RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2024

DAVINES GROUP

davines sustainable beauty | Certified B Corporation | [comfort zone] conscious skin science

RIFLESSI DI FUTURO: LA NOSTRA VISIONE SOSTENIBILE

L’idea creativa che ispira la veste grafica del nostro Rapporto di Sostenibilità 2024 nasce dal desiderio di rendere visibile il legame profondo tra i concetti di **riflesso** e **trasparenza** e la **visione di sostenibilità**.

Il riflesso non rappresenta solo un’immagine, è un invito a guardarci con lucidità, a riconoscere ciò che siamo diventati e ciò che vogliamo essere. Un principio che vale anche per la sostenibilità: ogni nostra scelta genera un riflesso, che restituisce un’immagine chiara e trasparente dell’impatto nei confronti dell’ambiente, delle persone e delle comunità con cui interagiamo.

Ogni pagina del Rapporto è stata concepita per riflettere questa visione non solo nei contenuti, ma anche nel linguaggio visivo. Immagini, colori ed elementi grafici sono parte integrante del racconto. Alcune riproducono un **riflesso capovolto**: un invito a guardarci con onestà da ogni punto di vista, riconoscendo con lucidità sia gli impatti positivi sia le aree di miglioramento: un simbolo di consapevolezza e coerenza.

A rafforzare ulteriormente questo messaggio, il Rapporto include immagini che mettono in evidenza la **relazione tra l’essere umano e l’ambiente**. Questi accostamenti vogliono mostrare il legame profondo tra noi e la natura, sottolineando l’interconnessione e la responsabilità reciproca che ci unisce a ciò che ci circonda, rappresentando ancora una volta un invito, aperto e concreto, a proseguire insieme un cammino di crescita sostenibile e rigenerativa.

INDICE

2024: introduzione e highlight

- Lettere ai nostri stakeholder
- La nostra evoluzione rigenerativa: tappe storiche
- I nostri highlight 2024

Davines Group

- Chi siamo
- I nostri valori
- La matrice di doppia materialità del Gruppo
- La nostra strategia di sostenibilità
- Un ecosistema di valore
- Collaborazioni ed advocacy per un futuro sostenibile
- Premi e riconoscimenti

Modello di governance

- La nostra struttura di governance
- Etica, trasparenza e modelli di controllo

Rigenerare il nostro pianeta

- **Decarbonizzazione**
  - → Un impegno radicato nella nostra storia
  - → I nostri obiettivi futuri
  - → I nostri risultati
- **Biodiversità**
  - → Un impegno radicato nella nostra storia
  - → I nostri obiettivi futuri
  - → I nostri risultati
- **Circolarità**
  - → Un impegno radicato nella nostra storia
  - → I nostri obiettivi futuri
  - → I nostri risultati
- **Acqua**
  - → Un impegno radicato nella nostra storia
  - → I nostri obiettivi futuri
  - → I nostri risultati
- The Future Salons, Beauty Centers & SPA Initiative

Supportare i nostri collaboratori e la comunità

- **I nostri colleghi**
- **Diversità e inclusione**
  - → La nostra visione della diversità e inclusione
  - → I nostri risultati e obiettivi futuri
- **Nuove generazioni al lavoro**
  - → La nostra visione delle nuove generazioni al lavoro
  - → I nostri risultati e obiettivi futuri
- **Impatto sulle comunità locali**
  - → La nostra visione sulle comunità locali
  - → I nostri risultati e obiettivi futuri
- **I nostri fornitori locali**

B responsible

- **B Corp advocacy**
  - → La nostra visione
  - → I nostri risultati e obiettivi futuri
- **Marketing responsabile**
  - → La nostra visione del marketing responsabile
  - → I nostri risultati e obiettivi futuri

Annex

- Nota metodologica
- Approfondimento analisi di doppia materialità
- Appendice GRI
- GRI Content Index

LETTERE AI NOSTRI STAKEHOLDER

Lettera del Presidente Davide Bollati

Il 2024 segna una tappa fondamentale nel percorso di crescita responsabile del Gruppo Davines. Un anno in cui abbiamo consolidato la nostra visione, rafforzato l'impegno per un futuro rigenerativo e compiuto passi concreti per disaccoppiare lo sviluppo del business dalla pressione sulle risorse naturali.

Lanciando la strategia "2030: Davines Group Towards Planet Regeneration", abbiamo delineato obiettivi ambiziosi per il 2030 su quattro pillar fondamentali: decarbonizzazione, circolarità, biodiversità e acqua. Questo piano, sviluppato con il supporto della Fondazione per lo sviluppo sostenibile, è frutto di un processo di condivisione interna, che ha coinvolto le strutture chiave dell'azienda, guidato dalla consapevolezza che ridurre il nostro impatto non è più sufficiente: dobbiamo rigenerare.

Per noi, una delle principali sfide è il decoupling – la separazione tra crescita economica e impatto ambientale - che per noi ha valore di esemplarità, dimostrando che è possibile sviluppare il business riducendo al contempo le emissioni. Nel 2024, abbiamo definito 28 progetti strategici legati alla decarbonizzazione, un vero investimento per il futuro: con azioni concrete su supply chain, energia e materiali, stiamo costruendo un modello di crescita virtuosa che guarda lontano. Il lungo periodo è nel nostro DNA: siamo un family business indipendente, e il nostro compito non è solo creare valore nel presente, ma lasciare un'eredità positiva alle generazioni future.

La validazione dei nostri obiettivi per diventare Net-Zero da parte della Science Based Targets initiative (SBTi) è un traguardo chiave. Siamo in effetti un'azienda science-based: abbiamo una chiara allocazione delle risorse, e interveniamo nei punti più critici della value chain. Tra le azioni più rilevanti: la transizione del packaging, per ridurre la plastica vergine fossile sotto il 10% entro il 2030; lo sviluppo del nostro primo impianto agrivoltaico, per autoprodurre energia rinnovabile; e l'impegno costante su ingredienti a ridotto impatto ambientale attraverso EROC (European Regenerative Organic Center), il nostro centro di ricerca per l'agricoltura biologica rigenerativa.

La biodiversità, centro della nostra visione, è una necessità vitale: preservarla significa salvaguardare il pianeta. Per questo, rafforzeremo il nostro impegno grazie a investimenti con i partner, alla nostra Deforestation-Free Policy e all'adesione al Nature Positive Network, per confrontarci con una rete sempre più ampia.

Il cambiamento non può avvenire senza coinvolgere la nostra community, la rete globale di saloni, beauty center e SPA, un motore di trasformazione essenziale. Ci poniamo l'obiettivo di fornire strumenti di formazione, advocacy e soluzioni concrete per una transizione sostenibile: camminiamo insieme, perché è l'unico modo per non restare soli.

Il nostro impegno per migliorare il pianeta si esprime anche con progetti come "The Good Farmer Award", premio nato nel 2024 e sbarcato negli USA all'inizio del 2025, con cui vogliamo valorizzare le nuove generazioni di agricoltori che scelgono modelli di coltivazione più sostenibili, e contribuire così alla diffusione di una nuova cultura di produzione agricola, che sostenga la transizione ecologica delle filiere agroalimentari ma non solo.

Ci attendono numerose sfide: accelerare l'innovazione nella green chemistry, promuovere il valore della scienza applicata alla sostenibilità, e proseguire il nostro percorso in un contesto geopolitico in cui l'attenzione verso il pianeta e le persone non sempre è lineare. Tuttavia, il 2024 è stato per noi l'anno migliore in termini di crescita, risultati e impatto: la coerenza con i nostri valori è la strada giusta.

La nostra è una storia di coerenza, di fedeltà ai valori e alla cultura fondante del Gruppo, che ci hanno permesso di mantenere la rotta, crescere in modo autentico e costruire un modello di business responsabile.

Tutto ciò, grazie alle persone del Gruppo Davines, che ogni giorno danno vita alla nostra visione con passione e dedizione. Siete il cuore pulsante di un'azienda che ha sempre creduto nella possibilità di fare impresa in modo innovativo, con coraggio e responsabilità, guardando al futuro.

Grazie.

Davide Bollati
Presidente Gruppo Davines

Lettera del CEO Anthony Molet

Il 2024 ha rappresentato un anno di consolidamento e crescita per il Gruppo Davines, un percorso che continua a essere guidato dalla nostra visione di lungo periodo, fondata su coerenza, responsabilità e innovazione. Abbiamo chiuso l'anno con un fatturato consolidato di 295 milioni di euro, segnando una crescita del 12% rispetto all'anno precedente, interamente frutto dello sviluppo organico: un risultato che conferma la solidità del nostro modello di business indipendente e l'efficacia della nostra strategia rigenerativa.

I mercati internazionali continuano a trainare la nostra espansione: gli Stati Uniti si confermano il nostro primo mercato, seguiti dall'Italia, mentre il Regno Unito (+30%), la Germania (+27%) e la Francia (+16%) hanno registrato performance straordinarie. L'export ha raggiunto l'82% del fatturato totale, a testimonianza del crescente riconoscimento globale dei nostri brand Davines e [comfort zone].

Parallelamente, abbiamo rafforzato la nostra capacità produttiva con investimenti mirati. Tra questi, l'inaugurazione del Davines West Village a Parma – un ampliamento di 1.000 mq dedicato a innovazione tecnologica, ricerca e sviluppo, logistica e nuove aree ricreative – e il potenziamento dello stabilimento produttivo, che ha permesso un incremento del 50% della nostra capacità di produzione. Grazie all'adozione di tecnologie avanzate, abbiamo migliorato anche l'efficienza delle risorse, puntando a un'ulteriore riduzione del consumo di acqua nei cicli produttivi.

L'innovazione rimane il cuore della nostra strategia: nel 2024 abbiamo investito oltre il 3% dei ricavi in ricerca, coinvolgendo un team di 65 professionisti nei nostri laboratori e centri di expertise. Abbiamo sviluppato 133 nuove formule per l'haircare e lo skincare, mantenendo la qualità e l'eccellenza che da sempre ci contraddistinguono.

Tutto questo si inserisce nel quadro più ampio della nostra strategia "2030: Davines Group Towards Planet Regeneration", presentata ufficialmente dal nostro Presidente Davide Bollati alla Climate Week di New York. Il nostro impegno per la sostenibilità ambientale si traduce in obiettivi ambiziosi al 2030, con focus su quattro pilastri chiave: decarbonizzazione, circolarità, biodiversità e gestione delle risorse idriche. Abbiamo ottenuto la validazione dei target di riduzione delle emissioni da parte di SBTi, e ci siamo impegnati a ridurre del 55% le emissioni di gas serra per ogni kg di prodotto sfuso rispetto ai livelli del 2022. Inoltre, abbiamo aderito al Nature Positive Network, rafforzando la nostra azione per la tutela della biodiversità. Per quanto riguarda la circolarità, puntiamo a ridurre il più possibile l'uso di materiali e, laddove ciò non sia possibile, a favorirne il riutilizzo o il riciclo.

Nel 2024 è proseguita la nostra collaborazione con Plastic Bank, grazie alla quale abbiamo contribuito alla raccolta di 866 tonnellate di rifiuti plastici. Allo contempo, il nostro team di packaging development continua a ispirarsi ai principi dell'eco-design per sviluppare soluzioni a minor impatto, salvaguardando sempre la qualità e la sicurezza del prodotto: già oggi, oltre il 65% del packaging complessivo (primario, secondario e terziario) acquistato dal Gruppo è costituito da materiali riciclati. Entro il 2030, ci impegniamo affinché la plastica vergine fossile non superi il 10% del totale utilizzato.

Nel 2024 abbiamo anche lanciato la prima edizione del "The Good Farmer Award" in Italia, seguita da quella US, premiando giovani agricoltori under 35 che adottano pratiche biologico-rigenerative, un segnale concreto del nostro impegno per un'agricoltura più sostenibile. La creazione di questo premio è per noi un ulteriore strumento di tutela e supporto delle nuove generazioni: sempre più, vogliamo intraprendere oggi azioni che garantiranno un futuro a chi sarà dopo di noi.

Tutti questi traguardi sono stati possibili grazie alle persone del Gruppo Davines, la linfa vitale che ci permette di crescere, innovare e affrontare con coraggio le sfide future. La nostra ambizione è continuare su questa strada, mantenendo saldi i nostri valori e costruendo un futuro in cui sia possibile far viaggiare su binari separati il successo economico e l'impatto ambientale, con coerenza e determinazione.

Grazie per il vostro impegno e la vostra passione.
Il nostro viaggio continua, insieme.

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

LA NOSTRA EVOLUZIONE RIGENERATIVA

Le tappe storiche

1983

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.

2005

Nasce la **Carta Etica**, la mappa dei valori che vogliamo veder fiorire in azienda, scritta con il contributo di tutti i collaboratori del Gruppo. Un riferimento che continua a guidarci nel nostro modo di fare impresa.

2006

Avviamo il nostro percorso di **decarbonizzazione** con il primo progetto di assorbimento delle emissioni di CO_2 e iniziamo a utilizzare elettricità da fonti rinnovabili nella nostra sede di Parma.

2011

Nasce la **Carta per la Ricerca sul Packaging**, la nostra guida in continua evoluzione che ci aiuta a progettare packaging sempre più sostenibili.

2016

Il Gruppo Davines diventa una **B Corp**, a garanzia del nostro impegno nel rispettare i più alti standard di trasparenza, governance e sostenibilità.

2018

Inauguriamo il **Davines Group Village**, la nostra nuova sede a Parma. Riduciamo e neutralizziamo tutte le **emissioni** residue di CO_2eq **sotto il nostro diretto controllo**, rafforzando il nostro modello di impresa rigenerativa.

2019

La sede italiana e la filiale nordamericana modificano il proprio statuto legale in **Società Benefit**, riaffermando l'impegno a operare non solo per il profitto, ma anche per il bene comune.

2020

Il nostro punteggio B Corp sale a **117,4.** Nasce la **Regenerative Society Foundation**, di cui il nostro Presidente Davide Bollati è tra i co-fondatori e vicepresidente.

2021

Nasce la partnership con **Rodale Institute** per dar vita al primo centro europeo di formazione e ricerca sull'agricoltura biologica rigenerativa. Con altre B Corp, fondiamo la **B Corp Beauty Coalition**, un'alleanza per migliorare gli standard di sostenibilità nell'industria cosmetica.

2022

Firmiamo l'impegno con **SBTi** e avviamo la definizione degli obiettivi di riduzione delle emissioni. Aderiamo a **CO_2alizione Italia** per formalizzare l'impegno verso un modello "zero emissioni" all'interno del nostro statuto. Definiamo la nostra prima **matrice di materialità**, base della strategia di sostenibilità al 2030.

2023

Celebriamo il **40° anniversario del Gruppo** e miglioriamo ulteriormente il nostro punteggio B Corp, raggiungendo **123,5 punti**, un risultato nettamente superiore alla media globale delle aziende certificate B Corp nel mondo.

2024

Pubblichiamo i nostri **target ambientali al 2030** e otteniamo la validazione SBTi dei nostri **obiettivi Net Zero**. Lanciamo il **The Good Farmer Award**, valorizzando gli agricoltori che utilizzano pratiche biologico-rigenerative. Otteniamo la **certificazione della carbon footprint** di organizzazione da parte terza. Redazione del primo Rapporto di Sostenibilità, relativo all'anno 2024, conforme agli standard **GRI 2021**.

HIGHLIGHT 2024

Supportare i nostri collaboratori e la comunità

Il nostro benessere
Arricchito il piano wellbeing con iniziative per il benessere psico-fisico e per il sostegno alle famiglie.

Attivazione per la sostenibilità
In tutte le funzioni e sedi, grazie ai progetti Regenerateam e Sostenibilità in Stabilimento.

Obiettivi di sostenibilità
100% dei manager possiede obiettivi connessi alle emissioni nel proprio MBO.

Diversità e inclusione

Presenza femminile

- 67% di donne nel Gruppo.
- 67% di donne manager.
- 36% di posizioni ricoperte da donne nel Leadership Team.

Impatto sulla comunità locale

Volontariato aziendale

- 800+ persone coinvolte, in 19 Paesi, e 20+ associazioni locali supportate in occasione della giornata di volontariato aziendale.
- 593 ore di volontariato aggiuntive svolte dai dipendenti durante l'orario lavorativo.

Nuove generazioni al lavoro

Valorizzazione dei giovani
31% dei nuovi dipendenti ha meno di 30 anni.

Rigenerare il nostro pianeta

Definizione dei target ambientali al 2030
Definiti gli obiettivi specifici che intendiamo raggiungere entro il 2030 per i nostri quattro temi strategici ambientali.

Decarbonizzazione

Verso Net Zero

- Obiettivi di riduzione delle emissioni validati da SBTi.

Mitigazione della carbon footprint

- Supporto a progetti certificati Plan Vivo per mitigare le nostre emissioni.

Biodiversità

Land footprint di organizzazione
Calcolata per la prima volta l'impronta sull'uso del suolo.

Agricoltura biologica rigenerativa certificata

- Ottenuta la certificazione ROC® per EROC.
- L'achillea bianca è il nostro primo ingrediente certificato ROC® coltivato in EROC. In totale, 7 ingredienti ROC® nelle nostre formule.

Circolarità

Ecodesign

- Tre nuovi packaging riprogettati secondo i principi di ecodesign.
- 67,2% del packaging in materiale riciclato.

Acqua

Water footprint di organizzazione
Calcolata per la prima volta l'impronta idrica di organizzazione.

Riduzione utilizzo dell'acqua
Riduzione del 19,3% della quantità d'acqua utilizzata per produrre una tonnellata di prodotto sfuso.

B Responsible

Rendicontazione conforme ai GRI
Redatto per la prima volta il Rapporto di Sostenibilità in conformità agli standard GRI 2021.

B Corp advocacy

34 partner diventati B Corp dal 2016
Incoraggiati 25 fornitori della nostra sede di Parma, 2 distributori internazionali e 7 saloni internazionali a diventare B Corp.

Marketing responsabile

Strumenti guida
Carta Etica, Carta di Ricerca sul Packaging e Sustainability Guidelines tra gli strumenti guida interni.

DAVINES GROUP

CHI SIAMO

Dalle radici familiari alla crescita globale

La nostra avventura inizia grazie ai fondatori **Silvana e Gianni Bollati**, che nel 1983 aprono un piccolo laboratorio di ricerca e produzione conto terzi per la cura dei capelli a Parma. Oggi, dopo oltre 40 anni di crescita, il Gruppo si è affermato come una **stakeholder-driven company**, diventando un'eccellenza manifatturiera presente in 95 Paesi e raggiungendo un **fatturato di oltre 295 milioni di euro**.

Sotto la guida del Presidente, **Davide Bollati**, e dell'Amministratore Delegato, **Anthony Molet**, Davines Group conta oltre 1000 collaboratori* a fine 2024 e filiali in Stati Uniti, Regno Unito, Francia, Messico, Paesi Bassi, Cina, Germania e Hong Kong, che portano avanti l'attività di Gruppo sotto la bandiera dei nostri **valori fondativi: bellezza, etica e sostenibilità**.

Il Gruppo Davines opera nel settore della cosmetica offrendo prodotti e trattamenti professionali per la cura della pelle attraverso il brand **[comfort zone]**, e prodotti per capelli con il brand **Davines**, coniugando qualità, performance e rispetto per l'ambiente.

La nostra ricerca si basa principalmente su ingredienti di origine naturale e sull'adozione di tecnologie all'avanguardia, perseguendo una visione rigenerativa, volta all'obiettivo di restituire più di quanto consumiamo.

Con 133 formule sviluppate nel 2024, il brand [comfort zone] è presente in oltre **6.000** centri e spa nel mondo mentre il brand Davines oggi vede **50.000** saloni professionali affiliati.

* inclusi, oltre ai dipendenti diretti, stagisti, interinali, agenti e consulenti

I nostri brand

davines

HAIRCARE

Davines crea prodotti professionali per capelli in cui eccellenza e sostenibilità si incontrano.

Crediamo in un business come forza positiva, promuovendo un modello di Bellezza Sostenibile. Il nostro stile è essenziale, armonioso, ispirato al buon gusto. Vogliamo incoraggiare le persone a prendersi cura di sé, del proprio ambiente e di ciò che amano, consapevoli della responsabilità che abbiamo verso le persone, la natura e il mondo in cui operiamo.

[comfort zone]
conscious skin science

SKINCARE

[comfort zone] sviluppa prodotti e trattamenti che uniscono competenza professionale, innovazione scientifica e un approccio olistico al benessere.

Le nostre formule, con alte percentuali di ingredienti di origine naturale, garantiscono efficacia e risultati clinicamente testati. Collaboriamo con centri benessere di fascia alta, saloni di bellezza, prestigiose catene alberghiere e selezionati rivenditori online e offline.

I NOSTRI NUMERI 2024

Crescita e presenza globale

41
anni di attività

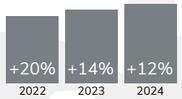
2
brand: skincare e haircare

9
uffici nel mondo

Parma
Londra
New York
Parigi
Deventer
Hong Kong
Città Del Messico
Düsseldorf
Shanghai

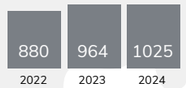
95
paesi in cui siamo presenti

€ 295
milioni fatturato totale



Persone e innovazione

1025
colleghi



38
nazionalità

50
ricercatori

133
formule concepite nell'anno

Impatto

9
temi strategici di sostenibilità

123,5
punteggio B Corp

866
tonnellate di rifiuti in plastica rimosse dall'ambiente nell'anno grazie ad attività supportate dal Gruppo

7
ingredienti da agricoltura biologica rigenerativa nelle nostre formule a oggi

DOVE SIAMO

Davines Group, presente in **95 paesi** attraverso la vendita diretta dei prodotti, conta - oltre all'**headquarter** storico, situato a **Parma** - altre **8 sedi** nel mondo.

Le sedi del Gruppo Davines nel mondo

Italia, Parma

Nel 2024 abbiamo inaugurato il **Davines Group West Village**, 1.000 mq aggiuntivi frutto di un intervento di recupero industriale e riqualificazione di un edificio anni '60, evitando così il consumo ulteriore di suolo. Questo spazio ospita i nuovi uffici del dipartimento Digital & Innovation, la logistica internazionale, un Test Space Skincare, oltre ad aree ricreative e nuove sale riunioni.

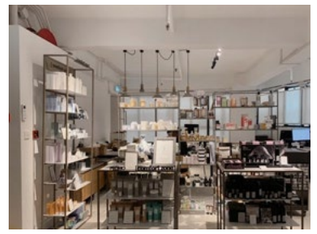
Nord America, New York

Francia, Parigi

Regno Unito, Londra

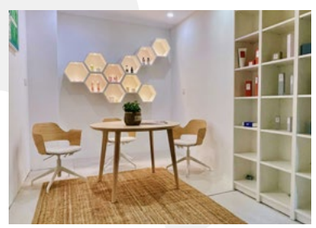
Paesi Bassi, Deventer

Messico, Città del Messico



Hong Kong, Hong Kong

Germania, Düsseldorf



Cina, Shanghai

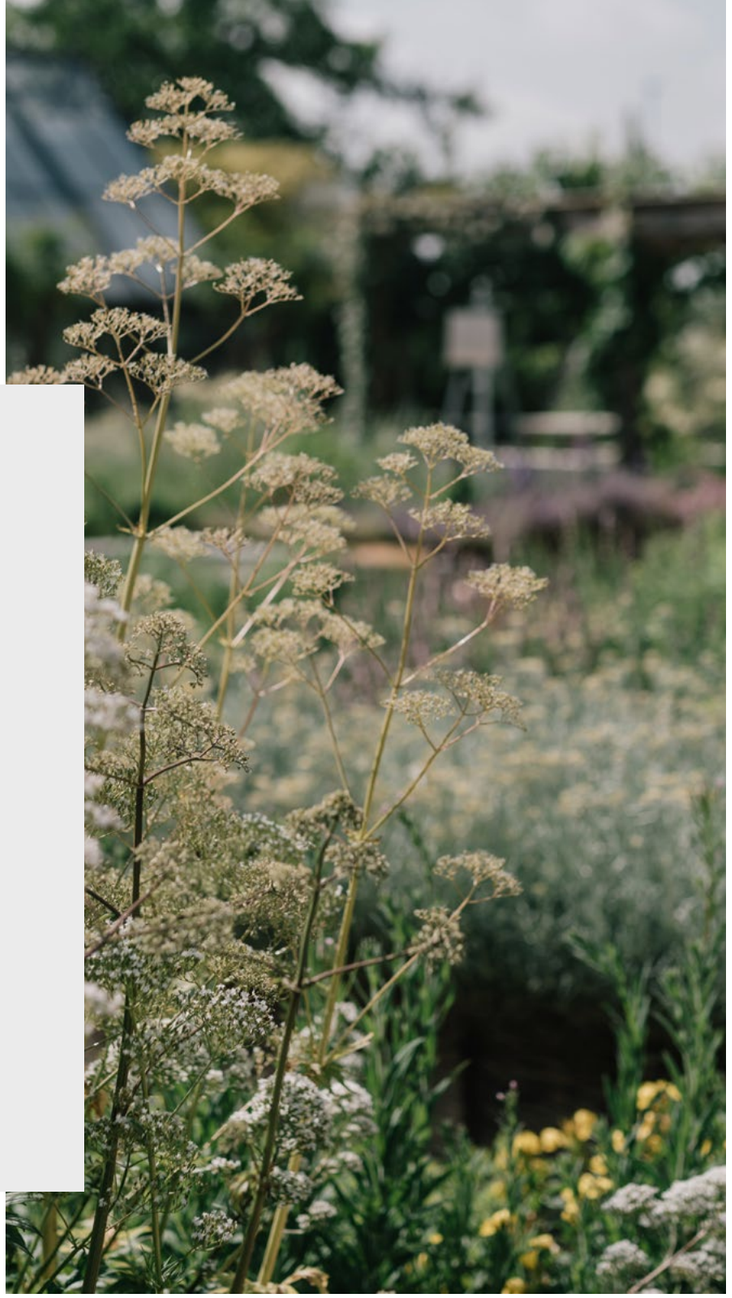
Ulteriori dettagli sulle sedi del Gruppo Davines sono disponibili nell'appendice GRI.

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



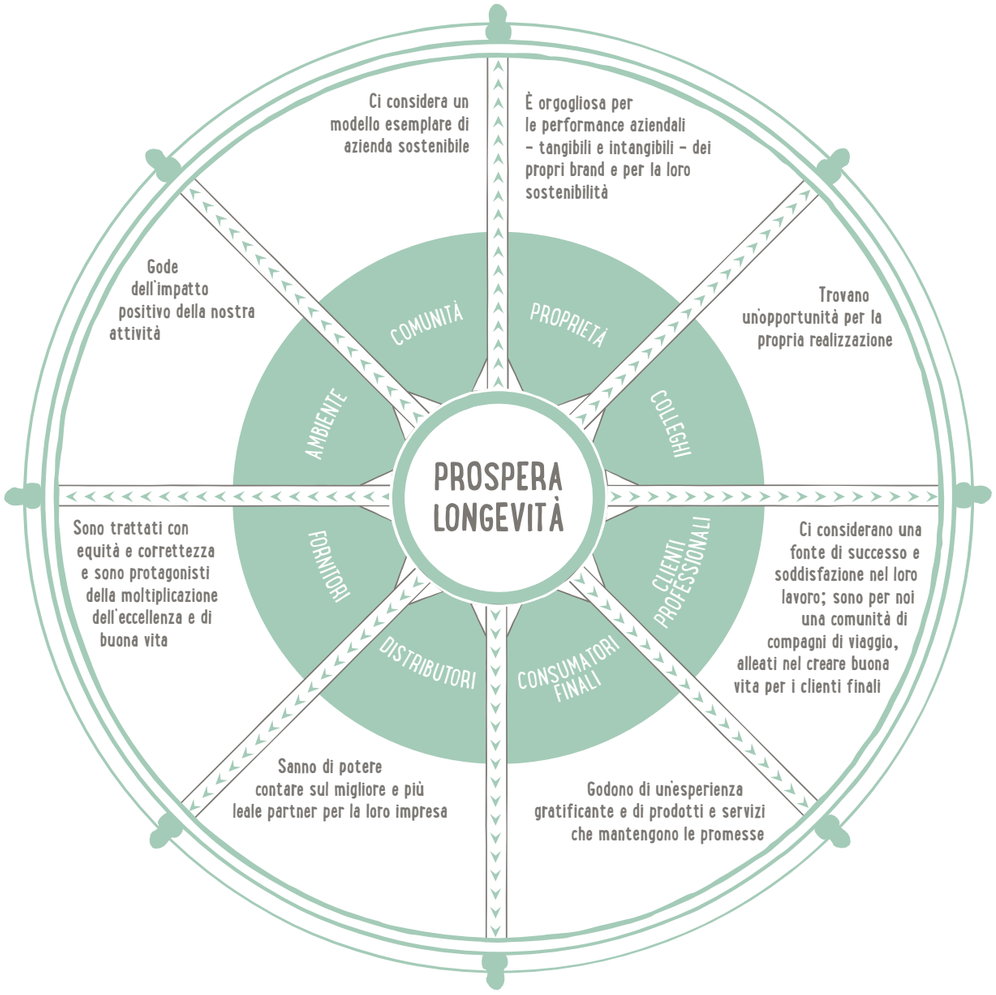
La nostra essenza risiede nel purpose aziendale, che incarna la **visione** e la **missione** che ci guidano ogni giorno. È il motore che ispira il nostro lavoro, orienta le nostre scelte e alimenta la passione con cui perseguiamo i nostri obiettivi.

Ogni parola che lo compone è stata selezionata con cura, riflettendo la nostra volontà di evolvere con umiltà e apertura, non per essere i migliori, ma per fare la differenza, per contribuire a un cambiamento positivo e inclusivo, perché crediamo che il vero progresso nasca dalla collaborazione e dall'interdipendenza.

Bellezza, Etica e Sostenibilità sono i valori che danno forma al nostro modo di operare. La Bellezza è un invito a prendersi cura di sé e dell'ambiente che ci circonda. L'Etica è il principio che guida ogni nostra decisione, costruendo relazioni basate sulla fiducia, il rispetto e la trasparenza. La Sostenibilità rappresenta il cuore pulsante del nostro impegno per un maggiore rispetto del pianeta, affinché sia vivibile per tutti.

Siamo una "stakeholder company"

Siamo consapevoli di essere parte di un sistema in cui ogni attore è interconnesso, e la nostra responsabilità si estende ben oltre il presente, abbracciando anche le generazioni future. Per questo, crediamo nell'**interdipendenza** e la coltiviamo attraverso le nostre azioni quotidiane. Questo impegno si traduce nella nostra "**stakeholder wheel**", uno strumento prezioso che ci aiuta a mantenere la rotta e a bilanciare in modo equo gli interessi di tutte le parti coinvolte, considerando l'ambiente come nostro principale stakeholder. Con questa stessa consapevolezza, abbiamo sviluppato un processo collaborativo per individuare i nostri temi strategici ambientali e sociali (v. pag. 22), coinvolgendo direttamente i rappresentanti di ciascuna categoria di stakeholder, perché solo insieme possiamo costruire un futuro sostenibile e condiviso.



In Davines Group, operiamo ogni giorno per garantire la "**prospera longevità**" dell'impresa attraverso un impegno concreto a favore dei soggetti direttamente o indirettamente coinvolti nell'attività dell'azienda: i nostri stakeholder, o portatori di interesse. La "stakeholder wheel" riassume gli impegni che ci assumiamo nei loro confronti.

Ulteriori dettagli sull'approccio al coinvolgimento degli stakeholder sono disponibili nell'appendice GRI.

Siamo una B Corp dal 2016

Essere una B Corp significa credere in un modello di business alternativo e più evoluto rispetto a quello tradizionale, in cui rispetto e impatto positivo su persone e ambiente siano al centro delle attività di ogni giorno, creando valore condiviso.

Dal 2016 facciamo parte del **movimento B Corp**, misurando costantemente il nostro impatto e perseguendo 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.

Nel 2023 abbiamo migliorato ulteriormente il nostro punteggio B Corp, ottenendo la certificazione per la terza volta. Rispetto ai 99,3 punti del 2016 e ai 117,4 del 2020, abbiamo ottenuto il punteggio di **123,5 punti**, rafforzando il nostro impatto in tutte le aree chiave: dalla governance alla tutela ambientale, dal benessere dei lavoratori all'impatto sulla comunità e i clienti.

Governance

19

Lavoratori

24,4

Comunità

23,1

Ambiente

51,7

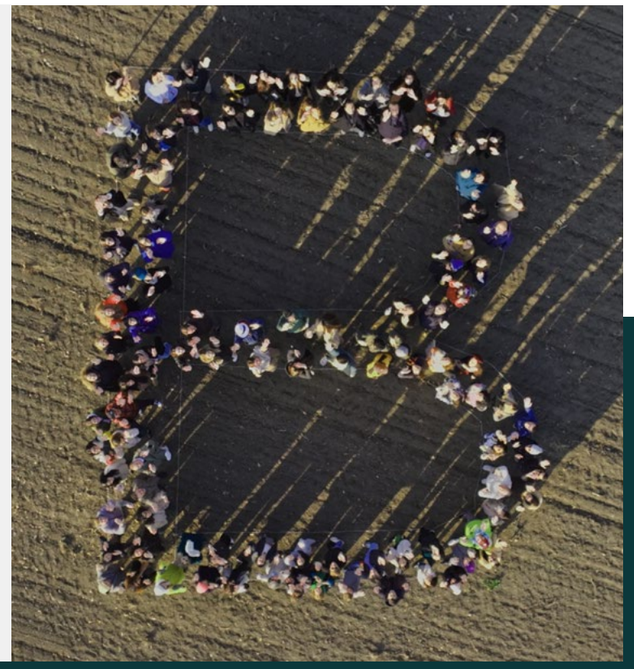
Clienti

5,2

Punteggio complessivo

123,5

Certified B Corporation



Siamo una Società Benefit dal 2019

Oltre ad essere B Corp, la sede di **Parma** e la filiale di **New York** sono anche **Società Benefit** dal 2019.

Essere Società Benefit significa assumere una forma giuridica specifica e quindi ribadire, all'interno del proprio statuto, l'impegno a operare non solo con l'obiettivo del profitto, ma anche per il **bene del pianeta e della comunità**.

Le altre filiali del Gruppo che non sono Società Benefit, o che non hanno ancora completato il passaggio, hanno comunque formalizzato lo stesso impegno all'interno del proprio statuto, ad eccezione della filiale di Hong Kong.

LA MATRICE DI DOPPIA MATERIALITÀ DEL GRUPPO

Per comprendere e gestire l'**interconnessione tra gli impatti** derivanti dalle nostre attività e quelli che il contesto esterno esercita sull'azienda, ci avvaliamo della matrice di doppia materialità. Questo strumento ci consente di individuare le tematiche di sostenibilità più rilevanti, sia in relazione agli effetti che l'azienda genera su ecosistemi e comunità in cui operiamo (**approccio inside-out**), sia per le implicazioni finanziarie che tali aspetti comportano su di essa, in termini di rischi e opportunità (**approccio outside-in**).

Come abbiamo formulato questa matrice?

2022

Avvio della nostra **prima analisi di materialità**, con il coinvolgimento attivo del nostro management e dei rappresentati dei nostri stakeholder chiave. La matrice di materialità definita ha gettato le basi per lo sviluppo del nostro piano strategico di sostenibilità al 2030.

2024

Aggiornamento dell'analisi del 2022, fatto seguendo l'approccio della materialità di impatto proposta dallo **standard GRI** e della doppia materialità dello **standard ESRS**, in preparazione ai nuovi requisiti della CSRD.

Ulteriori dettagli sull'analisi di doppia materialità condotta nel 2024 sono riportati nell'appendice GRI.

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
DIVERISITÀ 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

La tabella riassume la valutazione degli impatti associati ai nove temi materiali. Ogni impatto è stato classificato come positivo o negativo, a seconda della sua natura, ed effettivo o potenziale, in base alla presenza attuale o futura delle sue conseguenze. La **materialità di impatto** è calcolata considerando l'entità e la portata dell'impatto, l'irrimediabilità (solo per gli impatti negativi) e la probabilità (solo per gli impatti potenziali), su una scala da 1 a 5 (da trascurabile a molto critico). Il valore finale è una combinazione ponderata di questi fattori. La **materialità finanziaria**, invece, combina l'entità e la probabilità degli effetti economico-finanziari, sempre su una scala 1-5. Gli impatti evidenziati in grigio sono quelli considerati rilevanti ai fini della doppia materialità, secondo le soglie definite: superiore a 3 per la materialità di impatto e superiore a 1,9 per quella finanziaria.

✓ Impatto effettivo
? Impatto potenziale
⊕ Impatto positivo
⊖ Impatto negativo

Impatti risultati materiali
Materialità di impatto: valore soglia 3
Materialità finanziaria: valore soglia 1,9

LA NOSTRA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Le stelle che ci guidano

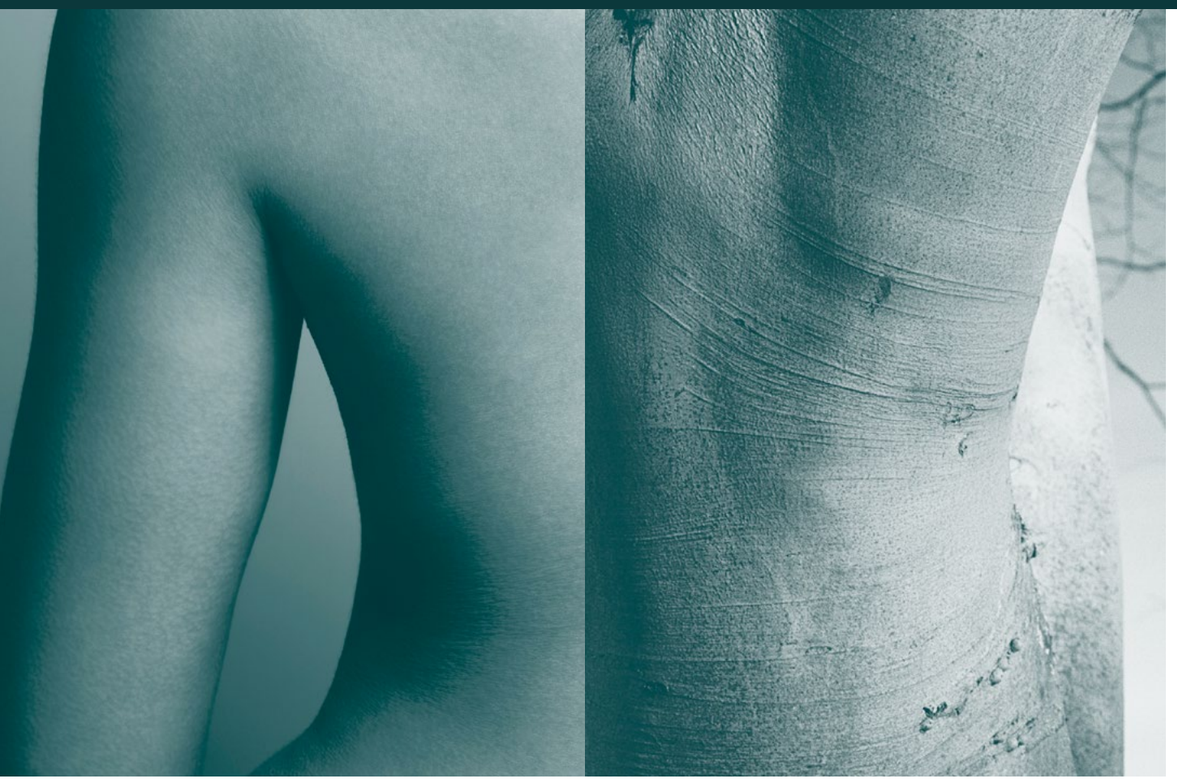
La nostra ambizione è chiara: crescere senza aumentare l'impatto sul Pianeta. Per questo, la nostra strategia di sostenibilità si ispira a riferimenti scientifici e normativi di rilievo globale, che guidano ogni nostra azione. Gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite** costituiscono una bussola importante nel nostro percorso, con un focus su acqua, consumo responsabile, cambiamento climatico e biodiversità.

Ci affidiamo al modello dei **Planetary Boundaries***, che delinea i limiti entro cui l'umanità può prosperare senza compromettere gli ecosistemi. Sei dei nove confini planetari sono già stati oltrepassati e un settimo sta per essere superato: non possiamo limitarci a ridurre il nostro impatto, dobbiamo contribuire a ristabilire un equilibrio.

Abbiamo scelto di percorrere la strada della decarbonizzazione aderendo alla **Science Based Targets initiative (SBTi),** che supporta aziende e istituzioni finanziarie di tutto il mondo nel loro contributo alla lotta contro la crisi climatica.

L'economia circolare costituisce un altro pilastro della nostra strategia, in linea con i principi della **Ellen MacArthur Foundation**. Un'organizzazione no-profit che realizza ricerche originali evidence-based 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.

*definiti da Johan Rockström dello Stockholm Resilience Centre.



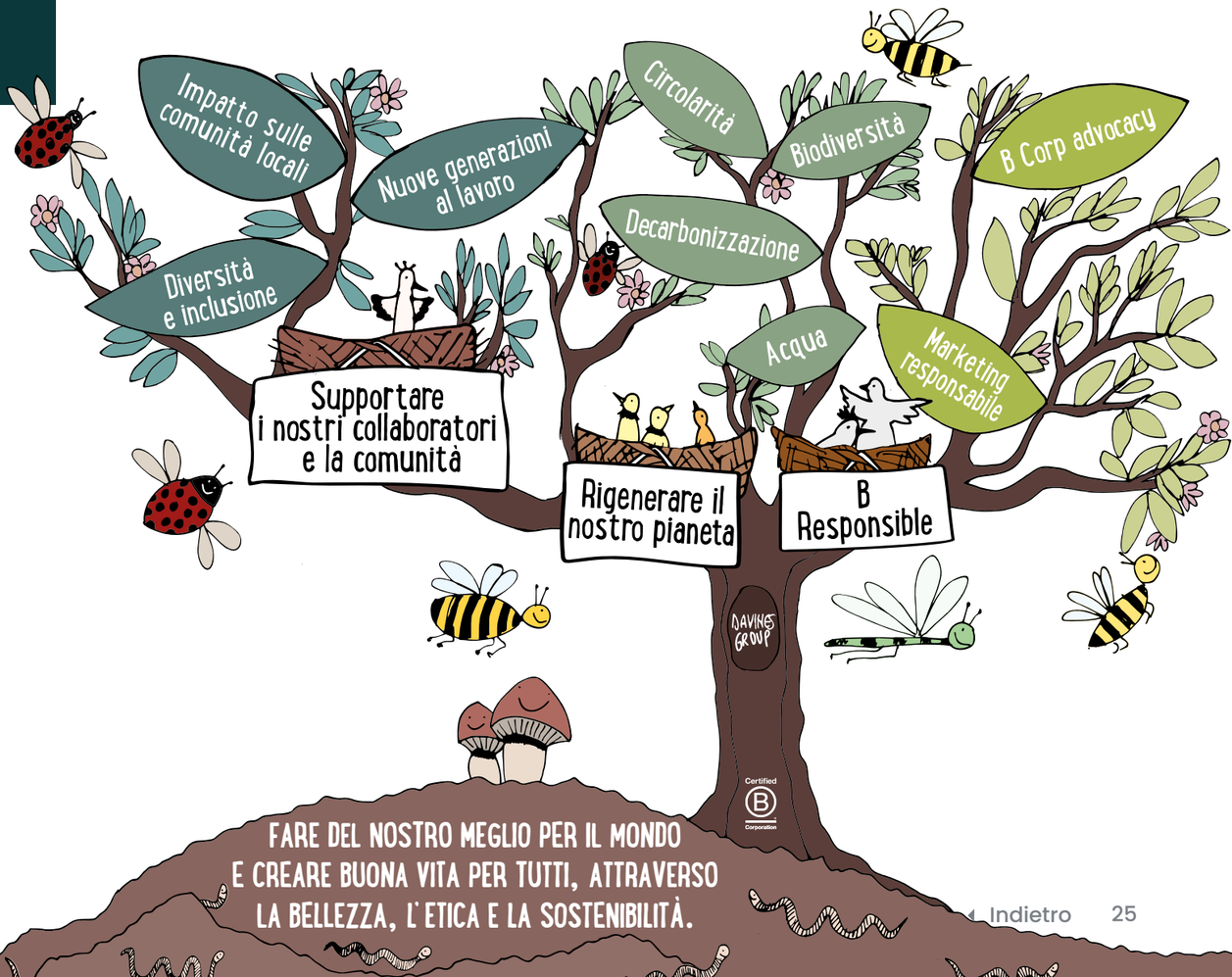
Un modello di crescita rigenerativa

La nostra strategia di sostenibilità nasce dalla necessità di **superare un modello estrattivo**, che ha fortemente impoverito il pianeta, in favore di un **approccio rigenerativo** capace di garantire un futuro alle prossime generazioni.

La nostra visione strategica è rappresentata da un **albero** che affonda solide radici nel suolo dove dal purpose aziendale, espressione dei valori cardine del Gruppo, si sviluppano tre rami primari, simbolicamente raffiguranti:

- 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** identificati grazie alla nostra analisi di materialità. Questi sono i temi che, attraverso un piano di azioni strutturato, definiscono la strategia di sostenibilità del Gruppo Davines.



Attraverso la definizione della nostra strategia di sostenibilità, abbiamo costruito un approccio solido e concreto per gestire l'impatto delle nostre attività, integrando questa responsabilità all'interno della **strategia complessiva del Gruppo**. Siamo consapevoli del nostro ruolo e ci impegniamo attivamente a **mitigare gli effetti negativi** che possiamo causare o contribuire a generare, attraverso strumenti di governance, il coinvolgimento dei nostri stakeholder e una strategia olistica che punta a trasformare il nostro impatto in valore positivo.

Supportare i nostri collaboratori e la comunità

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

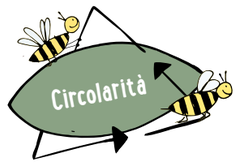
Valorizziamo la diversità e promuoviamo l'equità integrando questi valori nella quotidianità delle nostre azioni.

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

Rigenerare il nostro pianeta

Ci impegniamo a ridurre ulteriormente le emissioni di CO_2 della nostra catena di valore per raggiungere il target Net Zero al più tardi entro il 2050.

Promuoviamo la biodiversità includendo nelle nostre formule ingredienti da agricoltura biologica rigenerativa.



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

Ci impegniamo a preservare e ripristinare i bacini d'acqua, riducendo la nostra impronta idrica.

B Responsible

Collaboriamo con altre organizzazioni per promuovere un business che sia forza positiva per noi e il pianeta.

Sviluppiamo i nostri marchi in coerenza alla nostra missione di azienda attenta agli stakeholder, attraverso trasparenza e scelte aderenti ai nostri valori.

La nostra strategia di Gruppo

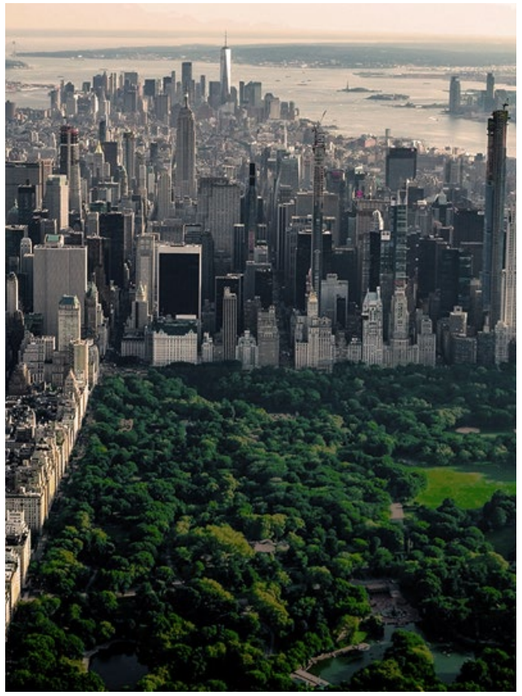
Si rimanda all'approfondimento di pagina 35.

Indice | Davines Group | La nostra strategia di sostenibilità

I nostri obiettivi ambientali al 2030: Davines Group Towards Planet Regeneration

Con l'obiettivo di perseguire il "**decoupling**", ovvero separare l'impatto ambientale dalla crescita del business, in collaborazione con la Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile abbiamo sviluppato un programma di sostenibilità ambientale che sostanzia gli obiettivi specifici che l'azienda intende raggiungere al 2030.

Il nostro percorso al 2030 ha preso forma grazie al coinvolgimento attivo delle persone e delle strutture chiave dell'azienda, che ha fatto emergere un portfolio di progetti concreti e obiettivi ambiziosi, fondati su **quattro pilastri** essenziali:



Abbiamo inoltre avuto l'onore di presentare la nostra strategia "**2030: Davines Group Towards Planet Regeneration**" durante la **Climate Week di New York** lo scorso settembre, in occasione di un panel di **Newsweek** presso la loro sede.

Come vogliamo raggiungere i nostri obiettivi

Abbiamo definito **obiettivi quantitativi e misurabili** che intendiamo raggiungere entro il 2030, per orientare le nostre azioni e monitorare i progressi rispetto all'impatto ambientale.

Target 2030

A testimonianza della nostra strategia abbiamo definito alcuni progetti "**flagship**", iniziative rappresentative che dimostrano in modo tangibile il nostro impegno per un pianeta più sano.

Progetto flagship 2030

Il cambiamento si avvia con azioni abilitanti, i cosiddetti "**trigger**", che sono fondamentali per trasformare processi e modelli operativi, e quindi hanno carattere di urgenza.

Trigger action 2030

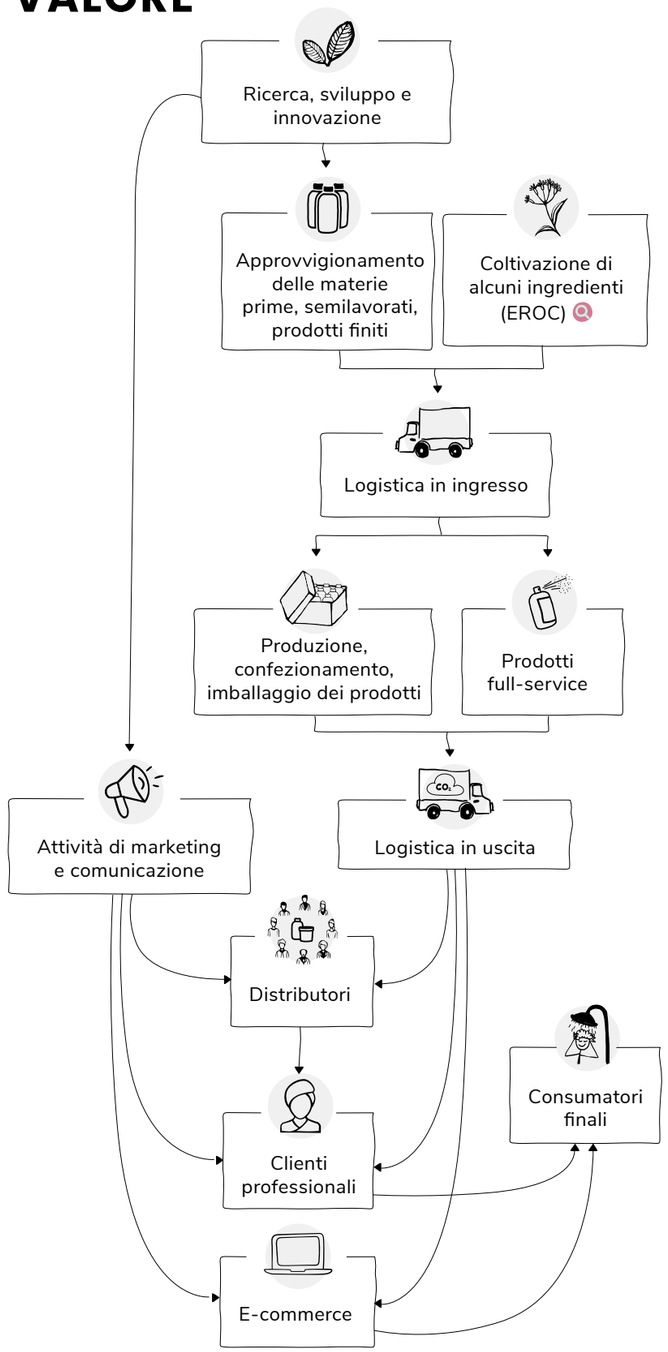
UN ECOSISTEMA DI VALORE

Il nostro modello di business si fonda su una **catena del valore** articolata e strategicamente strutturata, che abbraccia l'intero ciclo di vita del prodotto: dalla ricerca e sviluppo alla produzione, dalla distribuzione alla formazione professionale. Ogni attività è guidata da elevati standard qualitativi per offrire prodotti affidabili e responsabili.

La **produzione** avviene principalmente presso il Davines Group Village di Parma (ad esclusione di alcuni prodotti interamente realizzati al di fuori del nostro stabilimento, i cosiddetti full service), con un forte focus sull'innovazione, sull'ottimizzazione delle risorse e sulla riduzione dell'impatto ambientale, che si accompagnano all'attenzione che da sempre rivolgiamo alle comunità impattate.

I **prodotti** vengono **distribuiti** tramite canali dedicati ai professionisti del settore (saloni di acconciatura, spa e centri estetici), con un forte focus sui servizi di formazione professionale, e ai consumatori finali.

Questa visione implica che ogni attività volta a ridurre e migliorare il nostro impatto debba considerare l'intera catena del valore. Il nostro impegno, quindi, non si limita alle attività dirette, ma si estende 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, che si pone l'obiettivo di influenzare l'intera catena di approvvigionamento e di diventarne punto di riferimento e di ispirazione scientifica, anche attraverso attività di formazione.

COLLABORAZIONI E ADVOCACY PER UN FUTURO SOSTENIBILE

Siamo convinti che il cambiamento sistemico richieda il coinvolgimento attivo di diversi attori e la creazione di sinergie tra imprese, istituzioni e organizzazioni. Per questo, aderiamo a network e associazioni che condividono la nostra visione di un futuro più sostenibile, tra cui la **B Corp Beauty Coalition, la Regenerative Society Foundation e il Nature Positive Network, AIDAF, ITALIAN FAMILY BUSINESS, Consorzio Forestale KilometroVerdeParma, Fondazione Altagamma**.

Partecipiamo inoltre a iniziative di advocacy per la sostenibilità e la transizione ecologica, collaborando con **Assobenefit, Italy for Climate** e la **Fondazione per lo sviluppo sostenibile**. Attraverso il nostro coinvolgimento attivo in questi network, non solo condividiamo esperienze e best practice, ma contribuiamo concretamente alla definizione di nuovi standard di sostenibilità per l'intero settore della cosmetica.

L'elenco completo delle associazioni e organizzazioni di cui l'azienda fa parte è disponibile nell'appendice GRI.

PREMI E RICONOSCIMENTI

Nel 2024, il Gruppo Davines ha ricevuto numerosi riconoscimenti, **a testimonianza dell'impegno nella crescita sostenibile e nell'innovazione**. Per la prima volta, siamo stati inclusi nella **Top 100 Beauty Inc** di WWD, la classifica delle aziende leader del settore beauty per fatturato. AIDAF – Italian Family Business ha premiato il Gruppo per il **Miglior Percorso di Crescita Sostenibile**, valorizzando il nostro modello imprenditoriale orientato alla creazione di valore a lungo termine.

Il nostro Presidente, Davide Bollati, ha ricevuto numerosi riconoscimenti per la sua visione e il suo impegno, tra cui il titolo di **Leader in Sustainability** al Global Wellness Summit, il **Master Honoris Causa** in Business Administration dalla CUOA Business School e il Premio **EY L'Imprenditore dell'Anno** in Sustainable Business Model. Ha ottenuto inoltre un riconoscimento da EY Private durante l'**evento** "**On the Road**: **l'imprenditoria italiana, il valore degli ecosistemi territoriali**", a conferma del contributo del Gruppo Davines nel promuovere un nuovo paradigma imprenditoriale, basato su innovazione, sostenibilità e interconnessione con il territorio.

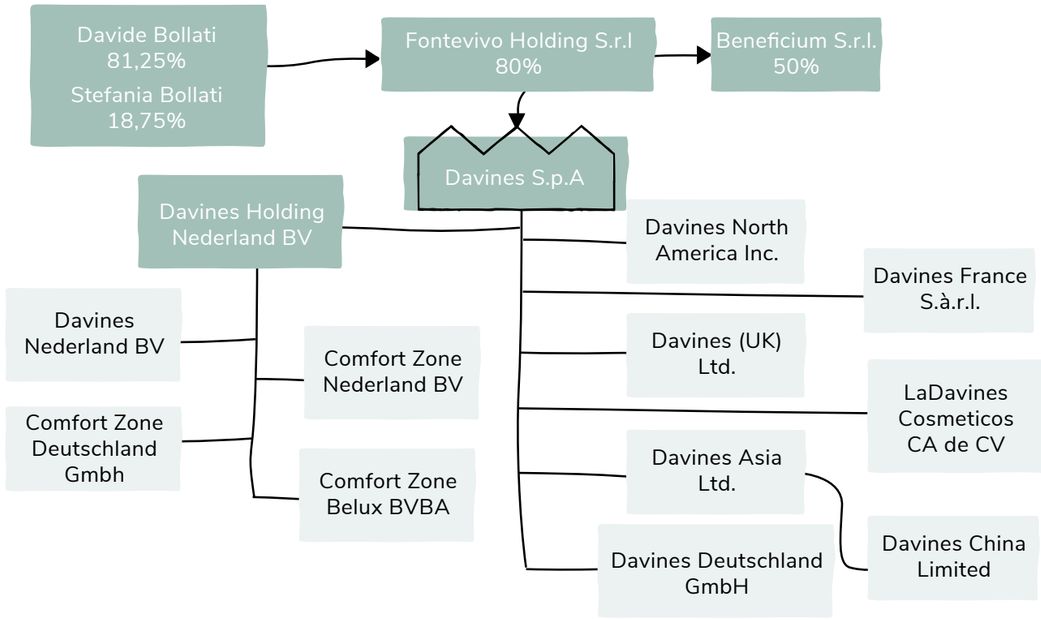
MODELLO DI GOVERNANCE

Per il Gruppo Davines, la governance non è solo una struttura formale: è il modo in cui trasformiamo i nostri valori in scelte quotidiane, nel rispetto di chi siamo e della direzione che vogliamo prendere. È il tessuto invisibile che tiene insieme responsabilità, ascolto e visione di lungo periodo.
A guidarci è una cultura della coerenza e integrità, che si riflette nei comportamenti quotidiani di tutte le nostre persone e nelle relazioni con gli stakeholder. La alimentiamo attraverso strumenti come la Stakeholder Wheel (v. pag 17), pensata per mantenere un equilibrio tra le diverse aspettative e creare un dialogo costante e trasparente.
Guardiamo avanti con l'impegno di rafforzare sempre più un modello di governance capace di accompagnare la nostra visione della sostenibilità (v. pag. 25), sostenere la crescita del Gruppo e promuovere pratiche responsabili in ogni parte del nostro ecosistema.

LA NOSTRA STRUTTURA DI GOVERNANCE

Proprietà

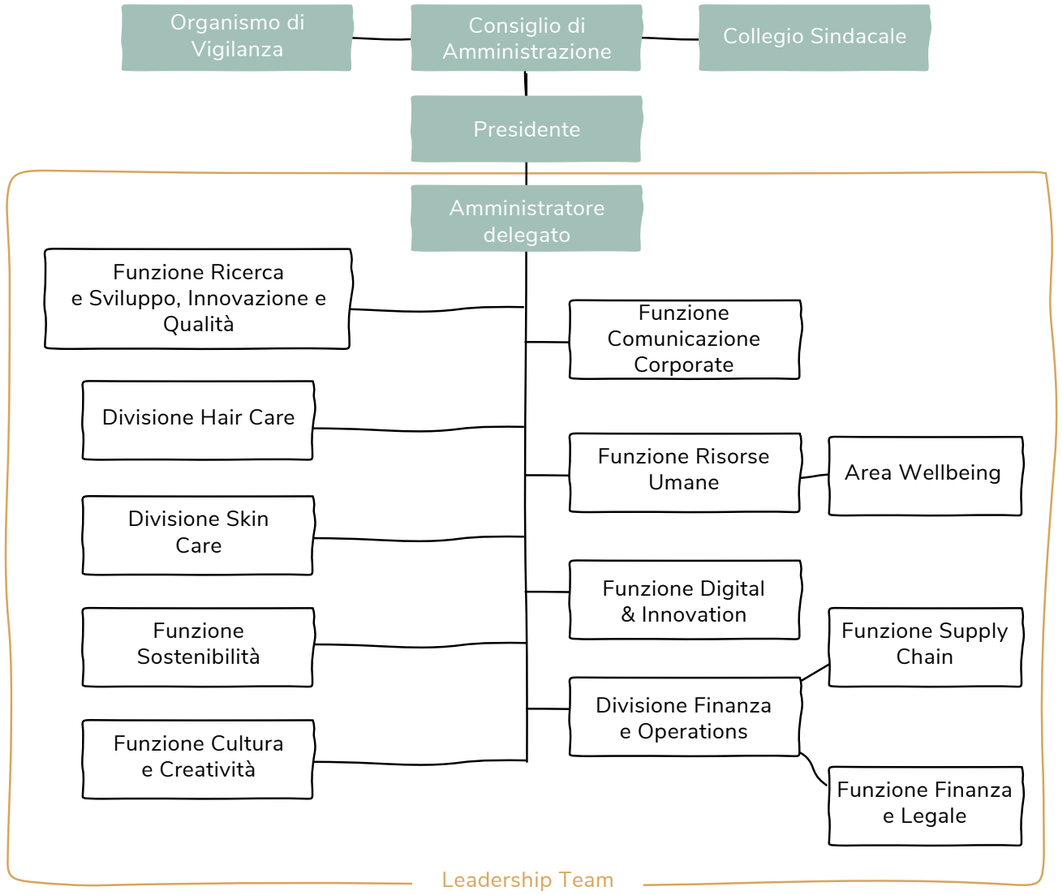
Il nostro modello di impresa conta su radici solide. Davines S.p.A. è interamente di proprietà della **famiglia Bollati**, che ne guida la visione ispirandosi fin dalle origini a un'idea di bellezza etica, sostenibile e condivisa. Accanto a una governance familiare, è stata sviluppata una **struttura manageriale** forte e autonoma, che consente di coniugare agilità decisionale e solidità strategica. Il Gruppo coordina l'insieme delle proprie **filiali**, assicurando che ciascuna, pur mantenendo la propria indipendenza e un proprio Consiglio di Amministrazione, adotti le linee guida definite dalla capogruppo, a beneficio dell'intero ecosistema aziendale. Il legame della famiglia Bollati con il territorio si manifesta anche attraverso l'impegno diretto in progetti di rigenerazione urbana, portato avanti tramite la società Immobiliare Beneficium, di cui la famiglia detiene il 50%. È il caso di **Palazzo Parma**, un progetto nato dalla volontà di restituire alla città un luogo emblematico attraverso la creazione di uno dei primi B Corp hotel in Italia. Un'iniziativa che rappresenta la nostra idea di impresa come attore attivo nel costruire un futuro più giusto, bello e sostenibile.



Gli organi di governo

Alla base del nostro sistema di governance si trovano quattro organi principali: il Consiglio di Amministrazione, il Leadership Team, il Collegio Sindacale e l'Organismo di Vigilanza, affiancati da figure con deleghe specifiche e responsabilità operative trasversali. Il **Consiglio di Amministrazione** svolge un ruolo di validazione e controllo: approva le linee guida strategiche, monitora l'avanzamento dei progetti e interviene nei momenti decisivi per garantire l'allineamento tra purpose, performance e responsabilità.

Il **Leadership Team** rappresenta un organismo di governance interno, composto dalle figure manageriali apicali che guidano le funzioni strategiche, lavorando in modo sinergico per definire e implementare la **strategia complessiva del Gruppo** e le priorità aziendali. A completare il sistema, l'**Organismo di Vigilanza** e il **Collegio Sindacale** garantiscono legalità, indipendenza e trasparenza, mentre specifiche procedure operative assicurano l'efficacia e la continuità delle attività chiave, dalla sicurezza alla compliance normativa.



Ulteriori dettagli sulla struttura e composizione degli organi di governance del Gruppo sono disponibili nell'appendice GRI.

La nostra strategia di Gruppo

In un contesto globale in continua evoluzione, la strategia di Gruppo rappresenta per noi una bussola per orientare con coerenza le scelte del presente e del futuro. Non si tratta solo di definire obiettivi, ma di tracciare un percorso condiviso, capace di valorizzare l'unicità di Davines Group e di guidare le nostre azioni nella crescente complessità del settore.

Nel 2024, il Leadership Team ha intrapreso un approfondito processo di riflessione e co-progettazione strategica, da cui è scaturita una visione integrata fondata su due assi portanti. Il primo, How to Win, descrive come generiamo valore per i nostri stakeholder attraverso il rafforzamento della cultura aziendale, l'evoluzione verso un modello di sostenibilità orientato alla rigenerazione, l'investimento costante in innovazione responsabile, il consolidamento della nostra supply chain, l'adozione mirata di tecnologie digitali e strumenti di intelligenza artificiale, e la valorizzazione delle persone. Il secondo, Where to Play, definisce dove concentrare le nostre energie: consolidando la presenza nei mercati in cui siamo già attivi, focalizzandoci sui brand Davines e [comfort zone], e adottando una strategia multicanale flessibile, coerente con l'identità professionale dei brand e con le specificità dei contesti locali.

Questa visione rappresenta oggi il nostro punto di riferimento strategico: una direzione chiara e condivisa per una crescita sostenibile e rigenerativa, allineata al nostro purpose e orientata alla creazione di valore di lungo termine per tutti gli stakeholder, rafforzando al contempo il nostro posizionamento distintivo.

ETICA, TRASPARENZA E MODELLI DI CONTROLLO

Strumenti per una governance etica e responsabile

Nel Gruppo Davines, l'**etica** è una pratica concreta che guida ogni aspetto del nostro operato: dalla selezione dei fornitori ai rapporti con i collaboratori, fino alla gestione quotidiana delle attività aziendali. Per garantire il rispetto di questi principi, insieme a quelli di **correttezza e legalità**, ci siamo dotati di un insieme di strumenti, orientati anche alla prevenzione dei conflitti di interesse e della corruzione.

Modello 231, Codici Etico e di Condotta

Abbiamo adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, approvato dal Consiglio di Amministrazione, con l'obiettivo di prevenire **comportamenti non conformi** e rafforzare la trasparenza interna. Accanto al Modello, il nostro Codice Etico definisce l'insieme delle **responsabilità etico-sociali** e dei valori che guidano l'agire dei colleghi. Inoltre, con i soggetti esterni che collaborano con l'organizzazione – fornitori, consulenti, partner – condividiamo sia il Codice Etico che il Codice di Condotta, per garantire che anche la nostra **filiera** operi in coerenza con i principi che caratterizzano l'identità del Gruppo. La sottoscrizione di questi documenti rappresenta un prerequisito necessario per concludere qualsiasi contratto di fornitura e/o collaborazione. Questi documenti sono parte integrante del nostro sistema di onboarding dei collaboratori e dei membri degli organi societari. Inoltre, sono stati tradotti in inglese e portati a conoscenza del management delle filiali estere. In alcuni casi, vengono organizzati **specifici percorsi di formazione** e ogni volta che il Modello 231 viene aggiornato, è prevista una sessione di formazione rivolta a tutti i collaboratori del Gruppo, erogata dall'Organismo di Vigilanza in collaborazione con il dipartimento Risorse Umane.

Il ruolo dell'Organismo di Vigilanza

Il rispetto dei principi di legalità e correttezza viene assicurato da un Organismo di Vigilanza (OdV) indipendente, dotato di poteri ispettivi e di iniziativa autonoma. L'OdV effettua **audit e controlli periodici** su tutte le funzioni aziendali, promuove attività di **formazione** e invia annualmente un report dettagliato al Consiglio di Amministrazione, evidenziando i risultati ottenuti e le eventuali **aree critiche**.

Sistema di segnalazione "whistleblowing"

Per facilitare la rilevazione di comportamenti non conformi e rafforzare ulteriormente la responsabilità interna, abbiamo implementato un canale di whistleblowing, che consente ai collaboratori di inviare segnalazioni in piena sicurezza e anonimato nei rispetti della **L.179/2017**. Queste vengono gestite direttamente dall'Organismo di Vigilanza, che le comunica alle funzioni aziendali competenti affinché adottino, se necessario, le opportune misure correttive. In particolare, nei primi mesi del 2025 abbiamo attivato una piattaforma di segnalazione per la sede italiana, accessibile tramite l'intranet aziendale. Il canale, presidiato dal dipartimento **Risorse Umane** e dal dipartimento **Legale**, è stato sviluppato per integrarsi in modo centralizzato con quelli già presenti nelle filiali, nel rispetto delle normative locali. Abbiamo così raggiunto l'obiettivo che ci eravamo posti nel 2024 di attivazione di questo canale.

Obiettivo 2024 raggiunto

Monitoraggio dei rischi e delle segnalazioni

Nel corso del 2024, non sono stati segnalati casi di rischio legato alla corruzione attraverso gli strumenti messi a disposizione, né risultano cause legali avviate o pendenti per motivi correlati alla corruzione. Allo stesso modo, il Gruppo non ha riportato alcun caso di non conformità a leggi e regolamenti, né alcuna sanzione pecuniaria e/o multa, anche nei periodi di rendicontazione precedenti.

OBIETTIVI AL 2025

MODELLO 231

Avviare un processo di revisione e aggiornamento del Modello 231, inclusi gli aspetti relativi alla prevenzione della corruzione, linea guida di riferimento anche per le filiali.

Effettuare una formazione sul Modello 231 aggiornato.

La sostenibilità come responsabilità condivisa

Nel nostro modello organizzativo, la sostenibilità è una responsabilità trasversale, guidata da una struttura dedicata e costantemente alimentata dal dialogo tra le diverse funzioni aziendali.

Il **Dipartimento Sostenibilità**, guidato dalla Chief Sustainability Officer e nato per tradurre la visione rigenerativa del Gruppo in azioni concrete, ricopre un ruolo centrale nella definizione degli obiettivi e dell'indirizzo strategico in ambito ESG, operando con il supporto e la validazione della **proprietà**, dell'**Amministratore Delegato** e dei membri del **Leadership Team** delle funzioni coinvolte nei nostri impegni. Il Dipartimento si occupa inoltre di delineare la strategia e l'implementazione di progetti strategici in ambito sostenibilità, condurre attività di analisi dei dati e calcolo dell'impatto ambientale del Gruppo, gestire la rendicontazione e gli adempimenti normativi legati alla disclosure e alla comunicazione delle performance di sostenibilità, e di svolgere attività di advocacy, interna ed esterna, per valorizzare quanto realizzato dal Gruppo.

Inoltre, coordina e indirizza tutte le attività di sostenibilità sviluppate dalle altre funzioni aziendali, garantendo coerenza nell'applicazione della strategia a livello organizzativo. A supporto di questa missione, un ruolo attivo è affidato al **Regenerateam**, la nostra community interdipartimentale composta da rappresentanti di diverse aree aziendali, nata per promuovere l'integrazione della sostenibilità nelle attività quotidiane (v. pag. 110).

Il **Consiglio di Amministrazione** presidia, attraverso un sistema di incontri annuali, la coerenza della strategia di sostenibilità con le finalità di gruppo. In aggiunta, l'Amministratore Delegato Anthony Molet, che guida il CdA, ricopre anche il ruolo di Responsabile d'Impatto ai sensi della legge n. 208 del 28 dicembre 2015 sulle Società Benefit.

La **valutazione delle performance** è per noi uno strumento di ascolto e guida, che traduce i nostri valori in azioni concrete e misurabili. Attraverso i nostri documenti di rendicontazione – il Report di Sostenibilità e la Relazione di Impatto –, la strategia di sostenibilità e il relativo piano finanziario, il B Impact Assessment e altri strumenti di valutazione delle nostre performance, monitoriamo i progressi verso i nostri obiettivi di sviluppo sostenibile. Questi strumenti di valutazione e rendicontazione, gestiti dal dipartimento Sostenibilità vengono condivisi con il CEO, Presidente e quindi CDA, in un processo continuo di miglioramento che ci porta, se necessario, ad attivare azioni correttive per garantire coerenza e visione a lungo termine. Un approccio che ci consente di garantire una gestione continua e adattiva delle iniziative sostenibili all'interno della nostra organizzazione.

Indice | Modello di governance | Etica, trasparenza e modelli di controllo

Gestione delle criticità e rimedio agli impatti negativi

Nel rispetto dei principi di trasparenza e responsabilità che ci guidano, abbiamo adottato **strumenti e processi** volti a intercettare e gestire con tempestività eventuali criticità, anche potenziali, per la nostra organizzazione e i nostri stakeholder.

Attraverso il **Risk Assessment** periodico, la procedura di segnalazione al **Comitato di Rischio**, gli **audit** dell'Organismo di Vigilanza e del **Data Protection Officer** in materia di violazione della normativa posta a tutela del trattamento dei dati personali, oltre al canale protetto di **whistleblowing**, garantiamo un monitoraggio costante e il coinvolgimento del Consiglio di Amministrazione nelle situazioni rilevanti.

Il nostro impegno nel prevenire e rimediare agli impatti negativi si inserisce nel più ampio percorso di crescita rigenerativa, confermato anche dal miglioramento costante del nostro punteggio B Corp.

Per quanto riguarda gli impatti negativi legati alla sostenibilità, abbiamo sviluppato un approccio solido e concreto per gestirli, consapevoli della nostra responsabilità nel prevenire e affrontare eventuali criticità che potremmo causare o contribuire a generare.

In particolare, interveniamo in modo strutturato su tre ambiti principali: **la nostra strategia di sostenibilità** (v. pag. 25), **il coinvolgimento e l'ascolto degli stakeholder** (v. pag. 19) **e il nostro modello di governance** (v. pag. 33). Queste azioni riflettono il nostro modo di intendere il business: un percorso continuo di miglioramento, dove ogni scelta è orientata a creare valore condiviso e a generare un impatto positivo per il pianeta e per le persone.

RIGENERARE IL NOSTRO PIANETA

La sostenibilità non è solo il valore fondamentale al centro di ogni nostro progetto, ma un percorso di trasformazione continua nel quale misuriamo l'impatto ambientale che generiamo con il nostro lavoro e i nostri prodotti lungo l'intero ciclo di vita, impegnandoci a ridurlo il più possibile ottimizzando le risorse disponibili e minimizzando le 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, coinvolgendo i fornitori, i clienti e le comunità in cui operiamo per amplificare l'impatto positivo di ogni stakeholder e guidare il settore verso un modello più sostenibile.

Nel 2024 ci eravamo posti l'obiettivo di comunicare la nostra strategia ambientale al 2030, definendo obiettivi, tempistiche e metriche per ciascuno dei nostri pilastri chiave: decarbonizzazione, biodiversità, circolarità e acqua. Questo obiettivo è stato raggiunto con la pubblicazione del Booklet "**2030: Davines Group Towards Planet Regeneration**", il cui programma è stato presentato durante la Climate Week di New York 2024 dal nostro Presidente, Davide Bollati. Nel processo di definizione della nostra strategia ambientale, siamo partiti delineando i nostri **target al 2030**. Per raggiungere questi obiettivi, abbiamo individuato delle azioni abilitanti a breve termine, i cosiddetti **trigger**, che, una volta "innescati", permettono di realizzare i nostri progetti nei quattro pilastri. Tra gli oltre **trenta progetti** del Gruppo, che ci guideranno verso i traguardi del 2030, spiccano i **progetti flagship**, iniziative per noi particolarmente rappresentative, con un valore strategico fondamentale nel viaggio per ridurre il nostro impatto ambientale.

Obiettivo 2024 raggiunto

Legenda del capitolo:

Obiettivi fissati nel 2023

Obiettivo 2024 raggiunto

Obiettivo 2024 in progress

Strategia ambientale 2030

Target 2030

Progetto flagship 2030

Trigger action 2030

Approfondimenti

Ci impegniamo a ridurre ulteriormente le emissioni di CO_2 della nostra catena di valore per diventare Net Zero al più tardi entro il 2050.

UN IMPEGNO RADICATO NELLA NOSTRA STORIA

Le tappe principali del nostro viaggio

2006

Iniziamo il percorso per ridurre e neutralizzare parzialmente le nostre emissioni, dirette e indirette.

2018

Misuriamo, riduciamo e neutralizziamo tutte le emissioni sotto il nostro diretto controllo (Scope 1 e 2). Dallo stesso anno fino al 2024 sono stati acquistati, cumulativamente, 93.500 crediti di carbonio certificati Plan Vivo.

2019

Aderiamo alla call-to-action del movimento B Corp impegnandoci pubblicamente per accelerare la riduzione delle nostre emissioni. Siamo anche tra i promotori di Italy for Climate, iniziativa della Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile, che promuove la cosiddetta “Roadmap”, un percorso concreto e condiviso verso la neutralità climatica.

2022

Sottoscriviamo l’impegno con la Science Based Targets initiative (SBTi) per raggiungere l’obiettivo Net Zero al più tardi entro il 2050. Il Gruppo aderisce a CO_2alizione Italia formalizzando l’impegno verso un modello “zero emissioni” all’interno del proprio statuto.

2023

Viene intrapreso il percorso per l’individuazione di leve e progetti in aree chiave del business, per ridurre le nostre emissioni. Siamo inoltre tra i firmatari del Contratto Climatico di Città, relativo al comune di Parma, della Missione UE.

2024

Otteniamo la validazione degli **obiettivi di riduzione delle nostre emissioni da parte di SBTi**, per garantire un approccio coerente al percorso verso il Net Zero. Pubblichiamo i nostri target al 2030 sui temi ambientali, inclusa la decarbonizzazione, nel programma “2030: Davines Group Towards Planet Regeneration”. Otteniamo la certificazione della carbon footprint di organizzazione da parte terza (Bureau Veritas).

Obiettivi di riduzione delle nostre emissioni da parte di SBTi

Si rimanda all’approfondimento di pagina 46.

La nostra visione sulla decarbonizzazione

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. Il nostro impegno si basa su obiettivi scientificamente validati e azioni concrete, con un percorso strutturato verso il **Net Zero**, ovvero la riduzione delle emissioni di gas serra ai livelli minimi raggiungibili e, solo quando non è più possibile abbatterle ulteriormente, la neutralizzazione delle emissioni residue attraverso iniziative capaci di assorbire CO_2 dall'atmosfera, così da azzerare l'impatto netto sulle emissioni globali.

Nel 2024 abbiamo ottenuto la **validazione ufficiale dei nostri obiettivi di riduzione delle emissioni da parte della Science Based Target initiative (SBTi),** che ha riconosciuto la conformità del nostro impegno a raggiungere il Net Zero al 2050 ai criteri scientifici previsti dal Corporate Net Zero Standard e alle Linee Guida per Foreste, Terreni e Agricoltura (FLAG) , con anno base di riferimento il 2022. In particolare, SBTi ha classificato l'ambizione del Gruppo per le emissioni scope 1 e 2 come allineata alla traiettoria che consente di limitare l'aumento della temperatura globale a 1,5°C, riconoscendo così la solidità e la concretezza del nostro percorso di decarbonizzazione.

Obiettivo 2024 raggiunto

Obiettivi di riduzione delle nostre emissioni validati da SBTi

1 **Obiettivi a breve termine | Entro il 2030**
Ridurre del 42% le emissioni assolute di gas serra di scope 1 e 2 (energia e industria), e del 51,6% per kg di prodotto sfuso le emissioni di scope 3 indirette e generate lungo la catena del valore, rispetto al 2022.
Per la categoria FLAG (Foreste, Terreni e Agricoltura), puntiamo a una riduzione del 30,3% delle emissioni di scope 3, rispetto al 2022, e a garantire zero deforestazione per le materie prime critiche entro il 31 dicembre 2025

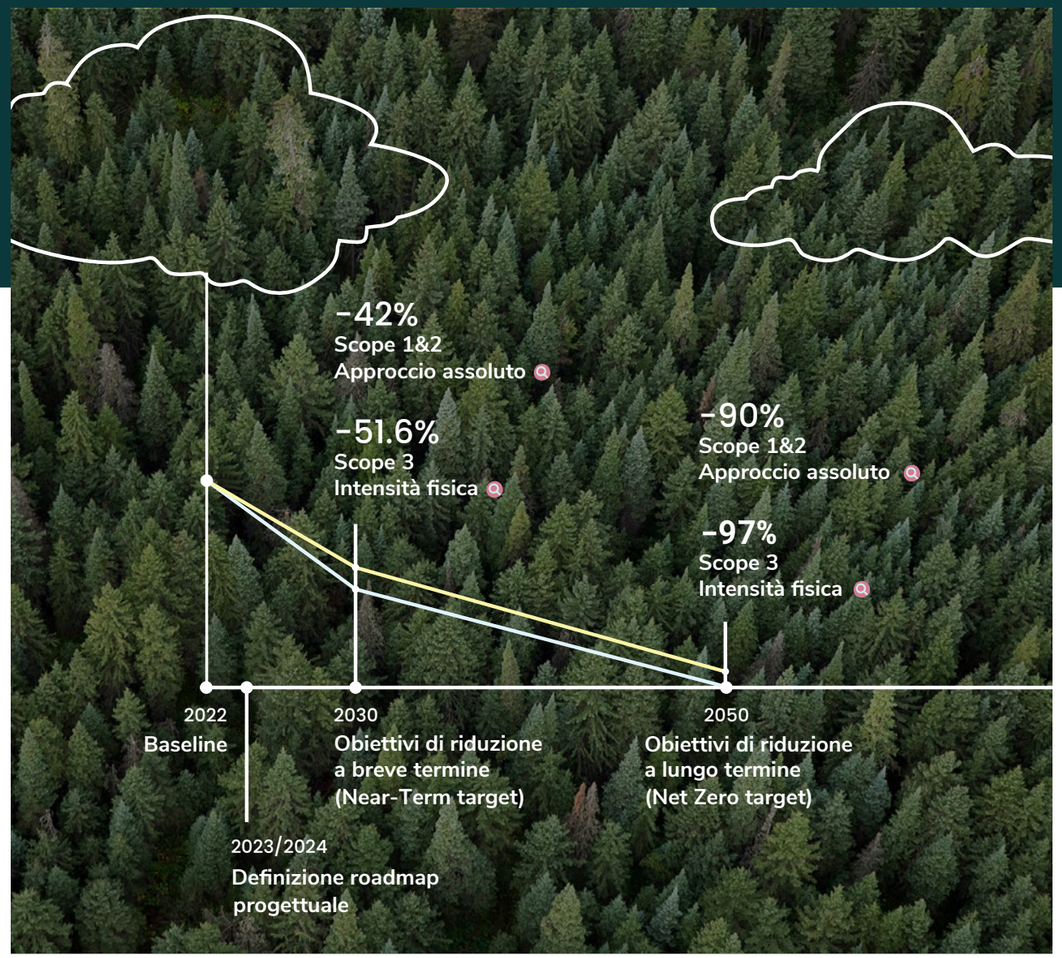
2 **Obiettivi a lungo termine | Entro il 2050**
Ridurre del 90% le emissioni assolute di scope 1 e 2 e del 97% per kg di prodotto sfuso quelle di scope 3, rispetto all'anno base 2022.
Per la categoria FLAG, puntiamo a una riduzione del 72% delle emissioni di scope 3 legate a foreste, terreni e agricoltura, rispetto al 2022.

3 **Neutralizzare le emissioni residue**
Una volta ridotte oltre il 90% delle nostre emissioni rispetto al 2022, potremo procedere con la neutralizzazione delle emissioni residue, completando così il percorso verso il Net Zero.
È importante sottolineare che, dal 2018, sosteniamo su base volontaria progetti di mitigazione climatica (v. pag. 55) i cui benefici, seppur significativi, non sono stati contabilizzati nel nostro percorso verso il Net Zero, a conferma della trasparenza e integrità del nostro approccio.

Indice | Rigenerare il nostro pianeta | **Decarbonizzazione**

Nel 2024, inoltre, ci eravamo posti l'obiettivo di misurare le nostre performance ambientali sulla piattaforma **Carbon Disclosure Project (CDP),** riconosciuta a livello internazionale nella valutazione dell'impegno delle aziende su diversi ambiti, tra cui cambiamento climatico, foreste e acqua. Abbiamo raggiunto anche questo traguardo, ottenendo un posizionamento, a fini di autovalutazione, su questi tre ambiti.

Obiettivo 2024 raggiunto



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.

I NOSTRI OBIETTIVI FUTURI

Obiettivi al 2030

-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.

Target 2030

Obiettivi al 2025

MOBILITY ED ENERGY MANAGEMENT

Rafforzamento delle aree del mobility management (al fine di implementare le migliori soluzioni per la mobilità sostenibile) e dell'energy management (per identificare e applicare pratiche efficienti nella gestione energetica aziendale);

TRAVEL POLICY

Aggiornamento della nostra travel policy in chiave sostenibile, da rafforzare con un approccio "Avoid-Shift-Improve": ridurre gli spostamenti, privilegiare mezzi più sostenibili e migliorare l'efficienza con soluzioni innovative;

SPEDIZIONI INTERMODALI

Avvio di un progetto pilota per spedizioni intermodali nelle filiali di Paesi Bassi e Regno Unito, riducendo il trasporto su strada ai soli ultimi chilometri di consegna e a favore della rotaia per il resto del percorso.

Trigger action 2030

CERTIFICAZIONE CARBON FOOTPRINT

Rinnovo della certificazione ottenuta per la prima volta nel 2024.

OTTIMIZZAZIONE DELLA LOGISTICA

Selezione e scelta del partner logistico, ossia l'operatore che gestirà i prodotti finiti nel Magazzino West Village.

IMPIANTO FOTOVOLTAICO

Progettazione dell'impianto fotovoltaico a tetto da realizzare sul Magazzino West Village.

Intensità fisica

Si rimanda all'approfondimento di pagina 47.

Ottimizzazione della logistica

Lo spostamento del magazzino da Milano a Parma, presso la nostra sede centrale, rappresenta un'opportunità strategica per ottimizzare le operazioni logistiche, riducendo i costi ambientali ed economici. Oltre alla riduzione di emissioni di anidride carbonica, la riduzione del traffico di mezzi pesanti contribuirebbe anche alla riduzione degli inquinanti locali (PM, NOx, VOC, etc.), un tema particolarmente sensibile nell'area della pianura padana.

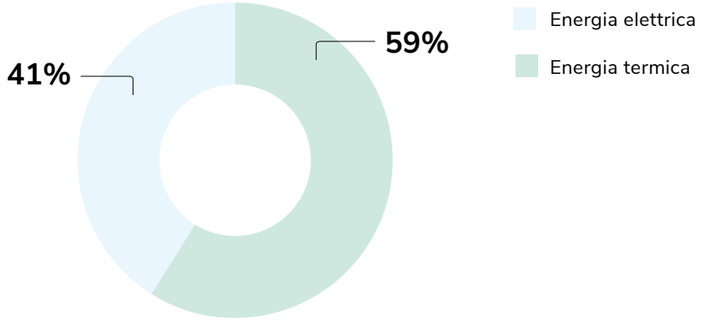
I NOSTRI RISULTATI

La gestione energetica del Gruppo

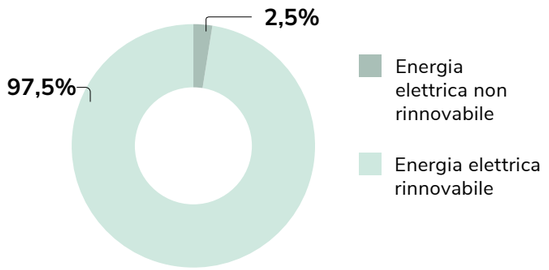
L'energia è una risorsa chiave nel nostro percorso di sostenibilità. Per questo, monitoriamo e ottimizziamo il suo utilizzo, riducendo gli sprechi e migliorando l'efficienza dei nostri impianti e processi.
Un passo concreto in questa direzione è stata l'installazione di un **Building Management System (BMS)** nei nostri uffici e nel nostro stabilimento a Parma. Questo sistema intelligente, dotato di sensori avanzati, ci aiuta a ottimizzare le risorse in tempo reale, monitorando, ad esempio, l'energia solare catturata sul tetto e i cicli d'acqua del nostro sistema geotermico.

Come consumiamo energia

Energia totale impiegata nei nostri uffici e nell'impianto produttivo



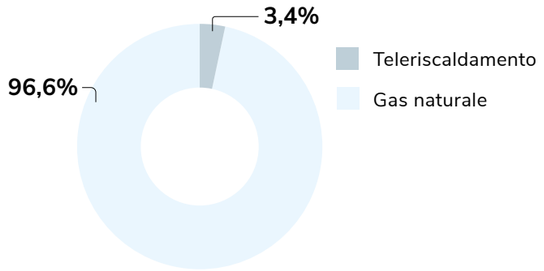
Energia elettrica impiegata nei nostri uffici* e nel nostro impianto produttivo



Il 97,5% dell'energia elettrica utilizzata negli uffici* e nello stabilimento produttivo proviene da fonti rinnovabili. Il restante 2,5% è legato ad alcuni uffici che, ad oggi, non dispongono ancora di un mix energetico interamente rinnovabile.

*Italia, Nord America, Francia, Regno Unito, Paesi Bassi, Messico, Hong Kong, Germania

Energia termica impiegata nei nostri uffici* e nel nostro impianto produttivo



L'utilizzo di energia termica è fondamentale per il nostro processo produttivo, poiché permette di alimentare le fasi di lavorazione essenziali alla produzione. In misura minore, la utilizziamo anche per il riscaldamento degli uffici, limitatamente alle sedi in Italia, Stati Uniti e Francia. Negli altri paesi il riscaldamento degli uffici è alimentato esclusivamente tramite energia elettrica, ad eccezione di Düsseldorf, dove viene utilizzato il teleriscaldamento.

*Italia, Nord America, Francia, Germania

Ulteriori dettagli sull'energia consumata sono disponibili nell'appendice GRI.

L'impianto agrivoltaico in EROC

L'**agrivoltaico** rappresenta una delle frontiere più promettenti tra le energie rinnovabili. Per integrare l'autoproduzione di elettricità rinnovabile con l'agricoltura biologica rigenerativa, installeremo un impianto agrivoltaico sul terreno in cui sorge l'**European Regenerative Organic Center** (EROC, v. pag. 64), con l'intenzione di studiare l'interazione tra i pannelli, il relativo ombreggiamento e la salute del suolo, e di valutarne gli effetti sulle colture.

L'obiettivo è individuare una soluzione tecnologica e strutturale capace di coniugare efficacemente la produzione di energia pulita, l'attività agricola e un design in armonia con il paesaggio, contribuendo al nostro target di 100% energia rinnovabile autoprodotta entro il 2030.

Nel 2024 abbiamo avviato lo **sviluppo di un concept design** coerente con questa visione, attraverso uno studio che analizza le caratteristiche tecniche principali dell'impianto, come l'impatto dell'ombreggiamento sulle coltivazioni, la struttura geologica del terreno e la tipologia di pannelli solari più adatta al contesto.

Obiettivo 2024 raggiunto

Progetto flagship 2030

La carbon footprint di Gruppo

Il calcolo della carbon footprint di organizzazione

La nostra **carbon footprint** totale per l'anno 2024 ammonta a **62.895,8 tonnellate di CO_2eq**, escludendo la fase d'uso dei prodotti, ovvero le emissioni generate durante il loro utilizzo. Abbiamo deciso, in linea con quanto previsto dal **Greenhouse Gas Protocol** (GHG Protocol, standard di riferimento internazionale) per la definizione degli obiettivi SBTi, di non includere le emissioni associate alla **fase d'uso** dei prodotti. Queste emissioni non rientrano infatti sotto il diretto controllo dell'azienda e non è possibile monitorarne con accuratezza eventuali riduzioni, che dipendono principalmente dalle abitudini e dai comportamenti dei clienti finali. Fanno eccezione le emissioni derivanti dall'utilizzo di prodotti spray, come le lacche, per le quali il propellente incluso nella formula genera emissioni dirette in atmosfera.

Nel 2024 le emissioni di scope 1 e 2 rappresentano, insieme, il 2,8% del totale.

anno base SBTi

	2022	**2023**	**2024**
Scope 1 **Emissioni dirette**, relative alle attività sotto il diretto controllo dall'azienda	1.466,7 ton CO_2eq	1.509,4 ton CO_2eq	1.704,3 ton CO_2eq
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_2eq	37,6 ton CO_2eq	79,5 ton CO_2eq
Scope 3 **Emissioni indirette**, provenienti da tutta la catena del valore (fornitori, distributori e clienti finali)	58.231,4 ton CO_2eq	63.383,8 ton CO_2eq	61.112,0 ton CO_2eq
	59.702,1 tonnellate	**64.930,7 tonnellate**	**62.895,8 tonnellate**

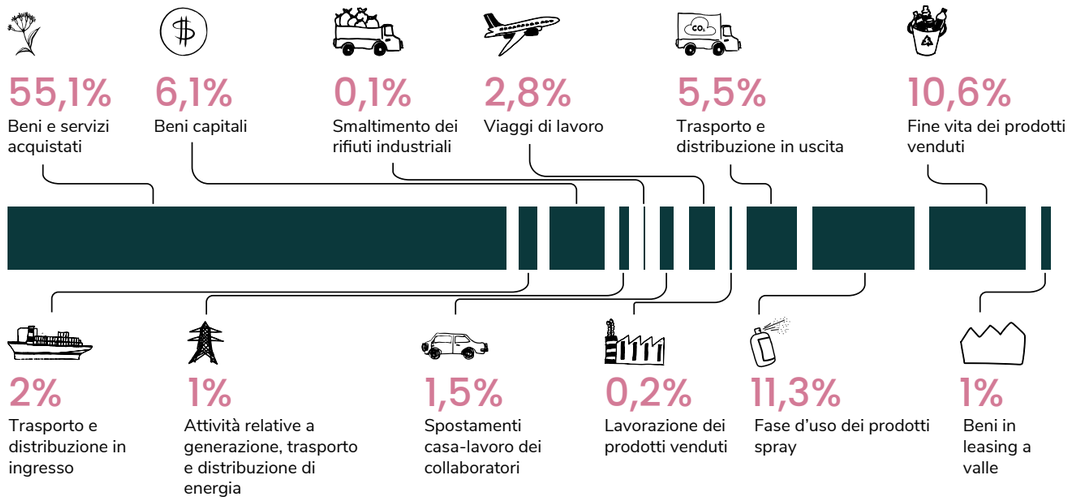
Ulteriori dettagli sul calcolo delle nostre emissioni sono disponibili nell'appendice GRI.

Aggiornamento del calcolo della carbon footprint

A seguito della revisione metodologica richiesta dalla SBTi per l'approvazione dei nostri target di riduzione delle emissioni, abbiamo aggiornato il calcolo della carbon footprint dell'anno 2022, che rappresenta la nostra baseline. In particolare, abbiamo incluso nuove categorie di emissioni precedentemente non considerate, tra cui l'acquisto di servizi, le immobilizzazioni, le forniture per ufficio e data center e lo stoccaggio, e rivisto alcuni criteri di allocazione, migliorando la precisione nella distribuzione delle emissioni tra le varie attività aziendali. Tra queste i viaggi di lavoro, gli spostamenti casa-lavoro, il trasporto.

Questi aggiornamenti hanno avuto un impatto significativo soprattutto sulle emissioni di Scope 3. Di conseguenza, la nostra carbon footprint complessiva per il 2022 è passata da 43.452,9 tonnellate di CO_2eq a 59.702,1 tonnellate. Anche il calcolo delle emissioni per l'anno 2023 è stato rivisto e corretto, a seguito della certificazione ottenuta sull'inventario 2024 (v. pag. 52), allineando la metodologia utilizzata per il 2023 a quella certificata. Il valore di carbon footprint per il 2023 è quindi passato da 35.290,4 tonnellate di CO_2eq a 64.930,7 tonnellate.

Le emissioni di **scope 3** rappresentano il **97,2%** della carbon footprint totale e sono suddivise come segue:

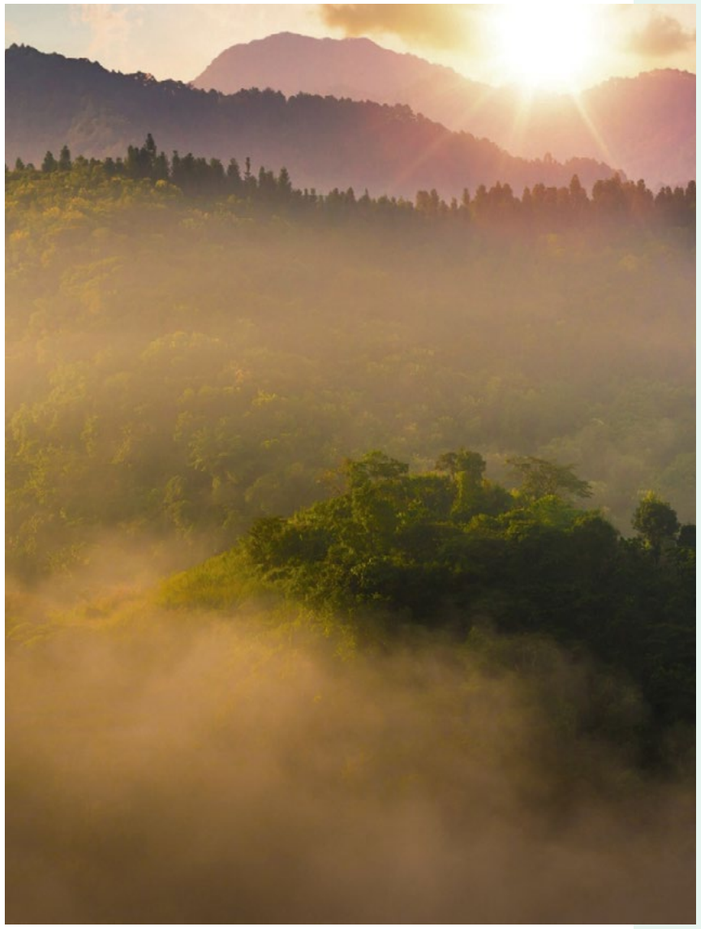


Tra le categorie di emissione più impattanti ci sono l'acquisto di beni e servizi, la distribuzione dei prodotti, le attività collegate al loro smaltimento post consumo e la fase d'uso dei prodotti spray. Queste categorie sono infatti oggetto della nostra roadmap progettuale al 2030 di riduzione delle emissioni.

La certificazione della carbon footprint di organizzazione

Per dare ulteriore solidità e trasparenza al nostro percorso di decarbonizzazione, abbiamo ottenuto, per la prima volta, la **certificazione** della nostra carbon footprint di organizzazione **per l'anno 2024**, in conformità al GHG Protocol Corporate Standard, con garanzia ragionevole. Ciò significa che il processo di verifica ha previsto un livello approfondito di controlli e campionamenti sui dati e sulle informazioni riportate, con un grado di accuratezza tale da fornire un'elevata attendibilità dei risultati. La certificazione è stata rilasciata da **Bureau Veritas**, ente terzo indipendente di comprovata esperienza nel settore delle verifiche ambientali. Questo traguardo si inserisce nel nostro percorso verso la decarbonizzazione, allineato al Corporate Net-Zero Standard (v. pag. 46) di SBTi.

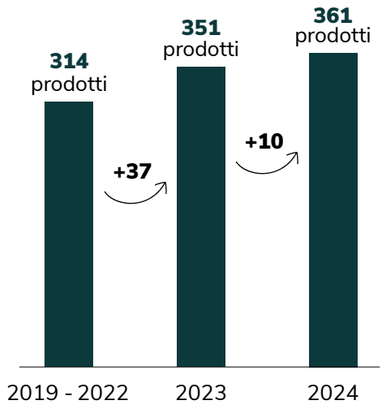
In questo contesto, la solidità del dato certificato è fondamentale per monitorare i progressi verso i nostri target climatici e per comunicare in modo trasparente e responsabile i risultati raggiunti, impegno che l'azienda conferma anche per il 2025 rinnovando la certificazione.



LCA a supporto della carbon footprint di organizzazione

LCA sui nostri prodotti

Utilizziamo l'**analisi LCA** come strumento chiave per valutare l'impatto ambientale complessivo dei nostri prodotti, con l'obiettivo di orientare scelte future verso soluzioni meno impattanti. Tra il 2019 e il 2024 abbiamo condotto l'analisi LCA su un totale di **361 prodotti** dei nostri brand, Davines e [comfort zone]. Nel 2024, la copertura LCA dei prodotti rispetto al fatturato di vendita ha raggiunto il **59,9%** (+1,7% rispetto al 2023).

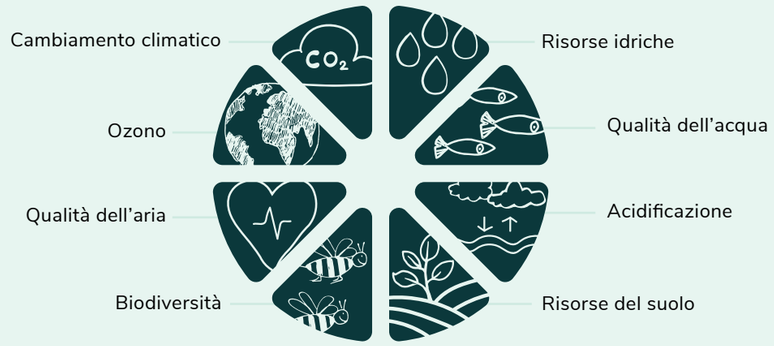


Analisi LCA

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.



Tra tutti i parametri valutati dall'analisi, diamo 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

Fine vita dei prodotti

Fase d'uso dei prodotti

Nel 2024 ci eravamo posti l'obiettivo di consolidare il nostro approccio all'analisi LCA attraverso due azioni: ottenere la certificazione del metodo LCA applicato e completare l'analisi sui nuovi prodotti in lancio, oltre che sulle linee 2023 ancora in fase di valutazione. Come da prassi, l'analisi LCA del packaging è stata effettuata in fase di sviluppo prodotto, sia per le linee 2023 che per quelle 2024, al fine di individuare le soluzioni a minor impatto ambientale. Abbiamo invece sospeso temporaneamente la finalizzazione dell'LCA dell'intero prodotto per le linee 2023, mentre per i nuovi lanci 2024, abbiamo completato l'analisi di 4 prodotti su 6 in lancio, concentrando le risorse sull'impiego dello strumento LCA a supporto di altri progetti legati ai nostri obiettivi ambientali al 2030. Abbiamo infine scelto di non procedere con la certificazione del metodo, ma di avviare il percorso a partire da una **revisione critica dell'LCA**, condotta dall'ente terzo **TÜV SÜD**, su alcuni prodotti della storica linea "Davines Essential Hair Care", che è stata portata a termine con successo.

Obiettivo 2024 in progress

La mitigazione della nostra impronta carbonica

Dal 2018, affianchiamo la nostra strategia di riduzione delle emissioni con il supporto a due **progetti** di riforestazione e agroforestazione **certificati Plan Vivo**: EthioTrees e Scolel'te. Oltre a sequestrare CO_2, questi progetti generano benefici concreti sia per le comunità locali che per la biodiversità dei territori interessati, trasformando la compensazione in un'opportunità di valore reale e duraturo. Tra il 2018 e il 2024, grazie a questi due progetti, abbiamo acquistato un totale di 93.500 **crediti di carbonio** .

EthioTrees

È il progetto di forestazione che supporta la rigenerazione del suolo e delle foreste nella regione settentrionale del Tigray, in **Etiopia**, attraverso il quale nel 2024 abbiamo acquistato 5.000 crediti di carbonio e, cumulativamente dal 2018, **65.000 crediti**. Nel 2024, oltre 1700 famiglie hanno beneficiato direttamente del progetto. Sempre nello stesso anno, EthioTrees ha avviato nella regione un "progetto studenti" volto a incentivare la frequenza scolastica post-conflitto.

Scolel'te

Dal 2021 al 2024, abbiamo supportato questo progetto di imboschimento, rimboschimento e agroforestazione che offre al contempo benefici sociali alle comunità locali, nella regione del Chiapas, in **Messico**. Dal 2021 al 2023, abbiamo acquistato cumulativamente **28.500 crediti** di carbonio, contribuendo alla riforestazione e al recupero di oltre 150 ettari, e supportando attività di formazione su servizi ecosistemici e piani di intervento agroforestali, che hanno coinvolto oltre 300 famiglie in aree marginali.

Nel corso del 2024, abbiamo in parte mitigato la nostra impronta carbonica, **neutralizzando 12.500 tonnellate di CO_2**. Questa quantità è equivalente a circa il **19,9%** del totale delle nostre emissioni del 2024, e si riferisce alle seguenti categorie:

- **Emissioni calcolate di Scope 1 e Scope 2 del Gruppo**, la cui contabilizzazione è certificata secondo il GHG Protocol, pari a 1.788 tonnellate;
- Emissioni stimate per alcune attività della nostra catena del valore come il **ciclo di vita del packaging** dei prodotti venduti e le **spedizioni e-commerce in Italia e Nord America**, pari a 10.712 tonnellate.

Crediti di carbonio

Un credito di carbonio rappresenta la riduzione o la rimozione di una tonnellata di CO_2 dall'atmosfera attraverso progetti ambientali certificati, come riforestazione o rimboschimento. Ogni credito è legato all'anno in cui l'intervento è stato realizzato, ma può essere acquistato e utilizzato anche successivamente 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 CO_2 già presente in atmosfera.

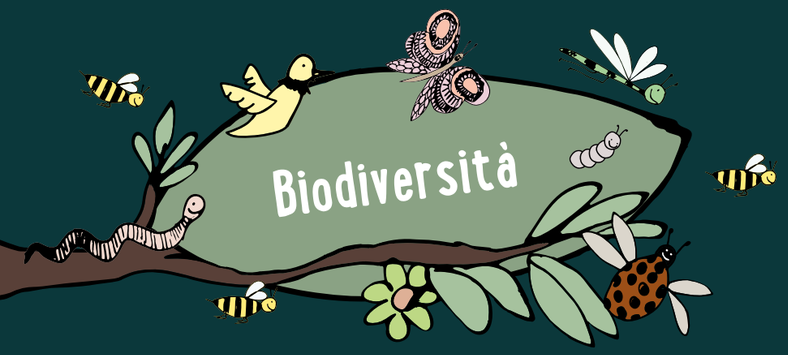
Altri progetti locali di decarbonizzazione

Come parte del nostro impegno nella lotta al cambiamento climatico, contribuiamo attivamente alla decarbonizzazione con azioni sul territorio e collaborazioni strategiche.

Siamo tra i soci fondatori del **Consorzio KilometroVerdeParma**, un progetto concreto e diffuso di riforestazione che punta a creare aree verdi e boschi permanenti a Parma e nella sua provincia. L'idea 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. Da questa prima idea circoscritta, il KilometroVerdeParma si è evoluto e ampliato, diventando il grande progetto di riforestazione che è oggi. In collaborazione con il Consorzio, abbiamo messo a dimora **5.861** piante tra il 2021 e il 2024, di cui **2.171** nei pressi dell'European Regenerative Organic Center (EROC).

KILOMETROVERDEPARMA

A livello urbano, siamo tra i firmatari del **Contratto Climatico di Città**, relativo al Comune di Parma, all'interno **della Missione UE** "100 città intelligenti e a impatto climatico zero entro il 2030". Si tratta di un documento innovativo, frutto di un processo partecipativo che coinvolge istituzioni, associazioni e imprese che si impegnano a raggiungere l'obiettivo di ridurre le emissioni dell'85% entro il 2030, attraverso più di 130 azioni dedicate. In questo scenario, 9 città italiane sono state selezionate dalla Commissione Europea tra 100 città europee. Di queste, Parma è stata la prima città in Italia, insieme a Firenze, a sottoscrivere il Contratto Climatico di Città. Dopo la firma del contratto, è stato definito il percorso del Contratto Climatico di Città, **Parma Carbon Neutral 2030**.
Nel dicembre 2020 abbiamo firmato, insieme al Comune di Parma e altri 9 soggetti tra enti pubblici e privati, l'accordo che ha dato vita all'**Alleanza Territoriale Carbon Neutrality Parma**, affinché il territorio parmense diventi un centro di innovazione in materia di risposta ai cambiamenti climatici, sviluppando progetti specifici per ridurre l'impatto ambientale, e promuovere nuovi modelli di produzione, di consumo e di pianificazione territoriale sostenibili.
Sul piano istituzionale, nel giugno 2022 abbiamo aderito alla **CO_2alizione for Europe**, impegnandoci a integrare la neutralità climatica nel nostro statuto. Questo impegno è stato ufficialmente inserito nel nostro oggetto sociale, rafforzando il nostro impegno e ruolo di **Società Benefit**.



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

Indice | Rigenerare il nostro pianeta | **Biodiversità**

UN IMPEGNO RADICATO NELLA NOSTRA STORIA

Le tappe principali del nostro viaggio

2014

Davines – la divisione haircare del Gruppo – avvia una collaborazione con Slow Food: ogni prodotto della linea Essential Haircare contiene un ingrediente attivo proveniente da un Presidio Slow Food italiano, che salvaguarda la biodiversità e sostiene le aziende agricole familiari.

2018

Con l'inaugurazione del Davines Group Village, viene inaugurato anche il Giardino Scientifico, un luogo di ispirazione e di studio per i nostri ricercatori, che ricopre uno spazio di 3.000 m^2 e in cui le piante sono coltivate secondo i principi dell'agricoltura biologica rigenerativa.

2020

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

2021

Nasce la partnership con il Rodale Institute per dar vita all'European Regenerative Organic Center (EROC), il primo centro europeo dedicato alla ricerca, sperimentazione e formazione sull'**agricoltura biologica rigenerativa**. Inizia la partnership con Plastic Bank, con l'obiettivo di supportare la rimozione della raccolta di rifiuti in plastica dall'ambiente e contribuire al ripristino degli ecosistemi.

2022

Garantiamo l'impegno a supportare la rimozione dall'ambiente di tutta la plastica che immettiamo sul mercato, ogni anno.

2024

Pubblichiamo i nostri target al 2030 sulla biodiversità all'interno del programma "2030: Davines Group Towards Planet Regeneration". Il Gruppo Davines è tra i primi a unirsi al Nature Positive Network. Otteniamo la **certificazione ROC®** per EROC e supportiamo 16 aziende agricole in questo percorso. Per la prima volta, calcoliamo l'impronta del Gruppo relativa all'uso del suolo (land footprint di organizzazione).

Agricoltura biologica rigenerativa

Si rimanda all'approfondimento di pagina 60.

Certificazione ROC®

Si rimanda all'approfondimento di pagina 60.

La nostra visione della biodiversità

Negli anni, il nostro impegno per la biodiversità è evoluto da un approccio conservativo a una visione rigenerativa. Siamo partiti volendo proteggere l'ambiente e la biodiversità, minimizzando l'impronta della nostra attività, fino a giungere al desiderio di andare ancora oltre, consapevoli che limitarsi a preservare non basta più: come Gruppo, ci impegniamo infatti a rigenerare l'ambiente e le comunità che ci circondano.

La nostra è una leadership attiva nella ricerca, nella promozione, e nell'implementazione di buone pratiche agricole e di approvvigionamento, che si manifesta anche nell'incoraggiamento rivolto alla nostra community affinché adotti stili di vita sostenibili.

Il nostro percorso in questo ambito è iniziato nel 2014 con la collaborazione con **Slow Food**, integrando nei prodotti Essential Haircare ingredienti provenienti da Presidi Slow Food italiani. Oggi utilizziamo 12 ingredienti di questi Presidi, contribuendo alla salvaguardia della biodiversità agricola e al sostegno delle piccole aziende agricole familiari.

Nel 2021, in collaborazione con il **Rodale Institute***, abbiamo fondato EROC (European Regenerative Organic Center), il primo centro europeo dedicato alla ricerca, sperimentazione e formazione sull'**agricoltura biologica rigenerativa**.

Situato su un'area di 17 ettari di fronte al Davines Group Village, EROC esplora il potenziale di queste pratiche nel migliorare la salute del suolo, arricchire la biodiversità e sequestrare CO_2 dall'atmosfera, oltre a ridurre il consumo idrico e mitigare i cambiamenti climatici.

La nostra partnership con il Rodale Institute mira, fra le altre cose, alla ricerca di **nuovi ingredienti** naturali, altamente biodegradabili e certificati, oltre a formare gli agricoltori da cui ci approvvigioniamo per questi ingredienti.

Agricoltura biologica rigenerativa

È un sistema di principi e pratiche agricole che mira a migliorare l'ecosistema del suolo. Questo metodo considera l'agricoltura come sistema olistico, senza l'utilizzo di pesticidi ed erbicidi sintetici, e garantisce alti standard di salute del suolo, il benessere degli animali e il rispetto degli agricoltori. Alcuni principi chiave:

Minimo disturbo del suolo

Utilizzo di colture di copertura

Rotazioni colturali

Nessun prodotto chimico

Promozione della biodiversità

*Fondato in Pennsylvania (US) nel 1947, il Rodale Institute ha aperto la strada al movimento biologico rigenerativo attraverso la ricerca, la formazione degli agricoltori e l'educazione dei consumatori dal 1947.
https://rodaleinstitute.org/

I NOSTRI OBIETTIVI FUTURI

Obiettivi al 2030

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 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%

degli ingredienti che e utilizzeremo nelle formule avrà un **ridotto bio-accumulo*** **nell'ambiente**.

5000

tonnellate di rifiuti in plastica raccolte cumulativamente dall'ambiente, fuori dalla nostra catena del valore, attraverso progetti di eco-restoration, a partire dal 2023.

Target 2030

INGREDIENTI EROC

Misureremo l'impronta idrica degli ingredienti coltivati in EROC.

Olio di palma RSPO CSPO Mass Balance

Si rimanda all'approfondimento di pagina 68.

Ingredienti di origine naturale

Si rimanda all'approfondimento di pagina 69.

Ingredienti ROC®

Si rimanda all'approfondimento di pagina 66.

Ingredienti a ridotto bio-accumulo

Si rimanda all'approfondimento di pagina 69.

*In questo calcolo consideriamo acqua e sostanze non organiche e materie prime rapidamente biodegradabili (classificate come tali secondo il metodo OECD).

Obiettivi al 2025

Il nostro team di Ricerca e Innovazione indaga le proprietà delle piante, nuove essenze e ingredienti alla base delle formule professionali. Tra le iniziative più importanti del 2025:

DEFORESTATION-FREE POLICY

Definiremo una policy per comunicare la strategia aziendale relativamente alla tutela della biodiversità e delle foreste.

Trigger action 2030

10

nuovi ingredienti acquistati e utilizzati nelle formule, provenienti da pratiche di **agricoltura biologica rigenerativa** secondo il modello EROC o **certificati ROC®**.

85%

degli ingredienti che e utilizzeremo nelle formule avrà un **ridotto bio-accumulo* nell'ambiente**.

Agricoltura biologica rigenerativa

Si rimanda all'approfondimento di pagina 60.

Ingredienti ROC®

Si rimanda all'approfondimento di pagina 66.

Ingredienti a ridotto bio-accumulo

Si rimanda all'approfondimento di pagina 69.

*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.

Indice | Rigenerare il nostro pianeta | **Biodiversità**

EROC e il Giardino Scientifico costituiscono un'estensione del Laboratorio di Ricerca e Innovazione. Tra le iniziative più importanti che attiveremo nel 2025:

GIARDINO PER GLI IMPOLLINATORI

Realizzeremo uno spazio dedicato in EROC, con un apiario popolato da api mellifere ligustiche (Apis mellifera ligustica).

THE GOOD FARMER AWARD

Realizzeremo l'edizione oltre che in italia anche negli Stati Uniti e porteremo il vincitore 2025 in EROC per un training.
Scopri di più

SALUTE DEL SUOLO

Continueremo a raccogliere dati dagli esperimenti scientifici condotti all'interno di EROC, valutando il potenziale dell'agricoltura biologica rigenerativa rispetto a quella intensiva.

LIVELLO DI BIODIVERSITÀ

Misureremo il livello di biodiversità di EROC tramite uno studio sui lepidotteri notturni e diurni presenti al Davines Group Village, per delineare il profilo ecologico dell'area.

Progetti flagship 2030

PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE

Pubblicheremo il primo articolo del team di ricerca di EROC su una rivista internazionale, illustrando i vantaggi dell'agricoltura biologica rigenerativa sui servizi ecosistemici dei suoli agricoli.

CONSULENZE EROC

Organizzeremo e porteremo a termine almeno una consulenza tecnico-scientifica sull'agricoltura biologica rigenerativa e sulla certificazione ROC® per aziende agricole interessate in Italia.

I NOSTRI RISULTATI

EROC

Nel 2021, grazie alla partnership con l'organizzazione non profit Rodale Institute negli USA, abbiamo dato vita all'**European Regenerative Organic Center (EROC)**, il primo centro europeo di ricerca, sperimentazione e formazione nel campo dell'agricoltura biologica rigenerativa che sorge a Parma, di fronte al Davines Group Village.

Con il progetto EROC ci poniamo **5 obiettivi fondamentali:**

1. Rappresentare il primo centro europeo di ricerca, educazione e divulgazione sull'agricoltura biologica rigenerativa;
2. Ricercare e identificare nuovi ingredienti attivi biologici e performanti per l'industria cosmetica;
3. Promuovere la ricerca su temi come la fissazione del carbonio nel suolo, la biodiversità e la riduzione del consumo idrico;
4. Educare gli agricoltori e il pubblico sui principi dell'agricoltura biologica rigenerativa;
5. Promuovere uno standard di certificazione più alto nella produzione di ingredienti attivi biologici.

All'interno di EROC conduciamo diversi esperimenti, anche a supporto di altre aziende, con l'obiettivo di dimostrare i benefici delle pratiche biologiche rigenerative rispetto a quelle convenzionali.

Con i primi **due esperimenti scientifici** sul campo - effettuati su nove tipologie di colture - abbiamo iniziato ad osservare se queste pratiche migliorino la qualità del suolo, favoriscano la biodiversità, sostengano il funzionamento dell'ecosistema e contribuiscano ad arricchire di nutrienti i prodotti coltivati. In particolare, il secondo esperimento "**Il Bello e il Buono**" è stato realizzato in collaborazione con il Gruppo Barilla, per mettere a confronto i due diversi approcci agricoli su coltivazioni di cereali e legumi per l'industria alimentare, come il grano tenero, il grano duro e il cece, e piante aromatiche e medicinali destinate alla produzione di essenze utilizzate dall'industria cosmetica, come la melissa, la calendula e la lavanda.

Nel 2024 abbiamo raggiunto con successo l'obiettivo di realizzare un **nuovo esperimento** in collaborazione con un **partner internazionale**, sempre con l'intento di confrontare l'impatto di pratiche biologiche rigenerative rispetto a quelle convenzionali sulla salute del suolo e delle piante. I risultati di questi studi saranno condivisi a partire dal 2025.

Coerentemente con l'impegno sulla ricerca di **nuovi ingredienti** da pratiche agricole biologiche rigenerative, nel 2024 abbiamo raggiunto con successo l'obiettivo di ottenere la **certificazione ROC®** per EROC, e supportato **16 aziende agricole** nell'ottenimento della medesima certificazione attraverso il finanziamento di parte delle spese e offrendo supporto tecnico nelle prime fasi, fino al passaggio di competenze all'ente certificatore.

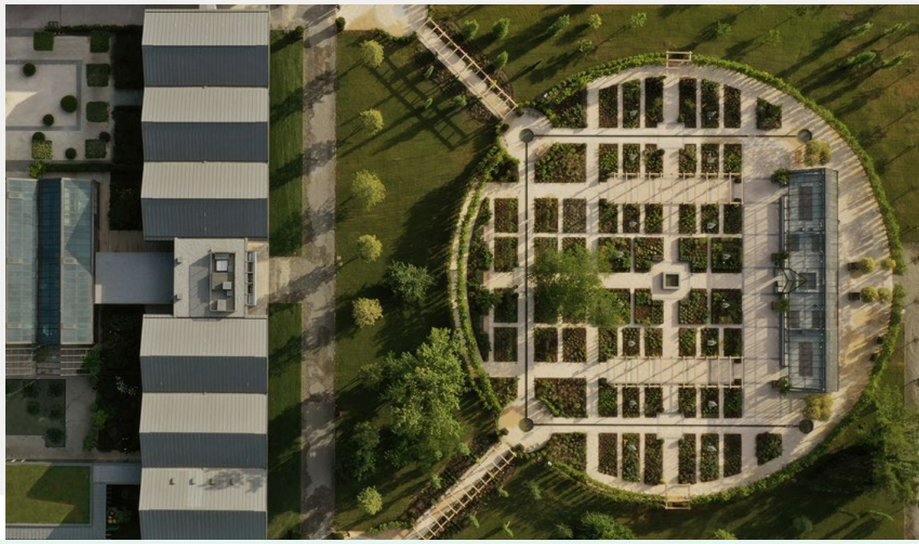
Regenerative Organic Certified®

Obiettivi 2024 raggiunti

Il Nostro Giardino Scientifico

Oltre a EROC, la nostra sede di Parma ospita un Giardino Scientifico di **3.000 metri quadrati,** una 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 ispirarsi reciprocamente, 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.



Certificazione ROC®

Si rimanda all'approfondimento di pagina 66.

Dalla natura, gli ingredienti per le nostre formule sostenibili

Ingredienti certificati ROC®

Il nostro impegno attuale si focalizza sulla ricerca, sperimentazione e impiego di ingredienti derivati da pratiche di agricoltura biologica rigenerativa, con una particolare attenzione a quelli certificati **ROC® – Regenerative Organic Certified**.

Coerentemente con questo impegno, abbiamo studiato in laboratorio e validato 21 ingredienti ROC® per l'utilizzo nelle nostre formule - superando l'obiettivo prefissato a inizio anno di 8 ingredienti validati -, di cui 7 sono già presenti a fine 2024.

Obiettivo 2024 raggiunto

Certificazione ROC®

Questa certificazione attesta che un prodotto agricolo è coltivato secondo i più alti standard in termini di sostenibilità ambientale, benessere animale ed equità sociale, e si basa su una certificazione biologica preesistente e sull'adozione di pratiche di agricoltura rigenerativa.

Tra il 2023 ed il 2024:

7
ingredienti ROC® nelle nostre formule

21
ingredienti ROC® validati per le nostre formule

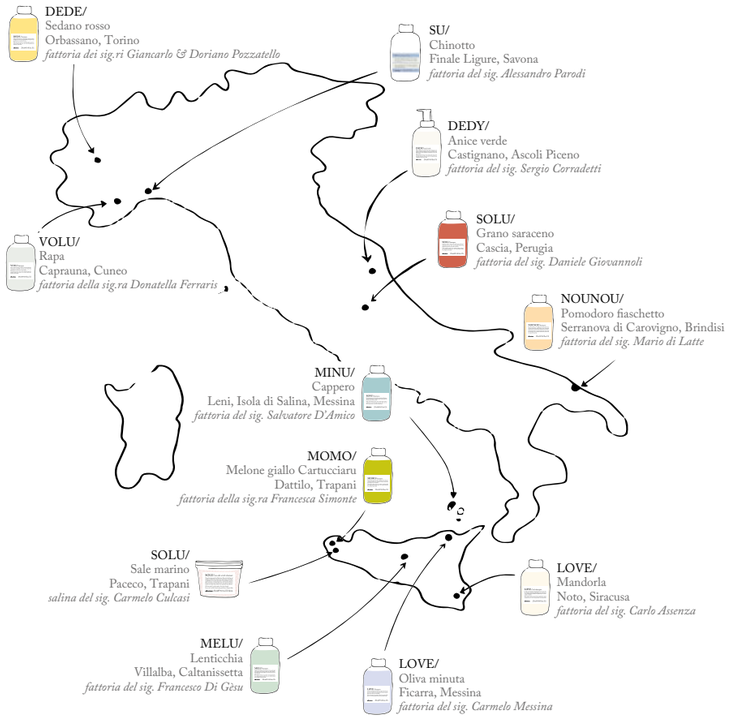
Indice | Rigenerare il nostro pianeta | **Biodiversità**

Achillea millefoglie

L'estratto di achillea bianca è il primo ingrediente utilizzato nelle nostre formule interamente coltivato presso EROC. Questo ingrediente è stato utilizzato all'interno della hair and body wash di Davines e [comfort zone], un prodotto manifesto sviluppato con lo scopo di rappresentare i benefici dell'agricoltura biologica rigenerativa.

Ingredienti Slow Food e certificazioni sociali e ambientali

Questo percorso si affianca all'impegno avviato nel 2014 a favore della tutela della biodiversità italiana, attraverso **l'utilizzo di 12 ingredienti** provenienti da Presìdi Slow Food utilizzati nella linea iconica **Davines Essential Hair Care**, scelti per valorizzare colture locali e sostenere le comunità agricole che le custodiscono.



Slow Food

A rafforzare ulteriormente queste scelte, le nostre formule contengono oggi il **43,2%** 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. All'interno di questo impegno, gli ingredienti derivati da olio di palma certificati secondo lo standard RSPO CSPO Mass Balance rappresentano il 71% del totale degli ingredienti derivati da olio di palma, contribuendo così a una produzione più sostenibile e tracciata lungo tutta la filiera.

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: 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".

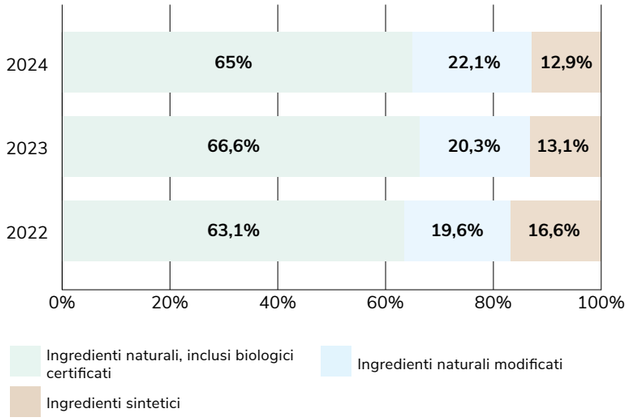
*Dati calcolati sulla base dei kg di materie prime acquistati. Gli indicatori relativi alle formule escludono gli ingredienti dei prodotti realizzati al di fuori del nostro stabilimento, i full-service.

Naturalità e minor bioaccumulo degli ingredienti

Da anni, inoltre, lavoriamo per formulare prodotti che tutelino attivamente l'ambiente, aumentando la percentuale di **ingredienti di origine naturale** e privilegiando sostanze a ridotto **bioaccumulo nell'ambiente**. L'obiettivo è sviluppare formule sempre più responsabili, che non solo siano efficaci e sicure per le persone, ma anche per gli ecosistemi.

87,1%

degli ingredienti* è di **derivazione naturale**



Ingredienti di derivazione naturale

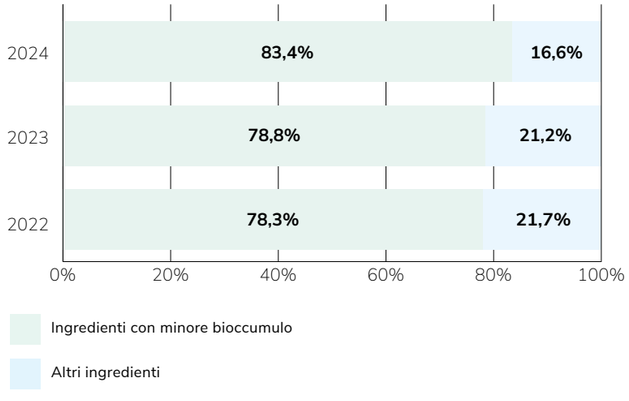
I nostri ingredienti di derivazione naturale comprendono:

- Ingredienti naturali inclusi biologici certificati: derivati esclusivamente da fonti naturali o naturali biologiche.
- Ingredienti naturali modificati: combinazione di sostanze naturali e sintetiche.

A differenza degli ingredienti naturali, quelli sintetici sono ottenuti in laboratorio tramite processi chimici.

83,4%

degli ingredienti* contribuisce a un **minore bioaccumulo nell'ambiente**



Ingredienti con minore 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.

La land footprint di Gruppo

Nel 2024 abbiamo condotto un'analisi per comprendere meglio il nostro impatto sull'uso del suolo lungo tutta la nostra catena di fornitura e nelle nostre operazioni dirette presso la sede di Parma.

Trigger action 2030

In una prima fase, sono stati valutati due aspetti principali: **quanto suolo viene occupato** per le nostre attività e **quanto suolo naturale viene trasformato** per produrre le **materie prime** che utilizziamo, ad esempio attraverso fenomeni come la deforestazione.

Oltre a mappare e stimare la quantità di suolo occupato e la perdita di copertura forestale per le nostre operazioni dirette e per ciascuna nostra catena di fornitura, è stata poi considerata la **vulnerabilità ecologica locale** e lo **stato di salute degli ecosistemi** dove operiamo e dove vengono prodotte le nostre materie prime. Un ambiente degradato, infatti, può diventare meno capace di offrire le risorse e i servizi naturali fondamentali anche per le attività produttive.
Sulla base dei risultati, abbiamo definito una lista di priorità su cui concentrare le nostre azioni future per ridurre l'impatto ambientale legato all'uso del suolo.
L'analisi è stata condotta con il supporto di una società esterna, adattando alla realtà Davines Group il metodo Science Based Targets Network (SBTN) e utilizzando lo strumento Biodiversity Risk Filter sviluppato dal WWF.

Risultati dell'analisi

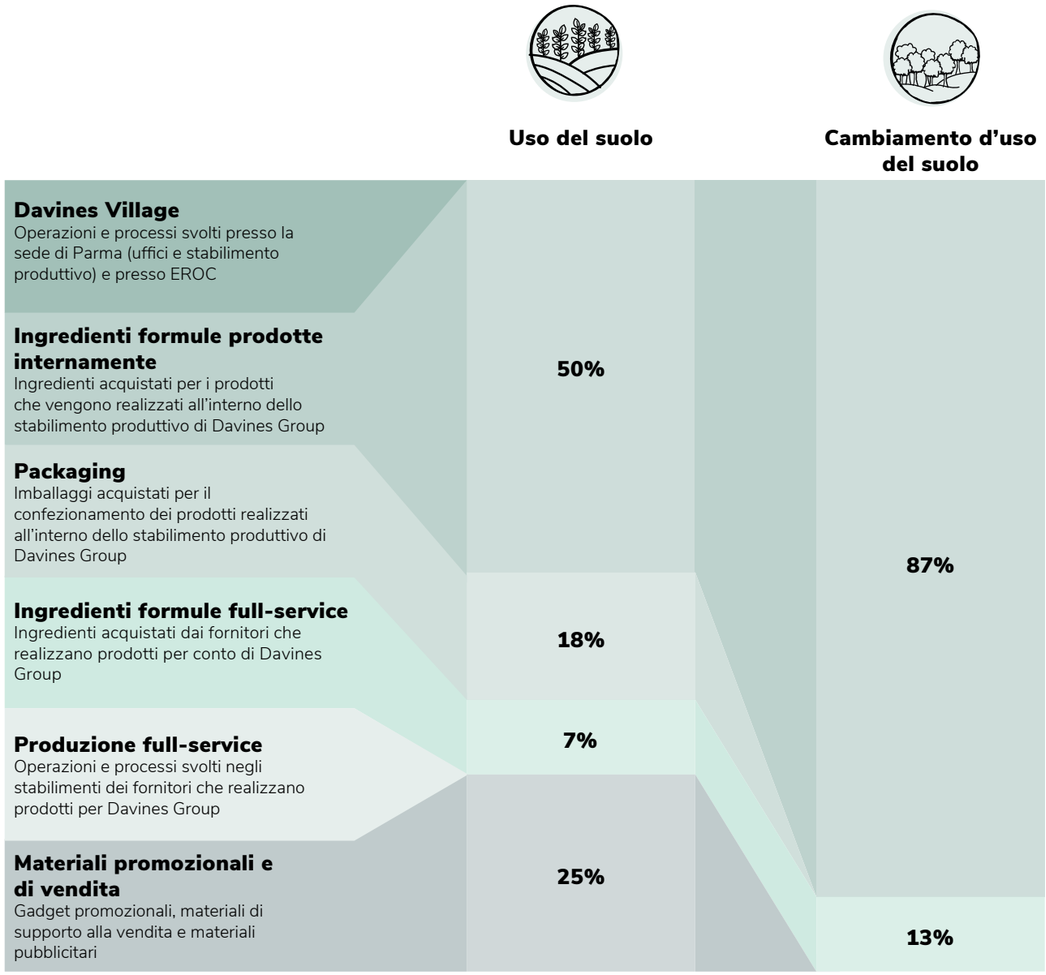
Uso del suolo: indica il modo in cui un'area terrestre viene utilizzata dall'uomo, ad esempio per agricoltura, silvicoltura o urbanizzazione. Rappresenta un indicatore chiave nella gestione ambientale e nella valutazione degli impatti ecologici. È espresso in termini di metri quadrati di superficie occupati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

Materie prime

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 diverse metodologie:

- Gli ingredienti, il packaging e gli imballaggi logistici sono analizzati secondo un approccio mass-based, in cui l'impatto è calcolato in base alla quantità fisica (espressa in kg o tonnellate) dei materiali utilizzati.
- Tutte le altre categorie sono analizzate secondo un approccio spend-based, in cui l'impatto è calcolato in base al denaro speso per i beni acquistati. Questa metodologia è applicata quando mancano dati fisici sui materiali.



Questo primo esercizio di calcolo della land footprint rappresenta un passo importante per approfondire la **comprensione del nostro impatto ambientale**, in particolare in relazione all'uso del suolo e alla biodiversità.
L'analisi ha evidenziato che una quota significativa del **cambiamento d'uso del suolo** è legata all'approvvigionamento di **ingredienti di origine naturale**. Consapevoli di questa sfida, stiamo investendo con determinazione **nell'agricoltura biologica rigenerativa**, promuovendo pratiche agricole che migliorino la salute del suolo e rafforzino gli ecosistemi coinvolti. Questi ingredienti risultano associati anche alla maggior parte della **suolo utilizzato**. È però importante distinguere tra superficie convertita – trasformata da ecosistemi integri a uso agricolo – e superficie agricola già esistente: nel primo caso stimiamo circa **3.140 m²,** nel secondo **quasi 10.170.000 m²**.
Oltre agli ingredienti per formule e packaging, anche **materiali di vendita e gadget promozionali** contribuiscono al **consumo di suolo**. Per quest'ultima categoria, così come per i prodotti full service, non è stato possibile effettuare una stima basata sull'approccio mass-based - che calcola l'impatto in funzione della quantità fisica di materiali acquistati - poiché i nostri prodotti finiti sono realizzati da fornitori terzi. Per questo motivo, abbiamo adottato una stima basata sull'approccio spend-based, ovvero fondata sul valore economico degli acquisti.
Siamo consapevoli che i dati ottenuti in questo modo non rappresentano necessariamente un impatto diretto o reale in termini assoluti, ma offrono comunque un'indicazione utile per stimolare riflessioni e approfondimenti futuri.

Formazione ed advocacy sull'agricoltura biologica rigenerativa, a tutela della biodiversità

Dal 2021 promuoviamo attivamente la diffusione dell'agricoltura biologica rigenerativa, attraverso 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 2024, abbiamo confermato e rafforzato il nostro impegno nella divulgazione e formazione sui temi dell'agricoltura biologica rigenerativa, ospitando oltre **4.000 persone** in EROC, tra aziende private, partner e istituzioni pubbliche. Il Centro ha poi ottenuto ampia visibilità mediatica, con oltre **900 articoli** pubblicati su testate cartacee e online. **Dario Fornara**, il nostro Direttore di Ricerca del progetto EROC, insieme al suo team, ha condiviso l'esperienza del progetto in diverse conferenze nazionali e internazionali, tra cui gli **Stati Generali della Green Economy** durante **Ecomondo** (Rimini), **ChangeNow** (Parigi), il più grande evento mondiale dedicato alle soluzioni per il pianeta, **Biofach** (Norimberga), la più importante fiera mondiale del biologico, **TEDxVarese** e il **Green Economy Festival** (Parma).

Obiettivo 2024 raggiunto

Il 28 e 29 maggio 2024 abbiamo inoltre svolto, presso EROC, il primo **Corso Introduttivo all'Agricoltura Biologica Rigenerativa** rivolto a 12 ispettori ICEA - uno dei principali enti italiani per il controllo e la certificazione del biologico, accreditato a livello europeo - durante il quale sono state approfondite le pratiche agronomiche rigenerative, la salute del suolo e il processo di certificazione ROC®, creando un'importante sinergia con uno dei principali enti di controllo biologico in Italia per promuovere anche nel nostro Paese uno standard che va oltre il biologico, verso il biologico rigenerativo.

Nel 2024 abbiamo anche presentato due domande di finanziamento: il Progetto **LIFE ENVIRONMENT UE**, del valore di oltre 1 milione di euro, finalizzato allo sviluppo e alla diffusione di pratiche agricole rigenerative su larga scala, e il Progetto "**SRG01 - Sostegno ai Gruppi Operativi PEI AGRI**" della Regione Emilia-Romagna, del valore di 180.000 euro, mirato a sostenere sperimentazioni e progetti innovativi sul campo in collaborazione con agricoltori locali.

400+
visite in EROC,
più di 4.000 persone tra aziende private, partner ed enti pubblici

900+
articoli su EROC

1
corso sull'agricoltura biologica rigenerativa organizzato

Indice | Rigenerare il nostro pianeta | **Biodiversità**

The Good Farmer Award

Lanciato nel 2024 in collaborazione con la Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile, il premio The Good Farmer Award è il primo riconoscimento italiano per giovani **agricoltori under 35** che abbracciano pratiche ispirate ai principi fondamentali dell'agroecologia e dell'**agricoltura biologica rigenerativa**. Oltre a supportare progetti innovativi, il premio rafforza il nostro impegno nella transizione ecologica delle filiere agroalimentari, promuovendo un'agricoltura capace di coniugare redditività e rispetto degli ecosistemi.

Il premio è destinato ad agricoltori che dimostrano di applicare **almeno tre** delle strategie produttive coerenti con l'agricoltura biologica rigenerativa. Dopo un'attenta selezione da parte di esperti, **due vincitori** hanno ricevuto 10.000 euro ciascuno per sviluppare ulteriormente le loro pratiche rigenerative e continuare a generare un impatto positivo sulla terra e sulle loro comunità.

Progetto flagship 2030

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 (v. pag. 80). Come Gruppo siamo però consapevoli che gli imballaggi possono generare impatti anche al di fuori della nostra filiera, soprattutto se non vengono correttamente smaltiti o riciclati e finiscono nell’ambiente.
Per questo, dal 2021 collaboriamo con **Plastic Bank**, un’organizzazione che supporta il recupero di rifiuti di plastica dall’ambiente prima che possano finire negli oceani. Grazie a questa partnership, dal 2022 per ogni prodotto venduto dal Gruppo Davines, viene supportata la raccolta e rimossa una quantità equivalente di rifiuti in plastica dalle coste di Brasile, Filippine, Indonesia e, dal 2024, Thailandia.

Nel 2024 grazie a questa partnership abbiamo supportato la raccolta di **866,14 tonnellate di rifiuti in plastica**, raggiungendo l’obiettivo di sostenere la raccolta di rifiuti plastici n quantità equivalente ai nostri packaging in plastica.

Obiettivo 2024 raggiunto

La plastica recuperata non viene solo sottratta all’ambiente, ma viene anche riciclata e trasformata per essere reintegrata nei cicli produttivi e negli imballaggi, promuovendo un modello di **economia circolare**.

L’impresa Plastic Bank contribuisce anche a migliorare le condizioni di vita delle comunità locali vulnerabili: la raccolta di rifiuti in plastica permette infatti di integrare il reddito percepito delle persone, facilitando l’accesso a beni di prima necessità, cibo, carburante e servizi essenziali come istruzione, sanità e connettività digitale.

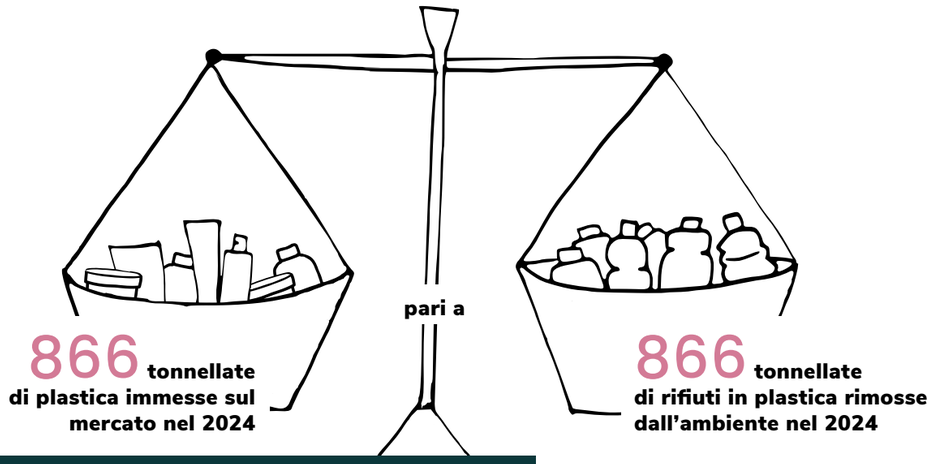
Attraverso l’impegno con Plastic Bank, dal 2021 al 2024 abbiamo supportato 5185 persone e le loro famiglie, rafforzando così il nostro contributo verso un modello di crescita rigenerativa, che crea valore ambientale e sociale anche al di fuori della nostra catena del valore.

2021	2022	2023	2024
Plastica rimossa: 100 tonnellate	Plastica rimossa: 779 tonnellate	Plastica rimossa: 823 tonnellate	Plastica rimossa: 866 tonnellate

Dal 2021 al 2024, sono state rimosse dall’ambiente

2568

tonnellate di plastica



Facciamo del nostro meglio per ridurre il nostro impatto ambientale, con la convinzione che, se tutte le aziende nel mondo si impegnassero a raccogliere una quantità di plastica pari a quella che immettono sul mercato, la plastica dispersa nell’ambiente potrebbe essere completamente eliminata.

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

Indice | Rigenerare il nostro pianeta | **Circolarità**

UN IMPEGNO RADICATO NELLA NOSTRA STORIA

Le tappe principali del nostro viaggio

2007

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

2011

Nasce la nostra Carta di Ricerca sul Packaging, la guida del Gruppo per orientarsi verso lo sviluppo di packaging a ridotto impatto ambientale, aggiornata l'ultima volta nel 2023.

Riceviamo il primo riconoscimento per l'ecodesign con lo shampoo Essential Hair Care di Davines, premiato per il risparmio di materia prima del suo packaging. Da allora, continuiamo a distinguerci ogni anno per soluzioni d'imballaggio all'avanguardia (v. pag. 82).

2016

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

2022

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

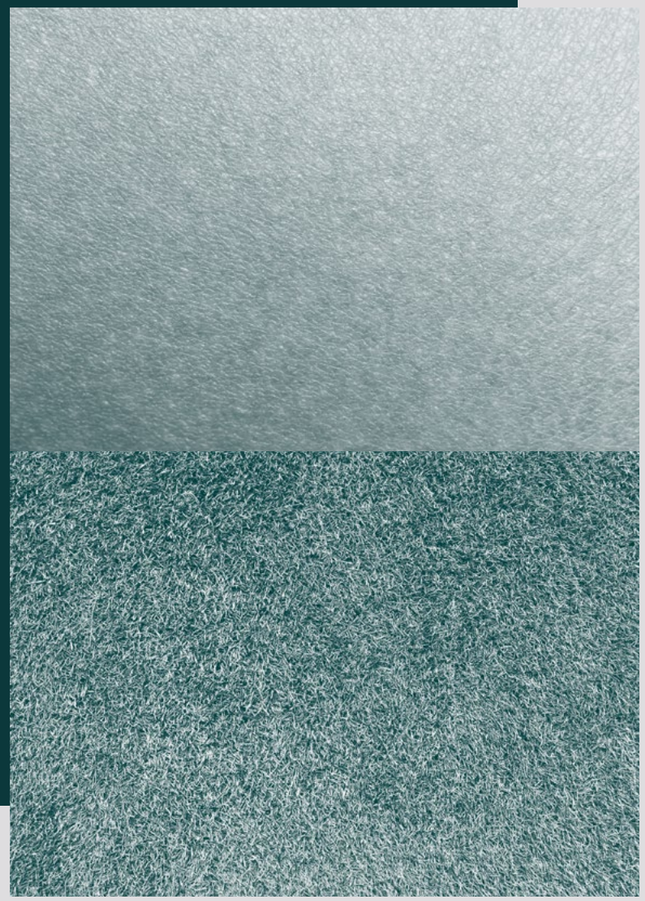
2024

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

La nostra visione della circolarità

Per il nostro Gruppo, la circolarità è una leva fondamentale per ridurre l'impatto ambientale lungo l'intero ciclo di vita dei nostri prodotti. Progettiamo i packaging ispirandoci ai principi dell'**ecodesign**, che orientano ogni scelta in ottica di riduzione degli impatti: dalla selezione di materiali più sostenibili, all'alleggerimento del peso, fino alla semplificazione della struttura per facilitarne il riciclo. In particolare, portiamo avanti l'impegno nella riduzione dell'utilizzo di plastica vergine, carta non riciclata e materiali che non provengono da una filiera tracciata, sostituendoli 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, abbiamo avviato una collaborazione con Plastic Bank, un'impresa sociale attiva in Paesi dove i sistemi di riciclo dei rifiuti sono carenti o assenti (v. pag. 74).



I NOSTRI OBIETTIVI FUTURI

Obiettivi al 2030

<10%

di plastica vergine fossile nel packaging (considerando il totale del peso degli **imballaggi primari, secondari e terziari** acquistati).

100%

dell'alluminio acquistato per il packaging dei nostri prodotti dovrà essere riciclato.

100%

di carta e cartone acquistati per il packaging dei prodotti dovranno essere riciclati.

Target 2030

I target considerano sia la produzione interna all'azienda che i full service (cioè i prodotti confezionati al di fuori dell'azienda).

Obiettivi al 2025

< 36%

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).

95%

di carta e cartone utilizzata per il packaging dei prodotti* 100% riciclata.

60%

di alluminio riciclato con **approccio Mass Balance**** acquistato per il packaging dei prodotti*.

INDICE DI CIRCOLARITÀ

Misureremo il livello di circolarità, sia a livello di prodotto che di organizzazione, secondo i criteri definiti dallo standard internazionale ISO 59000.

Trigger action 2030

Packaging primario, secondario e terziario

Packaging primario

È l'imballaggio a diretto contatto con la formula, pensato per costituire l'unità di vendita destinata al consumatore finale. In pratica, è la confezione che contiene il prodotto pronto all'uso o al consumo.

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.

Approccio Mass Balance

Una catena di fornitura gestita con un approccio Mass Balance è un sistema di tracciabilità della filiera che consente di utilizzare materiali certificati, come plastica o alluminio da riciclo o da fonti alternative, anche se mescolati fisicamente con materiali convenzionali durante la produzione.
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.

*Dati calcolati in base ai kg di imballaggi dello stesso materiale acquistati, includendo sia la produzione interna all'azienda sia quanto prodotto e confezionato al di fuori dello stabilimento produttivo (full-service).

**Gli scarti di alluminio post-consumo sono attribuiti ai nostri packaging attraverso l'approccio del Mass Balance. Questo metodo si basa su dichiarazioni certificate dei fornitori, conformi alla norma ISO 22095:2020 "Chain of custody - General terminology and models", che garantisce che il contenuto riciclato sia tracciato in modo documentato e allocato in maniera proporzionale.

I NOSTRI RISULTATI

L'ecodesign al centro della nostra Carta di Ricerca sul Packaging

Il packaging sostenibile è una delle leve principali nella strategia di economia circolare del nostro Gruppo. La nostra **Carta di Ricerca sul Packaging**, redatta nel 2011 e aggiornata l'ultima volta nel 2023, racchiude i **principi di ecodesign** con l'obiettivo di garantire che ogni packaging sia progettato per essere riutilizzabile e riciclabile, riducendone così 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**, uno strumento che ci permette di valutare in modo oggettivo l'impatto ambientale delle diverse opzioni di packaging e delle materie prime. Grazie a questa metodologia, è possibile identificare le soluzioni più sostenibili e orientare lo sviluppo verso alternative che minimizzino l'impronta ambientale complessiva.

I principi di ecodesign a cui ci ispiriamo

1 **Utilizziamo meno materiale**:
progettiamo packaging più leggero mantenendone le caratteristiche di sicurezza e funzionalità;

2 **Semplifichiamo il design:**
riduciamo i componenti superflui;

3 **Preferiamo materiali riciclati o da fonti rinnovabili:**
stiamo progressivamente abbandonando l'uso di materiali vergini, per ridurre ulteriormente l'impatto sull'ambiente;

4 **Facilitiamo il riciclo:**
ad esempio, prediligendo soluzioni mono-materiale

5 **Favoriamo il riuso,**
attraverso soluzioni refill o ricariche;

6 **Ottimizziamo gli spazi per la distribuzione logistica:**
in questo modo riusciamo ad efficientare il numero di prodotti trasportati e le conseguenti emissioni di CO_2.

Analisi LCA

Si rimanda all'approfondimento di pagina 53.

Applicazione dei principi di ecodesign nei nostri packaging

Dal 2010 al 2024 abbiamo riprogettato e revisionato **oltre 45 packaging**, applicando i principi di ecodesign. Gli interventi hanno riguardato il passaggio all'utilizzo di materiali a minore impatto, per esempio sostituendo plastica vergine con materiali riciclati o bio-based, l'eliminazione di componenti non essenziali, la riduzione del peso complessivo e l'introduzione di soluzioni refill, che riguardano sia il packaging primario sia quello secondario.

Parallelamente, ogni anno ottimizziamo progressivamente anche gli **imballaggi terziari** - esclusi pallet e materiali di stabilizzazione del carico - delle diverse linee di prodotto.

Prodotti riprogettati nel 2024:

Hydramemory Rich Sorbet Cream

Abbiamo riprogettato questa confezione per renderla riutilizzabile attraverso l'acquisto di una **ricarica**. Il vaso in vetro e il tappo possono infatti continuare a essere utilizzati, sostituendo la sola ricarica interna in plastica.

- -13%* circa
- -12%* circa
- -10%* circa

[comfort zone]

Essential Haircare refill

Gli shampoo delle cinque famiglie dell'iconica linea Davines Essential Haircare - NOUNOU, MINU, LOVE SMOOTHING, LOVE CURL e MOMO - sono stati progettati anche in formato **ricarica**, con pouches da 500 ml. L'utilizzo di questo packaging riduce l'uso di plastica del **74%** rispetto all'utilizzo di due flaconi da 250 ml, permettendo così anche una riduzione delle emissioni di CO_2 associate alla produzione dei materiali e degli imballaggi, al trasporto del prodotto finito, e allo smaltimento.

- -74%* plastica rispetto a due flaconi da 250 ml

davines

SKIN REGIMEN LX

I tubi utilizzati nel rilancio della linea Skin Regimen Lx di [comfort zone] sono realizzati in 100% **alluminio riciclato** gestito con approccio Mass Balance, sostituendo completamente l'alluminio vergine.

- 100% alluminio riciclato mass-balance

[comfort zone]

- Riduzione di materiale utilizzato
- Riduzione delle emissioni
- Riduzione del consumo di acqua

*Le riduzioni sono calcolate confrontando l'acquisto di un nuovo flacone o vaso ricaricabile e una ricarica, con quello di di due vecchi flaconi non ricaricabili. Fonte dati: CONAI.

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

SU/ Hair Milk
135 ml

davines

Premiato grazie all'utilizzo di materiale riciclato (plastica)

ecoPACK

98%* plastica riciclata (R-PET)

-15%* circa

+10%* circa

Sublime Skin Cream
60 ml

[comfort zone]

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

ecoPACK

- 16%* circa

-24%* circa

-25%* circa

2023

Sublime Skin Intensive Serum
30 ml

[comfort zone]

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

ecoPACK

+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

Hydramemory Rich Sorbet Cream
50 ml

[comfort zone]

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

ecoPACK

OSCAR DELL'IMBALLAGGIO BEST PACKAGING 2024

-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

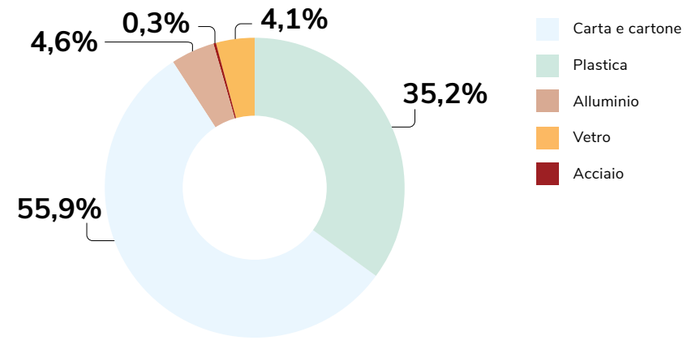
Emissioni

Consumo di acqua

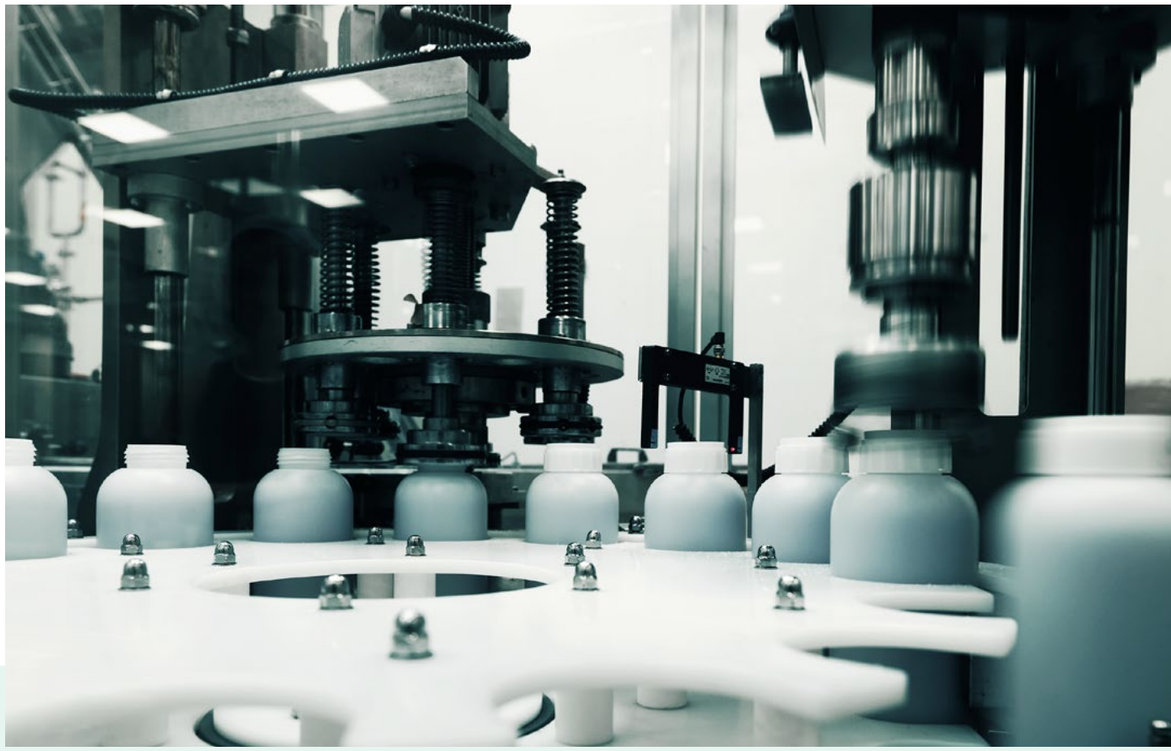
*Le riduzioni sono calcolate confrontando l'acquisto di un flacone ricaricabile e una ricarica con quello di due confezioni tradizionali non ricaricabili. La fonte dei dati relativi alle riduzioni di risorse, emissioni e consumo di acqua deriva dal CONAI.

Di cosa sono fatti i nostri packaging

Scomposizione dei materiali utilizzati nel 2024



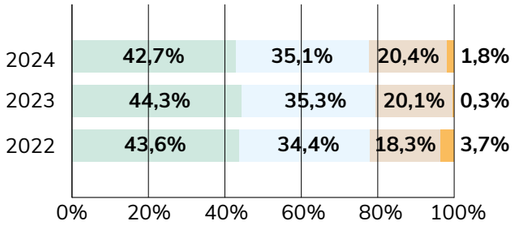
Tutti gli indicatori riportati nei grafici seguenti si riferiscono alla **quantità di packaging primario, secondario e terziario acquistato** - esclusi pallet e materiali di stabilizzazione del carico - e riguardano sia i prodotti realizzati internamente, sia quelli realizzati presso fornitori esterni (full service).



Packaging primario, secondario e terziario

Si rimanda all'approfondimento di pagina 79.

Packaging in plastica



Tra il 2023 e il 2024 abbiamo ridotto dell'1,6% l'impiego di plastica vergine grazie al lancio di una nuova linea, disponibile dal 2025, con l'uso esclusivo di plastica **bio-circular Mass Balance**, **certificata ISCC Plus**. Con questo risultato, abbiamo quasi raggiunto l'obiettivo di riduzione che ci eravamo posti per il 2024 (2%).

Obiettivo 2024 in progress

Questo trend conferma il nostro impegno verso l'abbandono della plastica vergine fossile con materiali alternativi a minore impatto ambientale, come la **plastica post consumo riciclata meccanicamente** e la **plastica bio-based da fonti rinnovabili**.

Progetto flagship 2030

*La certificazione ISCC Plus è stata ottenuta nel 2024. Di conseguenza, questo tipo di plastica non risultava ancora certificato nel 2023 e nel 2022.

Tipologie di plastica alternativa a quella vergine fossile

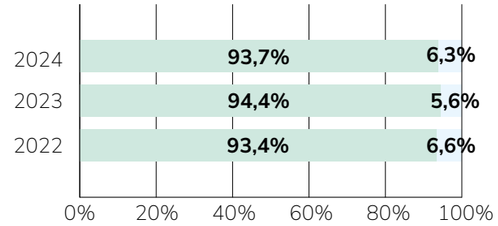
Plastica post-consumo riciclata meccanicamente: ottenuta tramite un processo fisico di raccolta, pulizia e trasformazione di rifiuti plastici in nuova plastica, che mantiene la struttura chimica originale del materiale.

Plastica bio-based da fonti rinnovabili: prodotta da materie prime biologiche e rinnovabili come canna da zucchero e oli vegetali, invece che da risorse fossili come il petrolio, con caratteristiche simili alle plastiche tradizionali.

La plastica bio-circular mass-balance ISCC Plus: nel 2024, il Gruppo Davines 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 ad esempio l'olio da cucina esausto) per specifiche soluzioni di packaging. Secondo l'approccio Mass Balance previsto dalla certificazione ISCC PLUS, le materie prime bio-circular e quelle vergini vengono fisicamente mescolate, ma la quota di materiale bio-circular viene attribuita contabilmente e tracciata lungo una catena di custodia certificata e trasparente.
Il Gruppo utilizza plastica bio-circular per ridurre la dipendenza da fonti fossili e promuovere alternative rinnovabili, adottando l'approccio Mass Balance per incentivare la domanda di materiali di origine biologica.

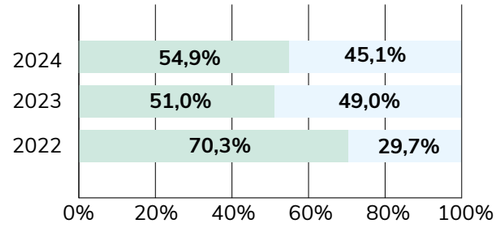
Packaging in carta e cartone

Negli ultimi tre anni il nostro impiego di **carta e cartone riciclati** per il packaging secondario e terziario è sempre rimasto **superiore al 93%**.
Le lievi oscillazioni annuali di questa percentuale riflettono piccole variazioni nei volumi di acquisto dei diversi materiali. La quota residua di carta vergine proviene principalmente dalle referenze full-service, ossia dai prodotti realizzati e confezionati al di fuori del nostro stabilimento produttivo che, per necessità tecniche del fornitore, richiedono ancora l'uso di materiale vergine. Per queste referenze, abbiamo in programma di avviare un dialogo con i fornitori al fine di promuovere l'utilizzo di materiali riciclati e contribuire al raggiungimento dei nostri obiettivi 2030.



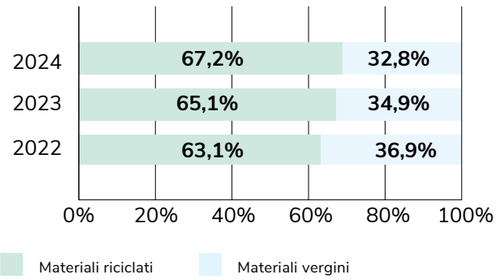
Packaging in alluminio

Tra il 2022 e il 2023 abbiamo aumentato significativamente la quantità di alluminio riciclato utilizzato nei nostri packaging, grazie al passaggio da bombole in alluminio 100% vergine a bombole in **alluminio 100% riciclato** post-consumo con **approccio Mass Balance** per tutti i prodotti spray e mousse della linea di styling Davines More Inside. Questo cambiamento ha permesso di ridurre l'uso di nuove risorse e le emissioni di CO_2eq. Nel 2024 si è verificata una leggera diminuzione dell'uso di alluminio riciclato Mass Balance dovuta ad una minor domanda di lacche spray, il cui packaging è realizzato interamente in questo materiale.



Packaging in materiale riciclato

L'introduzione della plastica **bio-circular Mass Balance ISCC Plus**, l'impiego esclusivo di alluminio riciclato per alcune linee e l'aumento dell'uso di carta e cartone riciclati hanno contribuito complessivamente a una **crescita** della **percentuale di materiale riciclato** impiegato nel packaging tra il 2023 e il 2024. L'incremento ha riguardato le seguenti tipologie di materiali: PET e PE riciclati, plastica bio-circular Mass Balance ISCC Plus, vetro riciclato, alluminio riciclato Mass Balance, carta e cartone riciclati. Questo risultato conferma il nostro impegno nel rafforzare un approccio sempre più circolare ai materiali, in linea con i target di circolarità fissati al 2030.



Approccio Mass Balance

Si rimanda all'approfondimento di pagina 79.

I rifiuti

Il nostro approccio alla gestione dei rifiuti*

Gestire responsabilmente i rifiuti è per noi parte integrante dell'impegno quotidiano del Gruppo, per questo agiamo con attenzione fin dalle fasi iniziali del ciclo di vita dei nostri prodotti, 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, capaci di minimizzare il bioaccumulo nell'ambiente, riducendo l'utilizzo di sostanze pericolose.

Per limitare l'impatto dei rifiuti che si generano a seguito dell'utilizzo da parte del consumatore finale, andiamo ad agire attraverso le soluzioni di packaging che si basano sull'**ecodesign**, prediligendo materiali leggeri, riciclati e facilmente riciclabili. Lavoriamo ogni giorno per ridurre la quantità di materiali vergini utilizzati, oltre a promuovere attivamente il recupero e il riciclo.

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).

Nel 2024, nella sede di Parma, l'unica in cui è presente uno stabilimento produttivo, abbiamo gestito 964,8 tonnellate di rifiuti provenienti dalle nostre attività industriali (sono inclusi rifiuti solidi, liquidi, fangosi), il 12,7% in meno rispetto alla quantità di rifiuti prodotti nel 2023. Questa riduzione è correlata a due interventi nella produzione di rifiuti in fango generati dal trattamento delle acque reflue. In particolare:

Nella seconda metà del 2023 è stata eseguita una modifica nel processo di produzione delle tinte, che ha permesso di ridurre la quantità di colorante nell'acqua di lavaggio e al contempo la quantità di fango prodotto nel trattamento delle acque reflue.

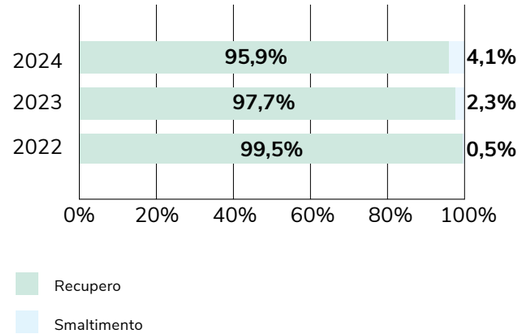
Durante il 2024, sono stati utilizzati nuovi prodotti per il trattamento dei fanghi nel depuratore, tra cui un prodotto di origine vegetale, che permettono di disidratare in modo più efficace il fango, alleggerendo il peso del rifiuto finale.

*I dati riportati in questa sezione riguardano i rifiuti industriali prodotti nel nostro stabilimento produttivo, che costituiscono la parte più significativa dei rifiuti generati dal Gruppo. I rifiuti prodotti negli uffici delle nostre sedi, che rappresentano solo il 6,4% del totale, sono inclusi nell'appendice GRI.

Il recupero dei nostri rifiuti solidi

Dal 2021 collaboriamo con un **gestore ambientale certificato** per il recupero e il trattamento di tutti i nostri rifiuti industriali (solidi, liquidi, fangosi) che garantisce che la raccolta, il trasporto, il recupero e lo smaltimento siano svolti in conformità con le normative vigenti.

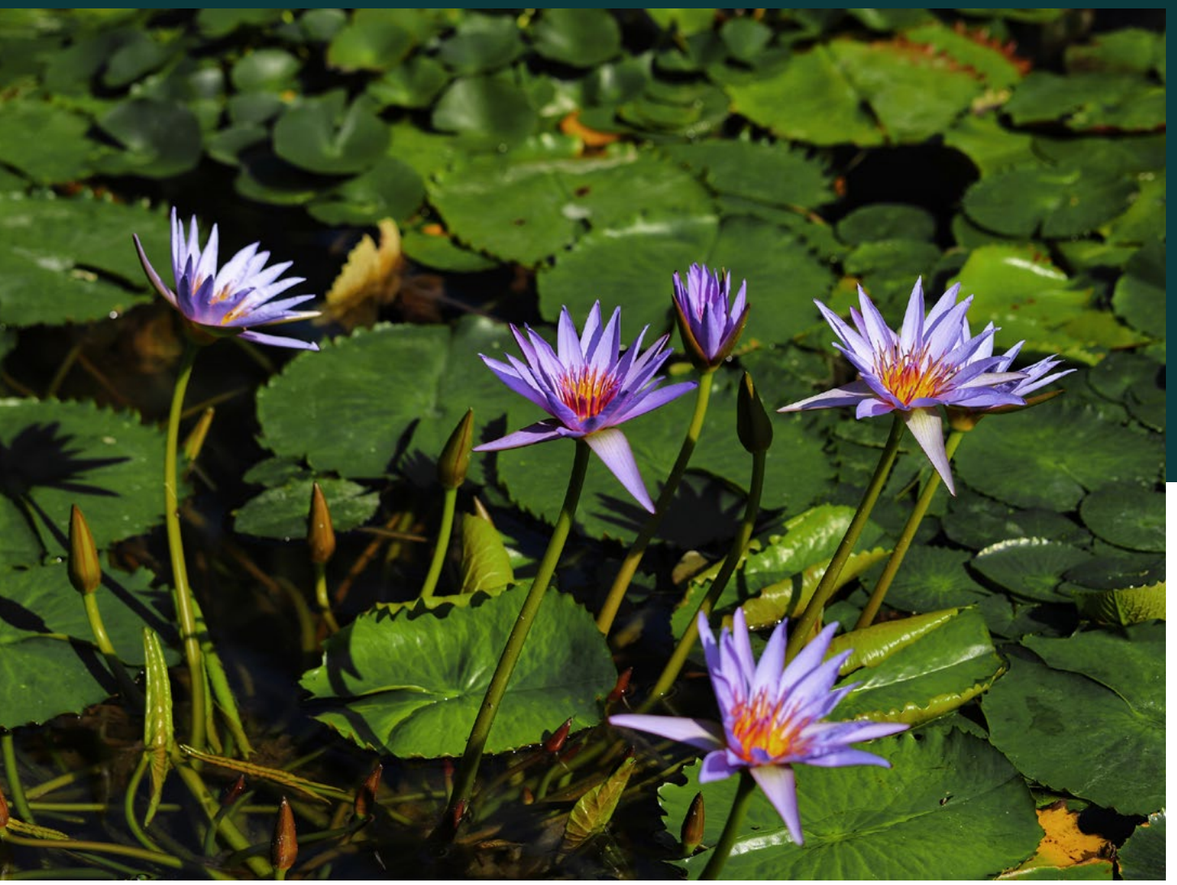
Il gestore, in particolare, opera sia su quelli che vengono **riciclati**, sia su quelli destinati a essere **termovalorizzati** per produrre energia. Questo impegno ci aiuta a ridurre l'approccio lineare (prendi-produci-consuma-getta) della gestione dei nostri rifiuti industriali.



Nonostante le iniziative avviate nel 2024 (v. paragrafo precedente) abbiano portato a una significativa riduzione dei rifiuti totali prodotti, alcune specifiche tipologie di rifiuti solidi pericolosi sono **aumentate in valore assoluto** rispetto all'anno precedente. Trattandosi di rifiuti che, per normativa, non possono essere recuperati, è stato necessario avviarli a smaltimento, con un conseguente aumento, nel 2024, della quota di rifiuti smaltiti rispetto a quelli recuperati. La riduzione dei rifiuti recuperati, quindi, è legata principalmente alle **caratteristiche tecniche e regolatorie di questi rifiuti**. Per gli anni a venire, ci impegniamo a contenere queste tipologie di rifiuti, rendendo i processi produttivi sempre più efficienti e sostenibili.

Ulteriori dettagli sui rifiuti prodotti e il loro trattamento sono disponibili nell'appendice GRI.

Ci impegniamo a preservare e ripristinare i bacini d’acqua, riducendo la nostra impronta idrica.



Indice | Rigenerare il nostro pianeta | **Acqua**

UN IMPEGNO RADICATO NELLA NOSTRA STORIA

Le tappe principali del nostro viaggio

2018

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

2020

Rinnoviamo l’impianto di stoccaggio e distribuzione dell’**acqua osmotizzata**. Il nuovo impianto ne azzera i casi di inquinamento, che richiedevano ripetuti interventi per il lavaggio e la disinfezione dell’intero sistema e dei serbatoi.

2021

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

2023–2024

Tra il 2023 e il 2024, installiamo e collaudiamo due nuovi macchinari produttivi dotati di **misuratori massici** e di un sistema di lavaggio ad alta pressione, tecnologie che permettono di ridurre il consumo di acqua; inoltre, ottimizziamo ulteriormente i tempi e i cicli di lavaggio dei macchinari. Nel 2024, viene attivato un nuovo impianto di osmosi, che si aggiunge agli altri due esistenti, permettendo di ridurre lo scarto idrico. Infine, pubblichiamo i nostri target al 2030 sui temi ambientali, inclusa la risorsa idrica.

Acqua osmotizzata

Si rimanda all’approfondimento di pagina 91.

Misuratori massici

Si rimanda all’approfondimento di pagina 92.

La nostra visione sull'acqua

L'acqua è una risorsa preziosa, che come Gruppo ci impegniamo a tutelare attraverso una **gestione attenta ed efficiente**. Presso il sito produttivo del Davines Group Village, ci siamo dotati di un insieme integrato di soluzioni tecniche per ridurre il prelievo idrico, contenere gli sprechi e garantire il trattamento completo delle acque reflue.
Nel 2024, l'intensità idrica del Gruppo Davines si è ridotta del 18,7% per tonnellata di prodotto sfuso realizzato grazie a diversi interventi, tra cui l'installazione di un nuovo impianto osmotico ad alta efficienza e l'utilizzo di tecnologie di lavaggio dei macchinari che permettono di risparmiare acqua. Parallelamente, stiamo ampliando la nostra analisi lungo la filiera, valutando la disponibilità e i rischi legati alla risorsa idrica nei territori da cui provengono le nostre materie prime, anche attraverso strumenti scientifici come il Water Risk Filter del WWF.

I NOSTRI OBIETTIVI FUTURI

Obiettivi al 2030

–50%

di consumo totale di acqua presso il Davines Group Village (considerando gli uffici e lo stabilimento produttivo, rispetto ai livelli del 2023).

–75%

di **intensità idrica** durante la fase di produzione (per ogni tonnellata di prodotto sfuso, rispetto ai livelli misurati nel 2023).

SISTEMA WATERLOOP

Installeremo questo sistema presso il Davines Group Village, che consentirà di recuperare fino al 60–70% dell'acqua di scarico, riducendo il quantitativo di acqua prelevata dalla falda e il volume delle acque di scarico.

Target 2030

Progetto flagship 2030

Obiettivi al 2025

≥ 80%

di efficienza del nuovo impianto osmotico (v. pag. 91), in modo da ridurre l'acqua scartata (attualmente è al 70%).

Intensità idrica

Si rimanda all'approfondimento di pagina 94.

I NOSTRI RISULTATI*

Una nostra responsabilità: ottimizzare i processi e preservare la risorsa idrica

Come Gruppo, abbiamo adottato diverse soluzioni per ridurre il consumo di acqua nei nostri processi produttivi, con l'obiettivo di rendere ogni fase del lavoro sempre più efficiente e rispettosa di questa preziosa risorsa.

Recupero e riutilizzo dell'acqua

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. Ad oggi, circa il **90% dei nostri macchinari** produttivi è dotato di questa tecnologia.

Efficientamento dell'utilizzo dell'acqua in fase di produzione

I nostri impianti osmotici, dedicati all'acqua utilizzata nelle formule e nei lavaggi dei macchinari, sono progettati per azzerare i rischi di inquinamento dell'**acqua osmotizzata**, riducendo la conseguente necessità di lavaggio e di disinfezione dei sistemi con sostanze chimiche. Questo permette anche di ridurre il carico sull'impianto di depurazione.

Nel 2024 abbiamo raggiunto l'obiettivo di mettere in funzione un nuovo impianto per la produzione di acqua osmotizzata, con **efficienza del 70%,** rispetto al **45%** medio degli impianti già presenti. L'aggiunta di questo ha permesso una riduzione dell'acqua di scarto dal processo di osmotizzazione e un risparmio di circa **5.400 m³** durante tutto il 2024.

Obiettivo 2024 raggiunto

Acqua osmotizzata

L'acqua osmotizzata è quella utilizzata nei nostri prodotti e per il lavaggio dei macchinari.

Gli impianti osmotici sono inoltre dotati di un sistema di **sanitizzazione con impiego di ozono**, che permette di sostituire i prodotti chimici normalmente usati nella fase di sanitizzazione post lavaggio. Successivamente, per eliminare l'ozono dall'acqua viene utilizzata una semplice procedura con lampade UV. Questo approccio consente di migliorare l'efficientamento, evitare la dispersione di acqua e l'utilizzo di prodotti chimici, e rappresenta, di fatto, un impegno tangibile verso la gestione responsabile delle risorse e la riduzione dell'impatto ambientale. I prodotti chimici vengono impiegati solo in caso di contaminazioni puntuali all'interno dell'impianto produttivo.

*Tutti i dati e le informazioni presenti in questo paragrafo si riferiscono esclusivamente alla sede di Parma, dove è presente anche lo stabilimento produttivo, in cui avviene il 97% del prelievo idrico del Gruppo. Il dettaglio relativo alle filiali è disponibile nell'appendice GRI.

Tecnologie di lavaggio più efficienti

Tra il 2023 ed il 2024, è stato raggiunto l'obiettivo di installare e collaudare due dei principali macchinari produttivi attuali con tecnologie di lavaggio ad alta pressione, che consentono un significativo risparmio idrico rispetto ai sistemi tradizionali. Inoltre, sono stati installati dei **misuratori massici** che permetteranno una gestione più efficiente dell'acqua che viene utilizzata nei lavaggi.

Obiettivo 2024 raggiunto

Abbiamo ottimizzato i tempi di lavaggio dei **sistemi CIP (Clean-in-Place),** che permettono la pulizia interna delle macchine senza necessità di smontarle. Per ogni CIP abbiamo stimato un **risparmio** di oltre **3.500 litri** di acqua, per un totale di circa **1.225.000 litri** d'acqua risparmiati a fine 2024.

Misuratori massici

I misuratori massici sono strumenti che servono a misurare con precisione la quantità di acqua in base al suo peso (massa).

La water footprint del Gruppo

Nel 2024, il Gruppo Davines ha svolto un'importante analisi per capire meglio **l'impatto sull'acqua all'interno delle operazioni dirette** e della propria **catena di fornitura**.

Trigger action 2030

L'obiettivo è stato valutare non solo quanta acqua viene utilizzata, ma anche con quale qualità viene restituita all'ambiente e quali impatti sono generati sugli ecosistemi locali. In particolare, sono stati analizzati due aspetti fondamentali: la disponibilità d'acqua nelle diverse aree del mondo in cui il Gruppo si approvvigiona e la qualità delle risorse idriche in quei territori.

Queste informazioni hanno portato ad individuare le **aree più vulnerabili** dal punto di vista ambientale e a costruire una lista di priorità su cui concentrare le azioni future per ridurre l'impatto sull'acqua.

L'analisi è stata condotta con il supporto di una società esterna, adattando alla realtà Davines Group il metodo Science Based Targets Network (SBTN) e utilizzando lo strumento Water Risk Filter sviluppato da WWF.

Risultati dell'analisi

Uso di acqua: misura il prelievo di acqua effettuato dall'azienda per poter soddisfare le proprie esigenze produttive e igienico-sanitarie. È espresso in termini di 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, consentendo così di valutare il potenziale impatto sull'ambiente acquatico, come eutrofizzazione e degrado della qualità dell'acqua.

	Prelievo di acqua dolce	Eutrofizzazione delle acque dolci	Eutrofizzazione marina
Davines Village Operazioni e processi svolti presso la sede di Parma (uffici e stabilimento produttivo) e presso EROC	10%	9%	6%
Ingredienti formule prodotte internamente Ingredienti acquistati per i prodotti che vengono realizzati all'interno dello stabilimento produttivo di Davines Group	33%	45%	63%
Packaging Imballaggi acquistati per il confezionamento dei prodotti realizzati all'interno dello stabilimento produttivo di Davines Group			
Ingredienti formule full-service Ingredienti acquistati dai fornitori che realizzano prodotti per conto di Davines Group	35%	38%	20%
Produzione full-service Operazioni e processi svolti negli stabilimenti dei fornitori che realizzano prodotti per Davines Group	5%		
Materiali promozionali e di vendita Gadget promozionali, materiali di supporto alla vendita e materiali pubblicitari	15%	7%	9%
	1.232.923 m^3	**6.099 kg P_{eq}**	**53.496 kg N_{eq}**

Questo primo esercizio di misurazione della water footprint rappresenta un passo iniziale per la comprensione del nostro impatto sull'uso delle risorse idriche e sulla loro qualità. L'analisi ha evidenziato che il **prodotto finito** costituisce la componente principale **dell'impronta idrica complessiva**. In particolare, gli **ingredienti** – sia dei prodotti realizzati internamente sia da forniti da terzi – si confermano un nodo centrale per via del consumo idrico associato alla coltivazione delle materie prime e alle successive fasi di trasformazione. Anche il **packaging** risulta un elemento rilevante nell'impronta idrica complessiva. Per i prodotti full service, così come per i **gadget promozionali** e i prodotti full-service – composti prevalentemente da carta, cartone e cotone – la stima è stata effettuata tramite un approccio spend-based, basato sul valore degli acquisti. Una metodologia utile, in assenza di dati sui volumi (poiché i nostri prodotti finiti sono realizzati da fornitori terzi), per individuare i principali hotspot di impatto, che potrà essere affinata in futuro per una rappresentazione più precisa. Sul fronte **dell'inquinamento delle acque reflue**, con particolare riferimento alla presenza di fosforo e azoto, le fasi di produzione del prodotto finito risultano le più impattanti, soprattutto quando coinvolgono formulazioni con ingredienti sintetici. Al contrario, le attività dirette - come quelle svolte al Davines Group Village - evidenziano un impatto più contenuto. Questo primo studio rappresenta una base solida su cui costruire strategie sempre più mirate e consapevoli per una gestione responsabile della risorsa idrica.

Materie prime

Si rimanda all'approfondimento di pagina 70.

Prelievo idrico del Davines Group Village

PRELIEVO

98,4%
acqua sotterranea
(falda e geotermico)

1,6%
rete di distribuzione

UTILIZZO

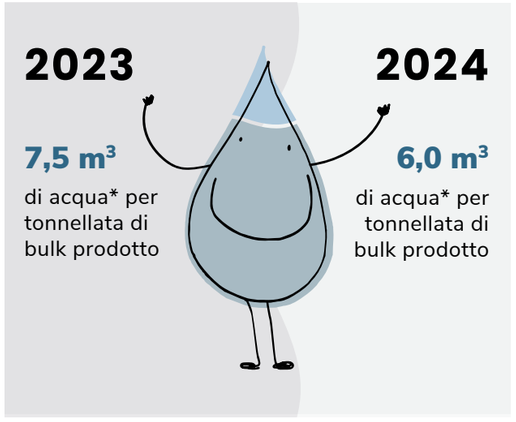
72,8%
processi produttivi e servizi igienici
Davines Group Village

27,2%
irrigazione

32,6%
servizi igienici
West Village e
bistrot
Davines Group Village

67,4%
irrigazione

Gli uffici delle filiali sono collegati alle reti idriche locali, da cui proviene il 100% dell'acqua utilizzata.



Nel 2024, **l'intensità idrica si è ridotta del 19,3%** passando da 7,5 m³/tonnellata di bulk prodotto nel 2023 a 6,0 m³/ton di bulk prodotto*. Questo risultato è frutto degli interventi di efficientamento implementati durante l'anno, descritti sopra, in particolare grazie all'introduzione del nuovo **impianto di osmosi**, caratterizzato da una maggiore efficienza, e **all'ottimizzazione dei cicli di lavaggio**.

Intensità idrica

L'intensità idrica rappresenta la quantità di acqua consumata, in metri cubi, per produrre una tonnellata di prodotto sfuso (bulk). Misura quindi l'efficienza nell'utilizzo dell'acqua durante il processo produttivo.

Ulteriori dettagli sul prelievo idrico sono disponibili nell'appendice GRI.

*Per calcolare l'intensità idrica è stata considerata esclusivamente l'acqua utilizzata in fase di produzione.

L'acqua come valore condiviso

Misurare e ridurre l'impatto lungo tutta la filiera è parte essenziale del nostro impegno per una gestione responsabile dell'acqua. Per questo, raccogliamo dati direttamente dai **nostri fornitori** (il 20%) e li affianchiamo con fonti secondarie, così da avere una visione sempre più chiara e completa.

Per rafforzare il coinvolgimento e la consapevolezza dei nostri stakeholder esterni, uno degli obiettivi fissati per il 2024 prevedeva l'organizzazione di un workshop dedicato a promuovere pratiche sostenibili tra i fornitori. A novembre abbiamo realizzato questo momento formativo sotto forma di **webinar**, condividendo per la prima volta la nostra strategia ambientale al 2030 e i target di riduzione dei consumi idrici. L'impegno si estende anche ai nostri collaboratori, clienti e distributori, coinvolti e aggiornati rispetto ai nostri target ambientali attraverso presentazioni e altre iniziative di ingaggio, per rendere ognuno parte attiva nella tutela di questa risorsa preziosa.

Obiettivo 2024 raggiunto

Gestione delle acque reflue

Il nostro sito produttivo è dotato di un **impianto di depurazione** completo, che prevede un trattamento chimico-fisico seguito da un trattamento biologico con reattore MBR (Membrane Bio Reactor). Questo sistema consente di trattare preventivamente tutti i reflui industriali, rendendoli idonei per l'immissione diretta nella rete fognaria pubblica e permettendone l'assimilazione a reflui urbani.
Lo scarico avviene direttamente in fognatura e non in un corpo idrico recettore, nel pieno rispetto del **D.lgs.152/2006**. La conformità ai parametri di legge è garantita attraverso controlli periodici effettuati da più soggetti, sia esterni che coinvolti nella gestione tecnica dell'impianto.
Vengono svolte analisi su base sia trimestrale che mensile in diversi punti del processo depurativo, così da monitorarne costantemente l'efficacia e assicurare il rispetto dei limiti previsti in ogni fase.

Ulteriori dettagli sull'approccio al coinvolgimento degli stakeholder è disponibile nell'appendice GRI.

The Future Salons, Beauty Centers & SPA Initiative

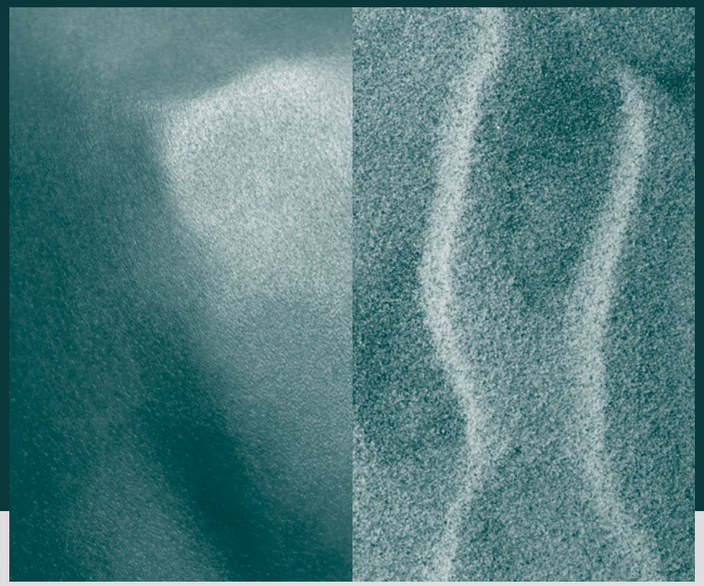
The Future Salons, Beauty Centers & SPA Initiative è il nostro **progetto flagship**, trasversale ai quattro pilastri della strategia di sostenibilità rigenerativa al 2030 “Davines Group Towards Planet Regeneration”: **decarbonizzazione della catena del valore, transizione verso la circolarità, conservazione e valorizzazione della biodiversità e riduzione dell’impronta idrica**.

L’impegno del Gruppo è quello di dare forma a The Future Salons, Beauty Centers & SPA Initiative come un programma capace di valorizzare e attivare le community professionali già esistenti, rendendole 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.

Progetto flagship 2030

SUPPORTARE I NOSTRI COLLABORATORI E LA COMUNITÀ

Dedichiamo **attenzioni** e **impegno sociale** concreto sia **internamente**, verso i nostri collaboratori, che **esternamente**, nei confronti delle comunità di appartenenza dei nostri stakeholder. Promuoviamo la crescita professionale e un'elevata qualità di vita, sostenendo progetti territoriali e supportando iniziative locali attraverso azioni di solidarietà.



OBIETTIVO AL 2025

STRATEGIA 2030

Per il 2025, ci poniamo un obiettivo fondamentale: definire i **target** della nostra **strategia sociale al 2030**, insieme agli indicatori chiave per monitorarne l'avanzamento.

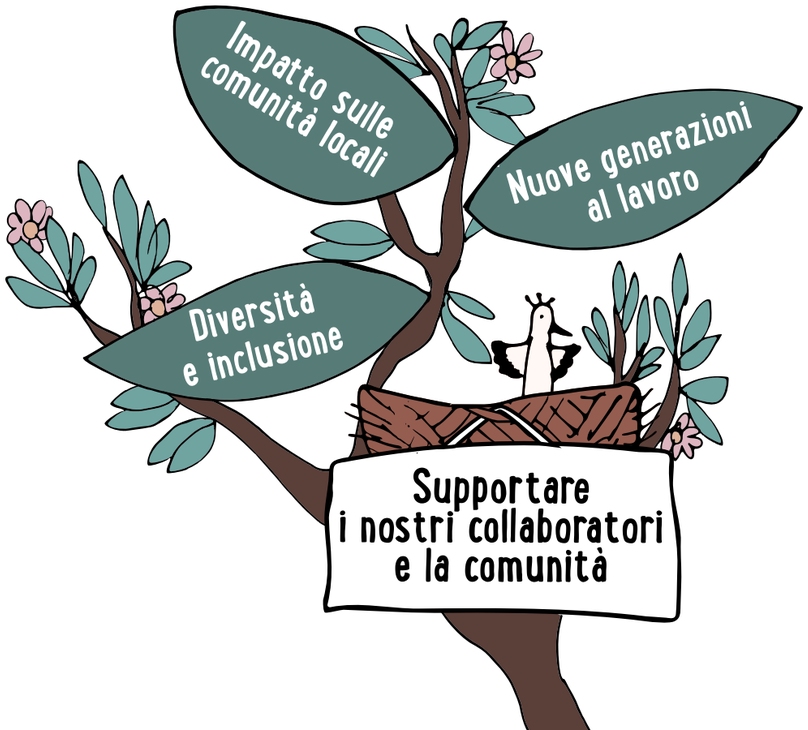
Legenda del capitolo:

Obiettivi fissati nel 2023

Obiettivo 2024 raggiunto

Obiettivo 2024 in progress

Approfondimenti



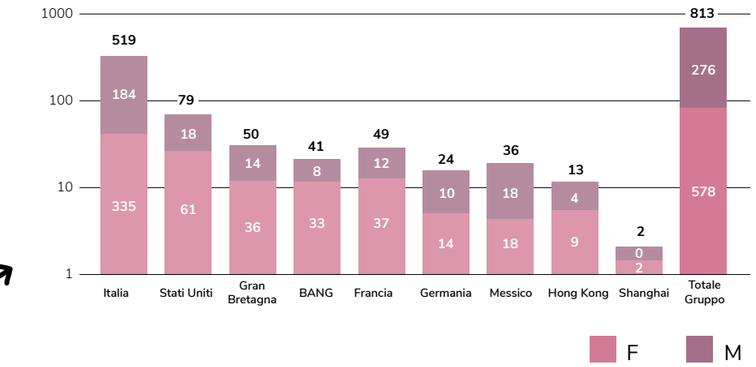
I NOSTRI COLLEGHI

Il nostro impatto in numeri*

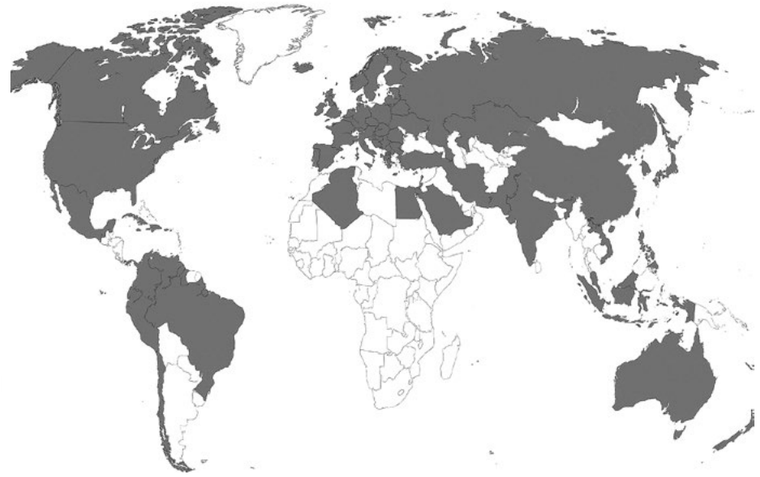
1.025 collaboratori,

di cui

813 dipendenti, così suddivisi:



38 nazionalità rappresentate



40 anni età media

4 anni anzianità media aziendale

99 nuovi dipendenti assunti a tempo indeterminato, il **13%** rispetto al totale dei dipendenti a tempo indeterminato

57 dipendenti a tempo indeterminato hanno lasciato l'azienda, il **7%** rispetto al totale dei dipendenti a tempo indeterminato

Ulteriori dettagli sui dipendenti e lavoratori non dipendenti sono disponibili nell'appendice GRI.

*Tutti i dati relativi ai colleghi si riferiscono agli 813 dipendenti assunti direttamente dal Gruppo (48 con contratto a tempo determinato e 765 a tempo indeterminato), escludendo quindi tirocinanti (12), assunti tramite agenzia del lavoro (58), agenti e consulenti (142).
I dati sulle nuove assunzioni e le cessazioni di rapporto riguardano solo i contratti a tempo indeterminato.
Dati aggiornati al 31/12/2024.

Il benessere dei colleghi

Le persone sono la **risorsa più preziosa** della nostra azienda. Proprio per questo, ci impegniamo ogni giorno per creare un luogo di lavoro che possa far fiorire ogni singolo collaboratore in un clima di benessere, sia individuale che collettivo. Crediamo che uno **stile di vita sano** sia fondamentale per prevenire problematiche fisiche e psico-fisiche, portando effetti positivi non solo alla nostra organizzazione, ma anche sull'intera comunità e sul pianeta.

Per definire gli obiettivi del nuovo piano di **Wellbeing** - il nostro programma per il benessere dei collaboratori - abbiamo analizzato i bisogni di chi lavora insieme a noi attraverso survey qualitative e quantitative interne, integrando i risultati con riferimenti esterni come il World Happiness Report*, che misura la percezione della felicità nei diversi paesi. Tra i temi emersi, la **salute**, intesa come benessere fisico e psicologico, si è rivelata l'area su cui concentrare con maggiore priorità i nostri servizi.

Nel 2024 abbiamo quindi aggiornato il piano con iniziative dedicate a due **aree principali**:

Benessere psicologico e fisico

Con programmi dedicati al miglioramento della qualità della vita e della salute dei collaboratori.

Sostegno alla famiglia

Con progetti a supporto della relazione genitori-figli e l'orientamento scolastico.

*Il rapporto annuale è pubblicato dal Wellbeing Research Centre dell'Università di Oxford in collaborazione con Gallup, il Sustainable Development Solutions Network delle Nazioni Unite e il Comitato Editoriale del World Happiness Report.

Le iniziative per la sede italiana

Per favorire il benessere dei nostri dipendenti, nella nostra sede italiana, che ospita la maggior parte dei collaboratori del Gruppo, abbiamo introdotto varie iniziative in cinque aree principali:

Genitorialità

Il nostro impegno per supportare i genitori si traduce in soluzioni concrete di flessibilità e sostegno economico. Le iniziative, previste per i dipendenti della sede italiana con contratto CCNL chimico, attraverso la contrattazione di secondo livello*, comprendono:

- **Aspettativa non retribuita**: possibilità di richiedere un periodo di aspettativa non retribuita fino al compimento del primo anno di vita del bambino.
- **Integrazione ed estensione al congedo parentale**: per il periodo di maternità facoltativa, integrazione della retribuzione al 60%, laddove l'INPS coprisse una percentuale inferiore, e congedo di paternità esteso rispetto alla normativa, pari a 5 giorni di permesso retribuito aggiuntivi, oltre i 10 obbligatori per legge, da richiedere entro i primi 5 mesi di vita del bambino.

In aggiunta, per tutti i dipendenti (non solo CCNL chimico) della sede italiana sono previste:

- **Riduzione dell'orario di lavoro**: nei primi due anni di vita del bambino, per le neo-mamme che ne fanno richiesta e in caso il proprio ruolo lo permetta, da concordare individualmente.
- **Convenzioni con due asili nido**.
- **Attività educative** per famiglie.

Inoltre, per i colleghi dei reparti produttivi con figli fino a 3 anni, la partecipazione ai turni straordinari del sabato è solo su base volontaria.

Nel 2024, con l'obiettivo di favorire la qualità della vita familiare, abbiamo organizzato un seminario e un laboratorio dedicati al **rapporto tra genitori e figli adolescenti**, con un approccio di gamification, ovvero attraverso attività interattive e ludiche che stimolano il coinvolgimento e facilitano l'apprendimento attraverso il gioco. Hanno preso parte all'iniziativa 20 persone tra colleghi e figli.

Inoltre, abbiamo messo a disposizione gratuitamente per i figli dei nostri collaboratori **Futurely**, un programma di orientamento scolastico e professionale che li supporta tramite una piattaforma digitale. Dopo una campagna di comunicazione interna, hanno partecipato 28 ragazzi provenienti da scuole medie e istituti superiori. La percentuale di completamento del percorso medie e superiori ha raggiunto una media del 70% e la soddisfazione dei ragazzi è stata da loro valutata con un punteggio di 4 su 5.

Obiettivi 2024 raggiunti

*Riferito alla Contrattazione di secondo livello e agli Accordi Integrativi 2022-2024. La negoziazione 2025-2027 potrebbe generare modifiche.

Salute e benessere

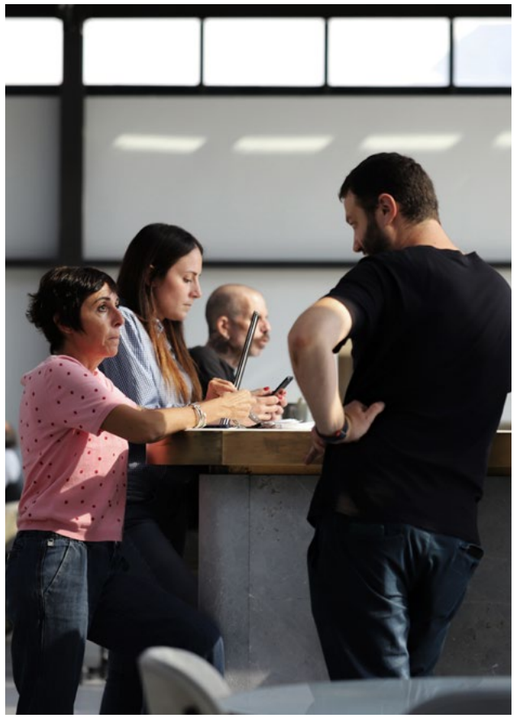
In aggiunta alla scelta di offrire ai nostri collaboratori una piattaforma Welfare (v. Sostegno Economico, p. 106), promuoviamo numerose attività dedicate alla salute, sia fisica che mentale, a disposizione di tutti i collaboratori della sede:

- **Fitness, yoga, meditazione**: possibilità di accesso gratuito a corsi in diretta attraverso una piattaforma online. Dal 2024 è inoltre disponibile un corso di yoga e meditazione direttamente al Davines Group Village, due volte a settimana.
- **Supporto psicologico**: attraverso una piattaforma accessibile online e telefonicamente, offriamo l'accesso gratuito per consulenze psicologiche e, in caso di necessità, l'azienda copre fino a cinque sedute in presenza. Sulla stessa piattaforma sono inoltre disponibili consulenze legali, fiscali e socio-assistenziali.
- **Convenzioni sanitarie**: oltre alle assicurazioni salute previste dai CCNL Chimico e Dirigenti Industria, abbiamo attive diverse convenzioni con centri medici e specialistici sul territorio.
- **Fisioterapia**: servizio che comprende una prima visita a prezzo minimo direttamente al Davines Group Village e a tariffe agevolate presso gli studi e ambulatori dei fisioterapisti convenzionati.
- **Tutela per 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.
- **Copertura per viaggi di lavoro**: per i colleghi coinvolti in viaggi di lavoro, è attiva una polizza assicurativa in caso di imprevisti di salute.
- **Healthy Habits**: nel 2024, con l'obiettivo di lanciare un programma dedicato alla prevenzione e al miglioramento delle abitudini quotidiane, abbiamo introdotto questo programma, volto a promuovere uno stile di vita più sano e sostenibile, toccando le aree della psicologia, attività fisica, alimentazione e ambiente. Il progetto ha coinvolto 46 colleghi e portato alla nascita degli "Ambassadors HH": 14 collaboratori impegnati a diffondere la cultura della prevenzione. Tra i primi progetti attivati: l'introduzione del piatto unico HH nel ristorante aziendale, e altri progetti sono in fase di studio.

Obiettivo 2024 raggiunto

Conciliazione vita-lavoro

La flessibilità è un elemento chiave del benessere lavorativo. In Italia, attraverso il programma "Davines New Way", attivo dal 2018, abbiamo introdotto possibilità di:



- **Smart working**, regolato da linee guida valide sia per la sede italiana che per le altre nostre sedi all'estero;
- **Ingresso con orario flessibile**, senza timbratura;
- **Orario estivo ridotto**, che prevede di lavorare solo cinque ore il venerdì, a fronte di mezz'ora in più lavorata dal lunedì al giovedì (con 1 ora di ROL automaticamente decurtata sul cartellino il venerdì).
- "**Focus Time**": dal 2024, in tutte le nostre sedi è attiva anche questa linea guida che regola gli orari delle riunioni di lavoro, proteggendo" i venerdì mattina e tutte le giornate dalle 17:00 in avanti, per consentire l'apprendimento personale, la conclusione delle proprie attività individuali, la gestione degli imprevisti lavorativi, il lavoro collaborativo su temi specifici.

Per contribuire al benessere quotidiano, presso il Davines Group Village offriamo a tutti i collaboratori:

- **Ristorante aziendale gratuito**, con pasti bilanciati definiti con un nutrizionista;
- **Possibilità di acquistare pasti da asporto** (pranzo o cena), presso il ristorante aziendale, da consumare a casa;
- **Servizi a pagamento direttamente sul luogo di lavoro,** gestiti in gran parte dalla nostra *CommuniTeam*, community aziendale che favorisce momenti di condivisione e servizi per l'equilibrio vita-lavoro, tra cui bar, lavanderia, farmacia, centro assistenza fiscale (CAF), lavaggio e manutenzione auto.

Nell'ottica di venire incontro alle sempre più complesse **esigenze di salute**, anche dei propri familiari, grazie alla contrattazione collettiva di secondo livello* del CCNL Chimico sono previste

- **12 ore** l'anno di permessi retribuiti per visite mediche ed esami specialistici, per sé o per i figli minori;
- **5 giorni** di permesso fruibili in un anno, in caso di decesso o grave infermità di familiari, soggetti conviventi e tutti gli affini entro il terzo grado di parentela (estesi rispetto ai 3 previsti dal CCNL).

*Riferito alla Contrattazione di secondo livello e agli Accordi Integrativi 2022-2024. La negoziazione 2025-2027 potrebbe generare modifiche.

Cultura, formazione e tempo libero

Per valorizzare la crescita personale e l'autonomia economica, offriamo ai nostri collaboratori numerose iniziative formative e culturali, tra cui:

- **Visite guidate gratuite** a mostre, musei ed eventi culturali;
- **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 *SportivOne*, la nostra community aziendale, per favorire il benessere fisico e sociale attraverso attività ludico-sportive.

Sostegno economico

Per sostenere il benessere economico dei collaboratori, il Gruppo mette a disposizione, per i dipendenti della sede italiana con contratto CCNL chimico, attraverso la contrattazione collettiva di secondo livello*:

- **Premio di risultato**: destinato al 100% dei dipendenti in ruoli non manageriali, con la possibilità di conversione dell'importo sulla piattaforma welfare.
- **Welfare aziendale**: attraverso la piattaforma Davines Group Care, dedicata a tutti i dipendenti a tempo indeterminato (esclusi i dirigenti), che mette a disposizione un budget da spendere per servizi e prestazioni per sé stessi e per la propria famiglia. Nel 2024, in linea con gli accordi integrativi, la possibilità di spesa individuale è stata di 600 euro pro-capite, riproporzionata per i lavoratori part-time.
- **Cassa di Assistenza Sanitaria**: attraverso la piattaforma di welfare aziendale è possibile accedere alla Cassa di Assistenza Sanitaria, che consente – attraverso regole specifiche - il rimborso di alcune spese mediche, convenzioni con strutture sanitarie del network della Cassa e assistenza telefonica e/o domiciliare H24.
- **Erogazione straordinaria aggiuntiva** di 400 euro pro-capite, da usufruire nell'anno come piano welfare addizionale.

Per tutti i dipendenti (non solo CCNL chimico) della sede italiana, inoltre è disponibile:

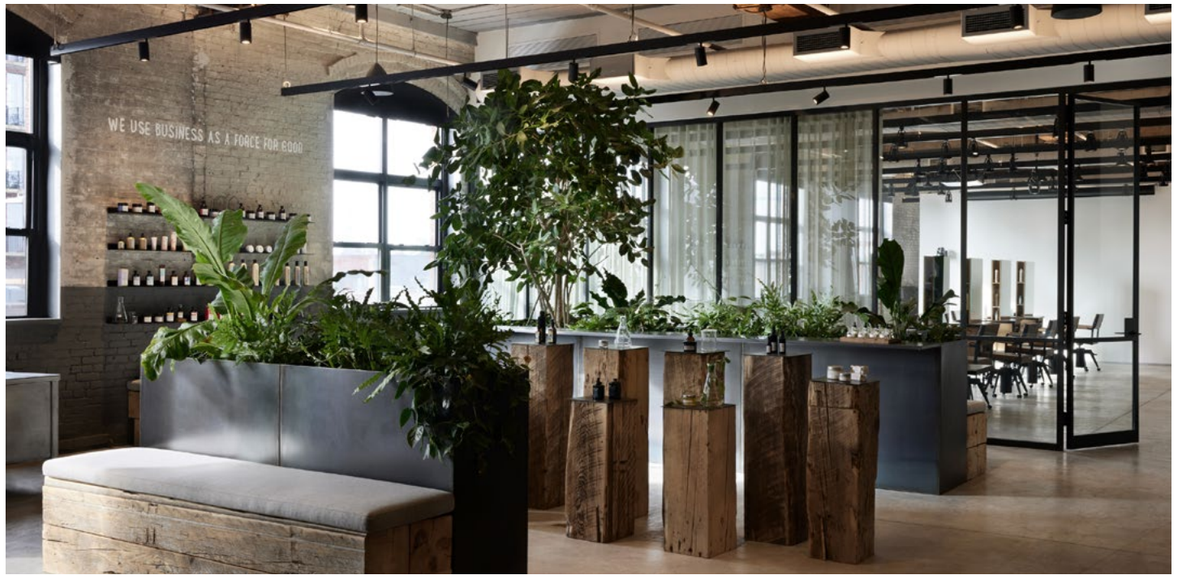
- **"Corporate Benefits"**, piattaforma online che dà accesso a sconti su beni e servizi.
- **Premi di anzianità**, erogati come credito welfare addizionale per i non dirigenti e come buono viaggio personale per i dirigenti.
- **Anticipo del TFR**, dopo cinque anni di anzianità, per esigenze personali.
- **Prestito aziendale**, di cui si può far richiesta una sola volta nella vita aziendale, dopo almeno due anni di servizio, per un importo massimo pari ad una mensilità lorda della retribuzione, da restituire in 12 mesi.
- **Utilizzo del parco auto aziendale**, in casi eccezionali, per necessità personali.

*Riferito alla Contrattazione di secondo livello e agli Accordi Integrativi 2022-2024. La negoziazione 2025-2027 potrebbe generare modifiche.

Le iniziative per le filiali

Nelle filiali del Gruppo sono presenti altre tipologie di supporto per i dipendenti, che riflettono le specifiche esigenze locali, pur mantenendo una coerenza globale con la nostra cultura aziendale, incentrata sulla cura e sull'inclusione, e sull'equilibrio tra la vita lavorativa e personale.

Tra le più significative, l'assicurazione sanitaria, i permessi retribuiti, i congedi parentali, piani pensionistici, programmi di rimborso per i prestiti studenteschi, giornate con orari e luogo di lavoro flessibili, supporto per la salute mentale, oltre a piani di mobilità sostenibile e altri servizi dedicati al supporto della famiglia.



Great Place to Work®

Great Place to Work® è una realtà che analizza gli ambienti di lavoro raccogliendo e soppesando le opinioni dei collaboratori in merito al **clima lavorativo**, offrendo alle aziende strumenti di crescita, a partire dall'ascolto di chi ci lavora.

Il sondaggio si basa su cinque dimensioni: credibilità, rispetto, equità, orgoglio, coesione.

Il Gruppo Davines eroga la survey dal 2019, **ogni due anni**, a livello globale.

Ad ottobre 2023 abbiamo svolto la survey, coinvolgendo tutti i collaboratori del Gruppo, **migliorando in tutte le 5 aree**, rispetto all'analisi precedente. Questo è stato possibile grazie ai piani d'azione sviluppati per ciascuna area funzionale e, in generale, a livello di Gruppo, attraverso il coinvolgimento del Leadership Team, il nostro organo interno di governance, permettendoci di ottenere la certificazione per la sede Italia per la terza volta, per l'anno 2023/2024.

OBIETTIVO AL 2025

Erogazione della survey Action Plan a livello di Gruppo, analisi dei risultati e preparazione della definizione degli Action Plan che avverranno nel 2026 e copriranno l'arco temporale 2026-2027.

LA FORMAZIONE DEI COLLEGHI

Il Davines Group Learning Hub

La **crescita professionale** dei nostri collaboratori, in particolare delle nuove generazioni, è una priorità per il Gruppo. Nel 2021 abbiamo quindi lanciato il **Davines Learning Hub**, la nostra piattaforma di formazione in continuo aggiornamento, che offre percorsi formativi in linea con il purpose aziendale a tutti i nostri colleghi.

LEARNING HUB
DAVINES GROUP

L'offerta è in continua evoluzione, con moduli pensati per rispondere ai bisogni emergenti e favorire l'apprendimento continuo.

Competenze Professionali (Job Skills)

Formazione specifica per un ruolo o profilo professionale, con impatto su attività, processi o strumenti. Ad esempio: **onboarding**, sicurezza sul lavoro, utilizzo di strumenti specifici.

Competenze Trasversali (Cross Skills)

Formazione applicabile a più aree, non legata a un singolo compito o strumento. Ad esempio: formazione manageriale, gestione progetti, public speaking.

Competenze per la Vita (Life Skills)

Formazione con benefici anche oltre il contesto lavorativo. Ad esempio: formazione linguistica, equilibrio vita-lavoro, sostenibilità.

Sviluppo Professionale Esterno (External Professional Development)

Momenti di aggiornamento e crescita attraverso eventi non gestiti direttamente dall'azienda. Ad esempio: webinar, seminari, incontri professionali.

Onboarding di benvenuto

L'onboarding è il percorso di inserimento dedicato a chi entra a far parte dell'azienda: un momento formativo che ha l'obiettivo di facilitare l'ingresso, trasmettere conoscenze e incontrare persone chiave per il proprio ruolo.
Nel 2024, il processo di onboarding è stato aggiornato e ampliato attraverso la ridefinizione dei flussi operativi, l'introduzione di nuove risorse – digitali e non – e una formazione specifica per tutti i responsabili che gestiscono altre persone in azienda.
Anche le filiali sono state coinvolte in questa evoluzione, rivedendo le soluzioni precedentemente adottate e personalizzando il processo in base alle esigenze locali.
Inoltre, durante il percorso di onboarding di ogni nuovo assunto, è inclusa la partecipazione ad una edizione di "The Beginning of Wonder", un format dedicato a tutti i nuovi ingressi del Davines Group Village per permettere di entrare in contatto con i valori e la cultura del Gruppo. Questi incontri, che prevedono anche momenti di dialogo con i proprietari dell'azienda, Davide e Stefania Bollati, e con il top management, rappresentano una preziosa opportunità di scambio, per stabilire relazioni e connessioni con i nuovi colleghi.

Nel 2024, sono state organizzate 5 edizioni a cui hanno preso parte 99 nuovi collaboratori. A queste si aggiunge la prima edizione internazionale in presenza di "The Beginning of Wonder", che ha coinvolto 25 colleghi provenienti dalle filiali. Per quattro giorni, hanno vissuto un'esperienza immersiva presso il Davines Group Village, conoscendo i colleghi, scoprendo la storia dell'azienda e approfondendo i progetti più importanti in corso.

Nel 2024:

106
percorsi attivi a livello di Gruppo
+49% rispetto al 2023

18,5
ore medie di formazione per dipendente

83%
dei collaboratori ha partecipato ad iniziative di formazione in azienda

Ore di formazione per categoria di dipendenti, sul totale ore formazione Gruppo:

2%
Dirigenti C-Level

8%
Manager di Manager

24%
Frontline Manager o Supervisori

66%
Contributori individuali

Ulteriori dettagli sulle ore di formazione sono disponibili nell'appendice GRI.

Nel 2024 abbiamo **potenziato e arricchito il calendario formativo** del Learning Hub, offrendo ai collaboratori nuove opportunità e percorsi, tra cui il programma LinkedIn Learning, Train the Trainer, per chi si occupa di sviluppare formazioni ad altri colleghi, un BootCamp dedicato alla lettura e analisi dei dati con Power BI e un percorso di upskilling dedicato ai team Operation e Supply Chain, con focus su Excel, Office 365, problem solving, e competenze comunicative e collaborative.

Abbiamo inoltre proseguito il percorso dedicato alla **leadership**, proponendo incontri di condivisione e confronto sui modelli esistenti e stimolando una riflessione collettiva, a cui ha partecipato anche il nostro CEO Anthony Molet.

A ciò si aggiunge l'investimento continuo nello **sviluppo delle figure manageriali**, attraverso percorsi di coaching individuale e di team, e il supporto ai responsabili nell'ideazione e gestione di meeting strategici, e altri momenti di condivisione professionale. Inoltre, sono aumentate le formazioni legate ai processi di **people management**, con focus su **onboarding** e gestione della performance. I percorsi attivi a livello di Gruppo sono stati 106, con un incremento del +49% rispetto al 2023.

L'attivazione dei nostri colleghi per la sostenibilità ambientale e sociale

Promuoviamo una contaminazione virtuosa della sostenibilità a tutti i livelli del Gruppo e in ogni funzione aziendale, grazie all'attivazione dei nostri colleghi e colleghe, con l'obiettivo di generare un impatto positivo diffuso e capillare in ogni processo, scelta e relazione.

Regenerateam

Nato nel 2018 come "**Attivatori dello sviluppo sostenibile**", questo gruppo di lavoro coinvolge colleghi e colleghe – compresi quelli delle filiali – di diverse funzioni aziendali con l'obiettivo di alimentare pratiche di sostenibilità e soluzioni concrete in tutte le aree dell'azienda, migliorando le attività esistenti e dando vita a nuove idee creative e innovative, capaci di generare cambiamenti reali in tutta l'organizzazione. Ciascuno con il proprio ruolo contribuisce attivamente alla realizzazione della nostra strategia di sostenibilità, con particolare focus ai target ambientali al 2030 e agli adeguamenti richiesti dalle normative europee, tra cui la CSRD e la direttiva Green Claims. Per rafforzare le loro conoscenze, vengono organizzati momenti di formazione, incontri di approfondimento e ispirazionali su temi di sostenibilità, favorendo anche un senso di appartenenza e riconoscimento del loro impegno. Dopo una fase di riorganizzazione interna del progetto, torneremo a valorizzare il ruolo del Regenerateam a partire già dai primi mesi del 2025, per dare nuovo impulso all'innovazione sostenibile e capillare.

OBIETTIVO AL 2025

Avviare il rilancio sia nella sede centrale che nelle filiali, con l'obiettivo di unire le forze, concretizzare la nostra strategia, rafforzando la formazione e il coinvolgimento dei colleghi.

Organizzare l'incontro globale 2025 del nuovo Regenerateam, momento chiave di networking e confronto con altre B Corp.

Sostenibilità in Stabilimento

Sostenibilità in Stabilimento è un'iniziativa lanciata nel 2024 per coinvolgere i colleghi dei reparti produttivi nella condivisione di idee per migliorare i processi produttivi in chiave più sostenibile, con focus su Decarbonizzazione, Circolarità, Acqua e Biodiversità. Attraverso un QR code, sono arrivate **24 proposte**, valutate da un comitato interno appositamente costituito. Una di queste è già stata implementata nel corso dell'anno, permettendo il riciclo di alcuni materiali usati per i controlli qualità, evitando così di generare ulteriori rifiuti indifferenziati. La proposta è stata premiata durante il **Good Manufacturing Practice Day**, dimostrando il valore della collaborazione nella sostenibilità.

OBIETTIVO AL 2025

Portare avanti questo progetto nato come pilota, continuando a ricevere proposte per aumentare la sostenibilità dei processi produttivi.

La gestione della salute e della sicurezza: certificazione ISO 45001

La **salute e sicurezza** sul posto di lavoro rappresentano da sempre una priorità per nostro il Gruppo, e lavoriamo ogni giorno per migliorarne la gestione, adottando pratiche in linea con i più alti standard internazionali. Nel 2024 abbiamo ottenuto la certificazione **ISO 45001:2023**, rilasciata da Bureau Veritas, ente internazionale specializzato nella valutazione dei sistemi di gestione per la qualità, l'ambiente, la salute e la sicurezza. Un riconoscimento importante che conferma la solidità del nostro approccio alla salute e sicurezza sul lavoro e il nostro impegno costante nel garantire ambienti di lavoro sempre più sicuri. La certificazione attesta la conformità del nostro sistema di gestione ai requisiti della norma ISO 45001, aggiornata nel 2023, e si affianca al rispetto della normativa vigente (**D.lgs. 81/2008**), che tutela non solo i lavoratori assunti direttamente, ma anche coloro che operano in contesti sotto il nostro controllo.

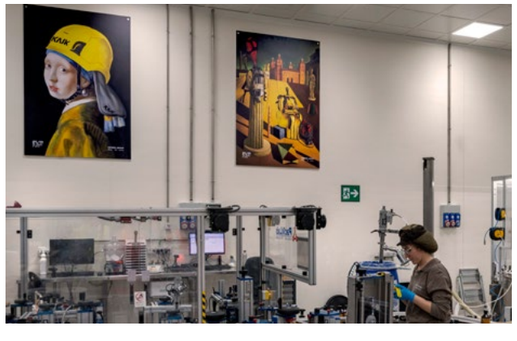
Nel corso dell'anno, abbiamo inoltre promosso due iniziative dedicate ai colleghi dei reparti produttivi – "**Safety Day 2024**" e "**Abbi cura di te, sei un'opera d'arte®**" – con l'obiettivo di rafforzare la cultura della prevenzione e della sicurezza attraverso linguaggi coinvolgenti e inclusivi.

Safety Day

Ogni anno, nei mesi di luglio e dicembre, organizziamo i Safety Games, eventi pensati per sensibilizzare i nostri collaboratori sul tema della **sicurezza** e della prevenzione degli **infortuni** in modo coinvolgente e interattivo.

I colleghi dei reparti produttivi e dei laboratori si sono sfidati in squadre attraverso giochi e simulazioni, con l'obiettivo di rafforzare la cultura della sicurezza sul lavoro e promuovere comportamenti preventivi.

Abbi cura di te, sei un'opera d'arte®



In occasione della Giornata mondiale per la salute e la sicurezza sul lavoro, che si celebra il 28 aprile, abbiamo aderito al progetto "Abbi cura di Te... Sei un'opera d'Arte®". Fino alla fine dell'anno, il nostro sito produttivo ospita una **mostra** con le opere del pittore Marco Rindori, che ha reinterpretato ironicamente i quadri più famosi della storia dell'arte, inserendo al loro interno i Dispositivi di Protezione. L'obiettivo è quello di alimentare la diffusione di comportamenti virtuosi, non solo in ambito lavorativo, e sensibilizzare sull'importanza di prendersi cura di sé e degli altri.

Le nostre politiche retributive

Le nostre politiche retributive sono definite per garantire **equità e trasparenza**, nel rispetto della normativa del lavoro italiana (CCNL Dirigenti Industria e CCNL Chimici) e delle disposizioni locali dei paesi delle nostre filiali, tenendo conto sia del contesto di mercato esterno, che di quello interno all'organizzazione.
Sono basate su criteri strutturati, a partire da un **sistema di job evaluation**, che consente di analizzare e classificare ogni ruolo in base al proprio impatto organizzativo. A questo si affianca l'allineamento con le **pratiche retributive del mercato** per ruoli analoghi, attraverso confronti periodici con benchmark aggiornati. Il sistema di retribuzione è poi collegato anche alla valutazione annuale delle performance, ricevuta dal 100% dei dipendenti, e al sistema incentivante annuale (che rappresenta la componente variabile della retribuzione). Quest'ultimo, valido per i dipendenti che ricoprono cariche manageriali, assume la forma di un **MBO**, ovvero un bonus annuale individuale determinato in base al raggiungimento di obiettivi di Gruppo, di business e personali, di cui fino a**l 10% specificamente connesso a target ESG**, come l'intensità carbonica.

Per le altre categorie di dipendenti, in pieno rispetto delle normative locali, possono essere erogati premi variabili annuali che, in Italia, si contestualizzano nella forma di **premio di risultato** (PDR), regolamentato 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. Inoltre, l'azienda è supportata da consulenti retributivi esterni e da un Consulente del Lavoro, che garantisce l'adeguatezza normativa delle soluzioni adottate.

Ulteriori dettagli sugli accordi di contrattazione collettiva sono disponibili nell'appendice GRI.

Nel 2024:

100%

di manager ad ogni livello organizzativo** della sede italiana e primi livelli delle filiali possiede obiettivi connessi alle emissioni di CO_2 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 alla Contrattazione di secondo livello e agli Accordi Integrativi 2022-2024. La negoziazione 2025-2027 potrebbe generare modifiche.
**Consideriamo manager i dirigenti, i quadri e gli impiegati direttivi.

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

La nostra visione sulla diversità e l'inclusione

Ci impegniamo a promuovere una cultura aziendale che valorizza la diversità e l'inclusione in ogni sua espressione.
Crediamo che accogliere e rispettare le differenze – di genere, etnia, età, abilità, background – sia essenziale per generare **valore, innovazione e benessere**, sia all'interno dell'organizzazione sia nella società.
In quest'ottica, ci impegniamo costantemente per migliorare nell'attenzione che prestiamo **all'inserimento delle persone più fragili**.

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 influenzare la percezione di sé in modo costruttivo, valorizzando tutte le tipologie di corpo, pelle e capelli.
Lavoriamo inoltre per garantire **pari opportunità economiche e decisionali** a tutti i livelli della nostra organizzazione.

Per il 2024 ci eravamo posti l'obiettivo di porre le basi per la creazione di un comitato globale dedicato ai temi della Diversity, Equity & Inclusion (DEI), con l'intento di individuare bisogni specifici e proporre iniziative concrete in quest'ambito.
Il progetto è ancora in fase di sviluppo. Infatti, durante l'anno, ci siamo concentrati su un obiettivo più ampio e trasversale che riguarda l'intera area sociale: la definizione dei target da raggiungere entro il 2030. La diversità e l'inclusione rappresentano uno dei temi strategici di questa area, per cui la costituzione del comitato DEI e le relative azioni saranno integrate nel nuovo piano sociale al 2030, la cui definizione è prevista nel 2025.

Obiettivo 2024 in progress

I NOSTRI RISULTATI E OBIETTIVI FUTURI

Più inclusione, più valore

Nel nostro impegno per un ambiente di lavoro sempre più inclusivo, ci atteniamo agli obblighi previsti dalla **Legge italiana 68/1999**, che promuove l'inserimento e l'integrazione lavorativa delle persone appartenenti alle categorie protette con un sistema di collocamento mirato e quote obbligatorie di assunzione. Questa normativa rappresenta un importante strumento per garantire pari opportunità e valorizzare la diversità nel mondo del lavoro.

Nel rispetto delle normative sulla privacy, non possiamo fornire un dato aggregato per l'intero Gruppo Davines, ma per la sede italiana contiamo attualmente 21 dipendenti appartenenti a categorie protette, con una distribuzione di genere pari al 57% di donne e 43% di uomini.

Nel 2024 ci eravamo posti l'obiettivo di ridisegnare il processo di reclutamento delle categorie protette basandoci su un approccio più strutturato e inclusivo. Il percorso è stato avviato attraverso alcune iniziative mirate per la sede centrale, tra cui la partecipazione attiva ad eventi come il **Diversity Day** di Milano, per entrare in contatto con i nuovi talenti; una più intensa collaborazione con le **Agenzie del Lavoro di Parma**, per individuare profili in linea con le nostre esigenze; e attraverso una **revisione costante delle posizioni aperte** per identificare ruoli adatti a lavoratori appartenenti alle categorie protette.
Abbiamo inoltre previsto il supporto di partner specializzati nella selezione, un maggior impegno per facilitare le assunzioni e un processo di selezione proattivo per valorizzare i talenti.Un ulteriore passo avanti è stato il rafforzamento della **partnership con il Servizio Inserimento Lavorativo Disabili (SILD) di Parma**, con cui abbiamo avviato un dialogo strutturato per condividere opportunità di impiego e definire le competenze adatte al nostro contesto aziendale.

Obiettivo 2024 in progress

Il nostro impatto sulla diversità in numeri

Sul totale dipendenti:

15% dei dipendenti sono under 30

66% dei dipendenti tra i 30 e i 50 anni

19% dei dipendenti over 50

Sul totale dipendenti:

67% donne

33% uomini

67% ruoli manageriali* ricoperti da donne

36% posizioni ricoperte da donne nel Leadership Team

38 nazionalità rappresentate

Ulteriori dettagli sulla diversità e pari opportunità sono disponibili nell'appendice GRI.

Consideriamo come Management il gruppo composto dalle categorie: Frontline Manager o Supervisor, Mid-Level Manager, Executive.

Oltre all'attenzione rivolta alle categorie protette, sosteniamo anche l'inserimento lavorativo di persone in situazioni di difficoltà attraverso progetti locali di inclusione sociale. Tra questi, il **Progetto Next** rappresenta una collaborazione di valore. Next è un'associazione che si impegna quotidianamente nel **promuovere l'inclusione** lavorativa, offrendo supporto concreto nella formazione e nella ricerca di nuove opportunità per persone fragili. Grazie a questo progetto, abbiamo collaborato con tre risorse tra il 2023 e il 2024.

OBIETTIVO AL 2025

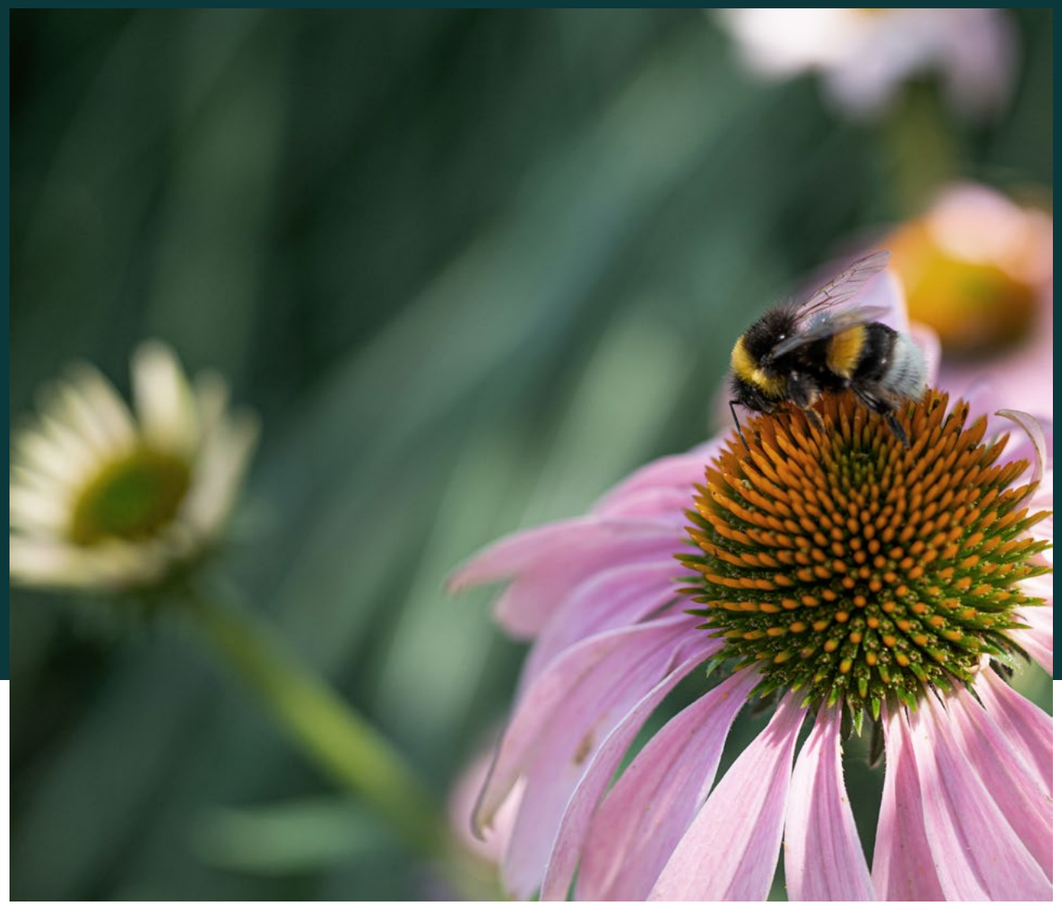
STRATEGIA 2030

Definire i target della nostra strategia al 2030 sulla diversità e l'inclusione, insieme agli indicatori chiave per monitorarne l'avanzamento.

FORMAZIONE D&I

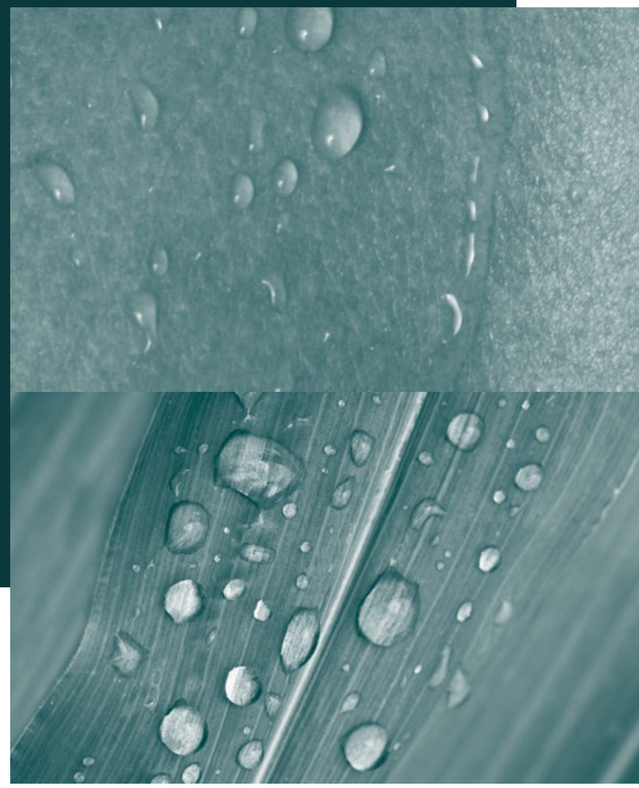
Organizzare una formazione sui bias e comportamenti inclusivi rivolta a tutti i responsabili di funzione Risorse Umane della sede centrale e delle filiali, con l'obiettivo di rafforzare una cultura aziendale inclusiva e coerente a livello globale.

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



La nostra visione sulle nuove generazioni al lavoro

Crediamo che accompagnare i giovani nel loro percorso professionale sia fondamentale: offrire opportunità per sviluppare competenze e scoprire il proprio potenziale contribuisce alla formazione di una forza lavoro sempre più consapevole, inclusiva e preparata al futuro.
I pilastri della nostra visione sono costituiti dalla formazione e lo sviluppo delle competenze, da un maggiore equilibrio tra vita personale e professionale, e dal confronto tra vecchie e nuove generazioni.



I NOSTRI RISULTATI E OBIETTIVI FUTURI

Il nostro impatto in numeri

31
stage attivati durante il 2024
+4 rispetto al 2023

14*
stagisti assunti nel corso dell'anno
-4 rispetto al 2023

44
nuovi dipendenti under 30 entrati a far parte dell'azienda
-17 rispetto al 2023

31%
sul totale dei nuovi dipendenti
(vs 45% nel 2023)

20
dipendenti under 30 che hanno lasciato l'azienda
-3 rispetto al 2023

24%
sul totale dei dipendenti che hanno lasciato l'azienda
(vs 30% nel 2023)

*stage avviati sia nel 2023 che nel 2024 e convertiti in assunzioni nel corso del 2024.

Formazione, equilibrio tra vita personale e lavoro, e confronto intergenerazionale

Investire nella crescita continua delle persone rappresenta il primo tassello, imprescindibile, di questo percorso: attraverso la nostra piattaforma **Davines Group Learning Hub** (v. pag. 108), offriamo percorsi di formazione strutturati per ampliare costantemente le competenze. Per chi entra a far parte del Gruppo, organizziamo le giornate di onboarding "**The Beginning of Wonder**" (v. pag. 108), così che i nuovi ingressi possano immergersi fin da subito nella nostra cultura aziendale e nei suoi valori.

Un altro elemento a cui prestiamo grande attenzione è il benessere dei colleghi, soprattutto quando si tratta di favorire un equilibrio sano tra vita professionale e personale. Le nuove generazioni, in particolare, attribuiscono grande valore a questi aspetti, cercando flessibilità e la possibilità di vivere il lavoro in armonia con i propri interessi e passioni. Il nostro programma di **Wellbeing** (v. pag. 102) tiene conto di queste aspettative, proponendo iniziative concrete pensate per sostenere il benessere quotidiano e contribuire a un ambiente di lavoro attento, inclusivo e sostenibile.

Un altro aspetto fondamentale è costituito dall'**incontro tra generazioni diverse**. Per questo, promuoviamo iniziative che incoraggiano la condivisione di esperienze, competenze e valori tra colleghi di età e percorsi differenti.

Nel 2024 abbiamo raggiunto l'obiettivo prefissato di rafforzare il dialogo intergenerazionale e la connessione tra ruoli aziendali differenti, coinvolgendo colleghi e colleghe di funzioni, età e anzianità diverse. Le attività promosse hanno spaziato da percorsi formativi su soft skills e leadership, all'evento Porte Aperte – che ha coinvolto 156 dipendenti e 327 familiari di tutte le età – fino al Summer Plenum con la Famiglia Bollati. Particolare attenzione è stata riservata anche ai nuovi ingressi, con cinque sessioni di onboarding accompagnate da un momento di confronto informale con il top management. Abbiamo inoltre organizzato tre workshop dedicati all'evoluzione della cultura aziendale in un confronto tra nuove e vecchie generazioni. Grazie alla partecipazione e al contributo di una trentina di colleghi, sono emerse riflessioni preziose sull'evoluzione dell'azienda.

Obiettivo 2024 raggiunto

Tra i progetti pensati per i più giovani, inoltre, c'è anche il premio The Good Farmer Award (v. pag. 73), che valorizza i talenti di età inferiore o uguale a 35 anni nel campo dell'agricoltura biologica rigenerativa.

Supporto all'orientamento scolastico e professionale

Estendiamo il nostro impegno anche ai giovani delle comunità in cui operiamo, organizzando ogni anno in Italia **incontri con studenti** di scuole, università e master, sia ospitando gruppi in visita al Davines Group Village, sia partecipando alle loro attività in aula.

Raccontare la nostra esperienza d'impresa e mostrare da vicino un modello aziendale che mette al centro sostenibilità, persone e bene comune, è il nostro modo per avvicinarli ai possibili percorsi professionali, anche attraverso la partecipazione ad hackathon che li mettano alla prova.

Attraverso la collaborazione con Futurely, il programma di orientamento scolastico che offre percorsi personalizzati per i ragazzi, nel 2024 **abbiamo adottato una scuola superiore** operante sul territorio di Parma – obiettivo che avevamo definito all'inizio dell'anno – e offerto agli studenti l'opportunità di usufruire di questa piattaforma per la scelta del percorso di studi più adatto a loro.

Obiettivo 2024 raggiunto

OBIETTIVI AL 2025

STRATEGIA 2030

Per il 2025, ci poniamo l'obiettivo di definire i target della nostra strategia al 2030 sulle nuove generazioni al lavoro, insieme agli indicatori chiave per monitorarne l'avanzamento.

DIALOGO CON LE GENERAZIONI FUTURE

Far percepire il nostro Gruppo come vicino alle nuove generazioni, promuovendo iniziative di orientamento attraverso testimonianze, visite aziendali, presentazioni dedicate a Scuole e Università.

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

Indice | Supportare i nostri collaboratori e la comunità | **Impatto sulle comunità locali**

La nostra visione sulle comunità locali

I legami con il territorio e le nostre comunità locali sono parte integrante della nostra identità e del nostro modo di fare impresa. Crediamo che un'azienda responsabile non si limiti a operare in un luogo, ma abbia il dovere di contribuire attivamente allo **sviluppo sociale, economico e culturale** dei territori e delle comunità in cui opera. Il nostro impegno si traduce in azioni concrete che rafforzano la comunità, creando valore condiviso e promuovendo un modello di crescita inclusivo e sostenibile.
Per noi, supportare il territorio significa sostenere iniziative locali, collaborare con **enti del Terzo Settore e associazioni** impegnate in ambito sociale e ambientale, condividere le nostre competenze con chi ne ha più bisogno, e favorire occasioni di formazione e crescita per le nuove generazioni. In questa prospettiva, assumono un ruolo centrale le **attività di volontariato** promosse dall'azienda ed effettuate dai singoli collaboratori, le **donazioni e sponsorizzazioni** a favore di realtà locali, così come le **campagne di comunicazione valoriali** che prevedono attivazioni sul territorio.
Crediamo nell'importanza di restituire valore alle persone e alle comunità, coinvolgendole in progetti che migliorino il benessere collettivo, offrendo opportunità concrete di supporto. Lavoriamo affinché la nostra presenza possa generare un impatto positivo duraturo, contribuendo a rafforzare il tessuto sociale e a promuovere la cultura della sostenibilità e della rigenerazione, valori fondanti del nostro percorso come **B Corp**.

I NOSTRI RISULTATI E OBIETTIVI FUTURI

Diamo valore al volontariato

Volontariato aziendale "4+4"

Nel 2017 abbiamo inaugurato un programma interno che dà la possibilità ai nostri collaboratori di dedicare fino a **32 ore all'anno di volontariato** durante l'orario lavorativo, a patto che dedichino a questa attività lo stesso numero di ore nel proprio tempo libero.

Alcuni esempi di attività svolte sono donazione del sangue, servizi per la comunità locale, servizi di volontariato ambientale.

65
dipendenti hanno usufruito di permessi retribuiti per attività di volontariato*
(8% dei dipendenti)

593
ore di volontariato realizzate*

Nel 2024, ci eravamo posti l'obiettivo di promuovere le attività di volontariato aziendale attraverso la creazione di un palinsesto di iniziative per i collaboratori e supportando l'Activation Day. L'obiettivo è stato parzialmente raggiunto: abbiamo realizzato con successo la seconda edizione dell'Activation Day (v. pag. 124), che ha coinvolto oltre 20 associazioni di volontariato in tutto il mondo; inoltre, abbiamo organizzato alcune iniziative di volontariato per i nostri collaboratori - pur non avendo istituito un vero e proprio palinsesto dedicato -, tra cui tra cui l'Anolino Solidale, un'attività benefica legata al progetto Parma Facciamo Squadra, che ha visto i volontari impegnati nella preparazione di anolini artigianali per raccogliere fondi a favore delle Caritas di Parma e Fidenza e dell'Emporio Solidale di Parma.

Obiettivo 2024 in progress

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

L'Activation Day

A giugno 2023, in occasione del 40esimo anniversario del Gruppo, abbiamo inaugurato l'Activation Day, una **giornata di volontariato aziendale globale**, organizzata con il supporto di ONG locali, dedicata alla raccolta dei rifiuti, in particolare della plastica, e ad altre attività con persone che vivono in situazioni di disagio e difficoltà. Un modo concreto per rafforzare il nostro impegno su tematiche sociali e ambientali, ma anche un'opportunità per ricordarci l'importanza del nostro contributo individuale nel costruire un ambiente più sano e sicuro, in un'ottica di interdipendenza tra territorio, azienda e organizzazioni non profit.

Oltre ai **collaboratori** di tutte le nostre sedi, l'edizione 2024 ha coinvolto anche **altri stakeholder** del Gruppo, tra cui distributori e clienti, riuniti per ripristinare l'ambiente e gli ecosistemi che ci circondano.

Nel 2024:

>800
persone coinvolte, tra collaboratori del Gruppo Davines e distributori
>600 nel 2023

19
paesi
8 nel 2023

>20
associazioni locali supportate

Risultati principali dell'Activation Day 2024

Italia
Attività di pulizia e manutenzione del verde a Parma; attività in comunità con persone in difficoltà
320
2.816 kg
Parma Sostenibile, Fruttorti Parma, WWF Parma, La Fornace, Comunità Lago di Pane, Oasi LIPU, I Monnezzari di Parma, Guardie Ecologiche Volontarie - Legambiente Parma, Scuola dell'infanzia Mazzarello, EcoBoosters, Ass. Protezione Civile.

Francia
Attività di pulizia in 3 città: Parigi, Marsiglia e Bordeaux
42
58,15 kg
larecoltecitadine

Paesi Bassi e Belgio
Attività di giardinaggio in un orto comunitario e pulizia di un parco
14
10,5 kg
Bewonersvereniging Zandweerd

Germania
Pulizia di strade e parchi in Germania
17
150 kg
RhineCleanUp

Davines North America
Compostaggio e lavori agricoli: semina, trapianto di fiori e ortaggi, rotazione e setaccio del compost, preparazione di un campo di lavanda, raccolta di rifiuti dalle spiagge locali
55
Earth Matter

Regno Unito
Raccolta dei rifiuti in varie località di Londra
39
60 kg
Million Mile Clean - Surfers Against Sewage

Messico
Off-site di 2 giorni con attività di riforestazione a Puebla (sono stati piantati 100 frassini a Cuauhyocan) e visita a un santuario di animali
31
Ríos Tarango

Hong Kong
Pulizia della costa
98
58,15 kg
Green Council

Cina, Thailandia, Indonesia, Brasile, Giappone, Singapore, Russia, Grecia, Costa Rica, Romania
Iniziative di pulizia dell'ambiente, incentrate in particolare sulla raccolta dei rifiuti e sulla conservazione dell'ambiente.
235
490 kg
Tingting Foundation, Green World Foundation, Municipality of Pattaya City (organizzazione governativa), Plastic Bank Indonesia, Plastic Bank Brasile

SEDE E FILIALI DISTRIBUTORI

Il nostro sostegno al territorio

Diamo il nostro contributo a sostegno di realtà culturali, sociali e ambientali del nostro territorio.
In questa prospettiva, siamo coinvolti in numerosi progetti che promuovono il cambiamento insieme al territorio. Un contributo importante è caratterizzato dalle donazioni e sponsorizzazioni a enti no profit che promuovono valori sociali, culturali e ambientali in linea con il nostro Codice Etico.

552.926,96 €

devoluti in donazioni e sponsorizzazioni, di cui:

463.032,38 €
di donazioni monetarie o in prodotti

89.894,58 €
di sponsorizzazioni monetarie o in prodotti

L'impegno per la comunità di Parma

Le iniziative che promuoviamo nel territorio parmense

2016 – 2024

"Parma io ci sto!" e Rete Welldone

Sosteniamo da anni "Parma, io ci sto!", un'iniziativa nata per valorizzare Parma e attrarre talenti e risorse, mettendo in rete progetti e idee per favorire lo sviluppo economico e sociale della città, e coinvolgendo realtà aziendali del territorio e istituzioni.

Nel 2021, l'iniziativa ha sviluppato Rete Welldone, un network di imprese nato a Parma, con l'obiettivo di contribuire al miglioramento della qualità della vita dei collaboratori aziendali e della comunità attraverso un sistema di wellbeing integrato e condiviso.

Nel 2024, ci eravamo posti l'obiettivo di contribuire, con la Rete Welldone – insieme agli assessorati competenti – allo sviluppo di un sistema di welfare ibrido tra pubblico e privato, focalizzato su temi prioritari come salute e prevenzione. In questa direzione, la rete ha dato vita a un portale digitale informativo, che raccoglie e condivide le iniziative di welfare e wellbeing promosse dalle aziende aderenti, facilitandone l'accesso da parte dei lavoratori e della cittadinanza. Il portale è il risultato del lavoro congiunto di sei tavoli tematici (Salute e Benessere, Famiglia e Caregiver, Diversity & Inclusion, Lavoro e Formazione, Territorio, Progetti Tailor Made) e ha anche l'obiettivo di facilitare la collaborazione tra grandi e piccole imprese, promuovendo la condivisione di fornitori, partner e buone pratiche, rafforzando così il networking locale.
All'interno di questa cornice, è stato sviluppato il Progetto Salute, in collaborazione con l'Assessorato al Welfare del Comune di Parma, con l'obiettivo di rendere più accessibili prevenzione e screening sanitari attraverso i sistemi di welfare aziendale.
La rete Welldone partecipa inoltre attivamente al percorso "Parma Talenti", promosso dall'Assessorato alle Comunità Giovanili, contribuendo alla costruzione di una rete territoriale dedicata alla valorizzazione e alla retention dei talenti, in sinergia con le istituzioni pubbliche e le realtà private del territorio.

Obiettivo 2024 in progress

2015

Consorzio Forestale KilometroVerdeParma

Facciamo parte di questo consorzio che ha l'obiettivo di creare aree verdi e boschi permanenti a Parma e nella sua provincia (v. pag. 56).

2020

Alleanza Territoriale Carbon Neutrality Parma

Abbiamo contribuito alla creazione di questa alleanza con l'obiettivo di trasformare il territorio parmense in un centro di innovazione nella lotta ai cambiamenti climatici (v. pag. 57).

2023

Contratto Climatico di Città

Siamo tra i firmatari di questo contratto, relativo al Comune di Parma, per contribuire a raggiungere l'obiettivo di ridurre le emissioni dell'85% entro il 2030 (v. pag. 57).

Il nostro supporto alla comunità parmense attraverso donazioni e sponsorizzazioni

Un ruolo centrale nell'attività di donazioni e sponsorizzazioni per il territorio è svolto da **Solidalmente**, la 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.

Donazioni

Oltre a donazioni monetarie e in prodotti svolte direttamente alle associazioni, il sostegno si concretizza anche attraverso eventi solidali che coinvolgono i nostri colleghi e gli associati delle organizzazioni beneficiarie. Tra queste, ogni anno organizziamo **mercatini solidali** in cui i 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 rimane interamente a loro, generando così un duplice beneficio per la comunità: il supporto di progetti ambientali e sociali locali e la valorizzazione di prodotti che altrimenti verrebbero scartati.

Nel 2024, ci eravamo posti l'obiettivo di **continuare a sostenere e rafforzare le collaborazioni con le associazioni locali**. Grazie all'attività di Solidalmente, la sede italiana ha collaborato con oltre **20 associazioni locali** e donato un importo pari a **150.511,83 euro**.
Tra queste, la maggior parte sono attivamente impegnate nel sociale, mentre altre si dedicano alla tutela dell'ambiente e alla diffusione di una cultura ecologica.
Sul fronte sociale, abbiamo sostenuto realtà come **Mondo Aperto APS**, che favorisce l'inclusione attraverso corsi di lingua per persone migranti; **FILEF ODV**, che offre attività educative e doposcuola per bambini stranieri; **Piccoli Grandi Cuori ODV**, che affianca le famiglie con bambini affetti da cardiopatie congenite. Il nostro sostegno coinvolge inoltre il **Centro Immigrazione Asilo Cooperazione Internazionale (CIAC),** impegnato nella tutela dei diritti dei richiedenti asilo e rifugiati; **Famiglia Più ODV**, attiva nel supporto psicologico e giuridico alle famiglie; la **Casa Circondariale di Parma, il Comitato di Parma della Croce Rossa Italiana, la Barberia del Vaticano, e FA.CE. (Famiglie Cerebrolesi),** che supporta famiglie con persone colpite da disabilità neurologiche.
Con **Munus**, fondazione che gestisce fondi solidali, il **Centro Antiviolenza di Parma**, impegnato nella prevenzione della violenza di genere, e numerose realtà della rete **CSV Emilia**, punto di riferimento per il volontariato locale, prosegue un dialogo continuo.
In ambito ambientale, sosteniamo associazioni come il **WWF Parma** e la **LIPU (Lega Italiana Protezione Uccelli),** impegnate nella tutela della biodiversità, oltre a realtà come **Ecobooster – APS**, che promuove iniziative di raccolta rifiuti nel territorio e di divulgazione.

Obiettivo 2024 raggiunto

Scopri la lista completa di donazioni e sponsorizzazioni sul nostro sito web.

Sponsorizzazioni

Il nostro sostegno si traduce in un supporto concreto a progetti culturali, divulgativi e formativi, con l'obiettivo di promuovere conoscenza e consapevolezza.

Siamo partner di diversi **eventi culturali** di rilievo, tra cui:

Stati Generali della Green Economy. Ogni anno, in occasione della fiera Ecomondo a Rimini, si tiene questo evento pubblico di due giorni che conclude un percorso strategico aperto a cui partecipano istituzioni, imprese e stakeholder per analizzare le sfide ambientali e proporre strategie per orientare l'economia italiana verso la sostenibilità.

Green Week – Festival della Green Economy, promosso da Fondazione Symbola, ItalyPost e Corriere della Sera. I primi tre giorni del Festival sono dedicati al tour delle "Fabbriche della Sostenibilità", aziende italiane all'avanguardia nell'innovazione sostenibile. La manifestazione prosegue a Parma, accogliendo ogni anno oltre 70 incontri, conferenze e talk che vedono protagonisti esperti, imprenditori e rappresentanti istituzionali su temi quali la sostenibilità nel mondo delle imprese, dell'edilizia e smart cities, delle filiere agroalimentari, della mobilità e logistica, e della moda.

Fragile Festival, una manifestazione che coinvolge le nuove generazioni su temi di economia circolare e innovazione ambientale, attraverso eventi diffusi in diverse location della città di Parma.

Barezzi Festival, evento culturale che offre un'esperienza musicale intima ed esclusiva, ospitando artisti di rilievo in luoghi storici come i teatri italiani del 1800.

Mostra "Impronte", esposizione dedicata al rapporto tra botanica e cultura visiva, tenutasi a Parma, per la quale abbiamo offerto ai nostri collaboratori visite guidate gratuite, per esplorarne il valore storico e scientifico.

Sosteniamo inoltre iniziative che promuovono la formazione e la consapevolezza rivolte in particolare a scuole, famiglie e comunità locali. Tra questi **"M'InVento una Giocostoria"** di Invento Innovation Lab, un percorso didattico che, attraverso un catalogo di storie, aiuta i docenti a stimolare nei bambini una coscienza ambientale, valorizzando la loro capacità immaginativa per una comprensione più ricca della realtà; **Plastic Free Onlus**, un'associazione di volontariato che opera per informare e sensibilizzare sulla pericolosità dell'inquinamento da plastica, attraverso progetti concreti come clean-up, salvataggio di tartarughe marine e attività educative nelle scuole; **Open Factory**, la più importante apertura al pubblico di imprese italiane, che mira a presentare le capacità manifatturiere del Paese e a costruire una vetrina per l'industria nazionale.

Le nostre filiali a favore delle comunità locali

Portiamo avanti attività di **donazioni e sponsorizzazioni** anche tramite le nostre filiali, rendendo concreto e diffuso l'impatto positivo del Gruppo a livello internazionale.

Nel 2024, abbiamo proseguito il nostro impegno a livello globale, rafforzando le attività di engagement delle filiali e contribuendo positivamente alle comunità locali attraverso progetti di solidarietà, volontariato e promozione della bellezza inclusiva. Tra le iniziative più significative: il progetto "**Give a Smile**" di [comfort zone] in Belgio, Olanda, Germania e Austria, con oltre 800 trattamenti gratuiti offerti a persone colpite dal cancro da parte di 160 saloni; 3 giornate di volontariato in Gran Bretagna presso **Euston Food Bank**, un'associazione indipendente che distribuisce pasti a persone in difficoltà, e presso **Sitopia Farm**, azienda agricola che segue i principi dell'agricoltura biologica rigenerativa, attiva nella formazione tramite workshop, eventi e vendita diretta di ortaggi prodotti in modo responsabile; e il programma "**Banco de Tapitas**" in Messico, che ha coinvolto team e distributori nella raccolta di 1,5 tonnellate di tappi in plastica, poi convertiti in fondi per il supporto a giovani pazienti oncologici.

Le nostre campagne valoriali con attivazioni locali

Il Gruppo Davines promuove campagne valoriali e di comunicazione a livello globale, con attivazioni locali nei Paesi in cui è presente, con l'obiettivo di generare un impatto positivo su ambiente e società.

→ DAVINES GROUP

Nel mese di maggio, abbiamo lanciato il **Green Sciences Month** per approfondire con i colleghi del Gruppo il ruolo delle scienze verdi nella sostenibilità. Nel primo incontro, I giardini del futuro, abbiamo discusso di soluzioni per spazi verdi resilienti, ispirate al giardino scientifico del Davines Group Village. Nel secondo appuntamento, Imitare la natura, abbiamo raccontato come la biomimetica possa generare innovazione sostenibile. Un mese di dialoghi per ribadire il valore della scienza nella tutela dell'ambiente.

→ davines

Tra le campagne dei brand, "**Land Keeper**" punta a proteggere gli ecosistemi terrestri e contrastare il cambiamento climatico attraverso attività di riforestazione e sensibilizzazione, coinvolgendo nel 2024 ben 11 Paesi.
Il progetto Land Keeper ha visto diverse attivazioni a livello locale: in Russia, circa 20.000 piante sono state piantate con il coinvolgimento di 250 persone dei saloni partner. In Polonia, sono stati piantati oltre 2.100 alberi (faggi, meli selvatici, peri) grazie alla partecipazione di 58 clienti. In Francia, Davines ha supportato la riforestazione di un'ex area agricola a Mimbaste, con quasi 10.000 alberi piantati e una donazione economica per garantire la manutenzione a lungo termine (area bonificata: 7,16 ha). In Turchia, è stato avviato un progetto di riforestazione in aree colpite da incendi, contribuendo alla tutela delle aree boschive e alla lotta contro gli incendi forestali.

→ davines [comfort zone] conscious skin science

Le campagne globali "**Grow Beautiful" e "Stand for Regeneration**" raccontano i benefici dell'agricoltura biologica rigenerativa.
In tutti i paesi che hanno aderito, queste iniziative hanno incluso un vero e proprio manifesto in forma di prodotto: un sapone solido per corpo e capelli - con una formula contenente un estratto di achillea millefoglie coltivato presso EROC - che incarna i molteplici benefici dell'agricoltura biologica rigenerativa.

→ davines

"**Ocean Keeper**" è la campagna dedicata a due pilastri chiave della nostra strategia di sostenibilità ambientale: la circolarità e l'acqua. Attraverso questo progetto, vogliamo sensibilizzare alla protezione degli ecosistemi marini, anche grazie alla promozione di un approccio circolare alla gestione dei rifiuti. Nel 2024, la campagna ha visto il coinvolgimento di 14 Paesi e diverse attivazioni locali. Italia, Australia e Francia hanno collaborato con Sea Shepherd per due campagne dedicate alla tutela degli ecosistemi marini; in Australia, la Marine Debris Campaign ha coinvolto 34 saloni nella raccolta dei rifiuti plastici lungo le coste, oltre a prevedere una donazione di tipo economico.
In Italia e Francia, invece, il focus è stato sulla protezione del Mar Mediterraneo attraverso la rimozione di reti da pesca abbandonate.

→ [comfort zone] conscious skin science

Nel 2024, iniziative come la **"Body Week"** e la **"Longevity Week",** in collaborazione con Plastic Free, hanno promosso azioni concrete per la riduzione dei rifiuti e la sensibilizzazione delle giovani generazioni, mentre il progetto **"Water Source"** ha supportato il centro di recupero per tartarughe marine di Calimera (Puglia), rafforzando l'impegno per la tutela della biodiversità.

→ [comfort zone] conscious skin science

Altre campagne, come "**From Empty to Full Recycling**" (Malesia), hanno supportato la circolarità attraverso la restituzione dei flaconi vuoti [comfort zone] in 18 saloni e spa aderenti, ricevendo in cambio campioni gratuiti dei prodotti; progetti sociali come il "**Tingting Charity School Uniform Program**" hanno supportato gli studenti in aree remote della provincia di Hunan, in Cina, fornendo loro le prime divise scolastiche.

→ davines

"**B The Change**" è un'iniziativa che viene celebrata ogni anno a marzo, in occasione del B Corp Month, volta a diffondere i principali valori del movimento.
Davines Mexico ha collaborato con la B Corp Buna, attiva nella produzione responsabile di caffè, miele e cioccolato, per promuovere acquisti consapevoli e pratiche agricole sostenibili. Insieme, hanno creato e distribuito 700 box contenenti prodotti di entrambe le aziende ai saloni Davines della regione, rafforzando così i legami tra B Corp e sensibilizzando sull'impatto positivo delle filiere locali.

→ davines [comfort zone] conscious skin science

Infine, in occasione del "**Green Friday**", l'alternativa sostenibile al cosiddetto "Black Friday", parte del ricavato delle vendite è stato devoluto a diverse associazioni con finalità di impatto positivo, tra cui Rodale Institute per [comfort zone], a sostegno dell'agricoltura biologica rigenerativa, ed EthioTrees e Fundacion John Langdon Down per Davines.

I NOSTRI FORNITORI LOCALI

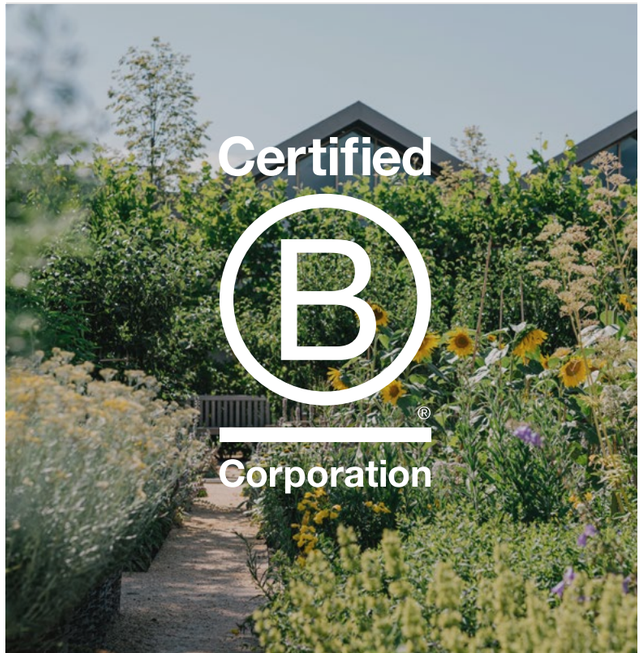
Scegliamo fornitori che condividono i nostri valori e collaboriamo con loro per migliorare costantemente il nostro impatto. Ad oggi, il **22,29%*** degli acquisti effettuati presso la nostra sede di Parma (l'unica sede produttiva del Gruppo) proviene da **fornitori locali**, ovvero situati entro **80 km dalla nostra sede**.

La selezione e valutazione dei fornitori in base ai criteri ambientali e sociali

Integriamo criteri di sostenibilità ambientale e sociale nella selezione e valutazione periodica dei fornitori, privilegiando standard riconosciuti come **B Corp, ISO 14001** per i criteri ambientali e **SA8000** per i criteri sociali.
Ogni nuovo fornitore è tenuto a formalizzare le proprie certificazioni nel modulo di qualifica e ad accettare il **Codice di Condotta del Gruppo**, un documento fondamentale per garantire il rispetto dei nostri standard sociali. Alla fine del 2024, il **74,37%*** dei nostri fornitori ha firmato il nostro Codice di Condotta.
Un ulteriore strumento che utilizziamo in fase di selezione e validazione dei fornitori è **Ecovadis**, una piattaforma che misura l'impatto su energia, acqua, emissioni di CO_2 e gestione dei rifiuti dei fornitori, oltre che l'impegno per la salute e sicurezza, le condizioni di lavoro, i diritti umani e altre tematiche sociali, restituendo un punteggio complessivo finale..
A fine 2024, il 49,68%* dei nostri fornitori è presente su Ecovadis, per un totale di 124. Oltre alla performance ambientale, il sistema consente di monitorare aspetti fondamentali per garantire un ambiente di lavoro equo e sicuro: salute e sicurezza dei lavoratori, condizioni contrattuali, dialogo sociale, opportunità di sviluppo e formazione, nonché la prevenzione di lavoro minorile, forzato o tratta di esseri umani.
Ogni fornitore viene valutato e, se necessario, viene definito un piano di miglioramento articolato su tre livelli di priorità, con la possibilità per i clienti di richiedere azioni correttive specifiche.
Ad oggi, non sono emerse criticità tali da comportare l'interruzione di collaborazioni o richiedere azioni correttive significative.
Internamente, il monitoraggio della catena di fornitura avviene settimanalmente con aggiornamenti trimestrali dedicati alla sostenibilità, durante i quali si definiscono azioni mirate, come l'introduzione di nuovi fornitori su Ecovadis o l'implementazione di piani correttivi.

B Corp advocacy con i nostri fornitori

Nell'ambito del nostro impegno di advocacy a favore del movimento B Corp (v. pag. 138), coinvolgiamo attivamente anche i fornitori, promuovendone i valori e l'esempio attraverso il dialogo e iniziative di sensibilizzazione dedicate ai nostri fornitori.
In particolare, grazie alle attività di advocacy del dipartimento Acquisti, nel 2024 **6 fornitori** della nostra sede centrale hanno ottenuto la **certificazione B Corp** grazie al nostro supporto, raggiungendo un totale di 25 fornitori certificati: un passo importante verso una filiera sempre più responsabile e allineata ai nostri valori.



*rispetto al valore dell'acquistato della sede di Parma

Nel 2024 ci eravamo posti l'obiettivo di continuare a riservare l'assegnazione di almeno due tra i **bandi** principali – i più rilevanti in termini di volume e valore – **esclusivamente a fornitori B Corp**. Siamo però riusciti ad andare oltre le aspettative, affidando a questi fornitori virtuosi ben 5 progetti strategici, 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**
- **Kit promozionale B THE CHANGE**, legato all'omonima campagna

Obiettivo 2024 raggiunto

Tra gli obiettivi che ci eravamo prefissati per il 2024, c'era anche quello di organizzare un incontro per i nostri fornitori della sede di Parma, per sensibilizzarli sui temi di sostenibilità ambientale: il 13 novembre si è tenuto il **webinar** durante il quale abbiamo condiviso con loro i nostri target ambientali al 2030, definendo il loro contributo su cinque diverse aree: energia rinnovabile, trasporti a ridotto impatto ambientale, riduzione degli imballaggi e incrementi dei materiali riciclati, tracciabilità della filiera, Ecovadis e relativa misurazione KPIs. In totale, 86 fornitori della sede di Parma hanno preso parte al webinar.

Obiettivo 2024 raggiunto

OBIETTIVI AL 2025

ECOVADIS

- Avvieremo un programma che prevede l'attivazione del modulo Carbon di Ecovadis, uno strumento pensato per valutare la maturità climatica dei fornitori, per tutti i fornitori diretti (esclusi consulenti e servizi), con l'obiettivo di raccogliere e monitorare dati primari o aggregati.
- Organizzeremo un evento formativo a supporto di questa iniziativa e introdurremo regolarmente il tema nelle occasioni di confronto periodico con i nostri partner.
- Estenderemo progressivamente la valutazione dei fornitori tramite Ecovadis, fino a coprire l'intera catena diretta.

DIVENTARE B CORP

- Ampliare ulteriormente la rete di partner certificati B Corp, aggiungendone almeno tre.
- Continuare ad affidare i progetti più strategici a realtà già certificate, mantenendo attiva l'attività di advocacy durante gli incontri dedicati.

B RESPONSIBLE

Lavoriamo quotidianamente per alimentare la nostra attività di advocacy e la nostra responsabilità sui temi della sostenibilità, condividendo l'esperienza e i valori del movimento B Corp, e comunicando il nostro impegno teso al miglioramento continuo.

Per rafforzare questa responsabilità, abbiamo redatto per la prima volta il presente Rapporto di Sostenibilità in conformità agli standard GRI 2021, con l'obiettivo di offrire una rendicontazione più completa, trasparente e allineata alle migliori pratiche internazionali.

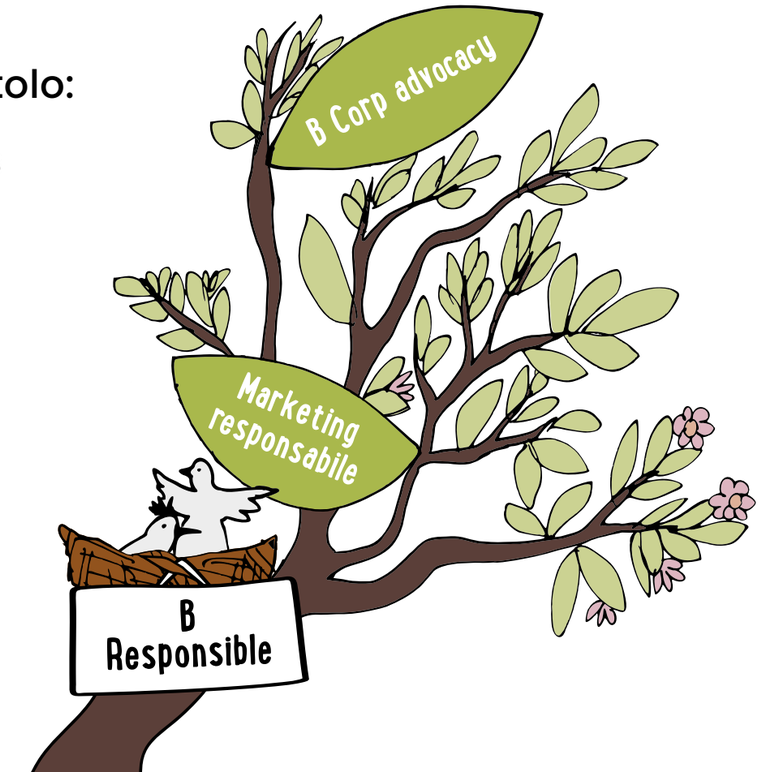
Legenda del capitolo:

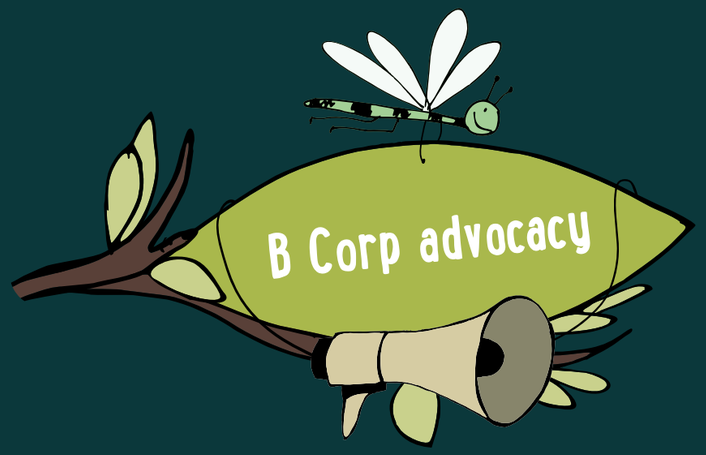
Obiettivi fissati nel 2023

Obiettivo 2024 raggiunto

Obiettivo 2024 in progress

Approfondimenti

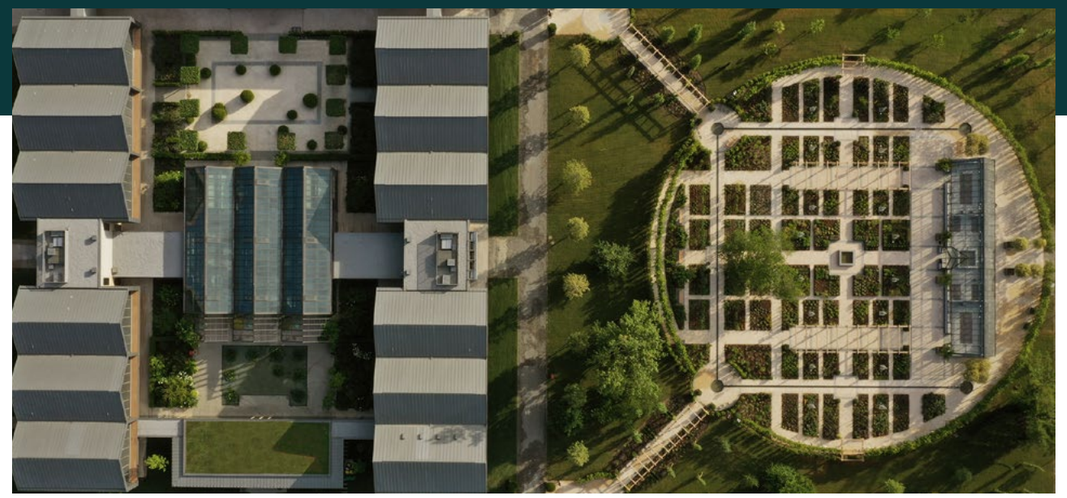




Collaboriamo con i nostri fornitori per promuovere un business che sia forza positiva per noi e il pianeta.

La nostra visione

Far parte del movimento **B Corp** significa credere nel principio dell'**interdipendenza** e farsi promotori di un cambiamento positivo che coinvolga imprese, persone e comunità. Come azienda B Corp, raccontiamo e condividiamo con i nostri stakeholder l'approccio rigenerativo che ci guida, coinvolgendoli attivamente nei progetti di sostenibilità che portiamo avanti.
L'attività di **advocacy** che portiamo avanti si traduce in azioni concrete e quotidiane: collaboriamo con clienti, fornitori, Università, distributori, scuole e comunità locali per condividere i principi della rigenerazione e accompagnare altri attori del settore in percorsi di sostenibilità e certificazione. Promuoviamo questo impegno anche attraverso iniziative collettive, come la **B Corp Beauty Coalition** (v. pag. 139), e tramite le campagne dei nostri brand, che contribuiscono a sensibilizzare i consumatori su modelli di consumo più responsabili. In ogni occasione di confronto con i nostri stakeholder, raccontiamo il significato profondo dell'essere B Corp, portando esempi concreti di come tradurre i valori del movimento in pratiche virtuose e sistemiche.



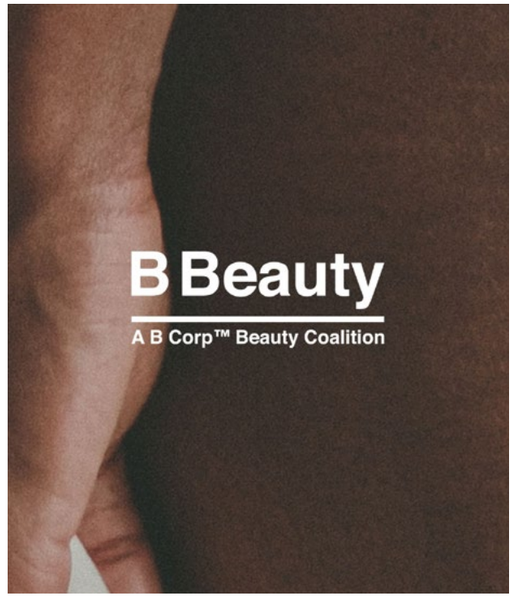
I NOSTRI RISULTATI E OBIETTIVI FUTURI

La nostra attività di advocacy

Dal 2016 promuoviamo i principi del movimento B Corp attraverso azioni di sensibilizzazione rivolte ai nostri stakeholder.
Nel 2024, il **dipartimento Sostenibilità** del Gruppo ha organizzato oltre 25 incontri divulgativi e formativi sul tema B Corp con clienti, distributori internazionali, Università, Master e aziende interessate a intraprendere lo stesso percorso.
In ogni appuntamento, dedichiamo uno spazio specifico ai valori e ai principi del movimento, presentando esempi concreti su come tradurli in azioni quotidiane.
Questo impegno di advocacy è condiviso anche da altre funzioni aziendali, ciascuna delle quali coinvolge attivamente i propri stakeholder di riferimento. Il **dipartimento Acquisti** dialoga con i fornitori (v. pag. 132), mentre i **team dedicati ai brand** collaborano con clienti, distributori e agenti. I dipartimenti **Risorse Umane, Wellbeing e Comunicazione di Gruppo**, invece, si rivolgono a scuole, università, altre aziende e, naturalmente, ai nostri collaboratori. A supporto di questo impegno diffuso, il **Regenerateam**, coordinato dal dipartimento Sostenibilità, promuove internamente i valori e i temi B Corp, contribuendo a rendere la sostenibilità parte integrante della cultura aziendale.
Tutte le funzioni del Gruppo sono coinvolte in questo percorso, contribuendo ogni giorno a diffondere e rafforzare un modello d'impresa rigenerativo, sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione.

La B Corp Beauty Coalition

Siamo fra i fondatori della B Corp Beauty Coalition, un'iniziativa globale che unisce le **B Corp del settore cosmetico** e della loro filiera, e che ha come obiettivo il miglioramento delle pratiche sociali e ambientali dell'industria della bellezza, nonché la sensibilizzazione dei consumatori verso un modello più responsabile. Inaugurata nel 2022, la coalizione è oggi pienamente operativa nel promuovere standard più elevati per l'intero settore, affrontando temi chiave come packaging, logistica e formule. Alla fine del 2024, la B Corp Beauty Coalition conta **99 aziende** tra i suoi membri.
Nel 2024, inoltre, sono stati avviati due nuovi gruppi di lavoro dedicati alla creazione e condivisione di best practice, e alla realizzazione di un database condiviso di ingredienti sostenibili.
Nel mese di novembre abbiamo inoltre avuto il piacere di ospitare nel nostro Davines Group Village un incontro del **Supervisory Board** della B Corp Beauty Coalition - di cui fa parte anche la nostra Chief Sustainability Officer -, che ha rappresentato una preziosa opportunità per condividere idee e tracciare insieme la rotta per il futuro.



Partner incoraggiati alla certificazione B Corp

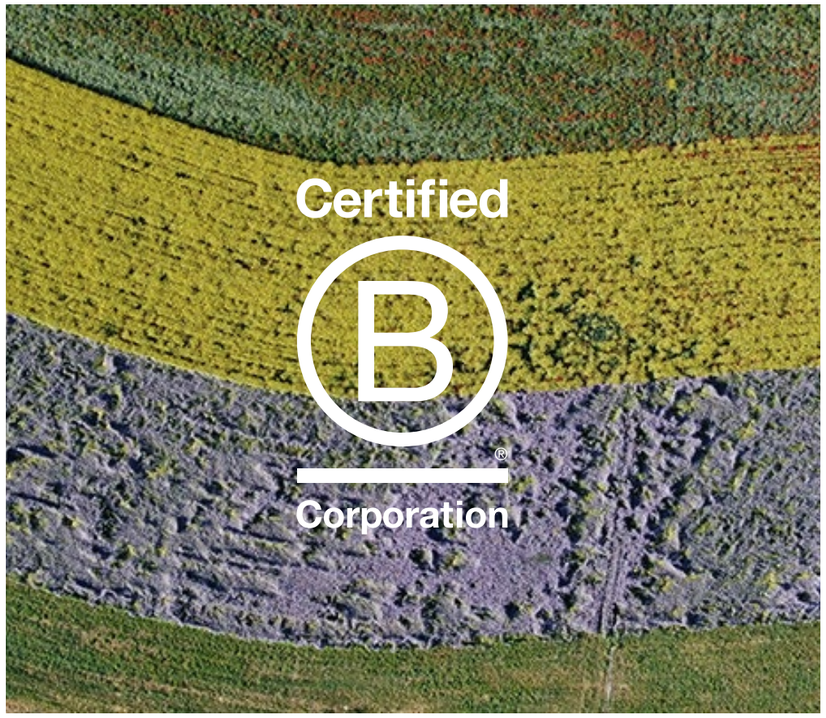
Come Gruppo sosteniamo i nostri fornitori, saloni e distributori con l'obiettivo di **ampliare la rete di partner** che condividono valori del movimento B Corp.
Tra il 2016 e il 2024, siamo orgogliosi di avere incoraggiato alla certificazione:

25
fornitori della nostra sede di Parma

7
saloni internazionali

2
distributori internazionali

+9
partner rispetto al 2023



Vedere sempre più partner unirsi al movimento B Corp è un obiettivo che ci sta particolarmente a cuore. In particolare, il nostro dipartimento Acquisti si impegna da sempre per costruire una filiera responsabile e allineata ai nostri valori.

Nel 2024, ci eravamo posti l'obiettivo di perseverare nel nostro impegno in attività di advocacy affinché un numero sempre maggiore di nostri partner entrasse a far parte del movimento B Corp. Attraverso le nostre iniziative, **6 nuovi fornitori** hanno scelto di intraprendere questo percorso, ottenendo la certificazione B Corp. Un risultato che rafforza la rete di aziende virtuose a cui apparteniamo e che genera un impatto positivo anche sulla nostra quotidianità, favorendo pratiche condivise e responsabili lungo tutta la catena del valore.

→ Scopri tutti i nostri fornitori B Corp..

Obiettivo 2024 raggiunto

Altre iniziative per promuovere il movimento B Corp

Oltre all'attività di advocacy diretta, il nostro impegno per rafforzare il movimento B Corp si esprime anche attraverso iniziative trasversali che coinvolgono la filiera (v. pag. 132), i nostri brand e la comunicazione. Dal supporto ai partner nella certificazione, fino alla valorizzazione dei valori B Corp attraverso **campagne e collaborazioni**, ogni azione contribuisce a costruire un ecosistema imprenditoriale più consapevole e rigenerativo.
Anche nel 2024, i nostri due brand hanno attivato iniziative specifiche in occasione del **B Corp Month**:

davines

Per il nostro brand Davines, la campagna B The Change, nata per promuovere i valori del movimento e ricordare che, insieme, persone e imprese possono essere una forza positiva per il cambiamento (v. pag. 131)

[comfort zone]
conscious skin science

Con [comfort zone], invece, abbiamo celebrato questa occasione realizzando un video insieme ad altre B Corp, che racconta una giornata tipo vissuta scegliendo alcuni brand che fanno parte di questo movimento

Insieme alla B Corp The Good Idea, Davines Italia ha creato una lunch box in edizione limitata, omaggiata durante il B Corp Month a fronte di una promozione sulla linea Davines Essential.

Il B Corp Month

Il nostro impegno nel promuovere la cultura B Corp passa anche attraverso le campagne e la comunicazione dei nostri brand, in particolare durante il B Corp Month, che si celebra ogni anno a marzo: un'occasione preziosa per raccontare, insieme a tante altre aziende, cosa significa fare impresa in modo più virtuoso, inclusivo e rigenerativo.

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 del marketing responsabile

Per noi, la trasparenza è una pratica quotidiana che guida ogni aspetto della comunicazione e della governance aziendale. Promuoviamo scelte consapevoli tra i nostri collaboratori e in tutte le funzioni aziendali, grazie a strumenti interni pensati per coltivare consapevolezza, etica e responsabilità. Attraverso **pratiche di marketing e comunicazione etiche**, coinvolgiamo i nostri stakeholder in un dialogo costante, che si traduce anche in attività formative e di sensibilizzazione tramite campagne aziendali e nelle community dei nostri brand.

Per rafforzare ulteriormente la trasparenza verso i nostri stakeholder, stiamo sviluppando una rendicontazione più strutturata degli **investimenti in sostenibilità**, così da rendere ancora più evidente l'impatto concreto delle nostre azioni. Il nostro impegno si riflette anche nella nostra appartenenza al movimento B Corp: ogni tre anni, la valutazione indipendente di **B Lab** verifica la coerenza tra le nostre dichiarazioni e le nostre azioni, misurando l'impatto generato lungo l'intera catena del valore.

I NOSTRI RISULTATI E OBIETTIVI FUTURI

Strumenti interni per coltivare consapevolezza, etica e responsabilità

Per rendere la sostenibilità un valore vissuto quotidianamente, abbiamo sviluppato una serie di strumenti pensati per guidare tutti i collaboratori verso scelte informate, consapevoli e coerenti con i nostri valori. Si tratta di iniziative che rafforzano la trasparenza, l'etica e la responsabilità a ogni livello dell'organizzazione, contribuendo alla piena integrazione della sostenibilità nel nostro modo di lavorare.

Carta Etica

Redatta nel 2005 grazie a un percorso partecipativo che ha coinvolto tutti i collaboratori del nostro Gruppo, la Carta Etica è la mappa dei valori che vogliamo veder fiorire in azienda. Rappresenta il nostro principale strumento per attuare l'etica nel quotidiano e definisce le responsabilità che assumiamo nei confronti di tutti i nostri stakeholder, interni ed esterni.
Nel 2021, l'iniziativa "Nurturing our Carta Etica" ha rilanciato questo impegno coinvolgendo l'intero Gruppo in momenti di riflessione e scambio sui nostri valori, attraverso incontri con filosofi, scrittori, psicologi e artisti. Per i nuovi collaboratori, il percorso è stato arricchito da sessioni dedicate alla nostra storia e alla genesi della Carta.

Carta di Ricerca sul Packaging

Abbiamo inoltre redatto un documento guida che orienta il lavoro del nostro Laboratorio verso soluzioni sempre più sostenibili, ispirate ai principi dell'eco-design (v. pag. 80).

Sustainability Guidelines

Uno strumento operativo nato per accompagnare ogni funzione nella realizzazione della Strategia di Sostenibilità Ambientale al 2030. Le Guidelines contengono indicazioni necessarie alle varie funzioni aziendali affinché possano portare avanti al meglio progetti e attività in linea con la strategia al 2030 dell'azienda.

Una rendicontazione più strutturata degli investimenti in sostenibilità

Nel 2024, abbiamo avviato, come previsto tra i nostri obiettivi, un progetto pilota volto a mappare e monitorare in modo più strutturato gli investimenti in sostenibilità previsti nei budget 2025 di tutti i dipartimenti e Business Units.

L'iniziativa, coordinata dai team Finance e Sostenibilità, ha rappresentato un primo passo concreto verso una rendicontazione più completa e coerente con i futuri requisiti normativi. In questa fase iniziale, sono state definite linee guida condivise e introdotto un template standard per armonizzare la raccolta da parte di tutte le funzioni aziendali. L'obiettivo era identificare e classificare gli investimenti e progettualità che contribuiscono a generare valore ambientale e/o sociale positivo, specificandone la natura (OPEX o CAPEX), e mettendo in evidenza il legame con i temi materiali e l'impatto ambientale o sociale. Il perimetro dell'analisi si è concentrato su spese chiaramente riconducibili a progettualità sostenibili, escludendo temporaneamente alcune categorie non ancora misurabili in modo affidabile. Questo primo esercizio ha permesso al Gruppo di ottenere una mappatura preliminare degli investimenti e di avviare un confronto interno sul tema, in vista di un progressivo ampliamento del perimetro e di una definizione più precisa dei criteri di classificazione per il futuro.

Obiettivo 2024 raggiunto

OBIETTIVI AL 2025

MONITORAGGIO INVESTIMENTI SOSTENIBILI

Rafforzare la classificazione degli investimenti in sostenibilità, consolidandone perimetro e criteri in modo chiaro ed univoco.

GREEN CLAIMS

- Proseguire l'assessment legale iniziale sui principali messaggi ambientali utilizzati nei nostri materiali e attivare una task force interdipartimentale per supportare la creazione di claim ambientali efficaci, trasparenti e conformi alle normative.
- Organizzare un corso di formazione su queste tematiche per la popolazione aziendale.

Coinvolgere, informare, ispirare i nostri stakeholder

Da anni portiamo avanti un approccio responsabile al marketing verso i nostri stakeholder - in particolare con i clienti professionali - attraverso molteplici iniziative: dalle attività di onboarding e gli eventi (v. pag. 108) alla formazione, fino alle campagne di sensibilizzazione e agli strumenti dedicati. L'obiettivo è responsabilizzare tutti i nostri stakeholder e accompagnarli verso scelte sempre più sostenibili.

Formazione

Crediamo nel valore della formazione e investiamo costantemente per offrire ai nostri partner **percorsi formativi di qualità**: nel tempo abbiamo sviluppato differenti attività educative, da brevi moduli su temi ESG ad altre più strutturate.

Fra queste, segnaliamo il **Sustainable Salon Master Program (SSMP)**, il primo corso globale sulla sostenibilità ideato per i saloni del brand Davines, il cui lancio rappresentava uno degli obiettivi definiti per il 2024. In questo programma vengono affrontate tematiche in linea con la nostra strategia di sostenibilità come il cambiamento climatico, la circolarità, l'agricoltura biologica rigenerativa e il ruolo delle B Corp, con un approccio coinvolgente e personalizzato, fatto di presentazioni, interviste, workshop e giochi.
Poco prima del lancio, avvenuto a inizio 2024, è stato organizzato un training di due giorni su questi moduli, coinvolgendo i formatori Davines provenienti da tutto il mondo, affinché possano trasmetterne i contenuti ai nostri saloni. Dopo l'uscita del corso in lingua inglese, è iniziato il periodo di traduzione dei materiali e preparazione alla fase esecutiva del corso da parte dei mercati. A ottobre, il Brasile è stato il primo paese a partire, coinvolgendo un gruppo selezionato di parrucchieri, e successivamente Davines North America.

SUSTAINABLE SALON MASTER PROGRAM
davines

Accanto alla formazione rivolta ai saloni, attraverso il nostro European Regenerative Organic Center (EROC), promuoviamo attività formative rivolte a un'altra categoria chiave di stakeholder esterni: gli agricoltori. I percorsi offerti presso il centro si concentrano sulle pratiche di **agricoltura biologica rigenerativa**, con l'obiettivo di favorire la salute del suolo, la biodiversità e la resilienza climatica, contribuendo alla costruzione di sistemi agricoli più sostenibili (v. pag. 60).

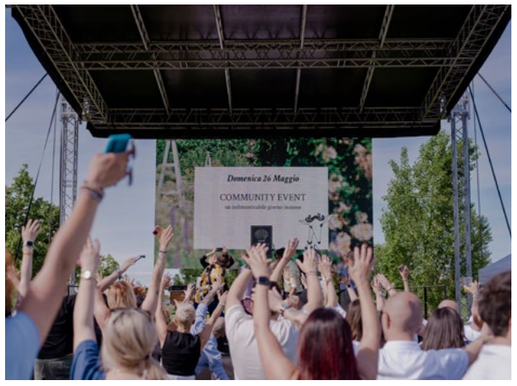
Obiettivo 2024 raggiunto

Attività di sensibilizzazione

A partire dal 2018, il Gruppo ha portato avanti campagne di sostenibilità (v. pag. 130), insieme a partner professionali ed associazioni locali, tra cui **Ocean Keeper**, **Grow Beautiful**, **Stand For Regeneration** e **B The Change**: iniziative che coinvolgono le nostre filiali, distributori e clienti professionali, fino ad arrivare al cliente finale, con l'obiettivo di sensibilizzare e incoraggiare ad agire per il bene delle persone e del pianeta.

Le community dei nostri brand

Il nostro Gruppo, inoltre, promuove e supporta la nascita di **community locali di clienti professionali** dei brand Davines e [comfort zone], affinché possano condividere e diffondere i nostri valori, contribuendo attivamente al nostro modello di marketing responsabile.



davines

Sustainable Beauty Partner

Con il programma Sustainable Beauty Partner accompagniamo i parrucchieri in un **percorso di crescita professionale e personale**, fornendo strumenti formativi e ispirazionali che li aiutano a esprimere la propria visione e a evolvere, praticando un business che genera valore economico e impatto positivo, in coerenza con i nostri valori fondanti.

[comfort zone]
conscious skin science

Brand Ambassador

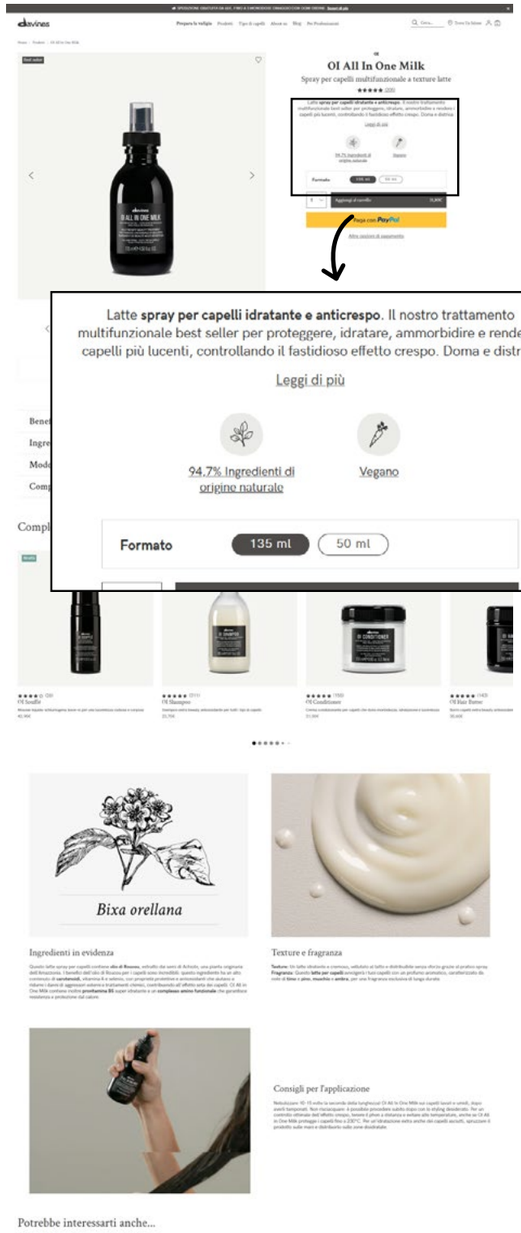
Con il programma **Professional Brand Ambassador** coinvolgiamo i clienti professionali [comfort zone] che condividono i nostri principi, con l'obiettivo di informare, collaborare e agire in maniera più efficace. Vogliamo rispondere alla crescente richiesta di strumenti concreti per operare in modo sostenibile, supportare il miglioramento delle pratiche nei centri estetici e favorire una partecipazione attiva, trasformando ogni professionista in un attivatore di cambiamento.
Il programma, attivo in diversi paesi con **459** professional brand ambassador nel mondo a fine 2024, nel 2025 prevede una collaborazione ancora più stretta con gli ambassador che ci forniranno idee e soluzioni concrete per applicare quotidianamente i principi della sostenibilità, rafforzando il legame tra il brand e la sua community.

Strumenti

Abbiamo inoltre sviluppato diversi strumenti per coinvolgere attivamente la nostra rete di partner.

Oltre a materiali di formazione, nel 2019 il Gruppo ha realizzato il "**Manuale straordinario per migliorare il mondo**", un libro 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 offriva spunti pratici per aiutare i nostri partner a integrare gli SDGs nelle attività lavorative quotidiane.

Un altro importante strumento è rappresentato dalle **Product Detail Page (PDP)**, le pagine di prodotto dei siti e-commerce che 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 ci eravamo posti l'obiettivo di avviare un progetto pilota con l'introduzione di alcuni indicatori di sostenibilità nelle PDP del sito e-commerce Davines Italia.
Un traguardo raggiunto integrando gli indicatori, come la percentuale di ingredienti di origine naturale e l'assenza di ingredienti di origine animale, su una ventina di singole referenze prodotto, non solo sull'e-commerce Italia ma anche su tutti i siti e-commerce Davines – Regno Unito, Stati Uniti d'America, Canada, Francia, Messico, Germania, Paesi Bassi e internazionale – rafforzando così il nostro impegno a fornire informazioni utili per scelte di acquisto sempre più consapevoli.

Obiettivo 2024 raggiunto

OBIETTIVI AL 2025

→ davines

SUSTAINABLE SALON MASTER PROGRAM (SSMP)

Aggiornamento dei moduli esistenti e sviluppo di nuovi contenuti, con l'obiettivo di garantire una formazione alla sostenibilità sempre aggiornata rispetto alle attività aziendali, al contesto e alle normative di riferimento, e includendo esempi pratici legati a nuovi prodotti e progettualità aziendali.

PRODUCT DETAIL PAGE (PDP)

Rendere disponibili KPI di sostenibilità in tutte le pagine prodotto dell'e-commerce Davines, estendendo la copertura a tutto il catalogo attivo e garantendo l'accesso a queste informazioni anche ai nostri clienti professionali (distributori e saloni).

→ [comfort zone] conscious skin science

SUSTAINABILITY DISTRIBUTOR'S CHALLENGE

Lanciare la prima sfida internazionale tra distributori per valorizzare e premiare i comportamenti sostenibili più virtuosi.

→ [comfort zone] conscious skin science

CORSO E-LEARNING

Attivare un percorso formativo rivolto a oltre 500 trainer e Brand Ambassador, dedicato alla sostenibilità nei centri estetici, con test e momenti di confronto.

La qualità si rinnova: certificazione ISO 22716

La qualità dei nostri processi produttivi è un pilastro fondamentale della nostra identità aziendale. Puntiamo costantemente all'eccellenza, adottando gli standard più rigorosi riconosciuti a livello internazionale.

Nel 2024, abbiamo rinnovato con successo la certificazione **ISO 22716**, norma riconosciuta dalla Commissione Europea come testo di riferimento armonizzato per attestare la conformità alle **Good Manufacturing Practices (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 tali pratiche per tutti i prodotti cosmetici immessi sul mercato europeo. Questo risultato conferma il nostro impegno verso la qualità, la sicurezza e l'eccellenza operativa, rendendo l'audit un'occasione preziosa per migliorare costantemente i nostri processi.

Good Manufacturing Practices

Le Good Manufacturing Practices (GMP), ovvero le Buone Pratiche di Fabbricazione, rappresentano un insieme strutturato di linee guida e procedure che regolano la produzione, il controllo, la conservazione e la distribuzione dei prodotti cosmetici. Il loro obiettivo è garantire elevati standard di qualità, sicurezza e igiene, a tutela del consumatore finale.

ANNEX

NOTA METODOLOGICA

La redazione del Rapporto di Sostenibilità 2024 è frutto di un processo interno, coordinato dal dipartimento Sostenibilità, con il coinvolgimento di diverse aree aziendali chiave - tra cui Finance, HR & Wellbeing, HSE, Procurement e R&D. Il presente Rapporto, i cui contenuti sono stati supervisionati dai responsabili delle funzioni coinvolte nella raccolta delle informazioni, è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Davines Spa.

Questo documento nasce da un percorso volontario avviato nel 2015, che ci ha portato a sviluppare, quest'anno per la prima volta, una rendicontazione secondo la metodologia "**in accordance with**" del **GRI Standard** (Global Reporting Initiative – 2021). Il Rapporto di Sostenibilità 2024 adotta lo stesso perimetro del Bilancio Consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2024 e riflette l'evoluzione del nostro modello di business verso un'integrazione sempre più profonda dei principi di sostenibilità. In modo organico, descrive le tematiche ESG più rilevanti, i modelli di gestione adottati, le policy aziendali, gli impatti generati e percepiti, i rischi e le opportunità, supportati da un set di indicatori chiave, coerenti con le aspettative degli stakeholder. È stata inoltre organizzato per garantire la massima leggibilità grazie anche a infografiche e link ipertestuali.

Tutte le società incluse contribuiscono, in misura diversa, alla rendicontazione delle attività di sostenibilità. Per alcuni indicatori specifici, tuttavia, il perimetro si limita alla sede centrale, che rappresenta anche il principale sito produttivo, in quanto le controllate non presentano impatti ambientali o sociali significativi ai fini di questo documento.

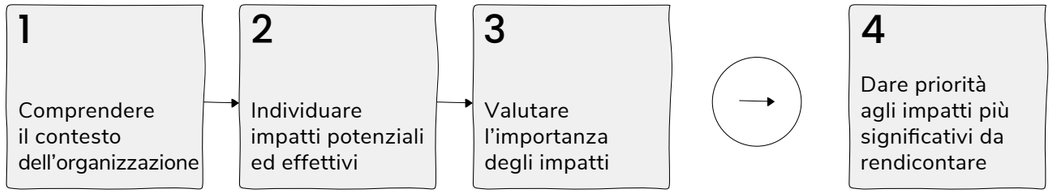
La raccolta dei dati è avvenuta tramite una piattaforma certificata GRI. Alcuni dati di anni precedenti sono stati aggiornati o riesposti per migliorare le metodologie di calcolo; le eventuali rettifiche dei dati precedenti sono segnalate nel testo o in nota. L'uso di stime è stato limitato e, dove presente, chiaramente indicato e basato su metodologie solide.

Oltre alla materialità d'impatto, questo report integra un primo esercizio di materialità finanziaria, in coerenza con le linee guida EFRAG IG 1. Oltre allo standard GRI, il Report presenta al suo interno riferimenti in applicazione volontaria alla AccountAbility 1000 - Stakeholder Engagement Standard - standard di processo per lo stakehodler engagement.

Per ulteriori informazioni relative al presente documento di reporting, è possibile contattare il seguente indirizzo e-mail: info@davines.it

APPROFONDIMENTO ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ

Il processo di materialità del Gruppo Davines è il risultato di un percorso evolutivo iniziato nel 2022 e aggiornato nel 2024, con l'obiettivo di garantire la piena conformità allo standard GRI 3 (Material Topics) e allinearsi ai requisiti della CSRD in tema di doppia materialità. Il grafico aggiornato della doppia materialità è rappresentato nel paragrafo "La matrice di doppia materialità del Gruppo" (v. pag. 24) e la sintesi delle performance di sostenibilità del 2024, correlate ai temi materiali individuati, è inclusa nel presente documento, all'interno delle tre sezioni "Rigenerare il nostro pianeta", "Supportare i nostri collaboratori e la comunità" e "B Responsible".



Avvio del percorso di materialità

Nel 2022, il Gruppo ha condotto la prima analisi strutturata di materialità, che ha portato alla definizione di una matrice in cui vengono identificati i **9 temi rilevanti** per l'azienda: quattro ambientali, tre sociali e due di governance e trasparenza. Questo percorso durato oltre 6 mesi ha visto il coinvolgimento attivo del **management** e di un panel di **stakeholder strategici**, sia interni che esterni. I gruppi sono partiti da una selezione di oltre 200 temi e hanno elaborato una prima sintesi delle priorità percepite all'interno dell'organizzazione. Successivamente, è stato organizzato un workshop di un'intera giornata in cui, attraverso un confronto diretto e strutturato tra il management e gli stakeholder, è stata effettuata la selezione finale dei temi materiali e ne è stata definita la priorità. Questo esercizio corale ha permesso di acquisire una comprensione approfondita del contesto organizzativo, come previsto dalla prima fase dello standard GRI, e ha posto le fondamenta per l'identificazione dei temi ESG prioritari, utili a orientare la costruzione della strategia di sostenibilità del Gruppo.

Aggiornamento del contesto e identificazione degli impatti effettivi e potenziali

Nel 2024, è stata aggiornata l'analisi del contesto e dei temi rilevanti di sostenibilità. In assenza di standard settoriali specifici, il lavoro si è concentrato sull'analisi dei principali megatrend ESG, sull'esame di fonti e benchmark di settore e sull'integrazione dei temi e sottotemi previsti dagli European Sustainability Reporting Standards (**ESRS**). Questo aggiornamento ha permesso di rafforzare la base metodologica dell'intero processo, supportando una visione sistemica e aggiornata della sostenibilità per il Gruppo.
L'attività di confronto e analisi dei risultati emersi è stata svolta nel corso di diversi incontri interni a cui hanno partecipato il team Sostenibilità, il team Finance e i membri del Leadership Team a capo delle funzioni strategicamente coinvolte sui temi ESG. Il risultato è stato la conferma dei 9 temi materiali identificati nel 2022 e l'individuazione degli impatti che derivano dalle attività del Gruppo, con effetti su economia, ambiente e persone. Una volta selezionati, i **33 impatti significativi** sono stati associati ai 9 temi materiali. In particolare, 21 risultano effettivi, 12 potenziali, mentre 13 sono di natura negativa e 20 positiva.

Valutazione degli impatti

Una volta identificati gli impatti, è stata avviata la valutazione della loro rilevanza, come previsto dalla terza fase del **GRI 3**. Tale valutazione è stata condotta applicando criteri di gravità e probabilità, al fine di determinare il peso relativo degli impatti positivi e negativi in relazione agli obiettivi strategici del Gruppo e al contesto in cui opera.
La fase successiva si è incentrata sull'assegnazione delle priorità degli impatti significativi da rendicontare, tenendo conto delle linee guida della doppia materialità dell'**EFRAG IG 1** basate sull'approccio IRO (Impatti – Rischi – Opportunità). In particolare, sono state organizzate sessioni interne per approfondire e applicare i criteri previsti da tali linee guida: severità, probabilità e irrimediabilità per gli impatti, entità e probabilità per rischi e opportunità. Per la valutazione dei rischi, si è fatto riferimento alle categorie strategica, operativa, economica e di compliance (secondo il **framework COSO-WBCSD**) associate agli impatti negativi; per le opportunità associate agli impatti positivi, sono state considerate le esternalità generate dai progetti del Gruppo nell'ambito della propria strategia di sostenibilità.

Condivisione dei risultati e assegnazione delle priorità

I risultati complessivi dell'analisi di doppia materialità sono stati presentati al Leadership Team nel corso di un incontro dedicato a gennaio 2025. In questa occasione, sono stati validati e approvati i temi e i relativi impatti, ed è stato svolto un lavoro **per stabilirne le priorità**. Rispetto alla priorità che era emersa nel 2022 (Decarbonizzazione, Acqua, Circolarità, Biodiversità, Marketing responsabile, Nuove generazioni al lavoro, Diversità e inclusione, Impatto sulle comunità locali, B Corp advocacy), l'ordine di priorità dei temi Biodiversità e Circolarità risulta invertito, così come quello di Marketing responsabile e Nuove generazioni al lavoro. L'elenco aggiornato in ordine di priorità è disponibile nel paragrafo di testo "La matrice di doppia materialità del Gruppo" (v. pag. 23).

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	Nazione (Paesi in cui siamo presenti direttamente)
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	USA
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 Cosmeticos 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	Paesi Bassi
Davines Nederland BV	100%	Controllata	Boreelplein 67-69 7411 EH Deventer	Paesi Bassi
Comfort Zone Nederland BV	100%	Controllata	Boreelplein 67-69 7411 EH Deventer	Paesi Bassi
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

GRI 2-7 Dipendenti

N. dipendenti al 31.12	2022	2023	2024		
	Totale	Totale	Tempo indeterminato	Tempo determinato	Totale
Italia	430	470	493	26	519
Nord America	78	72	78	1	79
Regno Unito	46	51	50	0	50
Paesi Bassi	43	46	31	10	41
Francia	44	48	43	6	49
Germania		22	22	2	24
Messico	33	32	34	2	36
Hong Kong	14	14	13	0	13
Shangai	1	1	1	1	2
Totale	689	756	765	48	813

N. dipendenti al 31.12	2024		
	Full time	Part time	Totale
Italia	494	25	519
Nord America	78	1	79
Regno Unito	49	1	50
Paesi Bassi	23	18	41
Francia	49	0	49
Germania	21	3	24
Messico	36	0	36
Hong Kong	13	0	13
Shangai	2	0	2
Totale	765	48	813

N. dipendenti al 31.12	2022	2023	2024		
	Totale	Totale	Tempo indeterminato	Tempo determinato	Totale
Donne	443	514	504	41	545
Uomini	246	242	261	7	268
Totale	689	756	765	48	813

N. dipendenti al 31.12	2024		
	Full time	Part time	Totale
Donne	499	46	545
Uomini	266	2	268
Totale	765	48	813

GRI 2-8 Lavoratori non dipendenti

	2022			2023			2024		
N. Lavoratori non dipendenti al 31.12	**Colletti Bianchi**	**Colletti blu**	**Totale**	**Colletti Bianchi**	**Colletti blu**	**Totale**	**Colletti Bianchi**	**Colletti blu**	**Totale**
Agenzia per il lavoro	nd	nd	nd	nd	nd	48	49	9	58
Stage	13	0	13	16	0	16	12	0	12
Totale	13	0	13	16	0	64	61	9	70

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

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 institori 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 procedura.

Leadership Team	
Membro	**Ruolo**
Davide Bollati*	Presidente
Anthony Molet	Amministratore Delegato
Stefano Benetti	General Manager Finance & Operations
Stefania Bollati	Head of Wellbeing
Arnaud Goullin**	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

Collegio Sindacale	
Membro	**Ruolo**
Alberto Righini	Presidente
Alessandro Baga	Sindaco effettivo
Paolo Cevolani	Sindaco effettivo
Michele Balboni	Sindaco supplente
Simonetta Bissoli	Sindaco supplente

Organismo di Vigilanza
Membro
Adalberto Costantini
Fabrizio Bianchimani
Mariangela Pellegrino

*Non svolge ruolo di Senior Manager secondo quanto previsto dal GRI 2-11
**Presente in azienda fino a novembre 2024

GRI 2-28 Adesione ad associazioni

ASSOCIAZIONI	
AIDAF - ASSOCIAZIONE ITALIANA	**Davines Group è azienda associata**
ASSOBENEFIT - ASSOCIAZIONE NAZIONALE	Davines SpA è Società Benefit ed associata
CONSORZIO VOLONTARIO KILOMETRO VERDE	Davide Bollati è Vicepresidente del Consorzio Forestale KilometroVerdeParma
ISTIT.ITALIANO IMBALLAGGIO	Davines Group è azienda associata
UNIONE PARMENSE DEGLI INDUSTRIALI	Davines Group è azienda associata
FEDERCHIMICA - CONFINDUSTRIA	Davines Group è azienda associata
FONDAZIONE ALTAGAMMA	Davines brand è tra i soci di Fondazione Altagamma.
PARMA, IO CI STO! + Rete Welldone	Davines Group è tra i Soci Sostenitori
REGENERATIVE SOCIETY FOUNDATION	Davide Bollati è tra i Fondatori della Regenerative Society Foundation, di cui è anche Vicepresidente.
SYMBOLA FONDAZIONE PER LE QUALITÀ ITALIANE	Davines Group tra i partner
B CORP	Davines è azienda certificata B Corp dal 2016 e membro attivo del Movimento B Corp
B BEAUTY COALITION	Davines Group tra i 7 fondatori
NATURE POSITIVE NETWORK	Il Gruppo Davines ha recentemente aderito
CO_2ALIZIONE	Davines Group è tra le aziende promotrici
FONDAZIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE	Davines Group è azienda associata e Davide Bollati è membro del Comitato di Presidenza della Fondazione
ITALY FOR CLIMATE	Davines Group è tra i promotori
COSMETICA ITALIA	Davines Group è azienda associata

GRI 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder

Categorie di stakeholder	Iniziative	Descrizione
Colleghi	Plenum (dicembre e luglio)	Quattro volte all'anno, durante questi eventi, l'azienda condivide con i propri collaboratori i risultati aziendali conseguiti nei mesi precedenti, le sfide in corso e i traguardi futuri di ogni funzione strategica.
	Villager Assembly (marzo e ottobre)	
	Wellbeing e benefit	v. capitolo "Il benessere dei colleghi".
	Learning Hub	v. capitolo "La formazione dei colleghi".
	The Villager	È l'intranet dell'azienda, creata per facilitare la comunicazione, condivisione e collaborazione con i colleghi di tutte le sedi del Gruppo.
	Porte Aperte	Ogni anno l'azienda apre le porte ai familiari dei collaboratori, organizzando laboratori, visite guidate e altre attività ludico-ricreative per tutte le famiglie.
	Community interne	Esistono tre diverse community all'interno dell'azienda, formate da persone che dedicano parte del loro tempo lavorativo durante tutto l'anno alla promozione di attività, servizi ed eventi utili a favorire l'armonia vita-lavoro, iniziative sportive e di aggregazione, attività di volontariato, e azioni di concretizzazione dei valori espressi dalla nostra Carta Etica.
Fornitori	Davines Incontra	Ogni anno dedichiamo una giornata all'incontro con i nostri fornitori per condividere, oltre ai risultati conseguiti, la visione aziendale futura, compresa quella di sostenibilità. In particolare, viene dato aggiornamento rispetto obiettivi ambientali di medio e lungo termine, dei progetti in corso e di quelli già realizzati, seguiti da una call to action per i nostri fornitori a prendere parte al cambiamento positivo.
	Advocacy ed engagement	v. capitolo "I nostri fornitori locali" e sezione "B Corp advocacy".
Distributori, clienti professionali e finali	Formazione e training	Formazione professionale e continua da parte dei nostri trainer Davines e Comfort Zone, anche all'interno degli spazi della nostra sede centrale.
	Eventi ed experience tour	Eventi che periodicamente riuniscno le community internazionali dei nostri brand in diverse parti del mondo. Questi eventi rappresentano una preziosa occasione formativa, conoscitiva ed ispirazionale, e un'opportunità unica di condivisione collettiva dei valori aziendali e di sostenibilità.
	Advocacy ed engagement	v. capitolo "B Corp advocacy".
Ambiente	Iniziative di riforestazione e piantumazione	v. capitolo "Decarbonizzazione" e "Biodiversità".
	Strategia ambientale al 2030	v. capitolo "I nostri obiettivi ambientali al 2030: Davines Group Towards Planet Regeneration" e "Rigenerare il nostro pianeta".
Comunità	Associazionismo	v. GRI 2-28
	Donazioni e sponsorizzazioni	v. capitolo "Impatto sulle comunità locali".
	Campagne valoriali con attivazioni locali	v. capitolo "Impatto sulle comunità locali".
	Porte Aperte per la comunita	Almeno 2 volte all'anno, attraverso l'iniziativa Imprese Aperte, il Gruppo Davines organizza visite guidate alla propria sede Davines Group Village a Parma.
	Advocacy ed engagement	v. capitolo "B Corp advocacy".

GRI 2-30 Accordi di contrattazione collettiva

Percentuale di dipendenti totali coperti da contrattazione collettiva	2024
Numero dipendenti con contrattazione collettiva	570
Numero dipendenti	813
Totale	70%

Il Gruppo Davines applica i contratti collettivi nazionali laddove previsti, coprendo circa il 70% 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.

301-1 Materiali utilizzati per peso o volume

Materiale non rinnovabile [kg] ricevuto per packaging	2022	2023	2024
Plastica riciclata	300.373,9	229.692,5	256.369,4
Plastica vergine	380.142,7	287.752,7	311.607,8
Vetro vergine	145.206,2	112.975,4	76.039,7
Vetro riciclato	15.713,2	10.841,2	8.285,4
Alluminio vergine	102.799,8	44.926,1	52.081,3
Alluminio riciclato	43.512,6	56.177,6	42.733,1
Acciaio	10.148,8	5.872,7	5.412,7
Totale	**997.897,2**	**748.238,2**	**752.529,4**

Materiale rinnovabile [kg] ricevuto per packaging	2022	2023	2024
Carta vergine	78.354,8	52.964,0	73.291,6
Carta riciclata	1.106.615,6	890.792,2	1.084.456,3
Legno/Cotone	16,45	0,0	8,8
Plastica bio-based	159.684,2	130.609,3	148.993,2
Pastica Bio-Circular Mass Balance	32.227,6	2.055,6	13.319,4
Totale	**1.376.898,7**	**1.076.421,0**	**1.320.069,3**

301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo

Materiali d'ingresso che provengono da riciclo [kg]	2022	%	2023	%	2024	%
Materiali riciclati	1.498.442,97	62,25%	1.187.503,50	63,56%	1.391.844,20	67,15%
Materiali vergini	908.580,62	37,75%	680.754,50	36,44%	680.754,50	32,85%
Totale	2.407.023,59	100,00%	1.868.258,00	100,00%	2.072.598,70	100,00%

GRI 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione

Energia consumata all'interno dell'organizzazione (GJ)	2022	2023	2024
	Totale Gruppo	Totale Gruppo	Totale Gruppo
Combustibile da fonti di energia non rinnovabile consumato*	**14.704**	**15.120**	**17.823**
Gas naturale	14.704	15.120	17.823
Combustibile da fonti di energia rinnovabile consumato	**0**	**0**	**0**
Energia acquistata per il consumo	**8.734**	**8.836**	**13.073**
Teleriscaldamento	0	18	630
Risorse non rinnovabili	36	334	327
Risorse rinnovabili	8.698	8.485	12.116
Energia elettrica autoprodotta	**643**	**613**	**609**
Energia totale consumata	**24.081**	**24.569**	**31.505**

*sono esclusi i quantitativi di benzina e gasolio acquistati. 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)	2022		2023		2024			
	Davines Group Village		Davines Group Village		Davines Group Village		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*
Acque superficiali	**0**	**0**	**0**	**0**	**0,0**	**0**	**0,0**	**0**
Acqua dolce	0	0	0	0	0,0	0	0,0	0
Altre acque	0	0	0	0	0,0	0	0,0	0
Acqua di falda	**53,1**	**0**	**57,3**	**0**	**90,0**	**0**	**0,0**	**0**
Acqua dolce	0	0	0	0	90,0	0	0,0	0
Altre acque	0	0	0	0	0,0	0	0,0	0
Acqua acquistata	**2,5**	**nd**	**1,3**	**nd**	**1,5**	**nd**	**2,9**	**nd**
Acqua dolce	2,5	nd	1,3	nd	1,5	nd	2,9	nd
Altre acque	0,0	nd	0,0	nd	0,0	nd	0,0	nd
Totale prelievo idrico	**55,5**	**nd**	**58,6**	**nd**	**91,5**	**nd**	**2,9**	**nd**

Per il 2022 e il 2023 non sono disponibili dati relativi alle filiali e ai volumi di acqua di falda prelevata per irrigare. Il perimetro del Davines Group Village include lo stabilimento produttivo e gli uffici della sede di Parma.

*La valutazione dello stress idrico è stata effettuata utilizzando il WWF Water Risk Filter

GRI 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)

Emissioni di GHG dirette (Scope 1) in t di CO_2e	**2022**	**2023**	**2024**
Emissioni dirette	1466,7	1509,4	1704,3

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 CO_2 e 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_2e	**2022**	**2023**	**2024**
Location-based method	661,0	705,3	1.112,6
Market-based method	4,0	37,6	79,5

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; la sede di Parma, ad esempio, raggiunge il 99,5% di energia rinnovabile acquistata.
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_2e	**2022**	**2023**	**2024**
Altre emissioni indirette	58.231,1	63.383,8	61.112,0

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 DEFRA convertiti in 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 carbonsaver.org (convertiti in €/kg CO_2e) 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 2024, 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 2024.

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 eslcuse 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.

GRI 305-4 Intensità delle emissioni di GHG

Intensità delle emissioni di GHG t di CO_2e/ t di prodotto sfuso (ton CO_2e/t bulk)	**2022**	**2023**	**2024**
(Scope 1 + Scope 2 LB + Scope 3)	8,1	10,7	9,8
(Scope 1 + Scope 2 MB + Scope 3)	8,0	10,6	9,6

GRI 306-3 Rifiuti prodotti
GRI 306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento
GRI 306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento

Gestione rifiuti (t)	2022		2023		2024			
	Stabilimento produttivo		Stabilimento produttivo		Stabilimento produttivo		Uffici	
	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi
Rifiuti non destinati a smaltimento	**79,5**	**416,5**	**107,4**	**526,5**	**87,6**	**515,0**	**0,0**	**9,3**
Preparazione al riutilizzo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Riciclo (R3)	0,0	136,9	0,0	145,7	0,0	134,4	0,0	9,2
Altre operazioni di recupero (R12-R13)	79,5	279,6	107,4	380,8	87,6	380,6	0,0	0,1
Rifiuti destinati allo smaltimento	**37,1**	**914,0**	**45,5**	**425,5**	**67,2**	**295,0**	**0,0**	**56,3**
Incenerimento (con recupero energetico)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1
Incenerimento (senza recupero energetico) (D14 -D15)	37,1	30,7	45,5	42,2	67,2	1,0	0,0	0,0
Conferimento in Discarica	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Altre operazioni di smaltimento (D8-D9)	0,0	883,3	0,0	383,3	0,0	294,0	0,0	54,2
Peso totale di rifiuti prodotti (t)	**116,6**	**1330,5**	**152,9**	**952,0**	**154,8**	**810,0**	**0,0**	**65,6**

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.			
Assunzioni	**Donne**	**Uomini**	**Totale**
Italia	56	35	91
Nord America	12	3	15
Regno Unito	7	2	9
Paesi Bassi	4	2	6
Francia	9	1	10
Germania	3	3	6
Messico	0	2	2
Hong Kong	1	1	2
Shangai	1	0	1
Totale	93	49	142
Tasso %	**Donne**	**Uomini**	**Totale**
Italia	11%	7%	18%
Nord America	15%	4%	19%
Regno Unito	14%	4%	18%
Paesi Bassi	10%	5%	15%
Francia	18%	2%	20%
Germania	13%	13%	25%
Messico	0%	6%	6%
Hong Kong	8%	8%	15%
Shangai	50%	0%	50%
Totale	11%	6%	17%

Numero totale e tasso (%) di nuovi dipendenti assunti suddivisi per età e area geografica.				
Assunzioni per età	**<30**	**30-50**	**>50**	**Totale**
Italia	32	53	6	91
Nord America	6	4	5	15
Regno Unito	0	5	4	9
Paesi Bassi	0	4	2	6
Francia	4	6	0	10
Germania	1	5	0	6
Messico	0	2	0	2
Hong Kong	1	1	0	2
Shangai	0	1	0	1
Totale	**44**	**81**	**17**	**142**
Tasso (%)	**<30**	**30-50**	**>50**	**Totale**
Italia	6%	10%	1%	18%
Nord America	8%	5%	6%	19%
Regno Unito	0%	10%	8%	18%
Paesi Bassi	0%	10%	5%	15%
Francia	8%	12%	0%	20%
Germania	4%	21%	0%	25%
Messico	0%	6%	0%	6%
Hong Kong	8%	8%	0%	15%
Shangai	0%	50%	0%	50%
Totale	5%	10%	2%	17%

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			
Turnover	**Donne**	**Uomini**	**Totale**
Italia	22	18	40
Nord America	9	0	9
Regno Unito	9	1	10
Paesi Bassi	7	3	10
Francia	7	2	9
Germania	2	2	4
Messico	1	0	1
Hong Kong	0	1	1
Shangai	0	0	0
Totale	57	27	84
Tasso %	**Donne**	**Uomini**	**Totale**
Italia	4%	3%	8%
Nord America	11%	0%	11%
Regno Unito	18%	2%	20%
Paesi Bassi	17%	7%	24%
Francia	14%	4%	18%
Germania	8%	8%	17%
Messico	3%	0%	3%
Hong Kong	0%	8%	8%
Shangai	0%	0%	0%
Totale	7%	3%	10%

Numero totale e tasso (%) di turnover dei dipendenti suddivisi per età e area geografica				
Turnover per età	**<30**	**30-50**	**>50**	**Totale**
Italia	10	26	4	40
Nord America	4	2	3	9
Regno Unito	0	8	2	10
Paesi Bassi	1	6	3	10
Francia	4	4	1	9
Germania	0	3	1	4
Messico	0	1	0	1
Hong Kong	1	0	0	1
Shangai	0	0	0	0
Totale	**20**	**50**	**14**	**84**
Tasso (%)	**<30**	**30-50**	**>50**	**Totale**
Italia	2%	5%	1%	8%
Nord America	5%	3%	4%	11%
Regno Unito	0%	16%	4%	20%
Paesi Bassi	2%	15%	7%	24%
Francia	8%	8%	2%	18%
Germania	0%	13%	4%	17%
Messico	0%	3%	0%	3%
Hong Kong	8%	0%	0%	8%
Shangai	0%	0%	0%	0%
Totale	2%	6%	2%	10%

I dati per il 2022 e il 2023 non sono disponibili

GRI 401-3 Congedo parentale

Congedo Parentale	Donne	Uomini
numero totale dei dipendenti che avevano diritto al congedo parentale, suddivisi per genere	545	268
numero totale dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale, suddivisi per genere	31	4
numero totale dei dipendenti che sono ritornati al lavoro nel periodo di rendicontazione al termine del congedo parentale, suddivisi per genere	12	4
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	
tasso di rientro al lavoro dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale, suddivisi per genere	39%	100%
tasso di fidelizzazione al lavoro dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale, suddivisi per genere	dato aggregato non calcolabile	

GRI 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente

Ore di formazione annua per genere	Uomini	Donne	Totale
N. di ore medie	14,7	20,4	18,5
N. di ore totali	3.929,5	11.122,5	15.052,0
N. di dipendenti per genere	268	545	813

Ore di formazione annua per categoria di dipendenti	Dirigente	Responsabile Operativo/ Supervisore	Collaboratore	Manager di livello intermedio
N. di ore medie	27,6	24,3	16,4	24,1
N. di ore totali	359,0	3.673,0	9.865,3	1.154,8
N. di dipendenti per tipologia	13	151	601	48

GRI 405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

Diversità negli organi di governo [%]	Genere		Età			Totale
	M	F	<30	30-50	>50	
Consiglio di amministrazione	75%	25%	0%	12,50%	87,50%	8
Global Leadership Team	64%	36%	0%	21%	79%	14

Diversità tra i dipendenti [%] (Gruppo)	Genere		Età			Totale
	M	F	<30	30-50	>50	
Dipendenti	67%	33%	15%	66%	19,00%	813
di cui Categoria Protette	64%	36%	-	-	-	22

GRI 417-1 Marketing ed etichettatura

Tipologie di informazioni richieste dalle procedure interne per l'etichettatura	Descrizione delle informazioni
Origine dei componenti del prodotto	In etichetta viene sempre indicata l'origine del prodotto attraverso la dicitura "Made in", in conformità con le normative previste nei mercati di Unione Europea, Stati Uniti e Canada. Le normative di riferimento sono: - il Regolamento (CE) n. 1223/2009 per l'Unione Europea, - il Federal Food, Drug and Cosmetic Act per gli Stati Uniti, - il Consumer Packaging and Labelling Act per il Canada.
Contenuto con potenziale impatto ambientale o sociale	I prodotti commercializzati rispettano i principali standard di settore in tema di salute e sicurezza, con particolare attenzione alla conformità rispetto a sostanze vietate o regolamentate.
Modalità d'uso del prodotto	Le informazioni riportate in etichetta includono anche le modalità d'uso sicuro e le avvertenze in conformità con le normative ambientali e di sicurezza previste nei mercati di Unione Europea, Stati Uniti e Canada. In Europa, l'etichettatura è conforme al Regolamento (CE) n. 1223/2009, che disciplina la sicurezza dei cosmetici, la valutazione tossicologica degli ingredienti e l'impiego di sostanze vietate o soggette a restrizioni. In Canada, vengono rispettati il Consumer Packaging and Labelling Act e la Cosmetic Ingredient Hotlist, mentre negli Stati Uniti si fa riferimento al Federal Food, Drug and Cosmetic Act, che impone l'obbligo di comunicazioni veritiere e non ingannevoli sui prodotti cosmetici. Il rispetto di tali normative consente di garantire elevati standard di sicurezza e trasparenza, anche nei mercati dove tali requisiti non sono espressamente previsti.
Smaltimento del prodotto	Le etichette riportano le informazioni relative al corretto smaltimento, conformemente alle normative ambientali applicabili nei mercati di riferimento. In particolare, vengono rispettate: - In Italia, le disposizioni del Decreto Legislativo 3 settembre 2020, n. 116; - In Francia, l'Article 17 della legge AGEC e il relativo decreto attuativo; - In Spagna, la normativa in aggiornamento prevista a partire dal 2025, in linea con il quadro normativo europeo sull'economia circolare.
Percentuale di categorie rilevanti di prodotti soggette a procedure e valutate per la conformità	Le informazioni sopra descritte si applicano esclusivamente ai prodotti cosmetici, la principale categoria di prodotti commercializzata dall'azienda. Gli integratori alimentari e i prodotti per l'ambiente non rientrano nell'ambito delle normative citate e seguono regolamentazioni differenti.

INDICE DEI CONTENUTI GRI

Dichiarazione d'uso	Davines Group ha rendicontato le proprie informazioni relative al periodo di rendicontazione 1/1/2024-31/12/2024 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	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				Il Rapporto di Sostenibilità 2024 non è sottoposto ad assurance esterna
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti commerciali	Un ecosistema di valore			
	2-7 Dipendenti	I nostri colleghi Appendice GRI			
	2-8 Lavoratori non dipendenti	I nostri colleghi Appendice GRI			
	2-9 Struttura e composizione della governance	La nostra struttura di governance Appendice GRI			
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Appendice GRI			
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Etica, trasparenza e modelli di controllo Appendice GRI			
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Etica, trasparenza e modelli di controllo			
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Etica, trasparenza e modelli di controllo			
	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	Etica, trasparenza e modelli di controllo			
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	Etica, trasparenza e modelli di controllo			
	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	I nostri colleghi			
	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	La nostra strategia di sostenibilità			
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	Etica, trasparenza e modelli di controllo La nostra strategia di sostenibilità			
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	Etica, trasparenza e modelli di controllo La nostra strategia di sostenibilità Decarbonizzazione			
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Etica, trasparenza e modelli di controllo			
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Etica, trasparenza e modelli di controllo			
	2-28 Appartenenza ad associazioni	Appendice GRI			
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	I nostri valori 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 matrice di doppia materialità del Gruppo Approfondimento analisi di doppia materialità			
	3-2 Elenco di temi materiali	La matrice di doppia materialità del Gruppo La nostra strategia di sostenibilità Approfondimento analisi di doppia materialità			
Tema materiale: Decarbonizzazione					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La matrice di doppia materialità del Gruppo Decarbonizzazione Approfondimento analisi di doppia materialità			
GRI 302: Energia	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	Decarbonizzazione Appendice GRI			
GRI 305: Emissioni	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	Decarbonizzazione Appendice GRI			
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	Decarbonizzazione Appendice GRI			
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	Decarbonizzazione Appendice GRI			
Tema materiale: Acqua					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La matrice di doppia materialità del Gruppo Acqua Approfondimento analisi di doppia materialità			
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	Acqua			
	303-3 Prelievo idrico	Acqua 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 matrice di doppia materialità del Gruppo Biodiversità Approfondimento analisi di doppia materialità			
GRI 101: Biodiversità 2024	101-1 Policy per arrestare e invertire la perdita di biodiversità	Biodiversità			Il Gruppo ha scelto di rendicontare in via anticipata l'indicatore GRI 101: Biodiversità ("early adoption")
	101-2 Gestione degli impatti sulla biodiversità	Biodiversità			Il Gruppo ha scelto di rendicontare in via anticipata l'indicatore GRI 101: Biodiversità ("early adoption")
	101-4 Identificazione degli impatti sulla biodiversità	Biodiversità			Il Gruppo ha scelto di rendicontare in via anticipata l'indicatore GRI 101: Biodiversità ("early adoption")
	101-5 Ubicazioni con impatti sulla biodiversità	Biodiversità			Il Gruppo ha scelto di rendicontare in via anticipata l'indicatore GRI 101: Biodiversità ("early adoption")
Tema materiale: Circolarità					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La matrice di doppia materialità del Gruppo Circolarità Approfondimento analisi di doppia materialità			
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	Circolarità Appendice GRI			
GRI 306: Rifiuti	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Circolarità Appendice GRI			
	306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	Circolarità			
	306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	Circolarità			
	306-3 Rifiuti generati	Circolarità Appendice GRI			
	306-4 Rifiuti non conferiti in discarica	Circolarità Appendice GRI			
	306-5 Rifiuti conferiti in discarica	Circolarità 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 matrice di doppia materialità del Gruppo Nuove generazioni al lavoro Approfondimento analisi di doppia materialità			
GRI 401: Occupazione	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	I nostri colleghi 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	I nostri colleghi			
	401- 3 Congedo Parentale	I nostri colleghi Appendice GRI			
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	I nostri colleghi			
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	I nostri colleghi Appendice GRI			
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	I nostri colleghi			
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	I nostri colleghi			
Tema materiale: Marketing responsabile					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La matrice di doppia materialità del Gruppo Marketing responsabile Approfondimento analisi di doppia materialità			
GRI 417: Marketing ed etichettatura	417-1 Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	Appendice GRI			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	CAPITOLO	OMISSIONE		
			REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE
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	I nostri colleghi Appendice GRI			
Tema materiale: Impatto sulle comunità locali					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La matrice di doppia materialità del Gruppo Impatto sulle comunità locali Approfondimento analisi di doppia materialità			
GRI 413: Comunità locali	413-1 Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	Impatto sulle comunità locali			
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	I nostri fornitori locali			
	414-2 Impatti sociali negativi sulla catena di fornitura e azioni intraprese	I nostri fornitori locali			
Tema materiale: B Corp Advocacy					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La matrice di doppia materialità del Gruppo B Corp advocacy Approfondimento analisi di doppia materialità			
GRI 204: Prassi di approvvigionamento	204-1 Percentuale di spesa presso i fornitori locali	I nostri fornitori locali			
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	I nostri fornitori locali			
	308-2 Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	I nostri fornitori locali			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	CAPITOLO	OMISSIONE		
			REQUISITI OMESSI	RAGIONE	SPIEGAZIONE
Temi non materiali: altri indicatori di Corporate Governance					
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	Etica, trasparenza e modelli di controllo			
	205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	Etica, trasparenza e modelli di controllo			
	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Etica, trasparenza e modelli di controllo			

DAVINES GROUP

davines sustainable beauty | Certified B Corporation | [comfort zone] conscious skin science

davinesgroup.com