



SINTESI DEL RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2024

**DAI RISULTATI
ALLE AZIONI:**
il percorso del
Gruppo Davines
verso il 2030

DAVINES GROUP



[comfort zone]
conscious skin science

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.

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.

Circularità

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.

LA NOSTRA VISIONE DI SOSTENIBILITÀ

La **strategia di sostenibilità** del Gruppo Davines nasce dalla volontà di superare un modello estrattivo, che ha profondamente impoverito il pianeta, per abbracciare un approccio rigenerativo capace di garantire un futuro alle prossime generazioni.

La nostra visione strategica è rappresentata da un albero da cui si sviluppano tre rami primari che simboleggiano le aree in cui si concentrano i nostri sforzi: sociale, ambientale e di governance. Da queste aree si diramano i **nove temi strategici**, identificati grazie alla nostra **analisi**

di materialità e che, attraverso un piano di azioni strutturato, definiscono la strategia di sostenibilità del Gruppo.

L'area sociale, "Supportare i nostri collaboratori e la comunità", comprende i temi di diversità e inclusione, nuove generazioni al lavoro, impatto sulle comunità locali; l'area ambientale, "Rigenerare il nostro pianeta", si concentra su decarbonizzazione, biodiversità, circolarità e acqua; l'area di governance, "B Responsible", include B Corp advocacy e marketing responsabile.



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, impegnandoci a ridurlo il più possibile.

Abbiamo delineato una strategia concreta, definita nel programma "2030: Davines Group Towards Planet Regeneration", incentrata sul

decoupling: il disaccoppiamento della crescita del business dal suo impatto ambientale.

Questo percorso al 2030 si traduce in un portfolio di progetti concreti e obiettivi ambiziosi fondati sui quattro pilastri dell'area ambientale: **decarbonizzazione, biodiversità, circolarità e acqua.**

Decarbonizzazione

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

La nostra visione sulla decarbonizzazione

La lotta al cambiamento climatico è una delle priorità più urgenti del nostro tempo, e la decarbonizzazione rappresenta il fulcro della nostra strategia ambientale. Il nostro percorso verso il **Net Zero** – ovvero la riduzione delle emissioni di gas serra ai minimi livelli possibili e la neutralizzazione delle residue – si fonda su obiettivi scientificamente approvati e azioni concrete. Nel 2024 i nostri obiettivi di riduzione delle emissioni sono stati ufficialmente validati

da Science Based Target initiative (SBTi), organizzazione che supporta aziende e istituzioni finanziarie nel contribuire in modo concreto alla lotta contro la crisi climatica. SBTi ha riconosciuto che il nostro impegno a raggiungere Net Zero entro il 2050 è conforme ai criteri scientifici previsti dal Corporate Net Zero Standard e alle Linee Guida per Foreste, Terreni e Agricoltura (FLAG), con anno base 2022.

Obiettivi al 2030

-55%

intensità fisica delle emissioni di CO₂eq (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 strategia ambientale 2030.

Target di riduzione delle nostre emissioni validati da SBTi

OBIETTIVI A BREVE TERMINE | ENTRO IL 2030

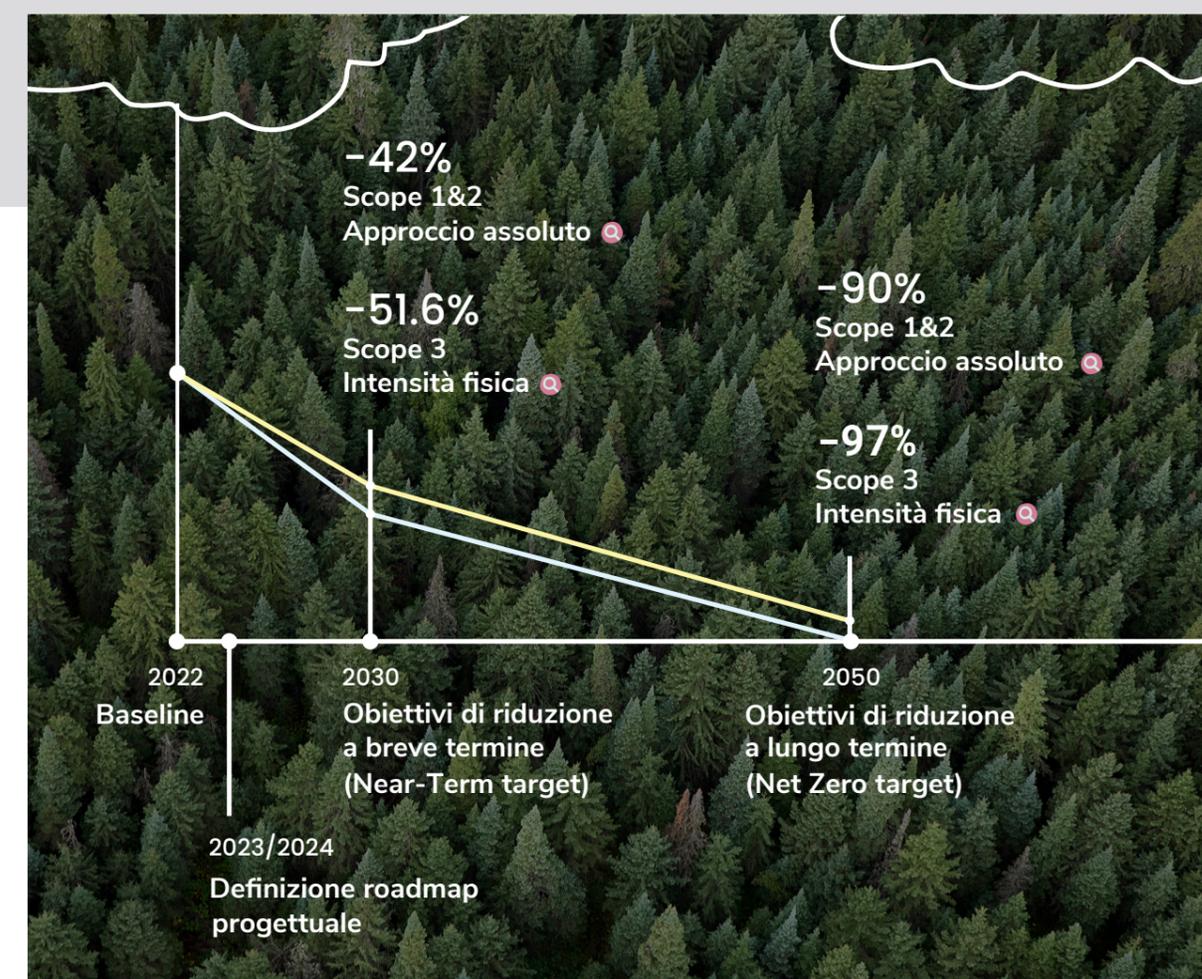
Ridurre del 42% le emissioni assolute di gas serra di scope 1 e 2 (energia e industria), e del 51,6% per kg di prodotto sfuso quelle di scope 3 indirette e generate lungo la catena del valore, rispetto al 2022. Per la categoria FLAG (Foreste, Terreni e Agricoltura), puntiamo a tagliare del 30,3% le emissioni di scope 3, rispetto al 2022, e a garantire zero deforestazione per le materie prime critiche entro la fine del 2025.

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 tagliare del 72% le emissioni di scope 3 legate a foreste, terreni e agricoltura, sempre rispetto al 2022.

NEUTRALIZZAZIONE DELLE 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 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.



I nostri target di riduzione delle emissioni approvati da SBTi

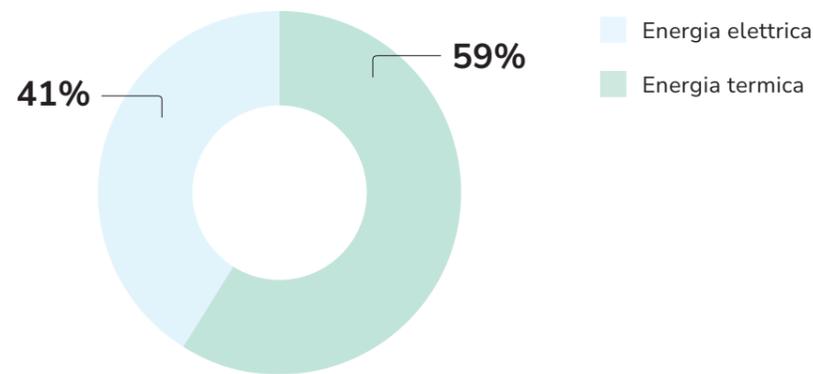
La gestione energetica del Gruppo

L'energia è una risorsa chiave nel nostro percorso di sostenibilità. Per questo ne monitoriamo e ottimizziamo l'uso, riducendo gli sprechi e migliorando l'efficienza di impianti e processi. Un esempio concreto è l'installazione di un

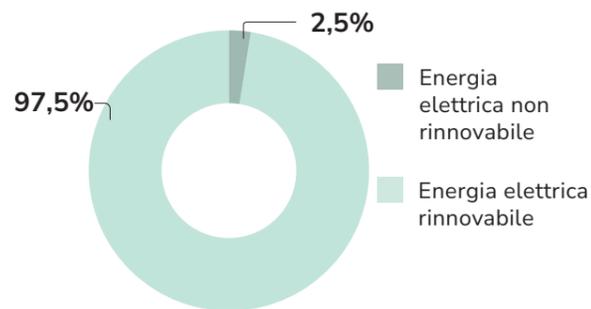
Building Management System nei nostri uffici e nello stabilimento di Parma: un sistema intelligente che, grazie a sensori avanzati, ci aiuta a ottimizzare le risorse in tempo reale.

Come consumiamo energia:

Energia totale impiegata nei nostri uffici e nell'impianto produttivo

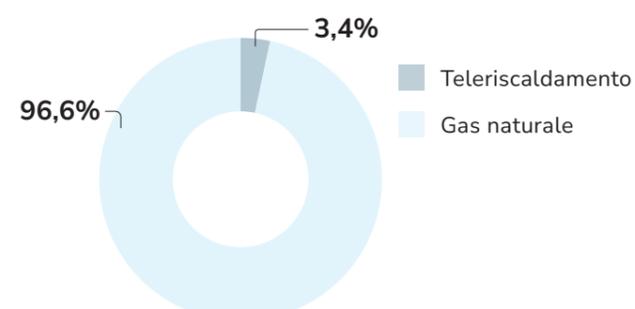


Energia elettrica impiegata nei nostri uffici* e nel nostro impianto produttivo



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

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



*Italia, Nord America, Francia, Germania

L'impianto agrivoltaico in EROC

Per integrare l'autoproduzione di elettricità rinnovabile con l'agricoltura biologica rigenerativa, installeremo un impianto agrivoltaico presso l'European Regenerative Organic Center, come progetto flagship della nostra strategia ambientale al 2030. L'obiettivo è sviluppare una soluzione capace di coniugare efficacemente produzione di energia

pulita, 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.

La carbon footprint di Gruppo

Il calcolo e la certificazione della carbon footprint di organizzazione

Ogni anno calcoliamo la carbon footprint del Gruppo, che comprende sia le emissioni dirette delle nostre attività (Scope 1 e 2) sia quelle lungo l'intera catena del valore (Scope 3). Nel 2024, la nostra carbon footprint totale ammonta a 62.895,8 tonnellate di CO₂eq (escluse le emissioni della fase d'uso dei prodotti, ovvero quelle generate durante il loro utilizzo, ad eccezione dei prodotti spray aerosol). Le emissioni di Scope 3 rappresentano il 97,2% della carbon footprint totale, confermandosi la principale area di impatto. Tra le categorie più rilevanti l'acquisto di beni e servizi, come ingredienti e materiali di

packaging; la distribuzione dei prodotti; le attività legate allo smaltimento post-consumo; la fase d'uso dei prodotti spray. Questi ambiti sono infatti al centro della nostra roadmap progettuale al 2030 di riduzione delle emissioni. Sempre nello stesso anno, abbiamo ottenuto per la prima volta la certificazione della nostra carbon footprint di organizzazione, in conformità al GHG Protocol Corporate Standard e con garanzia ragionevole. Ciò significa che sono stati effettuati controlli approfonditi sui dati e sulle informazioni riportate, assicurando un'elevata attendibilità dei risultati.

LCA a supporto della carbon footprint di organizzazione

Il Life Cycle Assessment (LCA) è uno strumento che consente di valutare l'impatto ambientale di un prodotto o servizio lungo tutte le fasi del suo ciclo di vita, dalla produzione allo smaltimento. Nel 2024, la copertura LCA dei prodotti rispetto al fatturato di vendita ha raggiunto il 59,9% (+1,7%

rispetto al 2023). Questa analisi è integrata nel calcolo della carbon footprint di organizzazione, costituendo la base per il calcolo delle emissioni associate all'acquisto di beni, al fine vita e alla fase d'uso dei prodotti.

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. Tra il 2018 e il 2024, grazie a questi progetti, abbiamo acquistato complessivamente 93.500 crediti di carbonio.

Una parte di questi è stata utilizzata nel 2024 per mitigare parzialmente la nostra impronta carbonica, permettendoci di neutralizzare 12.500 tonnellate di CO₂, pari a circa il 19,9% del totale generato nell'anno.



EthioTrees

È un progetto di forestazione che sostiene la rigenerazione del suolo e delle foreste attive nella regione del Tigray, in Etiopia. Nello stesso anno, oltre 1.700 famiglie hanno beneficiato del progetto, che ha anche avviato un'iniziativa per incentivare la frequenza scolastica nella fase post-conflitto.

Scolel'te

È un progetto attivo nella regione del Chiapas, in Messico, che promuove imboschimento, rimboschimento e agroforestazione con benefici sociali per le comunità locali.



Biodiversità

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

La nostra visione della biodiversità

Negli anni, il nostro impegno per la biodiversità è evoluto da un approccio conservativo a una visione rigenerativa: dalla volontà iniziale di ridurre l'impatto delle nostre attività, siamo passati all'obiettivo di rigenerare attivamente l'ambiente e le comunità che ci circondano. Il nostro percorso è iniziato nel 2014 con la collaborazione con Slow Food per la linea Davines Essential Haircare, e 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. La partnership, fra le altre cose, mira alla ricerca di nuovi ingredienti naturali, altamente biodegradabili e certificati, e alla formazione degli agricoltori da cui ci approvvigioniamo.

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 provverranno 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 strategia ambientale 2030.



EROC: i nostri risultati

Situato su un'area di 17 ettari di fronte al Davines Group Village, a Parma, EROC è costituito da **188 appezzamenti sperimentali** in cui, a rotazione, vengono coltivate **22 differenti specie vegetali**.

Il Centro ha già portato a termine 3 esperimenti scientifici con l'obiettivo di dimostrare i benefici dell'agricoltura biologica rigenerativa rispetto a quella convenzionale.

Nel 2024, EROC ha ottenuto la certificazione ROC® – Regenerative Organic Certified. 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.

Sempre nel 2024, abbiamo supportato 16 aziende agricole nell'ottenere la certificazione ROC®, offrendo assistenza tecnica e finanziaria.



Dalla natura, gli ingredienti per le nostre formule sostenibili

Ingredienti certificati ROC®

Siamo impegnati nella ricerca e nell'uso di ingredienti provenienti da agricoltura biologica rigenerativa, con particolare attenzione a quelli certificati ROC®. Abbiamo studiato e validato 21 ingredienti ROC® per l'utilizzo nelle nostre formule, di cui 7 già presenti a fine 2024. L'estratto di achillea bianca è il primo ingrediente utilizzato nelle nostre formule interamente coltivato presso EROC, oltre che il primo a ottenere la certificazione ROC®.

Naturalità e minor bioaccumulo degli ingredienti

Da anni lavoriamo per formulare prodotti con un'elevata percentuale di ingredienti di origine naturale e di sostanze a ridotto bioaccumulo per l'ambiente, che prevengono l'accumulo di sostanze tossiche negli organismi e contribuiscono alla salvaguardia degli ecosistemi.

83,4%

degli ingredienti contribuisce a un **minore bio-accumulo nell'ambiente** vi rientrano le materie prime rapidamente biodegradabili – capaci di degradarsi per oltre il 70% in 28 giorni secondo il metodo OECD 301 e il regolamento CE n. 648/2004 – insieme ad acqua e sostanze non organiche.

87,1%

degli ingredienti* è di **derivazione naturale** comprendendo sia quelli ottenuti esclusivamente da fonti naturali o biologiche certificate, sia quelli naturali modificati, frutto della combinazione di sostanze naturali e sintetiche

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 adottano pratiche ispirate ai principi dell'agroecologia e dell'agricoltura biologica rigenerativa.

Oltre a sostenere progetti innovativi, il premio rappresenta uno strumento di advocacy per promuovere un'agricoltura capace di coniugare redditività e rispetto degli ecosistemi.



Circularità

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

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.

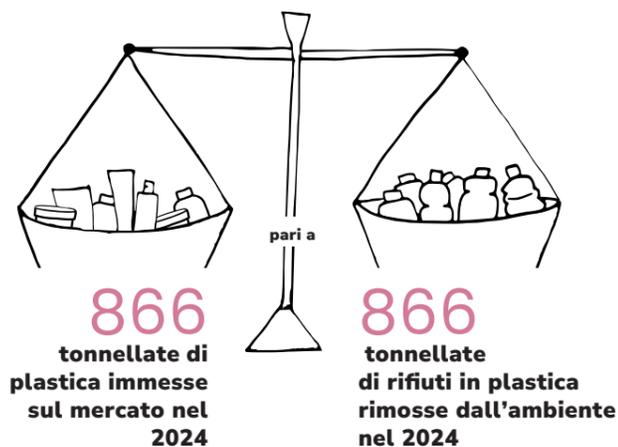
La land footprint di Gruppo

Nel 2024 il Gruppo Davines ha calcolato per la prima volta la propria impronta sull'uso del suolo lungo tutta la catena di fornitura e nelle operazioni dirette presso la sede di Parma. L'analisi ha considerato sia l'uso del suolo, indicatore espresso in termini di metri quadrati di superficie occupati nell'arco di un anno, sia il cambiamento d'uso del suolo, che si riferisce alla trasformazione dell'utilizzo di un'area nel tempo (ad esempio, la conversione di foreste in campi coltivati), espresso in termini di metri quadrati di suolo trasformati e occupati in un anno. I risultati hanno evidenziato che una quota rilevante del cambiamento d'uso del suolo è legata all'approvvigionamento di ingredienti di origine naturale, associati anche alla maggior parte del suolo utilizzato. Oltre agli ingredienti per formule e packaging, anche materiali di vendita e gadget promozionali contribuiscono al consumo di suolo.

L'impegno per la raccolta di rifiuti in plastica

Dal 2021 il Gruppo Davines collabora con Plastic Bank, un'organizzazione che supporta il recupero di rifiuti in plastica prima che finiscano negli oceani. A partire dal 2022, per ogni prodotto venduto, viene rimossa un'equivalente quantità di plastica dalle coste di Brasile, Filippine, Indonesia e, dal 2024, anche della Thailandia.

Complessivamente, tra il 2021 e il 2024, abbiamo supportato la rimozione di 2.568 tonnellate di plastica dall'ambiente.



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.

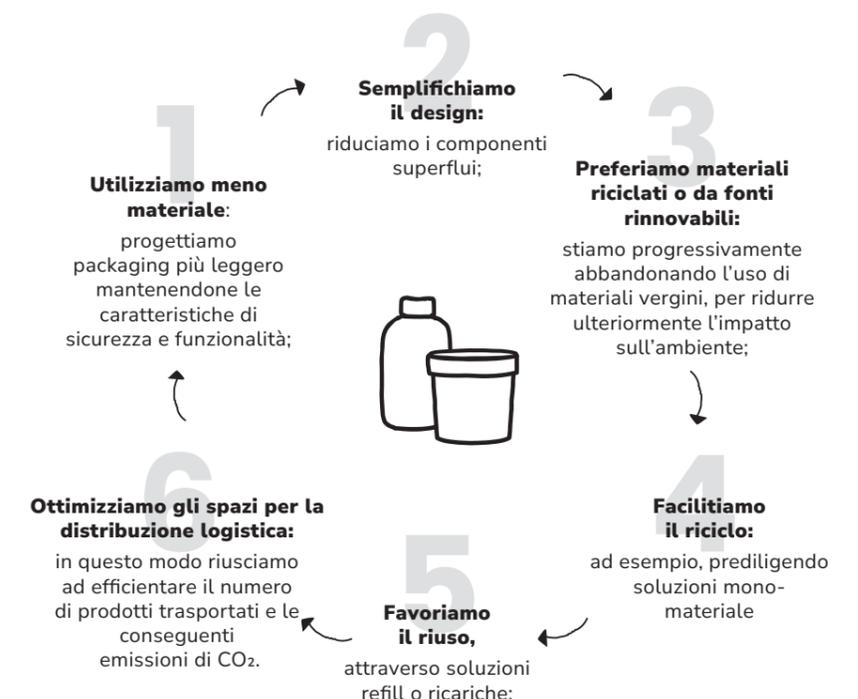
100%

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

Target strategia ambientale 2030.

I principi di ecodesign nei nostri packaging

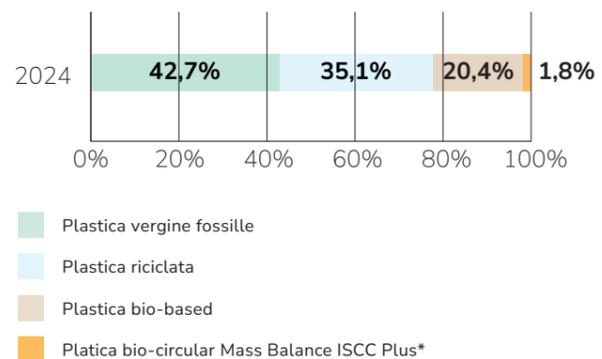
Nel 2024 abbiamo riprogettato 3 nuovi packaging applicando i principi di ecodesign, portando a oltre 45 il numero complessivo di packaging revisionati secondo questo approccio. Il Gruppo Davines si ispira ad alcuni principi fondamentali dell'ecodesign nella progettazione dei propri packaging:



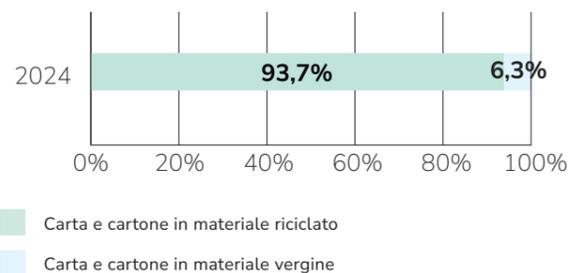
Di cosa sono fatti i nostri packaging

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.

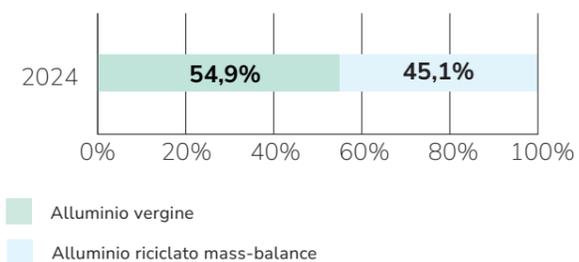
Plastica



Carta



Alluminio



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



Acqua

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

La nostra visione sull'acqua

Il Gruppo Davines considera l'acqua una risorsa preziosa e si impegna a gestirla in modo efficiente. Presso il sito produttivo del Davines Group Village sono state adottate soluzioni tecniche per ridurre il prelievo idrico, limitare gli

sprechi e garantire il trattamento completo delle acque reflue. Il Gruppo sta inoltre ampliando l'analisi lungo la filiera, valutando disponibilità e rischi legati alla risorsa idrica nei territori di origine delle materie prime.

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 strategia ambientale 2030.

Progetto flagship 2030

La water footprint del Gruppo

Nel 2024 il Gruppo Davines ha calcolato per la prima volta la propria impronta idrica di organizzazione, analizzando l'impatto sull'acqua all'interno delle operazioni dirette e della propria catena di fornitura. L'obiettivo era valutare non solo quanta acqua venisse utilizzata, ma anche con quale qualità venisse restituita all'ambiente e gli effetti sugli ecosistemi locali. L'analisi ha evidenziato che il prodotto finito costituisce la componente principale dell'impronta idrica complessiva. In particolare, gli ingredienti si confermano un nodo centrale per via del consumo idrico associato alla coltivazione e alle successive fasi di trasformazione. Anche il packaging risulta un elemento rilevante nell'impronta idrica complessiva. Sul fronte dell'inquinamento delle acque reflue, 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.

La riduzione dell'utilizzo dell'acqua

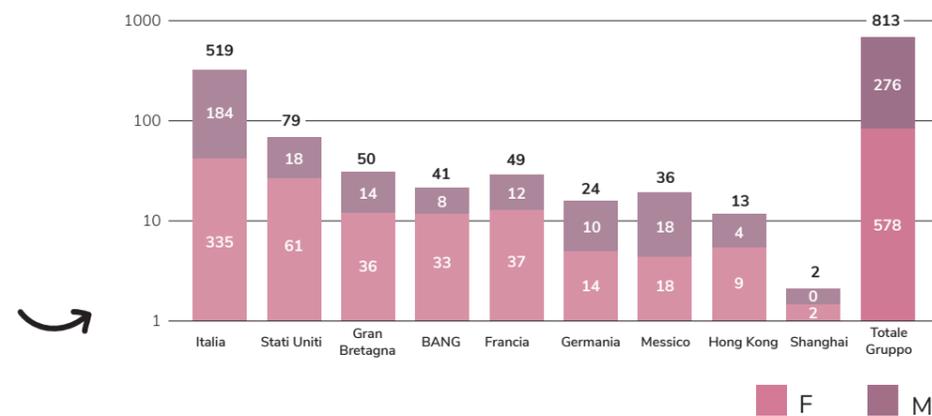
L'intensità idrica rappresenta la quantità di acqua consumata, in metri cubi, per produrre una tonnellata di prodotto sfuso (bulk), e per questo costituisce un indicatore chiave dell'efficienza nell'utilizzo della risorsa idrica durante il processo produttivo. Nel 2024, l'intensità idrica si è ridotta del 19,3% passando da 7,5 m³/tonnellata di bulk prodotto nel 2023 a 6,0 m³/ton di bulk prodotto, grazie agli interventi di efficientamento implementati nel corso dell'anno. In particolare, l'installazione di un nuovo impianto osmotico ad alta efficienza e l'utilizzo di tecnologie di lavaggio dei macchinari che permettono di risparmiare acqua.

SUPPORTARE I NOSTRI COLLABORATORI E LA COMUNITÀ

Rivolgiamo il nostro impegno sociale tanto ai collaboratori interni quanto alle comunità in cui operano i nostri stakeholder. Promuoviamo la crescita professionale e il benessere delle

persone, sostenendo i progetti territoriali e iniziative locali attraverso azioni concrete di solidarietà.

1.025
collaboratori,
di cui
813
dipendenti,
così suddivisi:

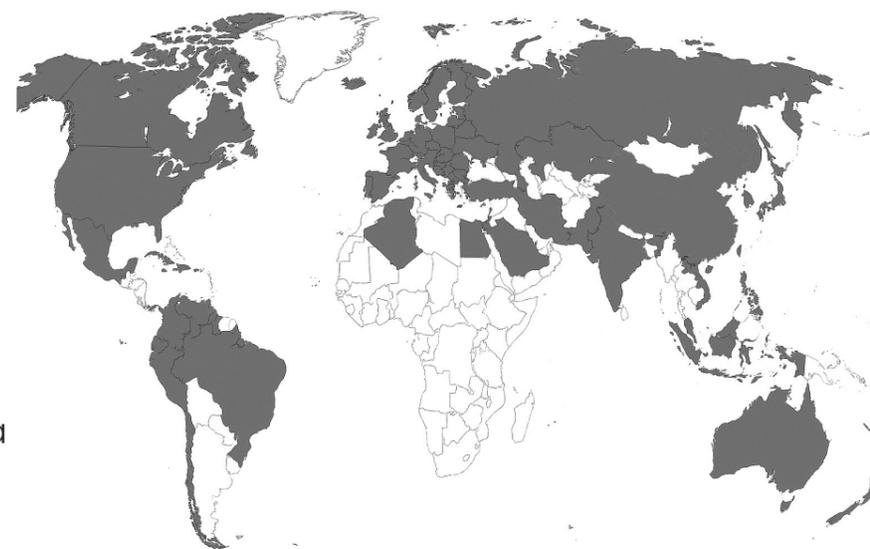


38
nazionalità
rappresentate

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

Il benessere dei colleghi

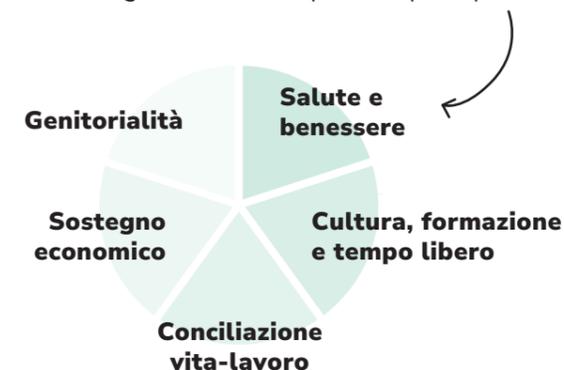
Per definire gli obiettivi del nuovo piano di Wellbeing, abbiamo analizzato i bisogni di chi lavora insieme a noi attraverso survey qualitative e quantitative.

Nel 2024, abbiamo quindi aggiornato il piano con iniziative mirate a due aree principali: benessere psicologico e fisico, con programmi dedicati a migliorare la qualità della vita e la salute dei collaboratori; sostegno alla famiglia, attraverso progetti a supporto della relazione genitori-figli e dell'orientamento scolastico.



Le iniziative per la sede italiana

Per favorire il benessere dei collaboratori nella sede italiana, che ospita la maggior parte del personale del Gruppo, sono state introdotte iniziative organizzate in cinque aree principali:



Politiche retributive e obiettivi di sostenibilità

Nel 2024, tutti i manager della sede italiana – a ogni livello organizzativo – e i primi livelli delle filiali hanno avuto obiettivi legati alle emissioni di CO₂ dell'organizzazione inseriti nel proprio MBO (premio variabile annuale). Inoltre, il 100% dei manager della sede italiana include riferimenti alla sostenibilità nella propria mission di ruolo, a conferma dell'integrazione strutturale di questi temi nelle responsabilità manageriali.

L'attivazione per la sostenibilità

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

Il Regenerateam, nato nel 2018 come "Attivatori dello sviluppo sostenibile", riunisce colleghe e colleghi, anche delle filiali, di diverse funzioni aziendali, per promuovere pratiche e soluzioni concrete di sostenibilità in tutta l'azienda. Il gruppo contribuisce attivamente alla realizzazione della nostra strategia di sostenibilità. La partecipazione è supportata da momenti di formazione e approfondimento, che rafforzano competenze, senso di appartenenza e riconoscimento.

Sostenibilità in Stabilimento

Sostenibilità in Stabilimento è un'iniziativa lanciata nel 2024 per coinvolgere i colleghi dei reparti produttivi nella proposta di idee per rendere i processi produttivi più sostenibili. Tutte le proposte sono state valutate ed alcune sono già state implementate. Quella più innovativa è stata anche premiata durante il Good Manufacturing Practice Day, a testimonianza del valore della collaborazione nella sostenibilità.



Diversità e inclusione

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



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

67%
ruoli manageriali* ricoperti da donne

36%
posizioni ricoperte da donne nel Leadership Team

38
nazionalità rappresentate

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



Nuove generazioni al lavoro

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

31

stage attivati durante il 2024
+4 rispetto al 2023

14*

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

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

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)



Impatto sulle comunità locali

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



L'Activation Day

L'Activation Day, inaugurato nel 2023 in occasione del 40° anniversario del Gruppo Davines, è una giornata di volontariato aziendale globale organizzata con il supporto di ONG locali, dedicata alla raccolta di rifiuti – in particolare, in plastica – e ad attività a sostegno di persone in situazioni di difficoltà. Nel 2024, oltre ai collaboratori di tutte le nostre sedi, hanno partecipato anche altri stakeholder del Gruppo, tra cui distributori e clienti, per un totale di oltre 800 persone attive in 19 Paesi e impegnate a supporto di oltre 20 associazioni locali.

Volontariato aziendale "4+4"

Nel 2017 abbiamo inaugurato un programma interno che offre ai collaboratori la possibilità di dedicare al volontariato fino a 32 ore all'anno durante l'orario di lavoro, a patto che dedichino a questa attività lo stesso numero di ore nel proprio tempo libero. Grazie a questa iniziativa, nel 2024 sono state svolte 593 ore di volontariato aggiuntive durante l'orario lavorativo, oltre a quelle dedicate all'Activation Day.

B RESPONSIBLE

Ci impegniamo ogni giorno a rafforzare la nostra attività di advocacy e la responsabilità sui temi della sostenibilità, condividendo l'esperienza e i valori del movimento B Corp, e comunicando il nostro costante impegno al miglioramento. In

questa prospettiva, abbiamo redatto per la prima volta il Rapporto di Sostenibilità secondo gli standard GRI 2021, con l'obiettivo di garantire una rendicontazione più completa, trasparente e in linea con le migliori pratiche internazionali.

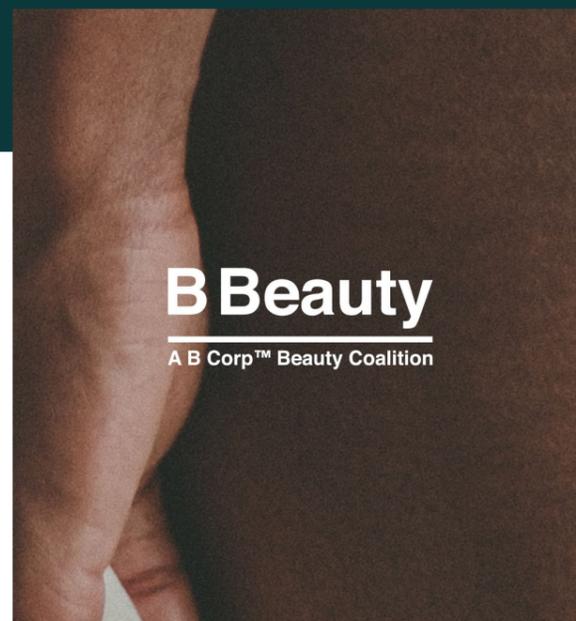


B Corp advocacy

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

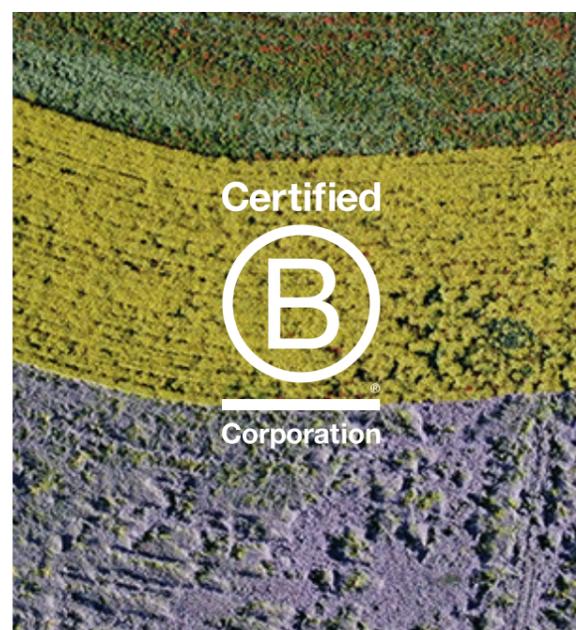
La nostra visione sulla B Corp Advocacy

Essere un'azienda B Corp significa credere nell'interdipendenza e farsi promotori di un cambiamento positivo per imprese, persone e comunità. L'attività di B Corp advocacy si declina nella collaborazione con i nostri stakeholder per diffondere i principi della rigenerazione e supportare percorsi di sostenibilità e certificazione. Siamo anche tra i fondatori della B Corp Beauty Coalition, iniziativa globale che riunisce le B Corp del settore cosmetico e della loro filiera con l'obiettivo di migliorare le pratiche sociali e ambientali dell'industria della bellezza.



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 i valori del movimento B Corp. Tra il 2016 e il 2024, abbiamo incoraggiato alla certificazione 25 fornitori della nostra sede di Parma, 7 saloni internazionali e 2 distributori internazionali (+9 partner rispetto al 2023).



Marketing responsabile

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 il Gruppo Davines la trasparenza è un principio guida nella comunicazione e nella governance aziendale. Coinvolgiamo i nostri stakeholder in un dialogo costante, che si traduce anche in attività formative e campagne di sensibilizzazione. Per rafforzare ulteriormente l'impegno alla trasparenza, stiamo sviluppando una rendicontazione più strutturata degli investimenti in sostenibilità, volta a evidenziarne l'impatto concreto. La trasparenza è inoltre garantita dall'appartenenza al movimento B Corp, che prevede ogni tre anni una valutazione indipendente di B Lab sulla coerenza tra le nostre dichiarazioni e azioni, misurando l'impatto generato lungo l'intera catena del valore.

Una rendicontazione più strutturata degli investimenti in sostenibilità

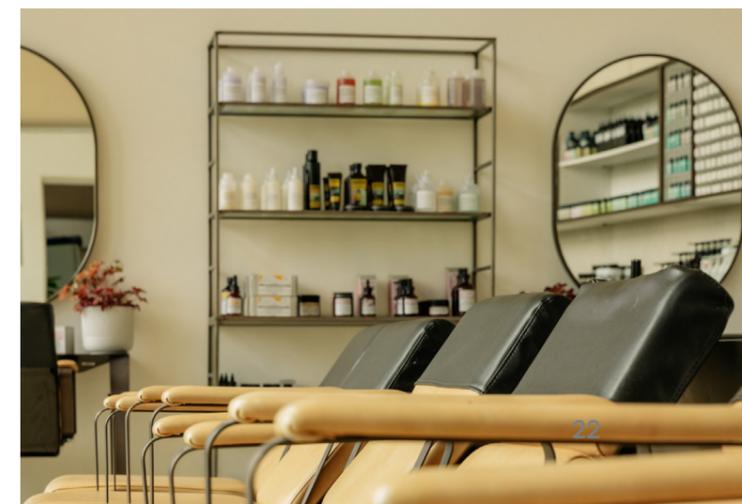
Nel 2024, il Gruppo Davines ha avviato un progetto pilota per mappare e monitorare in modo più strutturato gli investimenti in sostenibilità previsti nei budget 2025 di tutti i dipartimenti e Business Units. In questa fase iniziale, sono state definite linee guida condivise ed è stato introdotto un template standard per armonizzare la raccolta dei dati. L'obiettivo era identificare e classificare gli investimenti e le progettualità che contribuiscono a generare valore ambientale e/o sociale positivo, specificandone la natura ed evidenziandone il legame con i temi materiali e con l'impatto generato.

Il Sustainable Salon Master Program

Nel 2024, abbiamo lanciato il Sustainable Salon Master Program, il primo corso globale sulla sostenibilità dedicato ai saloni del brand Davines. Il programma affronta temi chiave della nostra strategia di sostenibilità, come il cambiamento climatico, la circolarità, l'agricoltura biologica rigenerativa e il ruolo delle B Corp. L'approccio è coinvolgente e personalizzato, con presentazioni, interviste, workshop e giochi.

Un aggiornamento delle Product Detail Page in chiave sostenibile

Le Product Detail Page (PDP) sono le pagine prodotto dei siti e-commerce, dove vengono raccolte tutte le informazioni utili per guidare scelte di acquisto consapevoli: immagini, descrizioni, caratteristiche tecniche, ingredienti e modalità d'uso. Nel 2024, abbiamo introdotto alcuni indicatori di sostenibilità – come la percentuale di ingredienti di origine naturale e l'assenza di ingredienti di origine animale – nelle PDP di tutti i siti e-commerce Davines, integrandoli su una ventina di singole referenze.



DAVINES GROUP

