



GRUPPO DAVINES

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2017/2018







IL DAVINES VILLAGE ACCELERATORE CONCRETO DELLA BELLEZZA SOSTENIBILE

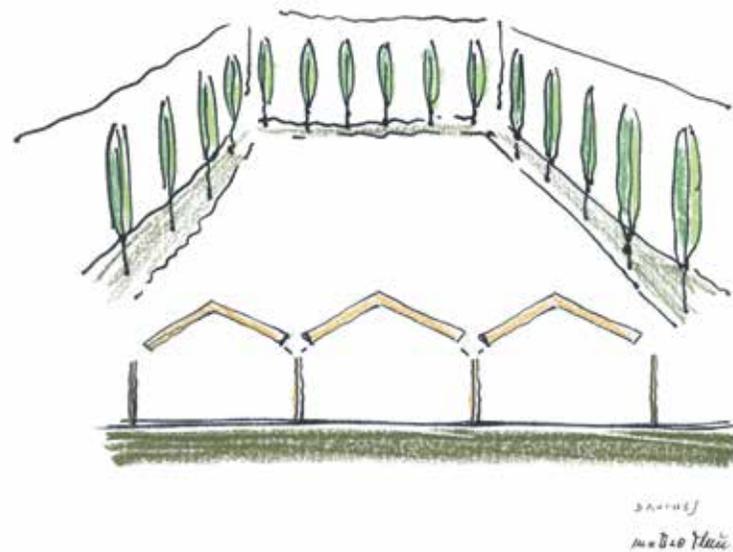
Per noi di Davines la sostenibilità è sempre stata una questione di responsabilità: verso noi stessi, i nostri clienti, i nostri fornitori e distributori partner, l'ambiente e le future generazioni. Una filosofia che è anche alla base del movimento B Corp di cui siamo parte dal 2016, che unisce aziende certificate che credono nel principio dell'interconnessione come valore trainante. Queste aziende vedono nel business una forza positiva in grado di generare benessere per le persone, la società e l'intero pianeta. Un ecosistema in cui le imprese, attraverso prodotti, servizi, progetti, decisioni e profitti generano beneficio per tutti, massimizzando l'impatto positivo verso collaboratori, ambiente e comunità.

Per contribuire a realizzare questo ideale, negli ultimi anni abbiamo moltiplicato i nostri sforzi sul territorio, coinvolgendo aziende, amministrazioni, associazioni e persone. L'obiettivo è dar vita a un sistema integrato per il beneficio di tutti. Vogliamo coltivare il seme di questa visione nei giardini del pianeta, e abbiamo voluto cominciare dal nostro: la creazione del Davines Village, la nostra nuova sede, è un acceleratore che dà forma a tutto questo.

Come azienda familiare abbiamo sempre cercato di rendere "casa" anche il nostro ambiente lavorativo, intrecciando relazioni sincere e autentiche basate sulla trasparenza e sulla collaborazione. Il Davines Village rispetta questo sentire: è un luogo aperto alla comunità dove sostenibilità, bellezza, ricerca e benessere

si fondono per esprimere meglio i nostri valori e irradiarli agli altri. È uno spazio dove persone, saperi ed esperienze si mescolano per dare una forma ai nostri desideri, guidati da uno spirito di iniziativa sempre rivolto alla ricerca dell'eccellenza.

Il Davines Village ha un cuore verde, ricco di giardini, serre, orti: la stessa natura che ci ispira nel nostro lavoro e che vogliamo proteggere. Una responsabilità ambientale di cui facciamo portavoce i nostri prodotti: messaggeri della nostra visione del mondo, testimoni di ricerca e passione, frutti della Bellezza Sostenibile. Come la nostra nuova casa.





VERSO UNA NUOVA FIORITURA 4	IL GRUPPO DAVINES	LA NOSTRA REALTÀ 6	IL NOSTRO MODELLO DI SVILUPPO 7	MILESTONES 8	LE NOSTRE MARCHÉ 9
	ESSERE B CORP, FARE LA DIFFERENZA 16	CON UN APPROCCIO INTEGRATO 15	A SOSTEGNO DEL FUTURO DEL PIANETA 14	IL NOSTRO IMPEGNO	DAVINES VILLAGE, LA NUOVA CASA DELLA BELLEZZA SOSTENIBILE 10
	PEOPLE 22	PLANET 24	COMMUNITY 28		
			GLOSSARIO 30	FONTI DI APPROFONDI- MENTO 32	







Verso una nuova fioritura

Sempre di più i valori della Bellezza Sostenibile stanno ispirando il Gruppo Davines verso una coerenza crescente.

L'impegno corale dell'azienda e della comunità Davines verso miglioramenti incrementali generalizzati dei nostri indicatori è sotto gli occhi di chi leggerà questo aggiornato report.

Forse è proprio grazie all'approccio sempre più sistemico e culturale allo sviluppo sostenibile che Davines spesso è considerata influencer e presa come modello di riferimento per i suoi territori, per la sua industria, per i suoi clienti, e questo ci dà una grande forza di continuare convintamente il cammino.

Davines per il futuro sta lavorando per essere sempre più dirompente sul tema della circolarità e della sostenibilità moltiplicando l'impegno.

La possibilità di proseguire il cammino verso lo sviluppo sostenibile dal nuovo Davines Village è già di per sé un traguardo straordinario da celebrare.

Il Davines Village, infatti, per noi può essere considerato il tempio della nostra ragione d'impresa. Tuttavia ancora tanto rimane da fare, consapevoli che il cammino verso lo sviluppo sostenibile è ancora pieno di innumerevoli ostacoli non ancora superati.

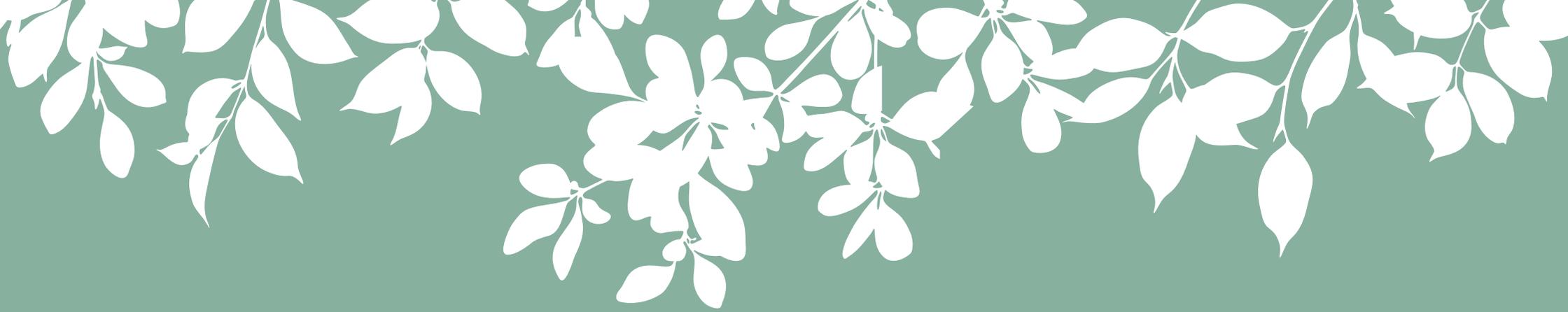
La nostra promessa è che il nostro impegno non verrà meno certo ora, piuttosto confido che il know-how accumulato in tutti questi anni di lavoro sul tema, ci regalerà in un vicino futuro nuovi straordinari traguardi da raggiungere.

La mia gratitudine va a tutti quelli che li stanno rendendo possibili.

Presidente
Davide Bollati



**Vision e Mission
Aziendale**



“Essere i migliori per il mondo, creatori di buona vita per tutti, attraverso la bellezza, l’etica e la sostenibilità.”

Ci sono iniziative che ripetute più volte nel tempo possono divenire meno stimolanti e addirittura noiose. Questo non è certo il caso del nostro report di sostenibilità che, seppur giunto alla terza edizione, rappresenta per noi di Davines uno stimolo sia al misurarci in modo oggettivo che al condividere i passi che stiamo compiendo per essere “i migliori **per** il mondo”.

La coincidenza della nostra scelta di divenire una B Corp e della dettatura degli obiettivi di sostenibilità da parte delle Nazioni Unite, ci ha permesso di tracciare con certezza la strada da percorrere per migliorare a 360° le nostre performance di sostenibilità, contribuendo alla creazione di un nuovo paradigma in cui l’impresa si mette al servizio di tutti i suoi stakeholder. Se anche siamo consci di essere agli inizi del cammino, questo report mette bene in evidenza le ragioni per essere già orgogliosi dei risultati che abbiamo ottenuto nelle tante sfide che abbiamo intrapreso, sia su fronti su cui già da tempo abbiamo lavorato con determinazione che su altri su cui abbiamo alzato più di recente il livello di attenzione, come ad esempio quello dell’impatto sulla comunità locale.

Anche il fatto che la pubblicazione di questo report coincida con l’apertura del Davines Village, la concretizzazione materiale dei valori che Davines ha perseguito nel tempo, lo rende speciale. Siamo infatti consapevoli che il Village non sia per noi un punto di arrivo. È piuttosto un punto di partenza che ci motiva a continuare a impegnarci a fondo perché attorno a quel luogo fiorisca un’azienda esemplare per la sua capacità di coniugare successo economico, etica e sostenibilità e così perseguire il suo ideale di prospera longevità.

Amministratore Delegato e Direttore Generale
Paolo Braguzzi





La nostra realtà

numeri chiave

2

0

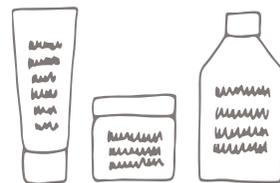
1

7

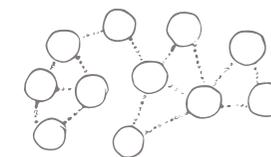
34 anni di attività



3 marche



11 società



7

uffici nel mondo

PARMA



LONDRA



NEW YORK



PARIGI



DEVENTER



CITTÀ DEL MESSICO



HONG KONG



presente in

92

paesi nel mondo

con 34.000+ clienti

571

collaboratori



di

38

nazionalità

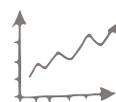


100

formule concepite

99

punteggio B Corp ottenuto



+13,5%

fatturato rispetto al 2016

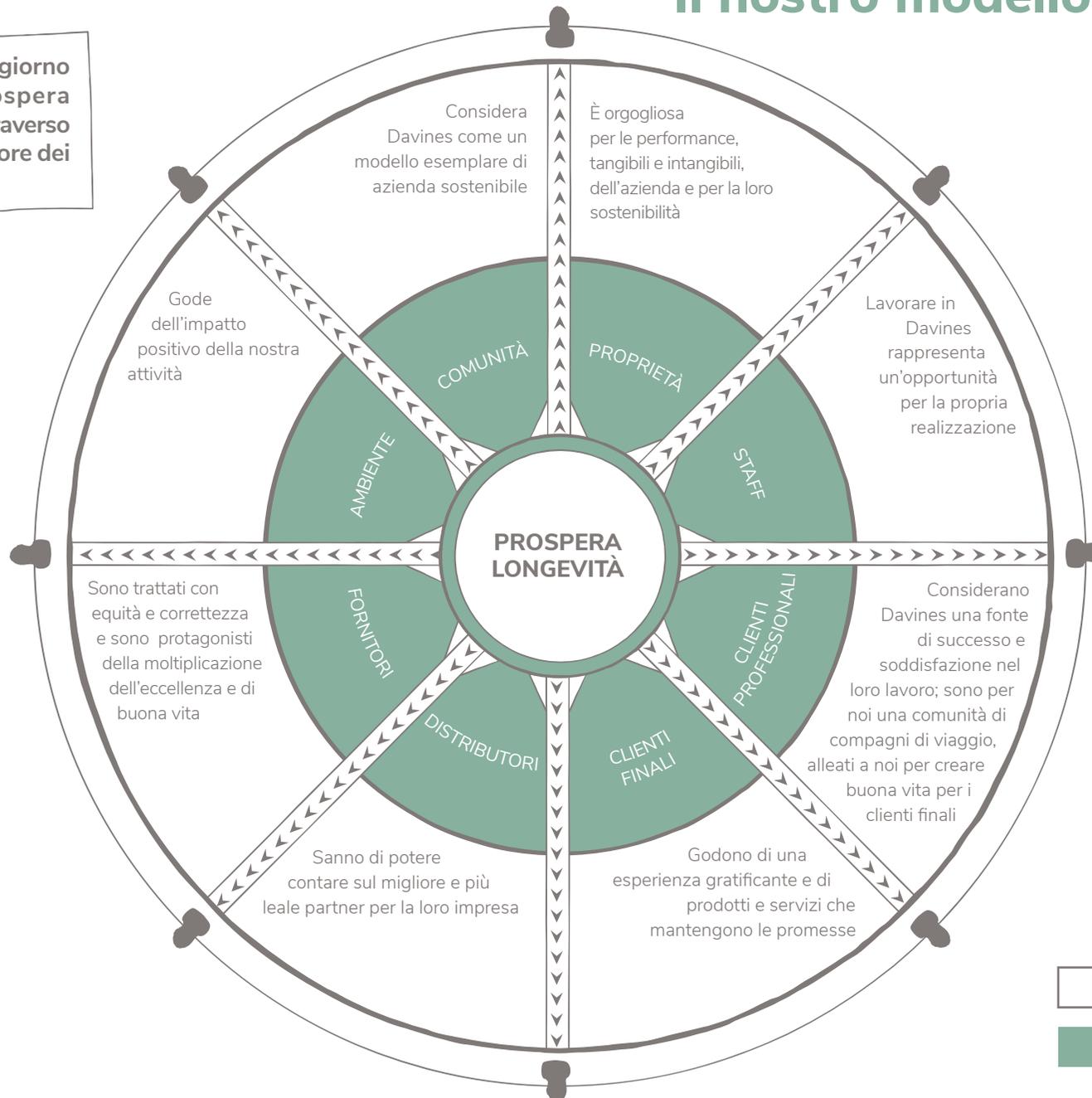
22 milioni

di pezzi venduti



Il nostro modello di sviluppo

In Davines operiamo ogni giorno avendo a cuore la **“prospera longevità”** dell’impresa, attraverso un impegno concreto a favore dei nostri stakeholder.



□ i nostri impegni
 ■ i nostri stakeholder

Milestones

1983

La famiglia **Bollati** crea un laboratorio cosmetico, per la formulazione e la produzione conto terzi.

1992

L'azienda sceglie di concentrarsi sulla produzione e la distribuzione con il marchio **Davines**.

1994

Inizia la distribuzione internazionale.

1996

Nasce il marchio [**comfort zone**].

2003

Herzog & De Meuron disegnano lo stand **Davines**.

2004

Apri la filiale di **New York**.

2005

Viene redatta la "**Carta Etica**" ⁽¹⁾.

2011

Viene redatta la "**Carta di Ricerca del Packaging**".

2009

Viene redatta la "**Carta per la Ricerca Sostenibile**".
Prima edizione della "**Giornata della Bellezza Sostenibile**".

2008

Shigeru Ban disegna lo stand **Davines**.

2007

Aprono le filiali di **Città del Messico** e **Londra**.
Viene redatto il "**Manifesto della Bellezza Sostenibile**" ⁽²⁾.

2006

Apri la filiale di **Parigi**.
La sede di **Parma** inizia ad alimentarsi con energia elettrica da **fonti rinnovabili**.
Si attiva il primo progetto di **compensazione della CO₂**.

2012

Nasce il Comitato Scientifico [**comfort zone**].
Pubblicazione del libro "**Skin regimen. Salute, bellezza e longevità**".

2013

Aprono le filiali in **Olanda**, **Germania** e **Belgio**.

2014

Prima edizione di "**I Sustain Beauty**".
Inizia la collaborazione con **Slow Food**.

2015

[**comfort zone**] adotta la nuova filosofia formulativa "**Science based conscious formulas**" ⁽³⁾.
Matteo Thun disegna il **Davines Village**.

2018

Apertura del **Davines Village**.
La linea /skin regimen/ diventa un marchio a sè.
Viene presentata la "**Nuova fioritura della Carta Etica**".
Davines riceve il premio "**Best for the Environment**" da **B Lab**.

2017

Matteo Thun disegna lo stand **Davines**.

2016

Apri la filiale di **Hong Kong**.
Iniziano i lavori di costruzione del **Davines Village**.
Il gruppo ottiene la certificazione **B Corporation**.

(1) Carta Etica

Sosteniamo la condivisione dei valori concepiti dai collaboratori per una migliore qualità della vita lavorativa.

(2) Manifesto della Bellezza Sostenibile

"Creando bellezza in modo sostenibile, vogliamo incoraggiare le persone a prendersi cura di sé, del mondo in cui vivono e delle cose che amano".

(3) [**comfort zone**] approccio integrato e filosofia formulativa

Proponiamo soluzioni scientificamente avanzate che integrano prodotti, trattamenti e consigli di lifestyle. Privilegiamo ingredienti di origine naturale e sistemi di veicolazione innovativi.



Le nostre marche

GRUPPO DAVINES

[comfort zone]

SKIN SCIENCE SOUL



/skin
regimen/

modern plant chemistry™

In [comfort zone], marchio dedicato al mercato professionale dello skin care, consideriamo la pelle come specchio del benessere fisico e mentale, e delle scelte di ogni giorno. La nostra missione è promuovere uno stile di vita sano, gioioso e sostenibile, grazie a soluzioni responsabili e scientificamente avanzate che migliorano visibilmente pelle, corpo e mente.

In Davines, marchio dedicato al mercato professionale dell'acconciatura, crediamo che l'equilibrio tra bellezza e sostenibilità, ciò che chiamiamo "Bellezza Sostenibile", possa migliorare le nostre vite e il mondo intorno a noi.

In /skin regimen/, marchio dedicato al mercato professionale e retail dello skin care, concepiamo prodotti dedicati a chi vive intensamente la propria vita e vuole lasciare al mondo il miglior segno di sé, ogni giorno.





Davines Village, la nuova casa della Bellezza Sostenibile

Aprire le sue porte a Parma nel 2018, su una superficie di 77.000 metri quadrati. È il Davines Village, nuova sede del Gruppo Davines progettata dagli architetti Matteo Thun e Luca Colombo per dare forma ai valori di bellezza, sostenibilità e benessere che da sempre animano il Gruppo.

Fortemente voluta dal Presidente Davide Bollati, la nuova sede aziendale ospita spazi dedicati a uffici, formazione, laboratori di ricerca e sviluppo, stabilimenti produttivi e magazzino, oltre a una grande serra, fulcro e cuore pulsante del Village.

Gli interni sono curati dall'interior designer Monica Signani e le aree verdi sono progettate dallo studio di architettura paesaggistica Del Buono - Gazerwitz.

IL VILLAGE

La sede della Bellezza Sostenibile

Sostenibilità energetica avanzata

Risparmiare e ottimizzare ogni risorsa, senza sprechi. Per farlo il Davines Village è stato concepito e disegnato per ridurre al minimo l'uso di illuminazione artificiale, è stato arricchito da impianti fotovoltaici, solare termico, geotermico ed è dotato di sistemi di comunicazione e controllo che monitorano i consumi energetici di ogni ambiente.

Tecniche costruttive sostenibili

Per realizzare il Davines Village è stato privilegiato l'impiego di materiali naturali, quali vetro e legno, e soluzioni tecniche e costruttive sostenibili, tra le più avanzate disponibili sul mercato. Inoltre viene utilizzato un cemento che imita il processo della fotosintesi. Si chiama TX ed è in grado di trattenere le polveri sottili e quindi scomporle, annullandone l'impatto negativo.

Impianti produttivi d'avanguardia

Sanitizzare i miscelatori con vapore acqueo anziché sostanze chimiche. È uno dei sistemi previsti nel reparto produttivo del Davines Village, grazie all'impiego di nuovi impianti altamente innovativi che consentono processi più efficaci nell'impiego delle risorse e meno impattanti sull'ambiente.





Circularità dei rifiuti organici

I rifiuti della cucina alimentano il giardino, ma con ancora maggior efficienza rispetto al classico compostaggio. Il Davines Village è dotato di un impianto in grado di disidratare tutti i rifiuti organici prodotti al suo interno, rendendoli riutilizzabili per il nutrimento del proprio giardino.

La sede del benessere

Il ristorante

L'alta qualità del cibo è servita in pausa pranzo. Ai propri collaboratori il Gruppo Davines offre gratuitamente, ogni giorno, cibo di alta qualità preparato con ingredienti freschi e di stagione, espressione di linee guida alimentari che privilegiano la salute, la genuinità e il territorio. Il menù offre una scelta adeguata anche a chi segue diete di svariata natura, nel rispetto delle esigenze e delle preferenze individuali.

Gli spazi di contaminazione positiva

Le idee migliori talvolta arrivano fuori dagli spazi chiusi di un ufficio. Per favorire la generazione di idee innovative e gli scambi tra le persone, il Davines Village è dotato di spazi interni ed esterni concepiti per creare un sentimento di "home feeling" e favorire l'incontro e la condivisione. Coerentemente alla filosofia promossa dal nuovo modello di "Smart Working" del Gruppo, si esalta la capacità delle persone di autogestirsi nel lavoro, anche attraverso l'eliminazione della timbratura come strumento di controllo delle ore lavorative, da subito per gli impiegati, nel prossimo futuro anche per lo staff della produzione e del confezionamento.

Il lavoro con vista giardino

Ovunque tu sieda, lo sguardo può posarsi sulla natura circostante. Nel Davines Village tutte le postazioni lavorative consentono la fruizione visiva del verde. Gli uffici sono progettati con materiali innovativi, che limitano l'inquinamento sonoro e garantiscono la massima trasparenza, favorendo una confortevole luminosità naturale benefica per l'uomo.



La sede aperta alla comunità

Luogo di accoglienza

Benvenuto, questa è anche casa tua. La struttura del Davines Village, sviluppata a partire dal concetto di “casa”, reinterpreta gli archetipi delle corti tipiche delle zone rurali italiane e invita i clienti, i fornitori, i distributori e la comunità locale a visitare i propri uffici e a passeggiare nel giardino per vivere un’esperienza di Bellezza Sostenibile.

Luogo di formazione

La formazione di eccellenza prende vita nel cuore dell’azienda. Il Davines Village ospita al proprio interno l’Accademia Davines e l’Accademia [comfort zone], dedicate rispettivamente alla crescita professionale di acconciatori ed estetiste.

Luogo di celebrazione

Ci vediamo al Davines Village. La nuova sede del Gruppo è progettata per ospitare eventi aziendali e celebrazioni, al fine di riunire la comunità nel luogo simbolo dei propri valori, in particolare quando si fa festa!



IL GIARDINO

80% di aree verdi

Diversi giardini, una serra e un orto scientifico: gran parte degli spazi occupati dal Davines Village sono dedicati al verde.

Laboratorio open air

L'orto scientifico del Davines Village è ricco di piante officinali e aromatiche, impiegate dal laboratorio ricerca e sviluppo nel campionare e testare ingredienti naturali per le proprie formule.

Bellezza didattica

I 36.000 metri quadrati di giardino consentono ai visitatori di comprendere l'importanza della biodiversità e l'origine degli ingredienti naturali contenuti nei prodotti del Gruppo.

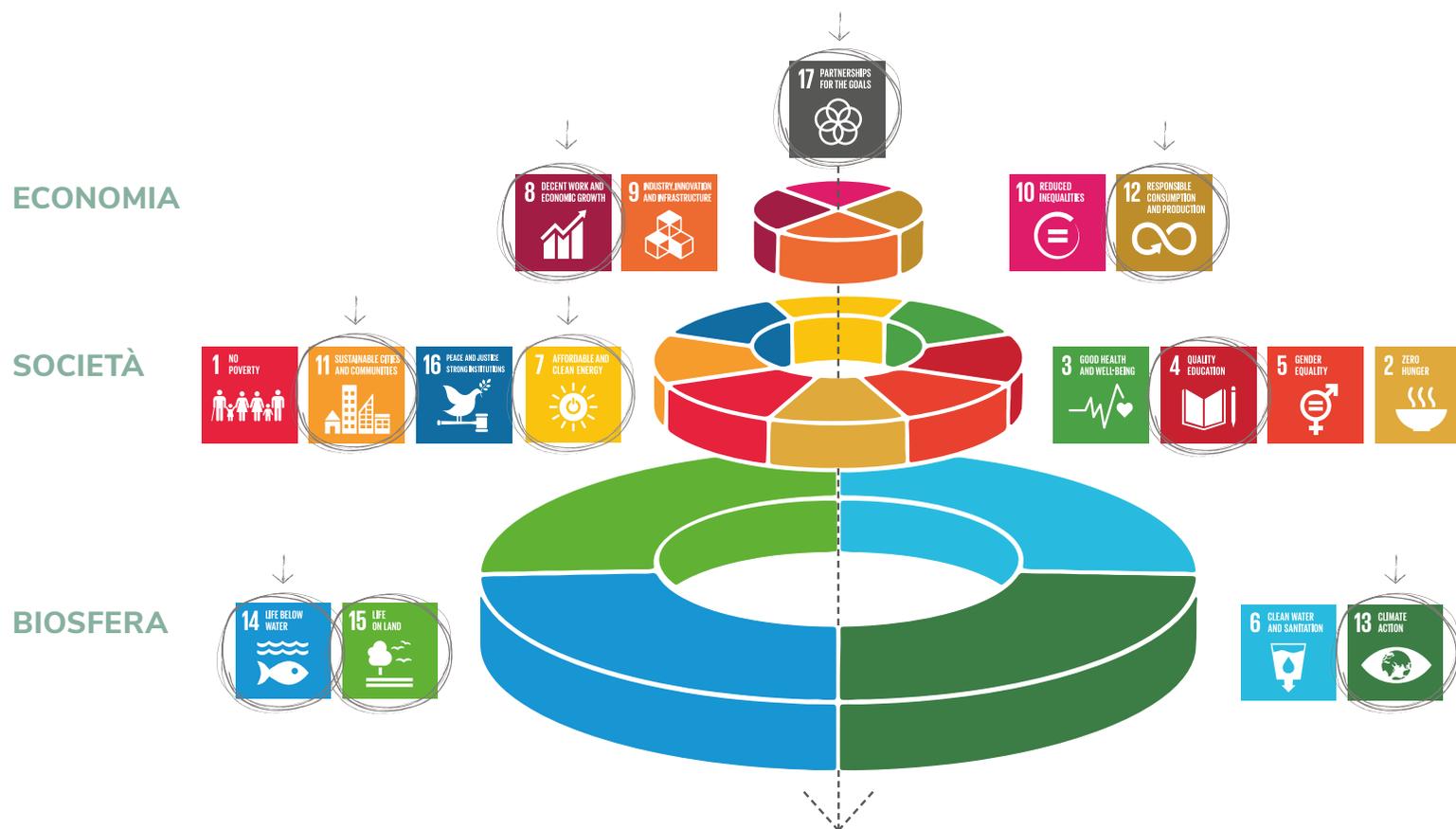




A sostegno del futuro del pianeta

Quando l'ONU ha definito l'agenda per lo sviluppo sostenibile al 2030, lanciando il proprio appello al mondo, il Gruppo Davines ha risposto. Per contribuire a raggiungere i Sustainable Development Goals (SDGs), obiettivi per lo sviluppo sostenibile del pianeta, l'azienda ha scelto di proiettarli nella propria strategia aziendale, con i risultati che sono oggi consultabili nel Rapporto di Sostenibilità. Lo Stockholm Resilience Centre propone un nuovo modello di rappresentazione degli SDGs che, ordinando gli obiettivi gerarchicamente, mette in evidenza

quanto economia e società siano parte integrante della biosfera, confermando il superamento del classico paradigma fondato su un approccio settoriale dello sviluppo sociale, economico ed ecologico. A fronte di questa rinnovata consapevolezza, il Gruppo Davines nel 2017 ha continuato a dare vita ad attività e progetti aziendali il cui successo contribuisce al raggiungimento degli SDGs. Per il 2018, il Gruppo ha deciso di focalizzare la propria attenzione in particolare su alcuni SDGs per i quali sono stati definiti obiettivi specifici.





Con un approccio integrato

- GOAL 1 Porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo
- GOAL 2 Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile
- GOAL 3 Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età
- GOAL 4 Fornire un'educazione di qualità, equa e inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti**
- GOAL 5 Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze
- GOAL 6 Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico sanitarie
- GOAL 7 Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni**
- GOAL 8 Incentivare una crescita economica, duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti**
- GOAL 9 Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione e un'industrializzazione equa, responsabile e sostenibile**
- GOAL 10 Ridurre le disuguaglianze all'interno e fra le Nazioni
- GOAL 11 Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili**
- GOAL 12 Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo
- GOAL 13 Adottare misure urgenti per combattere i cambiamenti climatici e le sue conseguenze**
- GOAL 14 Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile**
- GOAL 15 Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, gestire sostenibilmente le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare e far retrocedere il degrado del terreno e fermare la perdita di diversità biologica**
- GOAL 16 Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile; offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficaci, responsabili e inclusivi a tutti i livelli
- GOAL 17 Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile**



PLANET

Misuriamo l'impatto ambientale generato dai nostri prodotti nel corso del loro intero ciclo di vita, dalla concezione, attraverso la produzione, fino alla filiera di commercializzazione. Per ridurlo al minimo ci ingegniamo per preservare e ottimizzare le risorse disponibili, minimizzare le emissioni e contenere la produzione di rifiuti.



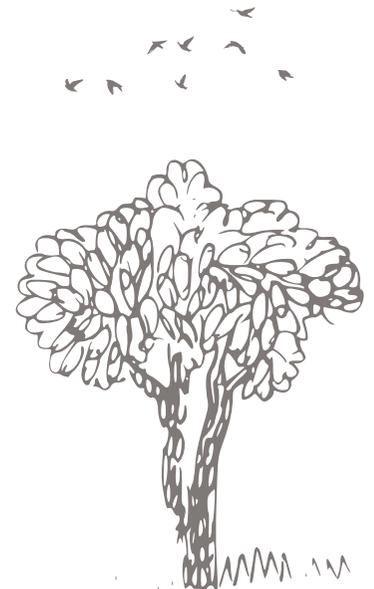
PEOPLE

Ai collaboratori della sede di Parma e delle filiali dedichiamo impegno sociale concreto, promuovendo la diversità e l'inclusione, la parità di genere, l'alta qualità di vita e la crescita professionale. Ogni iniziativa promossa viene misurata per poter essere migliorata nel tempo.



COMMUNITY

Siamo consapevoli del nostro impatto sociale esterno, sia sulle comunità locali che su quelle internazionali. Per questo selezioniamo i partner aziendali secondo criteri sociali e ambientali, diamo vita a progetti territoriali e sosteniamo le iniziative locali con azioni di solidarietà. Il nostro impegno è trasparente, misurabile e teso al continuo miglioramento.





Essere B Corp, fare la differenza

Per il Gruppo Davines essere una B Corp significa riscrivere il proprio modo di fare impresa, creando un impatto positivo sulle persone e sull'ambiente mentre si genera profitto. La certificazione ottenuta nel 2016 ha rappresentato per il Gruppo non un traguardo, bensì uno slancio al miglioramento continuo, che si esprime nell'incessante attivazione di nuovi progetti.

Dare vita all'interdipendenza con i fornitori

Siamo tutti dipendenti gli uni dagli altri, e quindi responsabili reciprocamente e verso le generazioni future. Da questa consapevolezza è partita, tre anni fa, l'indagine condotta dal Gruppo Davines per conoscere più a fondo l'identità sostenibile dei propri fornitori, mapparne le performance ambientali e sociali e orientare, di conseguenza, la scelta dei propri partner.

Nel 2016 il Gruppo ha voluto spingersi oltre, incoraggiando i propri fornitori a misurarsi con il questionario B Corp e promuovendo progetti di partnership finalizzati a collaborare per concepire soluzioni ottimali sia per le esigenze aziendali, che per il pianeta.

Il fornitore di pallet Palm rappresenta un caso esemplare di realizzazione di entrambi gli obiettivi aziendali. Palm ha ottenuto la certificazione B Corp nel 2017 e, in collaborazione con il Gruppo Davines, ha progettato e realizzato un nuovo tipo di pallet altamente sostenibile. Un esempio concreto di interdipendenza virtuosa tra azienda e fornitore.



Costruire sostenibilità con i partner distributivi

Il Gruppo Davines ama da sempre selezionare i propri partner distributivi valutandone anche l'affinità valoriale. Nel 2017 ha scelto di rafforzare questa visione, invitando i propri partner distributivi a misurarsi con il questionario B Corp, con l'auspicio che possano arrivare, nel tempo, a ottenerne la certificazione. A supporto di questo obiettivo, il Gruppo ha suggerito, a fronte della propria esperienza, due azioni di prioritaria importanza: l'alimentazione con energia elettrica da **fonti rinnovabili** e la **compensazione delle loro emissioni di gas effetto serra**.

A oggi è già possibile celebrare un successo: l'azienda svedese KRAFT è il primo partner distributivo del Gruppo Davines a vantare la certificazione B Corp!

definizione nel glossario





Il volontariato aziendale vale doppio

Fare volontariato in orario lavorativo ed essere retribuiti come se si fosse in ufficio. Accade ai collaboratori del Gruppo Davines, che possono impiegare fino a quattro giorni lavorativi all'anno a favore di un'associazione di volontariato. L'azienda chiede in cambio che lo stesso numero di ore di tempo privato venga impiegato dal collaboratore in volontariato, così che il beneficio per questo raddoppi. Il progetto, chiamato 4+4, è stato inaugurato nel 2017.

“Davines Care”, benessere tangibile

I libri scolastici dei figli, l'abbonamento in palestra, gli interessi del mutuo, sono oggi rimborsabili. Da febbraio 2017 il Gruppo Davines ha attivato una piattaforma aziendale a sostegno del potere di acquisto dei propri collaboratori ai quali vengono erogati 500 euro all'anno da utilizzare per i servizi disponibili in piattaforma. Si spazia dai rimborsi per spese di istruzione, assistenza alla famiglia, salute, cultura, tempo libero, mutui e previdenza integrativa.

“Smart Working”, a vantaggio di tutti

Aumenta la qualità del lavoro e il suo equilibrio con la vita privata, in una spirale virtuosa a beneficio di entrambi. È uno dei vantaggi dello “Smart Working”, modello organizzativo promosso dal Gruppo Davines a favore di tutti i collaboratori della sede di Parma che svolgono attività “remotabili”.

Dopo il successo della prima fase sperimentale che nel corso del 2017 ha coinvolto otto aree aziendali, lo “Smart Working” prenderà ufficialmente il via con l'ingresso nel Davines Village, coinvolgendo potenzialmente più del 70% dei collaboratori. Per l'azienda si tratta di un investimento in fiducia, per la maggiore libertà riconosciuta ai collaboratori, e in responsabilizzazione.

Lo “Smart Working” promuove infatti un nuovo modello di lavoro centrato sulla delega, riconoscendo libertà individuale in merito al dove e quando svolgere l'attività lavorativa. A beneficiarne, in termini di ridotti spostamenti fisici, anche l'ambiente.

“Carta Etica”, lavorare e vivere bene

Dare ascolto alle idee di tutti per generare nuove riflessioni e indirizzi di comportamento. Questo l'intento del Gruppo Davines che, nel 2017, ha dato voce a circa 300 collaboratori, tra sede di Parma e filiali estere, per costruire insieme un ambiente lavorativo improntato al benessere.

I frutti di questo ambizioso progetto sono raccolti nella pubblicazione “Carta Etica. La nuova fioritura” che riporta i valori emersi in corrispondenza ai tre indirizzi valoriali (sostenibilità, inclusività e innovazione) che l'azienda ha prescelto per il proprio percorso di crescita.

COLLABORATORI



In Polonia si parla B Corp

Divulgare consapevolezza sull'impatto delle proprie scelte di acquisto. È quanto fatto da 420 parrucchieri polacchi, che hanno coinvolto i propri clienti invitandoli a proporre progetti ispirati ai valori B Corp. Nel corso della campagna sono state raccolte 257 idee a impatto positivo su persone e ambiente e tre sono state selezionate per beneficiare di un finanziamento, frutto del contributo dell'azienda e dei clienti dei saloni.

Il primo progetto vincitore crea uguaglianza tra persone nell'accesso alle cure, il secondo sensibilizza e crea consapevolezza sulle limitazioni degli anziani e il terzo dona la spensieratezza del gioco all'aria aperta ai bambini in situazioni di disagio.

In Italia nasce un nuovo Presidio Slow Food

Hanno salvato l'Olivo Quercetano dall'estinzione. Sono i 600 saloni di acconciatura italiani che, in collaborazione con la Fondazione Slow Food per la Biodiversità Onlus, hanno operato per far conoscere, salvaguardare e diffondere questa specifica oliva, cultivar autoctona del patrimonio naturalistico italiano.

Aderendo alla campagna Davines "A presidio della Bellezza Sostenibile" nel 2017, i saloni di acconciatura e i loro clienti hanno reso possibile la nascita di un Presidio prima inesistente e hanno contribuito alla divulgazione del valore della biodiversità.





Da tutto il mondo, per un grande evento

L'inaugurazione del Davines Village non poteva avvenire senza di loro. Sono i parrucchieri e le estetiste che, condividendo i valori racchiusi nei prodotti del Gruppo Davines, hanno reso possibile la nascita della nuova casa della Bellezza Sostenibile.

Non è perciò un caso che le edizioni 2018 dei principali eventi internazionali promossi dall'azienda abbiano luogo a Parma in concomitanza con l'apertura della nuova sede.

Parrucchieri da tutto il mondo, riuniti in occasione del World Wide Hair Tour di Davines, ed estetiste nazionali e internazionali, riunite in occasione del Tribe Event ed Experience Tour di [comfort zone], partecipano in questo modo a uno storico momento della vita dell'azienda.

“Green incentive”, primato al Nord-America

Tra le sedi del Gruppo Davines nel mondo, quella Nord-Americana è la prima ad avere inaugurato un progetto di **“green incentive”**. A beneficiarne, da ormai quattro anni, è il movimento “Green Circle Salons” che opera affinché i rifiuti dei saloni di acconciatura rientrino nell'economia come risorse riutilizzabili.

In aprile 2017, durante il mese della Bellezza Sostenibile, Davines Nord America ha scelto, per continuare a supportare l'adesione a questo importante progetto, di riconoscere concreti vantaggi commerciali ai saloni aderenti. Ciascuno di questi ha ricevuto prodotti Davines in copertura dei costi di adesione al programma.

Grazie a questa iniziativa di **“green incentive”**, 62 nuovi saloni di acconciatura americani hanno aderito al movimento, sostenendo i valori e le azioni di riciclo, riuso e recupero.



Crescere con sostenibilità, funziona

Il successo economico del Gruppo Davines si legge nella crescita continua del fatturato, che nel 2017 ha raggiunto la soglia dei 127 milioni di euro. Il modello di business adottato dal Gruppo, orientato alla prospera longevità aziendale, ha dimostrato la sua validità e ha portato buoni frutti, anzi ottimi, perché non solo numerici.

Lo sviluppo economico del Gruppo dimostra che condurre un'azienda con profitto, impatto positivo su persone, società e ambiente e rispetto dei propri stakeholder, è possibile. Anzi, è un modello virtuoso che alimenta il successo.



B Corp sneak peek

MIGLIOR RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2017

A novembre 2017, quando a Milano si è riunita la comunità B Corp, il Gruppo Davines non immaginava che avrebbe vissuto un evento nell'evento. Le B Corp italiane, raddoppiate di numero rispetto al 2016, hanno conquistato il titolo di leader europeo del movimento e, nell'ambito della premiazione delle Best For Italy 2017, è stato assegnato a Davines il "Premio per il miglior Rapporto di Sostenibilità".

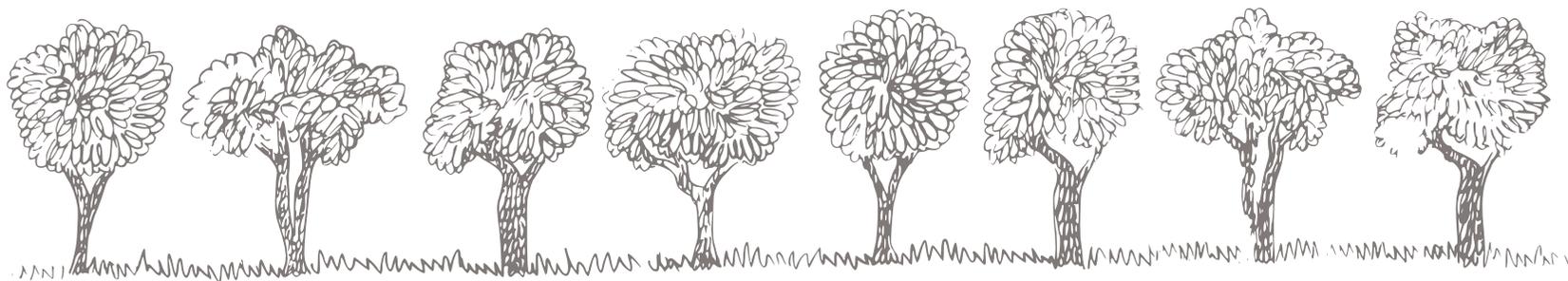
Il "Terzo Giorno", sostenibilità in arte

Indagare il tema della sostenibilità ambientale attraverso lo sguardo dell'arte contemporanea. Dall'intuizione di Davide Bollati, Presidente del Gruppo Davines, e in collaborazione con il Comune di Parma e altre aziende del territorio, è nata ad aprile 2018 la mostra "Il Terzo Giorno".

Partendo dal terzo giorno della Genesi, l'apparizione della vita, la mostra ha invitato i visitatori a interrogarsi sull'esigenza di adottare stili di vita più

sostenibili, attraverso una narrazione scandita da 115 opere provenienti da 40 artisti internazionali. Il Terzo Giorno è stata la prima mostra in Italia ad avere un approccio "for benefit": parte degli incassi finanziano l'iniziativa "Km Verde".

Un caso esemplare di concreta sinergia tra pubblico e privato.



definizione nel glossario

COMUNITÀ



PREMIO "BEST FOR THE ENVIRONMENT" 2018

La valutazione cui si è sottoposto il Gruppo Davines per ottenere la certificazione B Corp ha portato all'assegnazione del premio "Best for the Environment" 2018.

Il Gruppo Davines rientra tra le prime 240 aziende certificate B Corp a livello internazionale per l'impatto positivo sull'ambiente.



**Best For
The World
2018 Environment
Honouree**

Il "Km Verde", progetto dai lunghi vantaggi

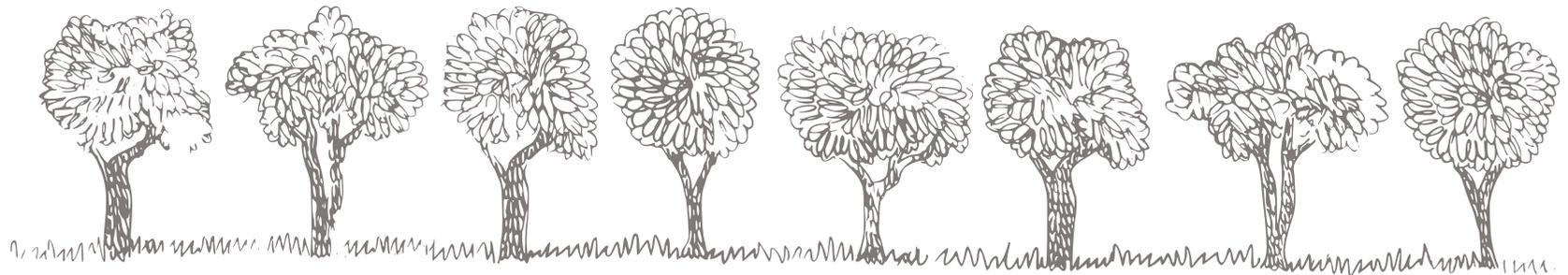
Un progetto, in corso di attivazione, unico in Italia, nato da un'idea di Davide Bollati, Presidente del Gruppo Davines, in partnership con il comune di Parma, la Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile e altre istituzioni territoriali e nazionali.

Alberi a creare una fascia boschiva lungo il tratto autostradale, per proteggere Parma dall'inquinamento dei veicoli in transito.

Un tratto complessivo di 11 Km che partirà con i primi 300 metri sperimentali dal Davines Village.

Con vantaggi paesaggistici, ecologici e ambientali, grazie alla selezione di alberi che **compensano le emissioni di CO₂** e contrastano la propagazione di polveri sottili.

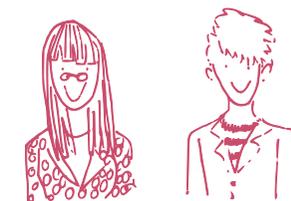
Un simbolo della volontà di aziende locali e Comune di Parma di fare sistema nel nome della Bellezza Sostenibile



AMBIENTE

People

Risultati 2017



1,8 GIORNI MEDI DI FORMAZIONE A COLLABORATORE



L'obiettivo è stato raggiunto a conferma dell'investimento crescente promosso dal Gruppo negli ultimi tre anni a vantaggio della formazione dei collaboratori, su tematiche connesse sia alle loro attuali responsabilità che alle potenziali evoluzioni future. Sicurezza, "project management", sviluppo di "soft skills" manageriali e corsi di lingua sono tra i corsi più frequenti.

Il Gruppo sta pianificando azioni per conseguire ulteriori risultati migliorativi nei prossimi anni.



COINVOLGIMENTO DI TUTTI I NEO ASSUNTI NEL TRAINING DI SENSIBILIZZAZIONE ALLA CULTURA INCLUSIVA

L'obiettivo è stato raggiunto attraverso l'organizzazione di un corso tematico, al quale ha partecipato la totalità dei neo assunti aziendali, in materia di cultura inclusiva e accoglienza della diversità, valori essenziali alla creazione di un luogo di lavoro portatore di innovazione e creatività.

La rapida espansione che sta connotando il Gruppo negli ultimi anni ha dettato la scelta di concentrare questa prima fase formativa sulla fascia dei collaboratori di nuova assunzione, con la prospettiva di allargare la partecipazione al corso anche al resto della popolazione aziendale.



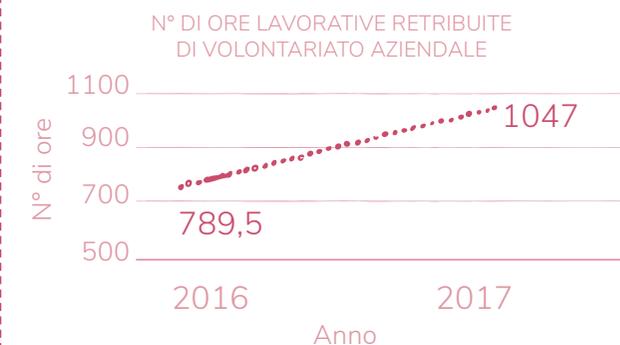
65,3% DEI COLLABORATORI COINVOLTI NELLA NUOVA FIORITURA DELLA CARTA ETICA

L'obiettivo è stato raggiunto attraverso l'organizzazione di 10 giornate dedicate, sia in Italia che nelle filiali estere, che hanno coinvolto la quasi totalità dei collaboratori del Gruppo a tutti i livelli.

Sotto la guida e le ispirazioni di un consulente filosofico, i partecipanti hanno ridefinito i valori portanti dell'azienda, gettando le basi per la nuova fioritura della Carta Etica.



+32,6% DI ORE LAVORATIVE RETRIBUITE PER VOLONTARIATO AZIENDALE



L'obiettivo del +50% non è stato raggiunto entro le tempistiche previste a causa, prevalentemente, della data tardiva di lancio del progetto, a ridosso del periodo di vacanze estivo. Il lancio ha richiesto una complessa organizzazione aziendale, strutturata in tre fasi successive: promozione del progetto e delle attività richieste ai collaboratori dell'azienda, assimilazione del progetto nelle pratiche aziendali e allineamento di tutti i dipartimenti e, per finire, attivazione del progetto. Le attività di **volontariato aziendale** proposte sono state sia sociali, come attività con bambini ospedalizzati, che ambientali, come la riqualificazione di aree verdi.



PROMOZIONE DEL BENESSERE AZIENDALE

L'obiettivo è stato raggiunto con l'attivazione di progetti "well-fair" che contribuiscono all'equilibrio vita-lavoro e quindi al benessere dei collaboratori del Gruppo. Particolarmente rilevante l'attivazione della piattaforma "Davines Care" che sostiene il potere di acquisto individuale grazie all'erogazione di € 500 all'anno destinati a tutti i collaboratori a tempo indeterminato e non in periodo di prova.



obiettivo raggiunto / progetto realizzato nelle tempistiche fissate



obiettivo non raggiunto / progetto non realizzato nelle tempistiche fissate

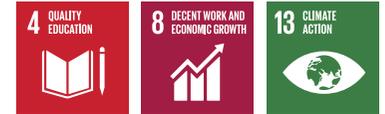


dato gruppo



dato sede

definizione nel glossario



Altri numeri 2017



CHI SONO I NOSTRI COLLABORATORI

62%

DONNE



38%

UOMINI



181 DI ORIGINE
NON ITALIANA



39
anni ETÀ MEDIA



3,7
anni ANZIANITÀ AZIENDALE
MEDIA



COME TRADUCIAMO I NOSTRI VALORI NEL LAVORO



97%

COLLABORATORI IN RUOLI
NON MANAGERIALI CHE
HANNO BENEFICIATO DI UN
PREMIO DI RISULTATO



73%

COLLABORATORI CON
ACCESSO A "DAVINES CARE"



49%

RUOLI MANAGERIALI
RICOPERTI DA DONNE

Obiettivi 2018



FINO A 4 GIORNI AL MESE DI "SMART
WORKING" PER TUTTI I COLLABORATORI
CHE LO DESIDERANO E LA CUI MANSIONE
LO PERMETTE, DALL'INGRESSO AL DAVINES
VILLAGE



+20% DI AUMENTO DEL NUMERO DI ORE
LAVORATIVE RETRIBUITE DESTINATE AL
VOLONTARIATO AZIENDALE



IL 60% DEI DIRIGENTI DELLA SEDE E DEI PRIMI
LIVELLI DELLE FILIALI HA OBIETTIVI LEGATI
ALLA SOSTENIBILITÀ



MIGLIORARE LA QUALITÀ DI VITA AZIENDALE
PER TUTTI I COLLABORATORI FORNENDO
SERVIZI CHE NE SOSTENGANO IL BENESSERE



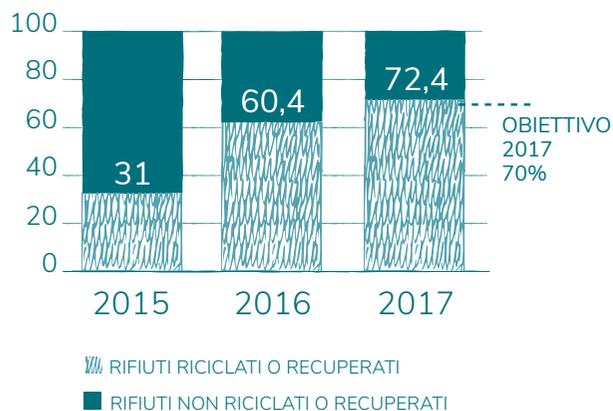
Planet

Risultati 2017



72,4% DEI RIFIUTI SOLIDI SONO RICICLATI O RECUPERATI

% DI RIFIUTI SOLIDI RICICLATI O RECUPERATI



Obiettivo superato attraverso la continua riduzione della generazione dei rifiuti e l'ottimizzazione della separazione dei rifiuti.

Importante precisare che il **18%** dei rifiuti contabilizzati come non **riciclati** o non **recuperati**, sono in realtà oggetto di un'azione di termovalorizzazione virtuosa che produce energia elettrica e termica equivalente all'alimentazione di 1 casa in Europa durante 2,4 anni. Sommando le due quote si giunge pertanto al **90,4%** di rifiuti solidi **riciclati** o **recuperati** o recuperati tramite termovalorizzazione.



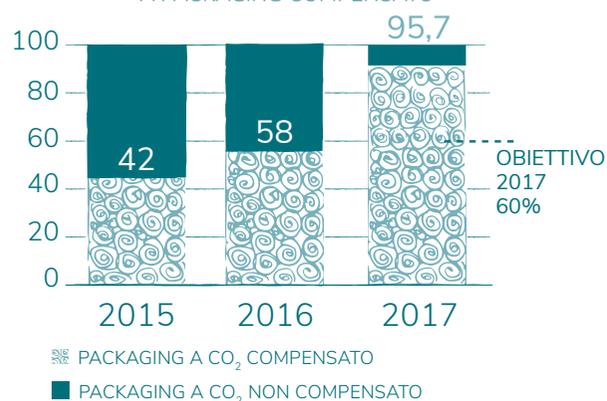
67% DELL'ENERGIA ELETTRICA (KWH) IMPIEGATA NELLE FILIALI ESTERE È DA FONTI RINNOVABILI

4 delle 6 filiali del Gruppo sono alimentate da energia elettrica da **fonti rinnovabili**, mentre le restanti stanno riscontrando difficoltà, legate agli specifici mercati, nell'accesso a questo tipo di fornitura. Il Gruppo Davines si sta impegnando al fine di allineare la totalità delle filiali alla propria sede, alimentata al **100%** da energia rinnovabile già dal 2006.



96% DEL FATTURATO È GENERATO DA PRODOTTI CON PACKAGING A CO₂ COMPENSATA

% DI FATTURATO GENERATO CON PRODOTTI A PACKAGING COMPENSATO



L'obiettivo non raggiunto nel 2016 è stato ampiamente superato a distanza di un anno, grazie alla **compensazione del CO₂ e CO₂ equivalente** nel ciclo di vita del packaging, sia primario che secondario, attivata su tutte le linee dei tre marchi, a eccezione di poche referenze minori.



ARRICCHIMENTO DELLA SEZIONE "FACILITAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI RICICLO" DELLA NOSTRA CARTA DELLA RICERCA DEL PACKAGING

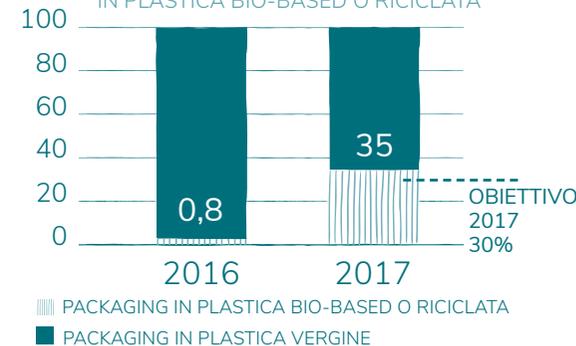
Per favorire la riciclabilità del packaging, è stata arricchita la "Carta di Ricerca del Packaging" di specifici dettagli volti a:

- concepire confezioni che consentano l'impiego del prodotto fino all'ultima goccia, garantendo un minore residuo di prodotto, che potrebbe incidere negativamente sull'efficienza del **riciclo**;
- progettare prevalentemente packaging realizzati con un solo materiale ed evitare trattamenti aggiuntivi che, aumentando la complessità della confezione, riducono la sua possibilità di **riciclo**;
- garantire la facile separazione dei componenti dei packaging, affinché ciascuno rientri nel giusto circuito di **riciclo**.



35% DELLA PLASTICA DEI PACKAGING È BIO-BASED O RICICLATA

% DEI PACKAGING DI PLASTICA IN PLASTICA BIO-BASED O RICICLATA



Obiettivo superato grazie al passaggio di numerose linee con packaging in plastica vergine a **plastica bio-based o riciclata**. Questa scelta è stata applicata a tutte le referenze aziendali che, dopo un'analisi sono risultate tecnicamente compatibili con questa soluzione, in termini di mantenimento delle performance del prodotto e delle sue caratteristiche estetiche.



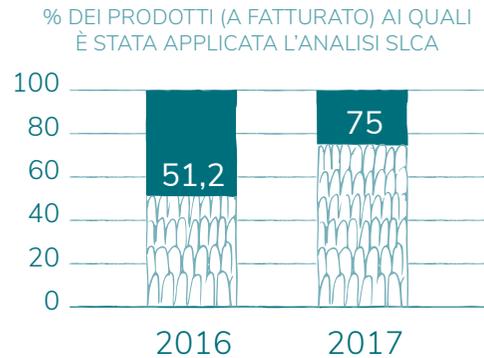
Risultati 2017



APPLICAZIONE DELL'ANALISI SLCA SUI NUOVI LANCI E RILANCI DI LINEE

Obiettivo raggiunto grazie al 75% di prodotti (a fatturato) ai quali è stata applicata l'**analisi SLCA**.

L'**analisi SLCA** continuerà a essere applicata ai nuovi lanci per incrementare l'impatto positivo dei prodotti.



ANALISI SLCA APPLICATA
 ANALISI SLCA NON APPLICATA

Altri numeri 2017



PER PRODURRE 1KG DI PRODOTTO



0,12 Kg
RIFIUTI SOLIDI
GENERATI



0,67 Sm³
GAS METANO
IMPIEGATO



0,49 Kwh
ELETTRICITÀ
IMPIEGATA



0,0065 m³
ACQUA IMPIEGATA
NEL PROCESSO
PRODUTTIVO



0,02 Kg
CO₂ E CO₂
EQUIVALENTE EMESSE



100%
ENERGIA ELETTRICA
DA FONTI RINNOVABILI
IMPIEGATA

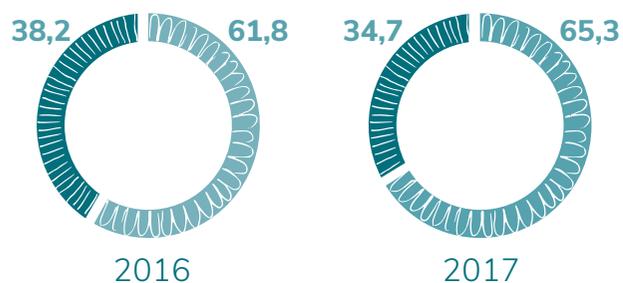


Altri numeri 2017



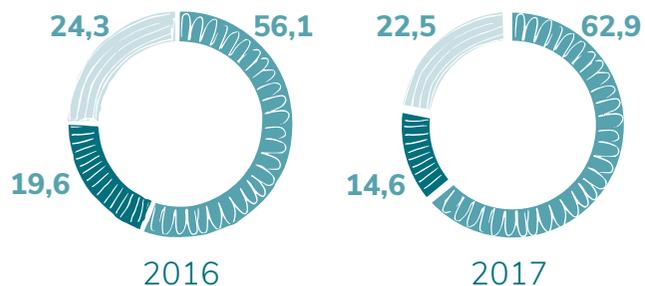
ACQUISTIAMO E IMPIEGHIAMO QUESTI INGREDIENTI

% INGREDIENTI ALTAMENTE BIODEGRADABILI
(METODO OECD 301)



INGREDIENTI ALTAMENTE BIODEGRADABILI
 INGREDIENTI NON ALTAMENTE BIODEGRADABILI

% INGREDIENTI PER TIPOLOGIA

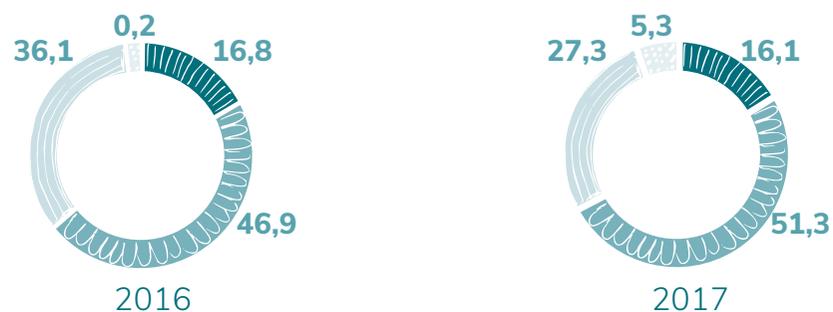


INGREDIENTI NATURALI INCLUSI **BIOLOGICI** CERTIFICATI
INGREDIENTI NATURALI MODIFICATI
INGREDIENTI SINTETICI



ACQUISTIAMO E IMPIEGHIAMO QUESTI PACKAGING

EVOLUZIONE DEL MIX DI TUTTI I PACKAGING



PACKAGING **RICICLATO** DA **FONTI RINNOVABILI**
 PACKAGING **VERGINE** DA **FONTI RINNOVABILI**

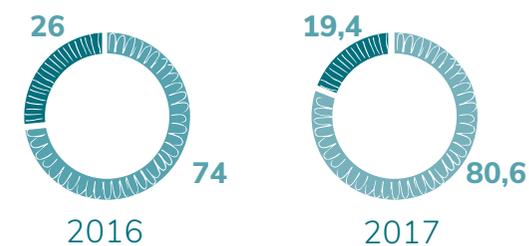
PACKAGING **RICICLATO** DA FONTI NON RINNOVABILI
 PACKAGING **VERGINE** DA FONTI NON RINNOVABILI

% DEI PACKAGING IN MATERIALE RICICLATO



MATERIALE RICICLATO (CARTA E PLASTICA)
MATERIALE NON RICICLATO (CARTA E PLASTICA)

% DEI PACKAGING IN CARTA E CARTONE IN MATERIALE RICICLATO



CARTA E CARTONE IN **MATERIALE RICICLATO**
 CARTA E CARTONE IN **MATERIALE VERGINE**



dato sede

[definizione nel glossario](#)



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS RILEVANTI PER QUEST'AREA



Altri numeri 2017



LA NOSTRA "CARBON FOOTPRINT"

Da ormai 3 anni, il Gruppo Davines pubblica i dati relativi al proprio "carbon footprint", a testimonianza dell'impegno a monitorarsi sia per ridurre il proprio impatto negativo che per incrementare quello positivo.

A tal fine il Gruppo opera per:

- ridurre le **emissioni di CO₂ e CO₂ equivalente**, evitando quando possibile pratiche e prodotti che le generino;
- cambiare i propri processi, volgendo verso alternative più pulite;
- compensare le emissioni rimanenti con l'acquisto di "carbon credit".

Da anni il Gruppo Davines compensa le emissioni derivanti dalla propria attività e pianifica interventi per continuare e ampliare questa pratica anche in futuro. Dal 2017 l'azienda vanta **uno stabilimento produttivo "carbon neutral"**, un passo importante, espressione della volontà aziendale di raggiungere un impatto complessivo uguale a zero.



UN DESIGN RESPONSABILE NEI NOSTRI PRODOTTI

Al Gruppo Davines è stato assegnato uno dei premi CONAI 2017 per il bando "prevenzione sugli imballi ecosostenibili" grazie al lavoro effettuato sul packaging dello shampoo Naturaltech.

Il Gruppo ha sostituito il flacone di plastica vergine con un flacone in plastica 100% **riciclata**, permettendo la riduzione dell'impatto totale del prodotto attraverso un abbattimento del 30% delle emissioni di gas effetto serra, del 20% di energia e del 40% di acqua utilizzata.



EMISSIONI DI GAS EFFETTO SERRA (CO ₂ E CO ₂ EQUIVALENTE)	IMPATTO AZIENDALE (KG)
SCOPE 1 (combustibili per veicoli aziendali e processo di produzione e altre emissioni dette "fuggitive")	709.905
SCOPE 2 (elettricità acquistata)	0
SCOPE 3 (energia utilizzata per realizzazione di prodotti e materie acquistati, combustibili per veicoli non aziendali, combustibili per viaggi aziendali e smaltimento dei rifiuti)	2.757.400
TOTALE	3.467.305

Obiettivi 2018



100% DEL FATTURATO È GENERATO CON PRODOTTI A PACKAGING A CO₂ COMPENSATO



95% DEI RIFIUTI SOLIDI SONO RICICLATI O RECUPERATI, ANCHE TRAMITE TERMOVALORIZZAZIONE VIRTUOSA



ATTIVAZIONE DI UN PROGETTO PER PROMUOVERE LA TUTELA DELL'ACQUA E NELLO SPECIFICO DEL MARE



NIENTE PLASTICA MONOUSO NEL DAVINES VILLAGE

Community



Risultati 2017



INIZIO DELLE AZIONI PREPARATORIE ALLA REALIZZAZIONE DEL «KM VERDE»

Sono state intraprese azioni finalizzate alla realizzazione del progetto "Km Verde". Inizialmente, attraverso un'attività di mappatura territoriale, sono stati individuati i potenziali partner aziendali e istituzionali.

Successivamente è stata rivolta a tutti gli stakeholder del progetto una campagna di promozione, sensibilizzazione e diffusione dei valori identificativi del "Km Verde".

Infine, è stata compiuta un'analisi della struttura di governance al fine di definire chi e con quali modalità gestirà il progetto non appena sarà attivo.



CREAZIONE DI UNA RETE DI CONDIVISIONE E PROMOZIONE DELLA CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ E DELLA FILOSOFIA B CORP

Dal 2016 il Gruppo Davines sostiene non solo l'ideale di Bellezza Sostenibile, ma anche i valori della filosofia B Corp. Da allora il Gruppo promuove questo bacino valoriale ai propri stakeholder ogni qual volta sia possibile, talvolta anche in collaborazione con altre aziende certificate, portatrici degli stessi ideali.

Questa intensa e costante promozione valoriale ha contribuito alla certificazione di un fornitore del Gruppo che ha arricchito ulteriormente la comunità B Corp, contribuendo alla divulgazione dei valori che la ispirano.



CONSOLIDAMENTO DELLE PARTNERSHIP TERRITORIALI PER LA PROMOZIONE DELLA BELLEZZA SOSTENIBILE

La realizzazione della mostra "Il Terzo Giorno" ha attivato attori sia pubblici che privati uniti per la promozione dell'ideale di Bellezza Sostenibile e dell'ampio bacino di valori ambientali e umani annessi. Inoltre, la partnership che ne è scaturita ha consentito il consolidamento di un'ulteriore partnership già esistente, quella del "Km Verde", in quanto parte degli incassi della mostra sono destinati alla realizzazione di questo progetto in corso di attivazione.



46% DEI FORNITORI HANNO COMPILATO LA "AUTOVALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE SOCIALI E AMBIENTALI" DAVINES

L'obiettivo del 70% non è stato raggiunto a causa dell'ampiamiento dell'indagine "autovalutazione delle performance sociali e ambientali" a fornitori di servizi considerati come "non principali", talvolta anche occasionali. In questi casi la creazione di un rapporto di condivisione e collaborazione sul piano socio-ambientale comporta inevitabilmente maggiori complessità e richiede tempi più lunghi.

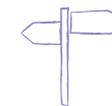
Altri numeri 2017



CREDIAMO NEGLI ALTRI E INVESTIAMO SU DI LORO



45 LE ASSOCIAZIONI LOCALI CHE SOSTENIAMO



8 I PROGETTI CHE ABBIAMO SVILUPPATO CON ASSOCIAZIONI LOCALI



185.931€ DONAZIONI DEVOLUTE A FINI SOCIALI E AMBIENTALI



TROVARE INSIEME DELLE SOLUZIONI SOSTENIBILI

Dopo la realizzazione di un progetto in Nepal, [comfort zone] prosegue la collaborazione con la ONG "Charity Water", supportando un progetto che in due anni prevede la costruzione di 450 "tankas" nel Rajasthan in India, una soluzione locale ed efficace per combattere la scarsità di acqua nel deserto, garantendo a una comunità locale di 2700 persone l'accesso ad acqua potabile.

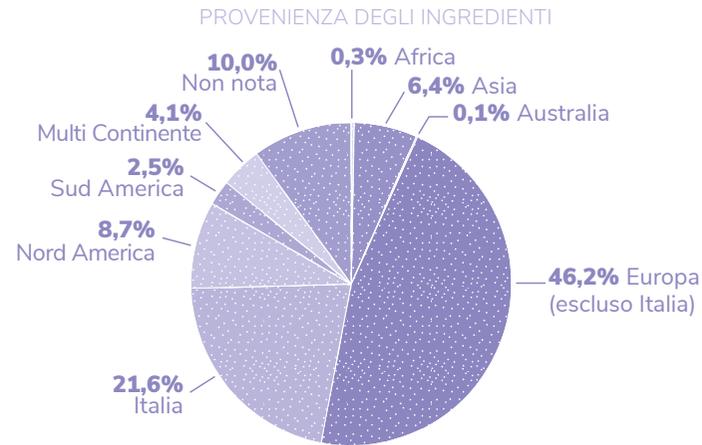
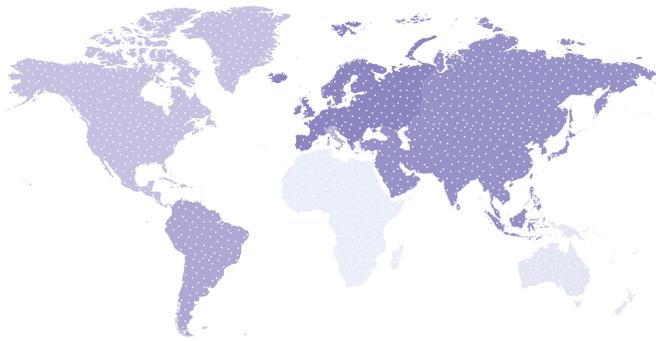


Altri numeri 2017



GLI INGREDIENTI CHE ACQUISTIAMO E IMPIEGHIAMO SONO PER

89% DA PRODUTTORE TRACCIATO



IMPATTO SUL PIANETA DEI FORNITORI CHE RAPPRESENTANO IL 71% DEL VALORE DEI NOSTRI ACQUISTI

80,5%	HANNO DELLE CERTIFICAZIONI DI QUALITÀ O UN SISTEMA DI GESTIONE DELLA QUALITÀ	31,5%	HANNO INTRAPRESO INIZIATIVE A IMPATTO POSITIVO AMBIENTALE E/O SOCIALE
78,6%	SONO ENTRO I 200 KM RISPETTO ALLA SEDE DI PARMA	25,8%	HANNO RIDOTTO, NEGLI ULTIMI 2 ANNI, LA LORO PRODUZIONE DI RIFIUTI INDIFFERENZIATI DI ALMENO IL 10%
48,4%	OFFRONO DELLE OPPORTUNITÀ LAVORATIVE A FASCE SVANTAGGIATE, OLTRE GLI OBBLIGHI DI LEGGE	25,8%	IMPIEGANO ALMENO IL 10% DI ENERGIA RINNOVABILE SUL TOTALE DELL'ENERGIA USATA
40,9%	HANNO DELLE CERTIFICAZIONI AMBIENTALI O SOCIALI PER I LORO INGREDIENTI, PRODOTTI E/O SERVIZI	24,7%	HANNO UN SISTEMA DI RIDUZIONE DEL CONSUMO DI ACQUA POTABILE

Obiettivi 2018



PROMUOVERE NEI CONFRONTI DEI FORNITORI L'IMPIEGO DI ENERGIA ELETTRICA DA FONTE RINNOVABILE



PROMUOVERE PRESSO PARTNER DISTRIBUTIVI E FORNITORI LA CULTURA B CORP



AUMENTARE LA PROGETTUALITÀ D'IMPATTO POSITIVO E DI RESTITUZIONE SUL TERRITORIO, A SUPPORTO DELLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE, SOCIALE E CULTURALE



Glossario

ANALISI SLCA (Sustainable Life Cycle Assessment)

È una metodologia, definita da “The Natural Step” (Svezia), impiegata per creare prodotti sostenibili attraverso l’analisi del loro impatto ambientale e sociale lungo l’intero ciclo di vita. Si fonda sull’analisi dei prodotti secondo i quattro principi di sostenibilità mirati a ridurre l’utilizzo non controllato di risorse naturali e di sostanze inquinanti prodotte dall’uomo, la distruzione degli ecosistemi e il degrado sociale.

AUTOVALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE DEI FORNITORI DAVINES

È uno strumento che permette a Davines di valutare e selezionare i propri fornitori in funzione delle loro performance sociali e ambientali. I fornitori compilano un’autovalutazione che li misura su tre aree principali: impatto ambientale e sociale e di miglioramento continuo.

“CARBON FOOTPRINT”

La “carbon footprint” (impronta di carbonio) è una misura che esprime il totale delle emissioni di gas a effetto serra (CO₂ e CO₂ equivalente) associate direttamente o indirettamente a un prodotto, a un’organizzazione o a un servizio.

COMPENSAZIONE DI CO₂

È un’azione finalizzata a compensare emissioni di CO₂ e CO₂ equivalente, assorbendole tipicamente attraverso la piantumazione di alberi.

EMISSIONI DI CO₂ E CO₂ EQUIVALENTE

Il Greenhouse Gas Protocol divide le emissioni aziendali di gas a effetto serra (CO₂ e CO₂ equivalente) in tre categorie.

Scope 1: emissioni dirette, generate prevalentemente da processi di combustione e dal parco veicoli aziendale.

Scope 2: emissioni indirette, generate dalla produzione di energia elettrica da fonti non rinnovabili acquistata dall’azienda.

Scope 3: emissioni indirette, generate prevalentemente dall’estrazione, produzione e trasporto delle materie prime impiegate e dalla mobilità dei collaboratori aziendali con mezzi non di proprietà dell’azienda. Il suo calcolo è opzionale.

“GREEN INCENTIVE” DAVINES

È una iniziativa finalizzata a incentivare i clienti professionali del Gruppo Davines ad accrescere la loro sostenibilità ambientale e sociale, riconoscendo loro concreti vantaggi commerciali.

INGREDIENTI BIOLOGICI

Sono ingredienti ottenuti dall’agricoltura biologica.

INGREDIENTI NATURALI

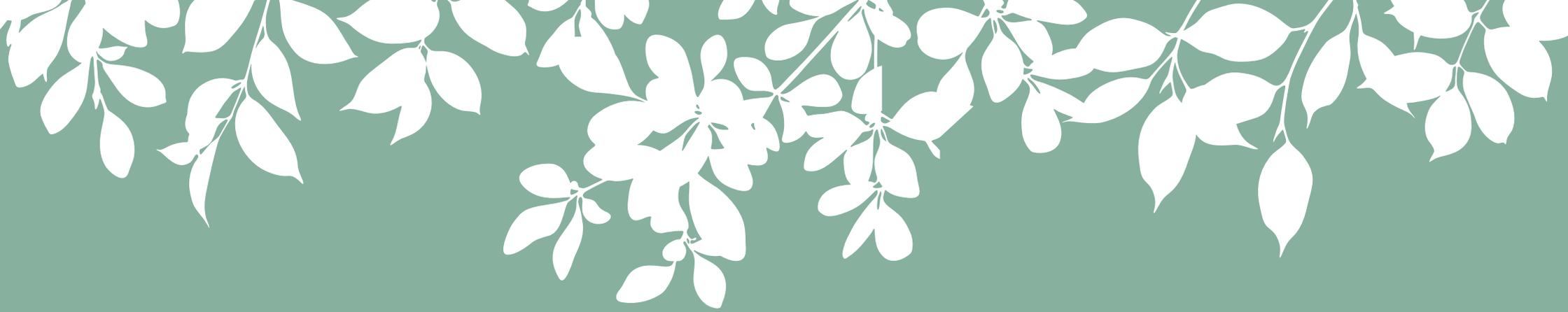
Sono ingredienti di origine naturale o modificati in conformità agli **standard ECOCERT/COSMOS**, regolamento di riferimento per i prodotti cosmetici biologici e naturali.

INGREDIENTI NATURALI MODIFICATI

Sono ingredienti di origine naturale trattati con reagenti sintetici, perciò non conformi al **disciplinare ECOCERT/COSMOS**, al fine di amplificarne le performance in particolari utilizzi.

INGREDIENTI SINTETICI

Sono composti creati artificialmente attraverso reazioni chimiche.



MATERIE PRIME DA FONTI RINNOVABILI

Sono materie prime che provengono da risorse naturali, che si rinnovano nel tempo. Sono utilizzate per produrre sia energia che materiali, senza l'impiego del petrolio.

METODO OECD 301

Monitora la biodegradabilità degli ingredienti in 28 giorni: se superiore al 60% li classifica come “facilmente biodegradabili”.

PLASTICA BIO-BASED

È una plastica che deriva da materie prime da fonti rinnovabili come ad esempio amido di mais, cellulosa, glucosio e olio vegetale. Ne esistono differenti tipologie, riciclabili o biodegradabili. Il Gruppo Davines utilizza plastica bio-based non biodegradabile derivata dalla lavorazione della canna da zucchero.

PROGETTO A CARATTERE CIRCOLARE

È un progetto realizzato secondo i principi dell'economia circolare. L'economia circolare si contrappone al modello lineare, fondato sulla logica “prendere - produrre - smaltire”. Un progetto a carattere circolare si fonda su tre principi:

1. preservare e valorizzare il capitale naturale attraverso il controllo dell'utilizzo di materie prime non rinnovabili e dei flussi di risorse rinnovabili;
2. ottimizzare la circolazione di prodotti, componenti e materie prime per massimizzare l'efficienza del loro impiego;
3. promuovere l'efficacia del sistema, identificando e contenendo le implicazioni negative generate dalla propria attività.

RECUPERO DEI RIFIUTI

È ogni azione il cui risultato sia di permettere ai rifiuti di svolgere un ruolo utile, sostituendo materiali vergini, che sarebbero stati altrimenti utilizzati, per soddisfare una particolare funzione all'interno dell'impianto o nell'economia in generale.

RICICLO DEI RIFIUTI

È ogni operazione di recupero attraverso la quale i rifiuti sono trattati per ottenere prodotti, materiali o sostanze da utilizzare per la loro funzione originaria o per altri fini, iniziando così un nuovo ciclo di vita. Il riciclo è pertanto un recupero di materia e non di energia.

STANDARD ECOCERT/COSMOS

Definisce i requisiti necessari a certificare i prodotti naturali o naturali e biologici. La certificazione ECOCERT è rilasciata ai prodotti che contengono almeno il 95% di ingredienti di origine naturale e il 5% di origine sintetica. Gli ingredienti sono definiti di origine naturale quando ottenuti tramite processi chimici o fisici approvati dall'ente, di origine sintetica quando rientrano nella “lista positiva” redatta dall'ente.

VOLONTARIATO AZIENDALE DAVINES (4+4)

Presso la sede di Parma ciascun collaboratore può impiegare fino a 4 giorni lavorativi all'anno per svolgere attività di volontariato, a condizione che una pari quantità di tempo personale venga impiegato per la medesima causa.



www.sustaining-beauty.com

Il sito presenta nozioni aggiuntive e aggiornate non contenute nel presente Rapporto. Raccoglie inoltre tutte le pubblicazioni del gruppo, dal Rapporto di Sostenibilità dell'anno precedente alla Carta Etica.



www.isustainbeauty.com

Certified



Corporation

www.bcorporation.net



www.davines.com

[**comfort zone**]

SKIN SCIENCE SOUL

www.comfortzone.it

/skin
regimen/

modern plant chemistry™

www.skinregimen.com







**Davines & [comfort zone]
Italia**

Via Calzolari Don Angelo 55
43126 Parma
Italia
T: +39 0521 965611
F: +39 0521 292597
www.davines.com
www.comfortzone.it

**Davines & [comfort zone]
Nord America**

50 West 23rd Street, PH
New York, NY 10010
United States
T: +1 212 924 24 70
F: +1 212 924 22 91
www.davines.com
www.comfortzone.it

**Davines
Francia**

28 Rue des Petites Ecuries
75010 Paris
France
T: +33 (0)1 4633 2213
F: +33 (0)1 4329 9716
www.davines.com

**Davines & [comfort zone]
Regno Unito**

14 Gray's Inn Road
Fox Court
London WC1X 8HN
United Kingdom
T: +44 (0)203 3015449
F: +44 (0)207 663 8082
www.davines.com
www.comfortzone.it

**Davines & [comfort zone]
Olanda**

Boreelplein 67/68/69
7411 EH Deventer
Nederland
T: +31 (0)570 745170
www.davines.nl
www.comfortzone.it

**Davines
Messico**

Av Colonia del Valle 420
Col del Valle Centro
03100, Ciudad de Mexico
Mexico
T: +52 55 5280 1850
F: +52 55 5280 1108
www.davines.com

**[comfort zone]
Hong Kong**

5/F Yue's house
306 Des Voeux Road
Central Hong Kong
www.comfortzone.it



QUESTA BROCHURE È SPECIALE

Questa brochure è stampata su carta Cocoon, riciclata 100% e certificata FSC® (Forest Stewardship Council®) quindi proveniente da fonti riciclate in modo responsabile, per una migliore protezione delle foreste in tutto il mondo. Gli inchiostri utilizzati sono di origine vegetale.

