le donazioni a organizzazioni non profit nell'ambito di campagne di brand a supporto di iniziative con impatto ambientale e/o sociale.

Abbiamo inoltre esteso il perimetro di analisi includendo anche il costo del personale coinvolto in progetti e attività di sostenibilità, ampliando così la copertura complessiva della rendicontazione degli investimenti. Tale estensione, introdotta nel 2025, avrà un impatto sul calcolo degli investimenti preventivati nel budget 2026.



Obiettivo 2025 raggiunto

Con riferimento all'esercizio di calcolo degli investimenti in sostenibilità preventivati a budget 2025, con la chiusura del bilancio abbiamo effettuato una quantificazione a consuntivo, considerando le spese effettivamente sostenute. L'analisi ha incluso le spese riconducibili a iniziative e progettualità con impatti ambientali e sociali, escludendo le categorie che a oggi non risultano ancora misurabili in modo sufficientemente affidabile, come gli investimenti legati allo sviluppo di prodotti con ingredienti e materiali a minore impatto ambientale.



OBIETTIVO 2026

Proseguire nell'affinare il processo annuale di classificazione e stima degli investimenti in sostenibilità del Gruppo.

COME SI DISTRIBUISCONO I NOSTRI INVESTIMENTI IN SOSTENIBILITÀ NEL 2025

56% progettualità ambientali

es.: elettrificazione del parco auto aziendale ed energia da fonti rinnovabili.

25% marketing responsabile, trasparenza e governance

es.: formazione e approfondimenti su greenwashing e green claims e iniziative di comunicazione sulla sostenibilità.

19% progettualità sociali

es.: donazioni a organizzazioni non profit, iniziative locali e campagne valoriali di brand.

A oggi non possiamo fare riferimento a standard o linee guida normative che forniscano criteri univoci e condivisi per una classificazione tassonomica standardizzata degli investimenti in sostenibilità. Nonostante questo limite, l'esercizio annuale di mappatura e stima degli investimenti in sostenibilità del Gruppo resta uno strumento utile per ottenere una prima quantificazione degli investimenti intercettati. Al tempo stesso, favorisce una maggiore consapevolezza interna sulle risorse destinate e sulle iniziative di sostenibilità diffuse a livello aziendale. Il processo rappresenta inoltre una base di partenza per una misurazione via via più strutturata e comparabile nel tempo, seppure non rifletta pienamente il reale impegno complessivo del Gruppo.





COINVOLGERE, INFORMARE, ISPIRARE I NOSTRI STAKEHOLDER

Affianchiamo alle iniziative interne, dedicate a rafforzare una cultura della sostenibilità, un insieme di attività rivolte agli stakeholder esterni, in particolare ai clienti professionali. Attraverso azioni concrete – onboarding, eventi, percorsi formativi, campagne di sensibilizzazione e strumenti operativi – accompagniamo i nostri partner nell'integrazione della sostenibilità nelle attività quotidiane, offrendo contenuti, soluzioni applicabili e occasioni di confronto.

Formazione

Abbiamo sviluppato percorsi sulla sostenibilità rivolti ai nostri partner, con l'obiettivo di fornire contenuti aggiornati e in linea con la strategia del Gruppo. Le iniziative formative sono progettate per tradurre i nostri obiettivi in strumenti operativi, supportando i professionisti nell'applicazione quotidiana dei principi di sostenibilità.



SUSTAINABLE SALON MASTER PROGRAM

Nel 2025 abbiamo aggiornato e arricchito il Sustainable Salon Master Program (SSMP), **corso sulla sostenibilità** creato e curato dal team globale **per i saloni** del brand Davines. Il programma è pensato per accompagnarli in un percorso di crescita sui temi della sostenibilità e offrire contenuti sempre allineati all'evoluzione delle nostre attività e delle priorità strategiche. Rivolto alla community internazionale dei nostri clienti professionali, il programma è stato aggiornato e arricchito di nuovi contenuti. Conserva una struttura di sei moduli, ciascuno dei quali affronta temi chiave della nostra strategia, come il cambiamento climatico, la circolarità, l'agricoltura biologica rigenerativa e il ruolo delle B Corp. Attraverso questo percorso, accompagniamo i saloni nel generare impatti positivi concreti attraverso pratiche e progetti attivabili a livello locale, contribuendo alla costruzione di una rete di professionisti attivi nella diffusione di modelli più virtuosi.



Obiettivo 2025 raggiunto

CORSO E-LEARNING

Nel settembre 2025 il brand [comfort zone] ha lanciato un **corso online a livello globale** dedicato alla sostenibilità nei centri estetici, con l'obiettivo di rendere questi temi più accessibili e concreti per SPA e beauty center. Il percorso è disponibile all'interno della nostra e-learning academy ed è aperto a tutte le trainer

[comfort zone]
conscious skin science



Obiettivo 2025 raggiunto

DAVERSITY

I **trainer** Davines sono professionisti che formano e accompagnano i clienti professionali del brand a livello internazionale. A loro abbiamo dedicato Daversity, un **percorso formativo** progettato specificamente per rispondere alle loro esigenze operative e al contesto dinamico e internazionale in cui lavorano. A differenza del Sustainable Salon Master Program – rivolto direttamente ai saloni – Daversity punta a rafforzare le conoscenze e competenze interne sui contenuti della nostra strategia di sostenibilità. Il programma si articola in moduli online, facilmente accessibili e fruibili in qualsiasi momento, che includono anche indicazioni pratiche su come tradurre questi principi e obiettivi in azioni concrete, da applicare in salone.



e Brand Ambassador ([v. pag. 203](#)) del network. Il corso prevede contenuti formativi strutturati su tematiche chiave del Gruppo, tra cui B Corp, Decarbonizzazione, Biodiversità, Circolarità e Acqua. In più, comprende test di verifica e momenti aperti di confronto. A oggi ha coinvolto **316 partecipanti**.



Attività di sensibilizzazione e attivazione

Dal 2018 il Gruppo ha portato avanti **campagne di comunicazione** su temi di sostenibilità in collaborazione con partner professionali e associazioni locali, tra cui Ocean Keeper ([v. pag. 133](#)), Grow Beautiful ([v. pag. 92](#)), Stand For Regeneration e B The Change ([v. pag. 188](#)). Si tratta di iniziative che prevedono un'attivazione locale e coinvolgono filiali, distributori, clienti professionali e finali, per sensibilizzarli ad agire per il bene delle persone e del pianeta.

Il nostro Gruppo, inoltre, promuove la nascita di **community di clienti professionali** dei brand Davines e [comfort zone] affinché condividano e diffondano i nostri valori, fornendo così il loro contributo al nostro modello di marketing responsabile. Allo stesso tempo, sviluppa **iniziative dedicate alla rete distributiva**, per accompagnare i partner verso modelli di business sempre più allineati ai nostri valori.

SUSTAINABILITY DISTRIBUTOR'S CHALLENGE

Per il 2025 abbiamo lanciato la prima sfida internazionale tra distributori [comfort zone], per valorizzare e **premiare i comportamenti sostenibili** più virtuosi, coinvolgendo per la prima volta l'intera rete distributiva internazionale per valorizzare insieme un nuovo modello di business che possa conciliare la sostenibilità economica con quella ambientale e sociale.

I distributori partecipanti hanno avuto accesso a un questionario strutturato composto da domande sulle quattro aree chiave della strategia ambientale del Gruppo: Decarbonizzazione, Circolarità, Acqua e Biodiversità. Una giuria interna dedicata ha valutato i distributori, raccogliendo evidenze e assegnando punteggi alle risposte per poi, infine, proclamare il vincitore della prima edizione pilota.

Tra i sei distributori in gara, **S'Young International China** si è aggiudicato il premio di Sustainability Champion. Un risultato che ha premiato le diverse iniziative implementate, come la comprovata efficienza dei sistemi di risparmio energetico e a emissioni ridotte della sede denominata Syoung Campus, provvisto di 5.320 pannelli fotovoltaici, o le iniziative legate alla mobilità dei dipendenti e alla circolarità dei materiali utilizzati nel magazzino.

Il vincitore della sfida è stato premiato con due inviti per un'esperienza presso il nostro Davines Group Village e con un gesto simbolico: abbiamo piantato e dedicato al distributore un albero nel giardino adiacente il Davines Group West Village.



Obiettivo 2025 raggiunto



SUSTAINABLE BEAUTY PARTNER

Lanciato nel 2019, il programma Sustainable Beauty Partner riunisce clienti del brand provenienti da tutto il mondo particolarmente vicini ai valori del brand. Attraverso percorsi formativi dedicati, incontri e momenti di confronto, il programma favorisce lo sviluppo professionale dei partecipanti e rafforza il senso di appartenenza a una comunità globale di professionisti.

BRAND AMBASSADOR

Dal 2022 il programma Professional Brand Ambassador coinvolge i clienti professionali [comfort zone] per condividere i nostri valori e principi, offrendo esperienze esclusive, formazione approfondita e networking. È una community globale di clienti professionali, uniti dall'intento di operare in modo più responsabile e supportare il miglioramento delle pratiche nei centri estetici. Al tempo stesso, il programma favorisce una partecipazione attiva, trasformando ogni professionista in un attivatore di cambiamento.





Strumenti

Per coinvolgere attivamente la nostra rete di clienti, abbiamo messo a punto diversi strumenti.

MANUALE STRAORDINARIO PER MIGLIORARE IL MONDO

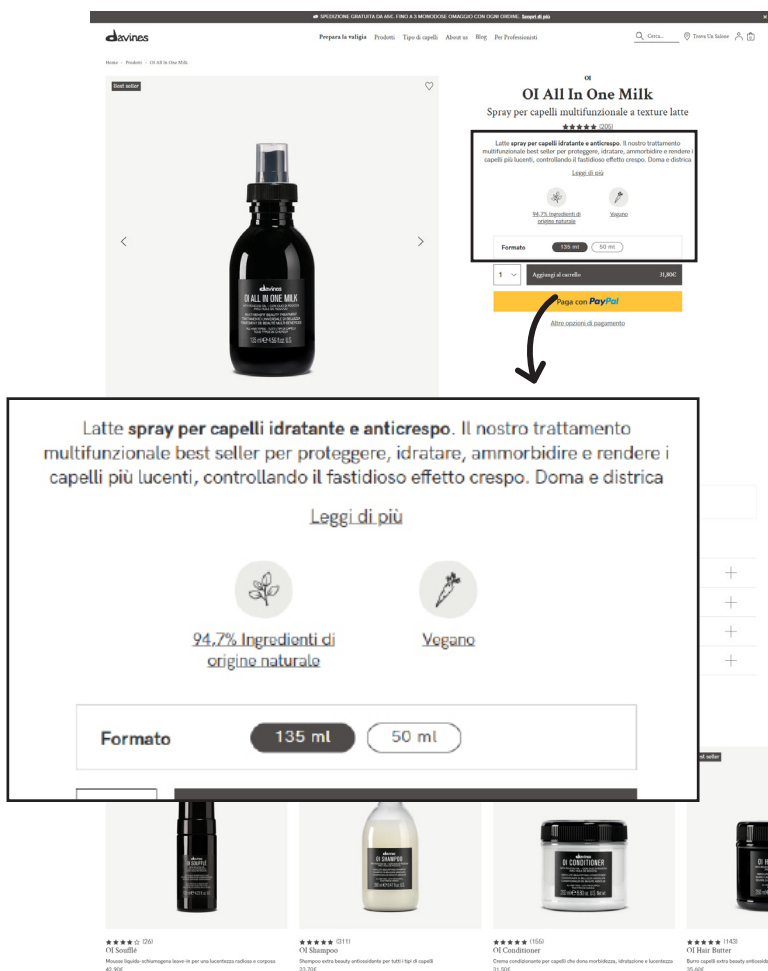
In aggiunta ai materiali di formazione, nel 2019 il Gruppo ha realizzato questo manuale che raccoglie **124 idee ispirate ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** (SDGs) delle Nazioni Unite, da raggiungere entro il 2030. Tradotto in quattro lingue, il manuale offre spunti pratici per aiutare i nostri partner a integrare gli SDGs nelle attività lavorative quotidiane.

INDICATORI DI SOSTENIBILITÀ NELLA PRODUCT DETAIL PAGE (PDP)

Le pagine di prodotto dei siti e-commerce offrono una panoramica completa di informazioni attraverso immagini, descrizioni, caratteristiche tecniche, ingredienti e modalità di utilizzo, comunicando in modo chiaro tutte le informazioni utili per una scelta di acquisto consapevole.

Nel 2024 abbiamo avviato un progetto per integrare indicatori di sostenibilità – come la percentuale di ingredienti di origine naturale e l'assenza di ingredienti di origine animale – su una selezione di referenze, in tutti i siti e-commerce Davines.

Nel 2025 abbiamo proseguito il lavoro, strutturando tutte le piattaforme e-commerce per consentire l'integrazione progressiva di questi KPI affinché questi indicatori possano essere progressivamente inseriti su tutte le schede prodotto. Gli indicatori attualmente disponibili riguardano **biodegradabilità***, **naturalità** e **vegan**. I dati sono già disponibili per i prodotti più recenti e per le linee rilanciate a partire da ottobre 2025. Per alcune referenze storiche, invece, la pubblicazione deve essere ancora completata, in quanto i dati non risultano sempre disponibili nei sistemi interni.



Obiettivo 2025
parzialmente raggiunto

*Ad esclusione dei prodotti aerosol, come le lacche, per i quali il dato non è misurabile.

Qualità certificata e trasparenza

GARANTIRE QUALITÀ E COMUNICARLA IN MODO TRASPARENTE

Nel contesto di un marketing responsabile, la qualità dei prodotti e dei processi produttivi rappresenta un elemento centrale per costruire fiducia e relazioni durature. Fondamentale è inoltre comunicare questa eccellenza in modo chiaro, certificato e trasparente.

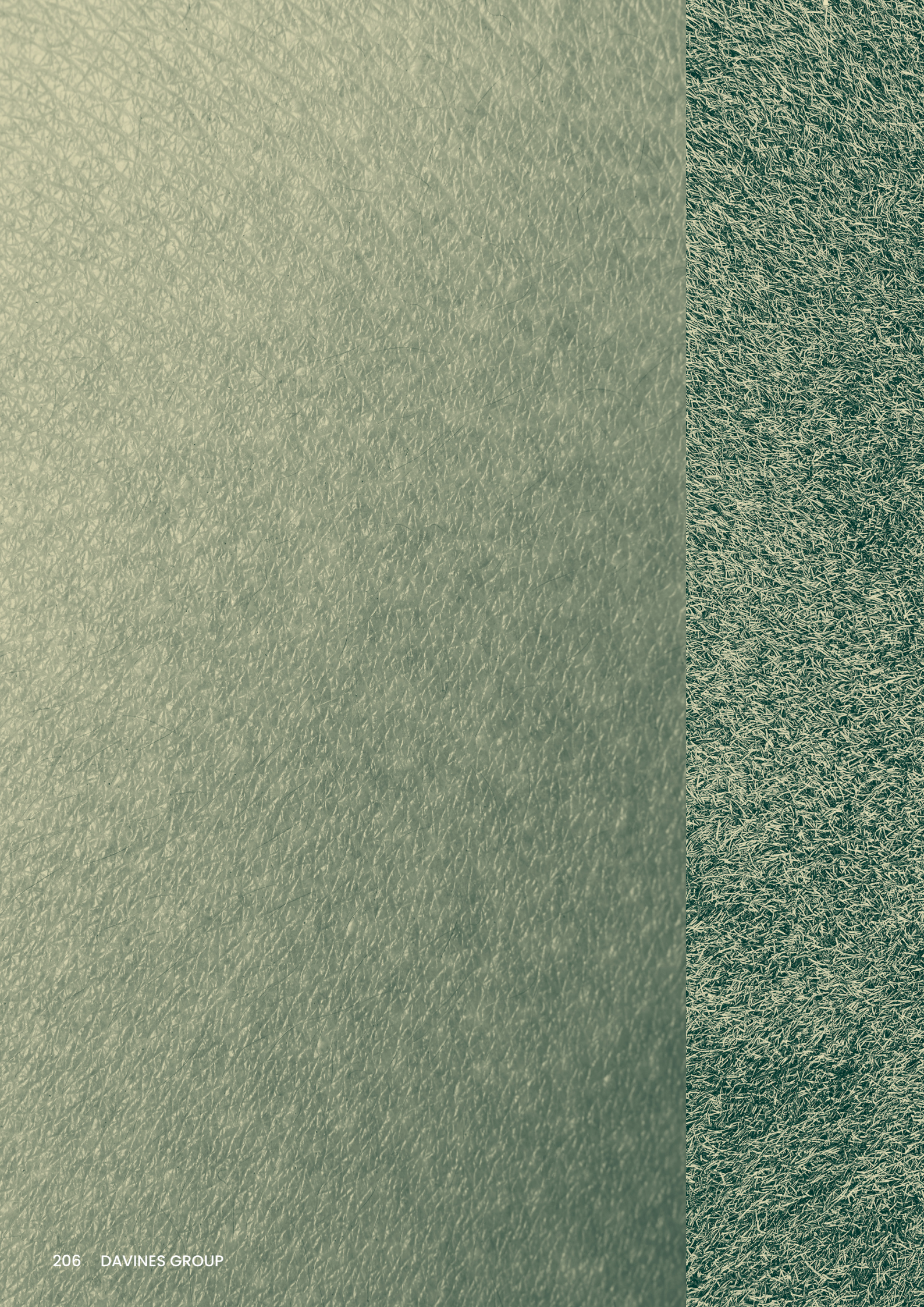
(GMP) nel settore cosmetico. Lavorare secondo le GMP non è solo una scelta di qualità, ma un obbligo previsto dal Regolamento (CE) n. 1223/2009, che impone il rispetto di queste pratiche per tutte le produzioni cosmetiche immesse sul mercato europeo.

In questa prospettiva, nel 2024 abbiamo rinnovato la **certificazione ISO 22716** - norma riconosciuta dalla Commissione Europea come testo di riferimento armonizzato per attestare la conformità alle **Good Manufacturing Practices** 

Good Manufacturing Practices

Le Buone Pratiche di Fabbricazione (Good Manufacturing Practices - GMP) sono un insieme strutturato di linee guida e procedure che regolano produzione, conservazione, distribuzione e controllo dei prodotti cosmetici. Sono pensate per assicurare elevati standard di qualità, sicurezza e igiene, a tutela del consumatore finale.





ANNEX



NOTA METODOLOGICA

La redazione del Rapporto di Sostenibilità 2025 è il risultato di un processo interno coordinato dal Dipartimento Sostenibilità, con il coinvolgimento delle principali funzioni aziendali, tra cui Finance, Comunicazione, Risorse Umane e Wellbeing, HSE, Procurement, Ricerca e Sviluppo e delle altre strutture responsabili della raccolta e validazione delle informazioni rendicontate.

Il presente documento nasce da un percorso volontario avviato nel 2015 e rappresenta il secondo Rapporto di Sostenibilità del Gruppo redatto secondo la metodologia “in accordance with” degli Standard GRI 2021 (Global Reporting Initiative). Il Rapporto adotta lo stesso perimetro del Bilancio Consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2025 e descrive le tematiche ambientali, sociali e di governance più rilevanti per l'organizzazione, i relativi modelli di gestione, gli impatti generati, i rischi e le opportunità connesse alle attività del Gruppo.

La responsabilità della definizione, supervisione e approvazione delle informazioni di sostenibilità rendicontate, inclusi i temi materiali, è in capo al Dipartimento Sostenibilità, che coordina il processo di rendicontazione e le funzioni coinvolte, e presidia la qualità delle informazioni raccolte, sotto la guida e la supervisione dalla Chief Sustainability Officer. Il CEO e il Leadership Team ne verificano la coerenza con la strategia e gli obiettivi del Gruppo. Il Consiglio di Amministrazione esercita invece un ruolo di indirizzo, validazione e controllo, vigilando sull'allineamento tra strategia di sostenibilità, finalità di lungo periodo, performance e valori aziendali. Per maggiori dettagli sul sistema di governance della sostenibilità si rimanda al paragrafo “La sostenibilità, responsabilità condivisa”.

Tutte le società incluse nel perimetro di consolidamento contribuiscono, in misura diversa, alla rendicontazione delle attività di sostenibilità. Per alcuni indicatori specifici, laddove espressamente indicato, il perimetro di rendicontazione si limita alla sede centrale o al sito produttivo di Parma, qualora le altre società del Gruppo non presentino impatti ambientali o sociali significativi rispetto al tema rendicontato.

La raccolta dei dati è avvenuta tramite una piattaforma certificata GRI. Alcuni dati relativi agli esercizi precedenti sono stati aggiornati o riesposti per migliorare la qualità delle metodologie di calcolo adottate; eventuali modifiche sono segnalate nel testo o nelle relative note metodologiche. L'utilizzo di stime è stato limitato ai casi strettamente necessari e, ove presente, è stato chiaramente indicato e supportato da metodologie ritenute affidabili.

Il Rapporto integra l'analisi di doppia materialità sviluppata secondo l'approccio previsto dagli Standard ESRS e dalle linee guida EFRAG, e include inoltre riferimenti volontari ai principi della AccountAbility AA1000 Stakeholder Engagement Standard, utilizzata come riferimento per le attività di coinvolgimento degli stakeholder.

Per ulteriori informazioni relative al presente documento è possibile contattare il seguente indirizzo e-mail: info@davines.it.

LA MATRICE DI DOPPIA MATERIALITÀ DEL GRUPPO

Il processo di doppia materialità del Gruppo Davines è il risultato di un percorso avviato nel 2022 e aggiornato nel 2024, adottando l'approccio previsto dallo standard GRI 3 (Material Topics) e dagli European Sustainability Reporting Standards (ESRS). L'analisi costituisce uno strumento fondamentale per identificare i temi di sostenibilità più rilevanti per il Gruppo e orientare la definizione della strategia, degli obiettivi e delle attività di rendicontazione.

L'aggiornamento dell'analisi è stato sviluppato attraverso un percorso articolato in quattro fasi: comprensione del contesto dell'organizzazione; identificazione degli impatti effettivi e potenziali; valutazione della rilevanza degli impatti; definizione delle priorità di rendicontazione. La sintesi delle performance e delle iniziative sviluppate in relazione ai temi materiali individuati è riportata nelle sezioni "Rigenerare il nostro pianeta", "Supportare i nostri collaboratori e la comunità" e "B Responsible" del presente Rapporto.

Nel 2024 abbiamo aggiornato l'analisi svolta nel 2022 attraverso l'esame dei principali megatrend ESG, dei benchmark di settore e dei temi e sottotemi previsti dagli ESRS.

L'attività di confronto e analisi è stata sviluppata attraverso una serie di incontri che hanno coinvolto il Dipartimento Sostenibilità, il team Finance e i membri del Leadership Team responsabili delle principali funzioni aziendali.

Il lavoro ha portato alla conferma dei nove temi materiali individuati nel 2022 e all'identificazione dei principali impatti associati alle attività del Gruppo. In particolare, sono stati individuati 33 impatti significativi, con effetti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone: 21 effettivi e 12 potenziali, di cui 20 positivi e 13 negativi.

La valutazione è stata condotta applicando i criteri previsti dagli Standard GRI e dalle linee guida EFRAG sulla doppia materialità. Per la materialità di impatto, ogni impatto è stato valutato considerando:

- entità e portata;
- irrimediabilità, nel caso di impatti negativi;
- probabilità, nel caso di impatti potenziali.

Per la materialità finanziaria sono stati invece considerati:

- entità degli effetti economico-finanziari;
- probabilità che tali effetti si manifestino.

I risultati dell'analisi sono stati presentati al Leadership Team nel gennaio 2025, che ha validato i temi materiali, i relativi impatti e il loro ordine di priorità.

La tabella seguente riporta la valutazione degli impatti associati ai nove temi materiali del Gruppo.

Tema materiale	Materialità di impatto	Descrizione impatti	Materialità finanziaria
DECARBONIZZAZIONE	2,33	Consumo energetico e cambiamento climatico  	2,6
	1,67	Emissioni di gas serra (Scope 1 e 2)  	2,6
	4	Emissioni di gas serra (Scope 3)  	1,5
ACQUA	2	Consumo idrico nel processo produttivo  	1,5
	4	Gestione responsabile del ciclo idrico  	0,66
	0,48	Impatti ambientali dovuti a sversamenti  	1,32
BIODIVERSITÀ	3	Servizi ecosistemici e agricoltura biologica rigenerativa  	1,5
	4,67	Utilizzo del suolo  	1
	0,59	Inquinamento del suolo  	1,32
CIRCOLARITÀ	2,67	Inefficienze del ciclo produttivo  	1,5
	4	Ecodesign  	1,5
	4	Gestione dei rifiuti  	1,32
	1,32	Transazione verso un modello circolare  	0,66
NUOVE GENERAZIONI AL LAVORO	3	Sicurezza sul lavoro  	1,3
	5	Sviluppo delle competenze  	1,3
	2,5	Miglioramento del work-life balance  	1,3
	2,5	Stabilità occupazionale  	1,3
	2,5	Promozione di buone condizioni di vita per i dipendenti  	1,3
MARKETING RESPONSABILE	1,95	Gestione non efficiente della relazione con il cliente  	1,32
	3	Promozione di pratiche commerciali trasparenti  	1,32
	4	Garanzia di informazioni corrette fornite al consumatore  	1,32
	3,5	Prodotti ad impatto positivo  	1,5
	1,95	Qualità del prodotto  	1,32
DIVERSITÀ E INCLUSIONE	3	Promozione dei valori D&I  	0,33
	2,13	Pari opportunità di carriera  	1,32
IMPATTO SULLE COMUNITÀ LOCALI	3	Supporto alle comunità locali  	0,33
	4	Advocacy per l'agricoltura rigenerativa  	0,33
B CORP ADVOCACY	2,33	Gestione del business non etica e anticompetitiva  	1,65
	3,5	Governance ESG  	2,6
	5	Promozione dei valori del modello B Corp  	1,5
	3,5	Governance ESG nella supply chain  	2
	4	Sicurezza sulla supply chain  	2
	1,1	Salvaguardia dei diritti umani lungo la supply chain  	1,32



Impatto effettivo



Impatto potenziale



Impatto positivo



Impatto negativo



Impatti risultati materiali

Materialità di impatto: valore soglia 3

Materialità finanziaria: valore soglia 1,9

Ogni impatto è stato classificato come positivo o negativo in funzione della sua natura, ed effettivo o potenziale in base alla presenza attuale o futura delle sue conseguenze. La materialità di impatto è stata calcolata considerando entità e portata dell'impatto, irrimediabilità (per gli impatti negativi) e probabilità (per quelli potenziali), su una scala da 1 a 5, dove 1 corrisponde a un impatto trascurabile e 5 a un impatto molto critico. Il valore finale deriva da una combinazione ponderata di questi fattori. La materialità finanziaria è stata invece valutata considerando entità e probabilità degli effetti economico-finanziari associati agli impatti, sempre su una scala da 1 a 5. Gli impatti evidenziati in grigio rappresentano quelli considerati rilevanti ai fini della doppia materialità, sulla base delle soglie definite dal Gruppo: superiore a 3 per la materialità di impatto e superiore a 1,9 per la materialità finanziaria.

APPENDICE GRI

GRI 2-1 Dettagli sull'organizzazione
GRI 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione

Entity	% di possesso	Ownership	Sede sociale	Paese
Davines SpA	100%	Controllante	Via Don Angelo Calzolari 55/A, 43126 Parma	Italia
Davines North America Inc.	100%	Controllata	61 North 11th Street, 2nd Floor Brooklyn - 11249 New York	Stati Uniti
Davines France S.à.r.l.	100%	Controllata	3 Rue Moncey, 75009, Paris	Francia
Davines (UK) Limited	100%	Controllata	73 Cornhill, London, EC3V 3QQ	Gran Bretagna
LaDavines Cosmetics SA de CV	99%	Controllata	Avenida colonia del Valle No. 420, Colonia del Valle Centro, 03100, Ciudad de México	Messico
Davines Nederland Holding BV	100%	Controllata	Boreelplein 67-69 7411 EH Deventer	Olanda
Davines Nederland BV	100%	Controllata	Boreelplein 67-69 7411 EH Deventer	
Comfort Zone Nederland BV	100%	Controllata	Boreelplein 67-69 7411 EH Deventer	
Comfort Zone Belux BV	100%	Controllata	Elisabethlaan 2, 2600 Antwerpen (Berchem)	Belgio
Comfort Zone Deutschland GmbH	100%	Controllata	Girardetstraße 4 Eingang 3 45131 Essen	Germania
Davines Asia Limited	100%	Controllata	2/F Teng Fuh Commercial Building 333, Queen's Road Central Sheung Wan, Hong Kong	Hong Kong
Davines Deutschland GmbH	100%	Controllata	Girardetstraße 4, 45131 Essen, Germany	Germania
Davines China Limited	100%	Controllata	Jt6323, Room 201, Building 14, N.655, Fengzhou Road, Jiading District Shanghai - China	Cina
Davines Espana SLU*	100%	Controllata	Avenida Doctor Arce, 14 BJ 28002, Madrid - Spain*	Spagna

* L'indirizzo riportato si riferisce al periodo di rendicontazione 2025. Nel corso del 2026, la sede legale è stata trasferita a Bilbao.

GRI 2-7 Dipendenti

N. dipendenti al 31.12	2023	2024			2025		
	Totale	Tempo indeterminato	Tempo determinato	Totale	Tempo indeterminato	Tempo determinato	Totale
Italia	470	493	26	519	540	24	564
Nord America	72	78	1	79	78	1	79
Regno Unito	51	50	0	50	47	1	48
Paesi Bassi	46	31	10	41	34	7	41
Francia	48	43	6	49	46	4	50
Germania	22	22	2	24	23	2	25
Messico	32	34	2	36	32	0	32
Hong Kong	14	13	0	13	12	0	12
Shanghai	1	1	1	2	1	1	2
Totale	756	765	48	813	813	40	853

N. dipendenti al 31.12*	2023	2024			2025			
	Totale	Full time	Part time	Totale	Full time	Part time	Dipendenti a ore non garantite	Totale
Italia	nd	494	25	519	539	25	0	564
Nord America	nd	78	1	79	78	1	0	79
Regno Unito	nd	49	1	50	48	0	0	48
Paesi Bassi	nd	23	18	41	23	16	2	41
Francia	nd	49	0	49	50	0	0	50
Germania	nd	21	3	24	21	4	0	25
Messico	nd	36	0	36	32	0	0	32
Hong Kong	nd	13	0	13	12	0	0	12
Shanghai	nd	2	0	2	2	0	0	2
Totale	756	765	48	813	805	46	2	853

N. dipendenti al 31.12	2023	2024			2025		
	Totale	Tempo indeterminato	Tempo determinato	Totale	Tempo indeterminato	Tempo determinato	Totale
Donne	514	504	41	545	544	33	577
Uomini	242	261	7	268	269	7	276
Totale	756	765	48	813	813	40	853

N. dipendenti al 31.12	2023	2024			2025			
	Totale	Full time	Part time	Totale	Full time	Part time	Dipendenti a ore non garantite	Totale
Donne	nd	499	46	545	531	44	2	577
Uomini	nd	266	2	268	274	2	0	276
Totale	756	765	48	813	805	46	2	853

* Le aree geografiche corrispondono alle sedi degli uffici.

GRI 2-8 Lavoratori non dipendenti

	2023			2024			2025		
N. Lavoratori non dipendenti al 31.12	Impiegati	Operai	Totale	Impiegati	Operai	Totale	Impiegati	Operai	Totale
Agenzia per il lavoro	nd	nd	48	49	9	58	9	56	65
Stage	16	0	16	12	0	12	13	0	13
Totale	16	0	64	61	9	70	22	56	78

- GRI 2-9 Struttura e composizione della governance
 GRI 2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo
 GRI 2-11 Presidente del massimo organo di governo

Consiglio di Amministrazione	
Membro	Ruolo
Davide Bollati	Presidente
Anthony Molet	Amministratore Delegato
Stefania Bollati	Consigliere delegato
Paolo Braguzzi	Consigliere indipendente
Marco Guardati	Consigliere indipendente
Stefano Raddi	Consigliere indipendente
Silvana Sarzi Amadè	Consigliere
Giorgio Ziemacki	Consigliere indipendente
Ralf Billharz	Consigliere indipendente

La società Davines SpA è amministrata da un Consiglio di Amministrazione composto da un minimo di 2 a un massimo di 15 membri, come previsto dallo statuto. La nomina e l'eventuale sostituzione dei consiglieri spettano all'assemblea ordinaria, che ne stabilisce anche il numero.

Gli amministratori restano in carica per il periodo definito al momento della nomina, comunque non superiore a tre esercizi, con possibilità di rielezione. Il mandato si conclude alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio della carica.

In caso di cessazione di uno o più consiglieri durante l'esercizio, il Consiglio può provvedere alla loro sostituzione tramite deliberazione approvata dal collegio sindacale, a condizione che la maggioranza dei membri resti comunque espressione dell'assemblea. I consiglieri così nominati restano in carica fino alla successiva assemblea.

Qualora venga meno la maggioranza dei componenti nominati dall'assemblea, i consiglieri rimanenti devono convocarla per procedere alla sostituzione. I nuovi eletti decadono insieme agli altri alla scadenza del mandato.

Nel caso in cui l'intero Consiglio cessi dalla carica, il collegio sindacale è tenuto a convocare con urgenza l'assemblea per la nomina di un nuovo consiglio. Fino a quel momento, può compiere esclusivamente atti di ordinaria amministrazione. La perdita dei requisiti di legge da parte di un amministratore ne comporta la decadenza automatica.

Il Consiglio può delegare parte delle proprie funzioni a uno o più consiglieri, ai sensi dell'art. 2381 del codice civile, definendone poteri e compensi. Può inoltre istituire un comitato esecutivo, composto dal presidente, dai consiglieri delegati e da eventuali altri membri, che opera secondo le regole previste per il CdA, delibera a maggioranza e riferisce al collegio sindacale almeno trimestralmente.

La rappresentanza legale della società è attribuita al presidente del Consiglio di Amministrazione e ai consiglieri delegati. Gli amministratori dotati di poteri rappresentativi possono nominare istitori o procuratori per singoli atti o per categorie di atti. Se il nominato non è membro del CdA, si applicano le disposizioni in materia di procura.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione non ricopre alcun ruolo esecutivo all'interno dell'organizzazione, poiché la funzione di Amministratore Delegato è attribuita a un'altra figura.

Il Presidente svolge tuttavia un ruolo centrale nella definizione dell'indirizzo strategico e nella fissazione degli obiettivi di medio-lungo periodo, assicurando coerenza e continuità alla visione complessiva dell'organizzazione.

Leadership Team

Membro	Funzione/Divisione
Davide Bollati*	Presidente
Anthony Molet	Amministratore Delegato
Stefano Benetti	General Manager Finance & Operations
Stefania Bollati	Head of Wellbeing
Denise Dente	Skin Care Global General Manager
Mark Giannandrea	Hair Care Global General Manager
Laura Gilieri	Chief Human Resources Officer
Paolo Goi	Global Research, Innovation and Quality Director
Maria Vittoria Mangiarotti	Global Culture & Creative Director
Marco Mazzucco	Chief Digital & Innovation Officer
Andrea Mussi	Chief Finance Officer
Paolo Penocchio	Supply Chain Director
Alessandra Sabellico	Corporate Communication Director
Sonia Ziveri	Chief Sustainability Officer

*Non svolge ruolo di Senior Manager secondo quanto previsto dal GRI 2-11

Collegio Sindacale

Membro	Ruolo
Alberto Righini	Presidente
Alessandro Baga	Sindaco effettivo
Paolo Cevolani	Sindaco effettivo
Matteo Tambalo	Sindaco supplente
Simonetta Bissoli	Sindaco supplente

Organismo di Vigilanza

Membro
Adalberto Costantini

GRI 2-27 Conformità a leggi e regolamenti

Categoria	Tipologia	Natura	Stato	Esito	Durata media	Livello di soddisfazione
Reclamo (Grievance)	Privacy	Violazione normativa	Chiusa (accettata)	Composizione in accordo con la legge		N/A
Reclamo (Grievance)	Comportamenti e Azioni Vessatorie	Violazione normativa	2	36	3 mesi	alto
Reclamo (Grievance)	Furto	Violazione normativa	0	13		N/A
Reclamo (Grievance)	Processi e policy aziendali	Violazione policy interna (non illecito)	1	2	1	N/A
Altro	Regolatorio - avvertenze	Violazione normativa (Stato della California)	48	813	813	N/A

GRI 2-28 Adesione ad associazioni

ASSOCIAZIONI	POSIZIONI DEL DAVINES GROUP
ASSOCIAZIONE CLUST-ER INDUSTRIE CULTURALI	Davines Group è un'azienda associata
AIDAF - ITALIAN FAMILY BUSINESS	Davines Group è un'azienda associata
ASSOBENEFIT - ASSOCIAZIONE NAZIONALE PER LE SOCIETA' BENEFIT	Davines SpA è una Società Benefit ed è un'azienda associata
B CORP BEAUTY COALITION	Davines Group è tra i sette membri fondatori e Sonia Ziveri, Chief Sustainability Officer del Gruppo, fa parte del Supervisory Board
B CORP MOVEMENT	Davines Group è una B Corp certificata e membro attivo del movimento B Corp
CO2ALIZIONE	Davines Group è tra le aziende che hanno aderito al programma
CONSORZIO VOLONTARIO KILOMETRO VERDE	Davines Group è un'azienda associata
COSMETICA ITALIA - ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPRESE COSMETICHE	Davines Group è un'azienda associata
FEDERCHIMICA - FEDERAZIONE NAZIONALE INDUSTRIA CHIMICA	Davines Group è un'azienda associata
FONDAZIONE ALTAGAMMA	Il brand Davines è membro dell'associazione
FONDAZIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE	Davines Group è un'azienda associata e il Presidente Davide Bollati fa parte del Comitato di Presidenza della Fondazione
ISTITUTO ITALIANO DELL'IMBALLAGGIO	Davines Group è tra i soci utilizzatori
ITALY FOR CLIMATE	Davines Group è tra i promotori dell'iniziativa
NATURE POSTIVIE NETWORK	Davines Group ha aderito al network
REGENERATIVE SOCIETY FOUNDATION	Davines Group è tra i membri fondatori e il Presidente Davide Bollati fa parte del Comitato dei Fondatori
RODALE INSTITUTE	Partnership tra Davines Group e Rodale Institute per la creazione del primo European Regenerative Organic Center, dedicato alla ricerca, formazione e diffusione dell'agricoltura biologica rigenerativa in particolare nel settore beauty.
UNIONE PARMENSE DEGLI INDUSTRIALI	Davines Group è un'azienda associata

GRI 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder

Il Gruppo identifica e prioritizza i propri stakeholder sulla base della rilevanza degli impatti economici, sociali e ambientali generati, del livello di influenza reciproca, dell'esposizione a rischi e opportunità e della rilevanza strategica nel medio-lungo periodo. Attraverso il processo di analisi di doppia materialità e altri strumenti di ascolto e confronto, raccogliamo le aspettative e i bisogni dei nostri stakeholder e li traduciamo in iniziative di coinvolgimento e creazione di valore condiviso. La tabella seguente sintetizza le principali modalità di ascolto e le iniziative dedicate alle diverse categorie di stakeholder, e le attività descritte sono approfondite nelle sezioni del presente Rapporto.

Categorie di stakeholder	MODALITÀ DI ASCOLTO E ANALISI DEGLI INTERESSI	INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO E CREAZIONE DI VALORE
Colleghi	Survey di clima e di engagement (tra cui Great Place to Work), questionari su temi specifici, workshop, webinar e momenti di confronto all'interno dei team	Programmi di wellbeing e benefit per il benessere fisico, psicologico e familiare; percorsi di formazione e sviluppo professionale attraverso il Learning Hub; momenti periodici di condivisione con il management sui risultati e le priorità aziendali; community interne dedicate a sport, volontariato, sostenibilità e aggregazione; iniziative rivolte alle famiglie dei collaboratori
Fornitori	Dialogo continuativo con le funzioni aziendali di riferimento, workshop su tematiche di sostenibilità, incontri di confronto sulle performance ambientali e sociali e sugli obiettivi comuni di sostenibilità	Creazione di relazioni di lungo periodo, con particolare attenzione ai fornitori locali; evento annuale "Davines Incontra" per condividere risultati, strategia e andamento rispetto agli obiettivi di sostenibilità dell'azienda; programmi condivisi su temi di sostenibilità; attività di advocacy per promuovere il modello B Corp lungo la catena del valore
Distributori, clienti professionali e finali	Survey periodiche, Net Promoter Score (NPS), raccolta strutturata di feedback, eventi e percorsi formativi	Formazione tecnica e professionale, anche sui temi della sostenibilità; eventi nazionali e internazionali di aggiornamento e confronto; iniziative di sensibilizzazione sui principi del movimento B Corp; campagne guidate dalla sostenibilità con attivazioni locali a impatto ambientale e sociale.
Ambiente	Analisi di doppia materialità, monitoraggio delle performance ambientali, studi scientifici, confronto con istituzioni, enti di ricerca ed esperti.	Attuazione della strategia ambientale al 2030; progetti di decarbonizzazione, tutela della biodiversità e di circolarità; iniziative di raccolta della plastica dispersa nell'ambiente e ripristino degli ecosistemi; ricerca e formazione sull'agricoltura biologica rigenerativa attraverso EROC; monitoraggio e rendicontazione delle performance ambientali
Comunità	Dialogo con istituzioni, associazioni ed enti pubblici, partecipazione ad eventi, forum e altre iniziative territoriali	Donazioni e sponsorizzazioni a favore di progetti sociali, culturali e ambientali; collaborazioni e supporto ad organizzazioni del territorio; campagne di comunicazione finalizzate alla sensibilizzazione su temi di sostenibilità; apertura del Davines Group Village alla comunità attraverso visite organizzate; programmi di volontariato aziendale, tra cui l'Activation Day globale

GRI 2-30 Accordi di contrattazione collettiva

Percentuale di dipendenti totali coperti da contrattazione collettiva	2024	2025
Numero dipendenti con contrattazione collettiva	570	616
Numero dipendenti	813	853
Totale	70%	72%

Il Gruppo Davines applica i contratti collettivi nazionali laddove previsti, coprendo circa il 72% dei propri lavoratori dipendenti. Nei Paesi in cui non sono previsti contratti collettivi, i contratti di lavoro dei dipendenti sono invece conformi alle pratiche di mercato locali e alle normative vigenti. Il termine dipendenti fa riferimenti ai lavoratori indicati nell'informativa 2-7. I dati relativi al periodo di rendicontazione 2023 non sono disponibili.

GRI 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito

Valore economico generato e distribuito (€)	2023	2024	2025
Valore economico diretto generato	263.441.436	295.155.855	306.956.180
Valore economico totale distribuito			
– Costi operativi	163.692.233	173.701.169	205.503.122
– Salari e benefit dei dipendenti	60.061.105	68.632.629	70.093.122
– Pagamenti a fornitori di capitale	14.147.140	14.032.091	13.137.614
– Pagamenti ai governi (per nazione)	10.450.295	9.267.964	10.671.050
– Investimenti nella comunità			*si rimanda a pag. 174-175 su donazioni e sponsorizzazioni
Valore economico non distribuito	15.090.663	29.522.002	7.551.272

La creazione di valore economico è alla base della capacità del Gruppo di generare impatti positivi e duraturi nel tempo. Per questo, a partire dal presente esercizio, il Report di Sostenibilità integra in modo strutturato l'indicatore GRI 201 – Performance economiche, che consente di leggere in modo trasparente come il valore creato dall'organizzazione venga distribuito tra i diversi stakeholder.

Attraverso questo indicatore, il Gruppo rende evidente il legame tra solidità economico-finanziaria, valorizzazione delle persone, stabilità della filiera e investimenti nelle comunità locali, rafforzando la comprensione del proprio ruolo all'interno dell'ecosistema economico e sociale in cui opera.

La lettura in chiave temporale del valore economico generato e distribuito consente inoltre di monitorare la capacità dell'azienda di sostenere nel tempo i propri obiettivi strategici, inclusi quelli legati alla transizione ambientale, sociale ed economica.

Il **valore economico direttamente generato** è rappresentato dai ricavi derivanti dalle vendite e dalle prestazioni. L'andamento positivo dei ricavi nel periodo di osservazione riflette la crescita delle attività del Gruppo, l'ampliamento dei mercati serviti e il rafforzamento del posizionamento dei brand. In quest'ottica, i ricavi non vengono letti esclusivamente come indicatore di performance economica, ma come leva abilitante per la creazione di valore condiviso lungo l'intera catena del valore.

Nel suo complesso, la **distribuzione del valore economico** evidenzia come la crescita del Gruppo si traduca in benefici concreti per i diversi stakeholder: fornitori, attraverso i costi operativi; dipendenti, tramite salari e benefit; sistema pubblico, grazie ai pagamenti fiscali. Costi operativi: crescita legata allo sviluppo del business.

La componente dei costi operativi, che include i costi per l'acquisto di materie prime, servizi e il godimento di beni di terzi, evidenzia

un aumento coerente con l'evoluzione del volume di attività del Gruppo. La crescita di questa voce è riconducibile principalmente a: l'aumento dei volumi produttivi, il rafforzamento della supply chain, il contesto macroeconomico caratterizzato da pressioni inflattive su materie prime e servizi.

Questa dinamica riflette il ruolo del Gruppo come attore economico rilevante per il tessuto produttivo, in grado di generare valore per i propri fornitori e partner industriali, contribuendo alla stabilità e allo sviluppo dell'ecosistema in cui opera.

Salari e benefit: investimento sulle persone a supporto della crescita. I salari e benefit dei dipendenti rappresentano una delle principali destinazioni del valore economico distribuito. L'incremento di questa voce nel tempo testimonia l'impegno del Gruppo nella valorizzazione del capitale umano, elemento centrale per sostenere lo sviluppo del business e l'innovazione. La crescita della spesa per il personale è riconducibile all'evoluzione dell'organizzazione e il riconoscimento del contributo delle persone al raggiungimento dei risultati aziendali.

Pagamenti a fornitori di capitale: Nell'ambito della distribuzione del valore economico generato, il Gruppo remunera i propri fornitori di capitale attraverso il pagamento di interessi passivi, oneri finanziari, garantendo un equilibrio sostenibile tra crescita aziendale, solidità finanziaria e creazione di valore nel lungo periodo. Pagamenti ai governi: Il Gruppo opera nel rispetto delle normative fiscali vigenti nei Paesi in cui è presente, assicurando il corretto adempimento degli obblighi tributari e contributivi. Il pagamento delle imposte rappresenta un elemento fondamentale del contributo del Gruppo allo sviluppo economico e sociale dei territori in cui opera.

Il **valore economico non distribuito**, infine, rappresenta la quota di risorse trattenute a supporto della solidità finanziaria e della capacità di investimento futura, rafforzando il legame tra performance economica, responsabilità e visione di lungo periodo.

GRI 301-1 Materiali utilizzati per peso o volume

Materiale non rinnovabile [kg] ricevuto per packaging	2023	2024	2025
Plastica riciclata	229.692,5	256.369,4	296.716,90
Plastica vergine	287.752,7	311.607,8	337.955,40
Vetro vergine	112.975,4	76.039,7	94.139,20
Vetro riciclato	10.841,2	8.285,4	14.877,20
Alluminio vergine	44.926,1	52.081,3	36.505,70
Alluminio riciclato	56.177,6	42.733,1	106.915,40
Acciaio	5.872,7	5.412,7	8.041,20
Totale	748.238,2	752.529,4	895.151,00

Materiale rinnovabile [kg] ricevuto per packaging	2023	2024	2025
Carta vergine	52.964,0	73.291,6	88.390,40
Carta riciclata	890.792,2	1.084.456,3	1.310.574,70
Legno/Cotone	0,0	8,8	14.933,40
Plastica bio-based	130.609,3	148.993,2	134.381,20
Pastica Bio-Circular Mass Balance	2.055,6	13.319,4	219.068,00
Totale	1.076.421,0	1.320.069,3	1.767.347,70

GRI 301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo

Materiali d'ingresso che provengono da riciclo [kg]	%	2023	%	2024	%	2025	%
Materiali riciclati	62,25%	1.187.503,50	63,56%	1.391.844,20	67,15%	1.729.084,20	64,90%
Materiali vergini	37,75%	680.754,50	36,44%	680.754,50	32,85%	933.414,40	35,10%
Totale	100,00%	1.868.258,00	100,00%	2.072.598,70	100,00%	2.662.498,60	100,00%

GRI 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione

Energia consumata all'interno dell'organizzazione (GJ)	2023	2024	2025
	Totale Gruppo	Totale Gruppo	Totale Gruppo
Combustibile da fonti di energia non rinnovabile consumato*	15.120,1	17.822,9	21.175,7
Gas naturale	15.120,1	17.822,9	0,0
Combustibile da fonti di energia rinnovabile consumato	0,0	0,0	0,0
Energia acquistata per il consumo	8.836,4	13.073,0	17.874,0
Teleriscaldamento	17,6	630,0	616,4
Risorse non rinnovabili	334,2	327,3	470
Risorse rinnovabili	8.484,6	12.115,7	16.795,2
Energia elettrica autoprodotta	612,9	609,2	588,1
Energia totale consumata	24.569,3	31.505,1	39.645,41

*sono esclusi i quantitativi di benzina e gasolio

I dati fanno riferimenti ai consumi dell'intero Gruppo, headquarter, stabilimento produttivo e filiali.

GRI 303-3 Prelievo Idrico

Quantità totale di prelievo idrico in megalitri (ML)	2023		2024				2025			
	Sede centrale		Sede centrale		Filiali		Sede centrale		Filiali	
	Tutte le aree	Aree soggette a stress idrico*	Tutte le aree	Aree soggette a stress idrico*	Tutte le aree	Aree soggette a stress idrico*	Tutte le aree	Aree soggette a stress idrico*	Tutte le aree	Aree soggette a stress idrico*
Acque superficiali	0	0	0,0	0	0,0	0	0	0	0	0
Acqua dolce	0	0	0,0	0	0,0	0	0	0	0	0
Altre acque	0	0	0,0	0	0,0	0	0	0	0	0
Acqua di falda	85,9	0	102,4	0	0,0	0	101,6	nd	0	nd
Acqua dolce	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0
Altre acque	0	0	0,0	0	0,0	0	0	0	0	0
Acqua acquistata	1,3	nd	1,5	nd	2,9	nd	1,8	nd	2,5	nd
Acqua dolce	1,3	nd	1,5	nd	2,9	nd	0	0	0	0
Altre acque	0,0	nd	0,0	nd	0,0	nd	0	0	0	0
Totale prelievo idrico	87,2	nd	103,9	nd	2,9	nd	103,4	nd	2,5	nd

*La valutazione dello stress idrico è stata effettuata utilizzando il WWF Water Risk Filter

Il perimetro della sede centrale include:

- Stabilimento produttivo e uffici, indicati come Davines Group Village
- Uffici adiacenti al Davine Group Village, indicati come Davines West Village
- Via Ravasini, precedente sede aziendale, attiva fino al 2018, oggi utilizzata esclusivamente per una marginale attività di confezionamento manuale
- EROC (v. pag. 78) e considera tutti i punti di prelievo presenti presso queste sedi, sia da falda che da rete di distribuzione, e per tutti gli utilizzi: processo produttivo, servizi, irrigazione. Il valore del 2023 è stato ricalcolato considerando l'intero perimetro della sede centrale, ovvero aggiungendo il prelievo di acqua di via Ravasini, il prelievo da pozzo destinato all'irrigazione dell'EROC e l'acqua prelevata dall'impianto geotermico utilizzata per l'irrigazione delle aree verdi circostanti gli uffici. In assenza di registrazione puntuale, i metri cubi di acqua prelevata dall'impianto geotermico per irrigare sono stati stimati sulla base del prelievo del 2025. Nel 2023 non sono presenti prelievi idrici associati a Davines West Village poiché tali uffici non erano ancora attivi. Il valore del 2024 è stato ricalcolato in seguito ad una revisione dei dati raccolti. A causa di un errore di misurazione avvenuto durante l'anno, i metri cubi di acqua prelevata dall'impianto geotermico per irrigare sono stati ricalcolati sulla base del prelievo del 2025. Per quanto riguarda i dati delle filiali, non sono disponibili dati relativi al 2023. Sia nel 2024 che nel 2025 i dati di prelievo idrico sono disponibili per le sedi di New York, Mexico, Londra e Parigi; per le restanti filiali, il prelievo è stato stimato sulla base di tipologie di utilizzo analoghe riscontrate negli uffici. In tutte le sedi, le attività che comportano prelievo di acqua sono le stesse, ovvero quelle legate all'uso d'ufficio e alle eventuali sessioni di education durante le quali è previsto l'utilizzo di acqua per l'esecuzione degli shampoo.

GRI 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)

Emissioni di GHG dirette (Scope 1) in t di CO ₂ e	2023	2024	2025
Combustione stazionaria	784,9	942,8	1.108,6
Combustione mobile	599,5	761,5	801,1
Emissioni fuggitive	125,0	0,0	274,0
Emissioni dirette totali	1.509,4	1.704,3	2.183,8

Le emissioni dirette di gas serra sono state calcolate includendo:

- **Combustione stazionaria** (uso di gas naturale, gasolio e benzina), presso le sedi di Parma, Parigi e New York, utilizzati per alimentare processi produttivi e riscaldamento degli edifici. Gli altri uffici sono esclusi dal calcolo poichè non hanno consumi di questo tipo.
- **Combustione mobile** (flotta aziendale e veicoli personali rimborsati), con dati raccolti annualmente tramite template Greenstone+ e validati dai referenti locali .
- **Emissioni fuggitive** (perdite di gas refrigeranti), che nel 2024 risultano pari a zero per mancanza di guasti o interventi di manutenzione straordinaria.

I dati di consumo del gas naturale sono riportati in bolletta, in m3 o kWh; i dati di gasolio e benzina sono riportati in fattura in litri. Sono convertiti in emissioni CO₂e utilizzando fattori di emissione standardizzati (Defra/EPA) preimpostati sulla piattaforma Greenstone+.

GRI 305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)

Emissioni di GHG indirette da consumi energetici (Scope 2) in t di CO ₂ e	2023	2024	2025
Teleriscaldamento	0,9	31,4	29,8
Energia elettrica - Location-based	704,4	1.081,2	1.180,1
Location-based method - Totale	705,3	1.112,6	1.210,0
Energia elettrica - Market-based	36,7	48,1	180,4
Market-based method - Totale	37,6	79,5	210,3

Le emissioni indirette da consumi energetici includono il consumo di energia elettrica (da rete o autoprodotta) e, per la sola sede di Düsseldorf, dal teleriscaldamento.

La raccolta dati è effettuata tramite bollette e template caricati sulla piattaforma Greenstone+.

Il calcolo delle emissioni è effettuato sia con approccio market-based che location-based.

L'energia rinnovabile è tracciata tramite Garanzie d'Origine ove disponibili.

Per la sede di Düsseldorf, il teleriscaldamento è stimato sulla base dei metri quadri occupati e dei consumi medi per edifici simili.

I fattori di emissione utilizzati derivano da fonti Defra, IEA o Ecoinvent, e sono uniformati al protocollo AR5/AR6.

GRI 305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)

Altre emissioni di gas GHG indirette (Scope 3) in t di CO ₂ e	2023	2024	2025
3.1 Beni e servizi acquistati	34.791,8	34.668,2	30.263,9
3.2 Beni capitali	7.264,2	3.863,9	5.345,5
3.3 Attività relative a generazione, trasporto e distribuzione dell'energia	410,8	610,5	856,0
3.4 Trasporto e distribuzione a monte	1.122,2	1.254,9	2.916,1
3.5 Rifiuti generati dalle attività operative	268,2	88,3	425,4
3.6 Viaggi di lavoro	1.908,8	1.786,9	1.449,1
3.7 Spostamenti casa-lavoro dei dipendenti	821,1	948,2	776,9
3.9 Trasporto e distribuzione a valle	4.071,1	3.457,6	5.294,0
3.11 Fase d'uso dei prodotti spray	6.667,7	7.098,2	7.536,5
3.12 Fine vita dei prodotti venduti	5.646,9	6.678,2	5.767,4
3.13 Beni in leasing a valle	410,9	657,2	330,9
Altre emissioni indirette	63.383,8	61.112,0	60.961,6

Le emissioni di gas serra indirette (Scope 3) sono state calcolate includendo tutte le categorie significative previste dal GHG Protocol. Di seguito la descrizione per ciascuna categoria, specificando la metodologia di calcolo e le eventuali assunzioni:

3.1 - Beni e servizi acquistati

Include materie prime, packaging, prodotti finiti, materiali residuali, dispositivi di consumo, servizi, forniture per ufficio e data center. La metodologia di calcolo è basata su un mix di approcci process-based (LCA interno tramite SimaPro) e spend-based (fattori di emissione EXIOBASE V3.8). Per le materie prime, ove disponibili, sono stati utilizzati fattori di emissione LCA specifici; per le restanti, si è ricorsi a fattori medi basati su cluster di materiali. Per i packaging e i dispositivi di consumo, i pesi e i materiali sono stati moltiplicati per i relativi EF; dove i pesi non erano disponibili, è stato adottato un approccio spend-based. Per i servizi acquistati e le forniture per ufficio, si è utilizzato un approccio spend-based con fattori di emissione CEDA selezionati per ciascun Paese e ciascuna valuta locale.

3.2 - Beni capitali

Include immobilizzazioni materiali e immateriali completate nell'anno di rendicontazione. È stato utilizzato un approccio spend-based, applicando i fattori di emissione estratti da CEDA in base alla categoria di investimento. Per alcune voci residuali, è stato calcolato un fattore medio ponderato per assicurare la copertura completa.

3.3 - Attività legate all'energia

Include le emissioni upstream Well-to-Tank (WTT) per gas naturale, energia elettrica, gasolio e benzina, calcolate con fattori di emissione DEFRA ed Ecoinvent (per l'energia da fonti rinnovabili). I consumi sono ricavati dai dati Scope 1 e Scope 2 già raccolti.

3.4 - Trasporto e distribuzione upstream

Include i trasporti dei materiali dai fornitori e lo stoccaggio presso magazzini terzi. I dati sono raccolti tramite distanze fornitore-Parma e pesi dei materiali. Quando non disponibili, si è applicato un peso medio stimato dai dati completi disponibili. Per i magazzini esterni, sono stati stimati i consumi energetici sulla base della superficie occupata dai prodotti, con fattori di emissione da Ecoinvent.

3.5 - Rifiuti generati nelle operazioni

Include i rifiuti industriali e da ufficio. Per i rifiuti da ufficio, i dati sono stimati in base al numero di dipendenti. Per i rifiuti industriali, è stato utilizzato uno studio LCA esterno secondo le norme UNI EN ISO 14040:2021 e 14044:2021 con approccio conservativo (GWP100). Tutte le attività di recupero contrassegnate R1-R13 sono considerate a impatto nullo.

3.6 - Viaggi di lavoro

Include le emissioni di trasporto aereo, ferroviario e su strada. Le emissioni sono calcolate con i fattori di emissione DEFRA 2025, includendo anche le componenti WTT.

3.7 - Commuting dei dipendenti

Calcolato tramite questionario annuale somministrato ai dipendenti. In assenza di risposta, si applica una riproporzionamento conservativo per stimare le emissioni per l'intera popolazione. Le emissioni sono calcolate con i fattori di emissione DEFRA 2025

3.9 - Trasporto e distribuzione downstream

Include la distribuzione dei prodotti finiti ai clienti. I dati sono forniti dai fornitori di logistica e includono i pesi e le distanze percorse. Sono state considerate le tratte stradali, marittime e aeree, e aggiunta una tratta stradale finale standard per rappresentare la distribuzione secondaria. I fattori di emissione sono estratti da Ecoinvent.

3.11 - Uso dei prodotti venduti

Include solo gli spray con propellenti, calcolati in base alla volatilizzazione diretta in atmosfera tramite SimaPro. Per gli altri prodotti non si rilevano emissioni dirette in fase d'uso, pertanto le emissioni sono escluse dal perimetro di rendicontazione.

3.12 - Fine vita dei prodotti venduti

Basato su dati LCA rappresentativi dei prodotti, proporzionati al volume di vendita. Dove non disponibili, sono stati utilizzati valori medi di categoria.

3.13 - Beni in leasing downstream

Include due immobili a Parma, calcolati in parte con dati puntuali (forniti dai conduttori) e in parte con stime basate sulla superficie e sui consumi medi per magazzino.

Categorie escluse:**3.8 - Upstream leased assets**

Gli asset in leasing utilizzati dall'azienda riguardano alcune filiali le cui emissioni sono già incluse negli inventari Scope 1 e Scope 2. Di conseguenza, le emissioni associate ai beni in leasing risultano già contabilizzate e non è necessaria un'ulteriore allocazione in questa categoria, al fine di evitare doppie contabilizzazioni e garantire coerenza nel perimetro di rendicontazione.

3.10 - Processing of sold products

Questa categoria non viene considerata separatamente. L'azienda non vende prodotti intermedi che subiscono ulteriori lavorazioni da parte di terzi dopo la vendita. L'azienda acquista invece prodotti finiti o semilavorati prodotti da terzi (prodotti full-service), che vengono successivamente rivenduti senza ulteriori trasformazioni. Questi prodotti sono già contabilizzati nella Categoria 3.1 (Purchased goods and services), in quanto rappresentano input materiali a monte. Le emissioni associate alla loro produzione sono quindi incluse nella Categoria 3.1 per evitare doppie contabilizzazioni e garantire una corretta allocazione delle emissioni.

3.14 - Franchises

Questa categoria non è applicabile poiché l'azienda non possiede franchising.

3.15 - Investments

Questa categoria non è applicabile poiché l'azienda non svolge attività di investimento, in linea con quanto previsto dal GHG Protocol.

GRI 305-4 Intensità delle emissioni di GHG

Intensità delle emissioni di GHG t di CO₂e/ t di prodotto sfuso (ton CO₂e/t bulk)	2023	2024	2025
(Scope 1 + Scope 2 LB + Scope 3)	10,7	9,8	7,1
(Scope 1 + Scope 2 MB + Scope 3)	10,6	9,6	7,0

Il totale delle emissioni di gas serra del 2025 calcolate usando i metodi location-based e market-based per lo Scope 2 sono pari rispettivamente a:

- 64.355,3 ton CO₂eq
- 63.355,6 ton CO₂eq

GRI 306-3 Rifiuti prodotti

GRI 306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento

GRI 306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento

Gestione rifiuti (t)	2023		2024				2025			
	Stabilimento produttivo		Stabilimento produttivo		Uffici		Stabilimento produttivo		Uffici	
	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi
Rifiuti non destinati a smaltimento	107,4	526,5	87,6	515,0	0,0	9,3	128,3	480,4	0	100
Preparazione al riutilizzo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
Riciclo (R3)	0,0	145,7	0,0	134,4	0,0	9,2	0	115,4	0	70,9
Altre operazioni di recupero (R12-R13)	107,4	380,8	87,6	380,6	0,0	0,1	128,3	365	0	29,1
Rifiuti destinati allo smaltimento	45,5	425,5	67,2	295,0	0,0	56,3	77,6	567,7	0	78,8
Incenerimento (con recupero energetico)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	0	0	0	58,7
Incenerimento (senza recupero energetico) (D14-D15)	45,5	42,2	67,2	1,0	0,0	0,0	77,6	114,7	0	0
Conferimento in Discarica	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	3,3
Altre operazioni di smaltimento (D8-D9)	0,0	383,3	0,0	294,0	0,0	54,2	0	453	0	16,7
Peso totale di rifiuti prodotti (t)	152,9	952,0	154,8	810,0	0,0	65,6	205,9	1048,1	0	178,8

I dati degli uffici sono stimati sulle specificità di ogni singola sede, headquarter e filiali.

GRI 401-1 Nuove assunzioni e turnover

GRI 401-1a Numero totale e tasso di nuovi dipendenti assunti durante il periodo di rendicontazione, suddivisi per età, genere e area geografica

Numero totale e tasso (%) di nuovi dipendenti assunti suddivisi per genere e area geografica.	2024			2025		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Italia	56	35	91	46	26	72
Nord America	12	3	15	5	3	8
Regno Unito	7	2	9	5	1	6
Paesi Bassi	4	2	6	3	2	5
Francia	9	1	10	6	2	8
Germania	3	3	6	4	0	4
Messico	0	2	2	5	0	5
Hong Kong	1	1	2	0	0	0
Shangai	1	0	1	0	0	0
Totale	93	49	142	74	34	108
Tasso %	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Italia	11%	7%	18%	8%	5%	13%
Nord America	15%	4%	19%	6%	4%	10%
Regno Unito	14%	4%	18%	10%	2%	13%
Paesi Bassi	10%	5%	15%	7%	5%	12%
Francia	18%	2%	20%	12%	4%	16%
Germania	13%	13%	25%	16%	0%	16%
Messico	0%	6%	6%	16%	0%	16%
Hong Kong	8%	8%	15%	0%	0%	0%
Shangai	50%	0%	50%	0%	0%	0
Totale	11%	6%	17%	9%	4%	13%

I dati relativi al periodo di rendicontazione 2023 non sono disponibili

Numero totale e tasso (%) di nuovi dipendenti assunti suddivisi per età e area geografica.	2024				2025			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Italia	32	53	6	91	37	32	3	72
Nord America	6	4	5	15	3	4	1	8
Regno Unito	0	5	4	9	1	5	0	6
Paesi Bassi	0	4	2	6	3	2	0	5
Francia	4	6	0	10	5	3	0	8
Germania	1	5	0	6	0	4	0	4
Messico	0	2	0	2	0	5	0	5
Hong Kong	1	1	0	2	0	0	0	0
Shangai	0	1	0	1	0	0	0	0
Totale	44	81	17	142	49	55	4	108
Tasso %	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Italia	6%	10%	1%	18%	7%	6%	1%	13%
Nord America	8%	5%	6%	19%	4%	5%	1%	10%
Regno Unito	0%	10%	8%	18%	2%	10%	0%	13%
Paesi Bassi	0%	10%	5%	15%	7%	5%	0%	12%
Francia	8%	12%	0%	20%	10%	6%	0%	16%
Germania	4%	21%	0%	25%	0%	16%	0%	16%
Messico	0%	6%	0%	6%	0%	16%	0%	16%
Hong Kong	8%	8%	0%	15%	0%	0%	0%	0%
Shangai	0%	50%	0%	50%	0%	0%	0%	0%
Totale	5%	10%	2%	17%	6%	6%	0%	13%

I dati relativi al periodo di rendicontazione 2023 non sono disponibili

GRI 401-1b Numero totale e tasso di turnover dei dipendenti durante il periodo di rendicontazione, per età, genere e area geografica.

Numero totale e tasso (%) di turnover dei dipendenti assunti suddivisi per genere e area geografica.	2024			2025		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Italia	22	18	40	15	9	24
Nord America	9	0	9	6	3	9
Regno Unito	9	1	10	6	1	7
Paesi Bassi	7	3	10	5	0	5
Francia	7	2	9	7	2	9
Germania	2	2	4	1	2	3
Messico	1	0	1	3	4	7
Hong Kong	0	1	1	0	1	1
Shangai	0	0	0	0	0	0
Totale	57	27	84	43	22	65
Tasso %	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Italia	4%	3%	8%	3%	2%	4%
Nord America	11%	0%	11%	8%	4%	11%
Regno Unito	18%	2%	20%	13%	2%	15%
Paesi Bassi	17%	7%	24%	12%	0%	12%
Francia	14%	4%	18%	14%	4%	18%
Germania	8%	8%	17%	4%	8%	12%
Messico	3%	0%	3%	9%	13%	22%
Hong Kong	0%	8%	8%	0%	8%	8%
Shangai	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Totale	7%	3%	10%	5%	3%	8%

I dati relativi al periodo di rendicontazione 2023 non sono disponibili

Numero totale e tasso (%) di turnover dei dipendenti suddivisi per età e area geografica	2024				2025			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Italia	10	26	4	40	8	11	5	24
Nord America	4	2	3	9	2	1	6	9
Regno Unito	0	8	2	10	1	3	3	7
Paesi Bassi	1	6	3	10	2	3	0	5
Francia	4	4	1	9	4	5	0	9
Germania	0	3	1	4	0	2	1	3
Messico	0	1	0	1	0	6	1	7
Hong Kong	1	0	0	1	0	1	0	1
Shangai	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	20	50	14	84	17	32	16	65
Tasso %	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Italia	2%	5%	1%	8%	1%	2%	1%	4%
Nord America	5%	3%	4%	11%	3%	1%	8%	11%
Regno Unito	0%	16%	4%	20%	2%	6%	6%	15%
Paesi Bassi	2%	15%	7%	24%	5%	7%	0%	12%
Francia	8%	8%	2%	18%	8%	10%	0%	18%
Germania	0%	13%	4%	17%	0%	8%	4%	12%
Messico	0%	3%	0%	3%	0%	19%	3%	22%
Hong Kong	8%	0%	0%	8%	0%	8%	0%	8%
Shangai	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Totale	2%	6%	2%	10%	2%	4%	2%	8%

I dati relativi al periodo di rendicontazione 2023 non sono disponibili

GRI 401-3 Congedo parentale

Congedo Parentale	2024		2025			
			Italia		Filiali	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Numero totale dei dipendenti che avevano diritto al congedo parentale, suddivisi per genere	545	268	365	199	212	77
Numero totale dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale, suddivisi per genere	31	4	21	3	6	2
Numero totale dei dipendenti che sono ritornati al lavoro nel periodo di rendicontazione al termine del congedo parentale, suddivisi per genere	12	4	11	3	5	2
Numero totale dei dipendenti che sono ritornati al lavoro al termine del congedo parentale e che erano ancora alle dipendenze dell'organizzazione 12 mesi dopo essere rientrati al lavoro, suddivisi per genere	dato aggregato non calcolabile		20*	3	4	2
Tasso di rientro al lavoro dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale, suddivisi per genere	39%	100%	52%*	100%	83%	100%
Tasso di fidelizzazione al lavoro dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale, suddivisi per genere	dato aggregato non calcolabile		86%*	100%	67%	100%

I dati relativi al periodo di rendicontazione 2023 non sono disponibili

* Calcolato tenendo conto anche dei congedi presi nel 2024

GRI 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente

Ore di formazione annua per genere	Donne	Uomini	Totale
N. ore totali	17.470	9.853	27.323
N. ore medie	30	36	32
N dipendenti per genere	577	276	853

Ore di formazione annua per categorie di dipendenti	Dirigente	Manager di livello intermedio	Responsabile Operativo/Supervisore	Contributore individuale
N. ore totali	763,3	2.229,8	4.455,00	19.874,8
N. ore medie	54,5	37,2	35,1	30,5
N. di dipendenti per tipologia	14	60	127	652

GRI 405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

Diversità negli organi di governo [%]	2024						2025					
	Genere		Età			Totale	Genere		Età			Totale
	M	F	<30	30-50	>50		M	F	<30	30-50	>50	
Consiglio di amministrazione	75%	25%	0%	12,50%	87,50%	8	78%	22%	0%	11,10%	88,90%	9
Global Leadership Team	64%	36%	0%	21%	79%	14	57%	43%	0%	21%	79%	14

Diversità tra i dipendenti [%] (Gruppo)	2024						2025					
	Genere		Età			Totale	Genere		Età			Totale
	M	F	<30	30-50	>50		M	F	<30	30-50	>50	
Dipendenti	33%	67%	15%	66%	19,00%	813	32%	68%	14%	67%	19,00%	853
di cui Categoria Protette**	36%	64%	10%	50%	40%	22	40%	60%	10%	50%	40%	20

*Confronto disponibile solo tra il 2024 e il 2025

**Alla luce delle varie regolamentazioni a tutela della privacy nei singoli paesi in cui Davines ha dipendenti, non è possibile fornire un dato aggregato a livello Davines Group. In questo caso, abbiamo fornito i dati relativi alle categorie protette (con definizione ai sensi di legge 68/1999) per Davines SpA (Italia).

GRI 417-1 Marketing ed etichettatura

Tipologie di informazioni richieste dalle procedure interne per l'etichettatura	Descrizione delle informazioni
Origine dei componenti del prodotto	Sulle etichette di tutti i nostri prodotti cosmetici viene indicata l'origine del prodotto finito attraverso la dicitura Made in.
Contenuto con potenziale impatto ambientale o sociale	I prodotti cosmetici commercializzati rispettano i requisiti normativi in tema di salute e sicurezza, con particolare attenzione alla conformità rispetto a sostanze vietate o regolamentate. Su base facoltativa sulle etichette di alcuni nostri prodotti cosmetici possono essere indicate informazioni relative alla presenza di ingredienti da agricoltura biologica rigenerativa (es: prodotti cosmetici nella linea WE STAND FOR REGENERATION) e/o percentuale di ingredienti di origine naturale (es: prodotti cosmetici nelle linee HYDRAMEMORY, AUTHENTIC) e/o percentuale di ingredienti biodegradabili (es: prodotti cosmetici nella linea THE PRESENT TIME).
Modalità d'uso del prodotto	Sulle etichette dei nostri prodotti cosmetici sono sempre indicati per garantire la sicurezza del consumatore il modo di uso e le avvertenze obbligatorie se richieste in accordo al Regolamento Europeo 1223/2009, al Consumer Packaging and Labelling Act e Cosmetic Ingredient Hotlist canadesi e al Federal Food Drug and Cosmetic Act di USA. All' occorrenza per alcune tipologie di prodotto cosmetico destinate al canale professionale, maggiori indicazioni relative al modo d'uso vengono fornite al professionista tramite materiali digitali e cartacei differenti.
Smaltimento del prodotto	Le etichette dei prodotti cosmetici riportano le informazioni relative al corretto smaltimento conformemente alle normative ambientali applicabili: • in Italia in accordo alle disposizioni del Decreto Legislativo del 3 settembre 2020 n 116; • in Francia in accordo all' Article 17 della legge AGECE e il relativo decreto attuativo; • in Spagna in accordo al Real Decreto 1055/2022. Altro (aspetti complementari): su base facoltativa sulle etichette di alcuni nostri prodotti cosmetici possono essere indicate informazioni relative alla presenza in formula di ingredienti di origine biologica o biologica rigenerativa o ingredienti botanici.
Percentuale di categorie rilevanti di prodotti soggette a procedure e valutate per la conformità	100%. Le informazioni sopra descritte si applicano esclusivamente ai prodotti cosmetici, la principale categoria di prodotti commercializzata dall'azienda.*

*La % è stata calcolata considerando le informazioni al punto 1 e 3.

INDICE DEI CONTENUTI GRI

Dichiarazione d'uso	Davines Group ha rendicontato le proprie informazioni relative al periodo di rendicontazione 1/1/2025-31/12/2025 attraverso il ricorso alla modalità "in accordance with" proposta dai GRI Standards (2021)
Utilizzato GR1	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
Standard di settore GRI pertinente	N/A

GRI STANDARD	INFORMATIVA	CAPITOLO	OMISSIONE		
			REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE
Informative generali					
GRI 2: Informative generali 2021	2-1 Dettagli organizzativi	Davines Group: chi siamo / Appendice GRI			
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica / Appendice GRI			
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e referente	Nota metodologica			
	2-4 Restatement delle informazioni	Nota metodologica			
	2-5 Assurance esterna			Non applicabile	Il report non è stato sottoposto ad assurance esterna
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti commerciali	La nostra catena del valore			
	2-7 Dipendenti	Le nostre persone / Appendice GRI			
	2-8 Lavoratori non dipendenti	Le nostre persone / Appendice GRI			
	2-9 Struttura e composizione della governance	Il nostro modello di governance / Appendice GRI			
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Appendice GRI			
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Appendice GRI			
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Gestione degli impatti di sostenibilità e miglioramento continuo			
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Gestione degli impatti di sostenibilità e miglioramento continuo			
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Nota metodologica			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	CAPITOLO	OMISSIONE		
			REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE
Informative generali					
GRI 2: Informative generali 2021	2-15 Conflitti d'interesse	Etica, trasparenza e modelli di controllo			
	2-16 Comunicazione delle criticità	Etica, trasparenza e modelli di controllo			
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	La sostenibilità, responsabilità condivisa			
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	La sostenibilità, responsabilità condivisa			
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	-		Vincoli di riservatezza	L'informativa 2-19 non è stata rendicontata per ragioni di riservatezza
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	Le nostre politiche retributive			
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	-		Vincoli di riservatezza	L'informativa 2-21 non è stata rendicontata per ragioni di riservatezza
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettere ai nostri stakeholder			
	2-23 Impegno in termini di policy	I principi che guidano la nostra strategia / La nostra visione di sostenibilità			
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	I principi che guidano la nostra strategia / La nostra visione di sostenibilità			
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	Etica, trasparenza e modelli di controllo / Gestione degli impatti di sostenibilità e miglioramento continuo I Criticità e impatti negativi			
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Etica, trasparenza e modelli di controllo / Gestione degli impatti di sostenibilità e miglioramento continuo / Appendice GRI			
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Etica, trasparenza e modelli di controllo / Appendice GRI			
	2-28 Appartenenza ad associazioni	Appendice GRI			
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Appendice GRI			
	2-30 Contratti collettivi	Appendice GRI			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	CAPITOLO	OMISSIONE		
			REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE
Temi materiali					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	La nostra visione di sostenibilità / La matrice di doppia materialità del Gruppo			
	3-2 Elenco di temi materiali	La matrice di doppia materialità del Gruppo			
Tema materiale: Decarbonizzazione					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La nostra visione di sostenibilità / Decarbonizzazione / La matrice di doppia materialità del Gruppo			
GRI 302: Energia	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	Misurazione, monitoraggio e riduzione delle emissioni Gestione ed efficienza dei consumi energetici / Appendice GRI			
GRI 305: Emissioni	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	Misurazione, monitoraggio e riduzione delle emissioni La nostra carbon footprint / Appendice GRI			
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	Misurazione, monitoraggio e riduzione delle emissioni La nostra carbon footprint / Appendice GRI			
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	Misurazione, monitoraggio e riduzione delle emissioni La nostra carbon footprint Principali fonti di emissione / Appendice GRI			
	305-4 Intensità delle emissioni di GHG	Misurazione, monitoraggio e riduzione delle emissioni La nostra carbon footprint / Appendice GRI			
Tema materiale: Acqua					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La nostra visione di sostenibilità / Acqua / La matrice di doppia materialità del Gruppo			
GRI 303: Acqua e scarichi idrici	303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	Acqua			
	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Gestione e monitoraggio della risorsa idrica Gestione delle acque reflue			
	303-3 Prelievo idrico	Prelievo idrico del Davines Group Village / Appendice GRI			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	CAPITOLO	OMISSIONE		
			REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE
Tema materiale: Biodiversità					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La nostra visione di sostenibilità Biodiversità / La matrice di doppia materialità del Gruppo			
GRI 101: Biodiversità 2024	101-1 Policy per arrestare e invertire la perdita di biodiversità	Biodiversità			
	101-2 Gestione degli impatti sulla biodiversità	Biodiversità			
	101-4 Identificazione degli impatti sulla biodiversità	Biodiversità			
	101-5 Ubicazioni con impatti sulla biodiversità	Biodiversità			
Tema materiale: Circolarità					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La nostra visione di sostenibilità / Circolarità / La matrice di doppia materialità del Gruppo			
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	Di che cosa sono fatti i nostri packaging / Appendice GRI			
	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Di che cosa sono fatti i nostri packaging / Packaging in materiale riciclato / Appendice GRI			
GRI 306: Rifiuti	306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	Il nostro approccio alla gestione dei rifiuti			
	306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	Il nostro approccio alla gestione dei rifiuti			
	306-3 Rifiuti generati	Il nostro approccio alla gestione dei rifiuti / Appendice GRI			
	306-4 Rifiuti non conferiti in discarica	Il nostro approccio alla gestione dei rifiuti / Appendice GRI			
	306-5 Rifiuti conferiti in discarica	Il nostro approccio alla gestione dei rifiuti / Appendice GRI			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	CAPITOLO	OMISSIONE		
			REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE
Tema materiale: Nuove generazioni al lavoro					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La nostra visione di sostenibilità / Nuove generazioni a lavoro / La matrice di doppia aterialità del Gruppo			
GRI 401: Occupazione	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	Le nostre persone I Il nostro impatto in numeri / Appendice GRI			
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	Il benessere delle persone			
	401-3 Congedo Parentale	Il benessere delle persone / Appendice GRI			
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	La gestione della salute e della sicurezza			
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	La formazione delle nostre persone / Appendice GRI			
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	La formazione delle nostre persone			
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	La formazione delle nostre persone / Le nostre politiche retributive			
Tema materiale: Marketing responsabile					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La nostra visione di sostenibilità / Marketing Responsabile / La matrice di doppia materialità del Gruppo			
GRI 417: Marketing ed etichettatura	417-1 Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	Appendice GRI			
Tema materiale: Diversità e inclusione					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La matrice di doppia materialità del Gruppo / Diversità e inclusione / Approfondimento analisi di doppia materialità			
GRI 405: Diversità e pari opportunità	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	Più inclusione, più valore I Il nostro impatto sulla diversità in numeri / Appendice GRI			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	CAPITOLO	OMISSIONE		
			REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE
Tema materiale: Impatto sulle comunità locali					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La nostra visione di sostenibilità / Impatto sulle comunità locali / La matrice di doppia materialità del Gruppo			
GRI 413: Comunità locali	413-1 Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	Impatto sulle comunità locali			
Tema materiale: B Corp Advocacy					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La nostra visione di sostenibilità / B Corp Advocacy / La matrice di doppia materialità del Gruppo			
GRI 204: Prassi di approvvigionamento	204-1 Percentuale di spesa presso i fornitori locali	Advocacy nella catena di fornitura I Criteri ambientali e sociali nella selezione dei fornitori			
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	Advocacy nella catena di fornitura I Criteri ambientali e sociali nella selezione dei fornitori			
	414-2 Impatti sociali negativi sulla catena di fornitura e azioni intraprese	Advocacy nella catena di fornitura I Criteri ambientali e sociali nella selezione dei fornitori			
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	Advocacy nella catena di fornitura I Criteri ambientali e sociali nella selezione dei fornitori			
	308-2 Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	Advocacy nella catena di fornitura I Criteri ambientali e sociali nella selezione dei fornitori			
Tema materiale: B Corp Advocacy					
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	Appendice GRI			
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	Etica, Trasparenza e modelli di controllo I Modello 231, Codice Etico e di Condotta			
	205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	Etica, Trasparenza e modelli di controllo I Modello 231, Codice Etico e di Condotta			
	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Etica, Trasparenza e modelli di controllo I Modello 231, Codice Etico e di Condotta			

DAVINES GROUP



davinesgroup.com