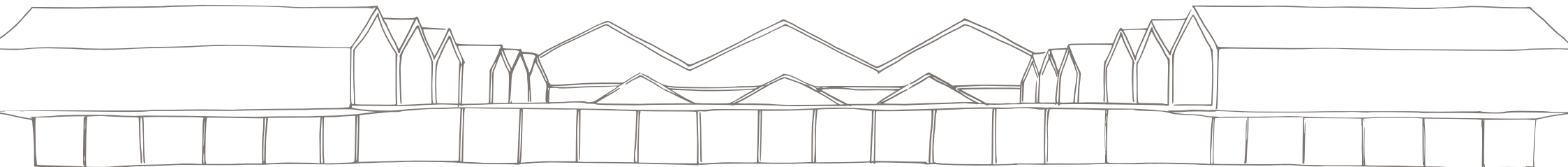




GRUPO DAVINES

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2017/2018





DAVINES VILLAGE: UN ACELERADOR CONCRETO DE LA BELLEZA SOSTENIBLE

Para nosotros en Davines, la sostenibilidad ha sido siempre una cuestión de responsabilidad: hacia nosotros mismos, nuestros clientes, nuestros proveedores, distribuidores asociados, el medio ambiente y las futuras generaciones. Una filosofía que también constituye la base del movimiento B Corp, del que formamos parte

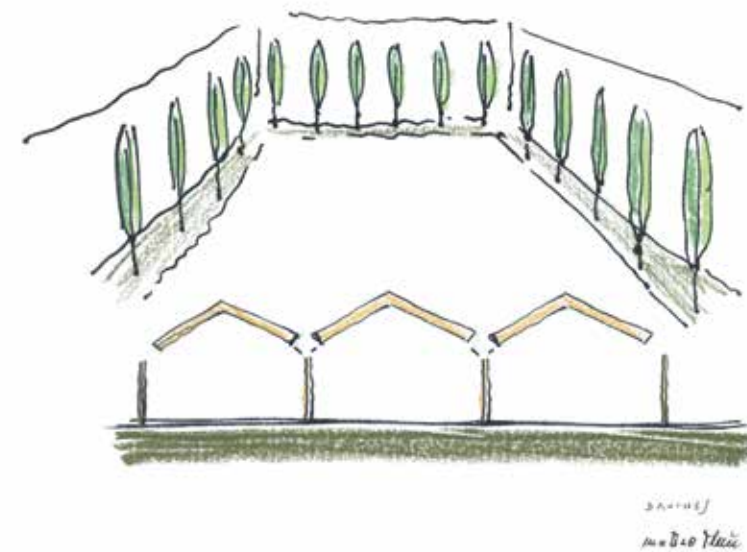
desde el 2016 y que reúne empresas certificadas, convencidas de que el principio de la interconexión es un valor impulsor. Estas compañías ven en el negocio, una fuerza positiva capaz de generar bienestar para las personas, la sociedad y todo el planeta. Un ecosistema en el que las empresas, a través de los productos, servicios, proyectos, decisiones y ganancias, generan beneficio para todos, maximizando la huella positiva en los colaboradores, el medio ambiente y la comunidad.

Para contribuir a realizar este ideal, en los últimos años hemos multiplicado nuestros esfuerzos en el territorio, implicando empresas, administraciones, asociaciones y personas con el objetivo de dar vida a un sistema integrado para el beneficio de todos. Deseamos cultivar la simiente de esta visión en los jardines del planeta, y hemos querido comenzar con el nuestro: la creación del Davines Village, nuestra nueva sede, que es un acelerador que da forma a todo esto.

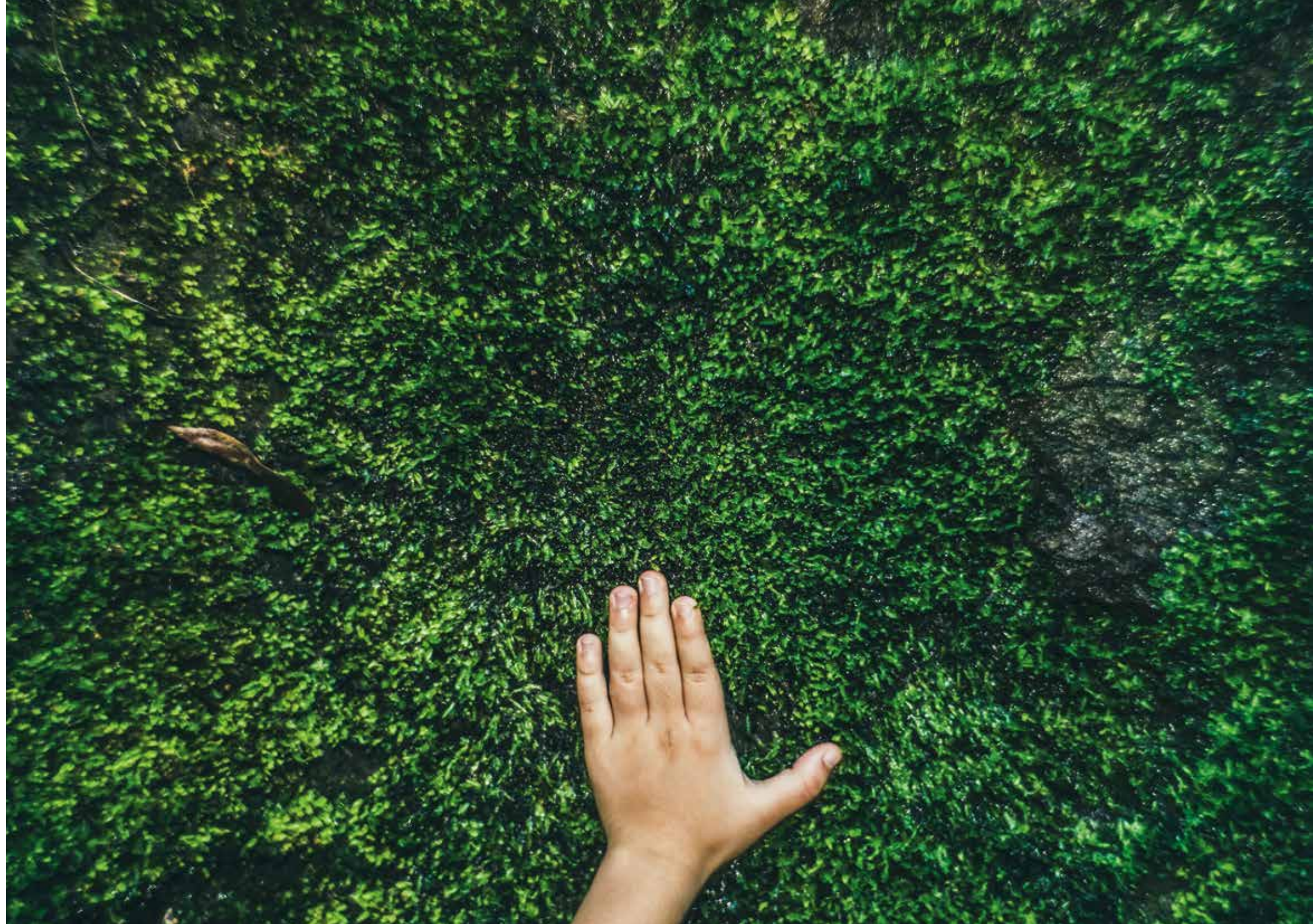
Como empresa familiar, siempre hemos buscado hacer de nuestro ambiente laboral una “casa”, entretejiendo relaciones sinceras y auténticas basadas en la transparencia y la cooperación. El Davines Village respeta este sentir: es un lugar abierto a la comunidad donde la sostenibilidad, belleza, investigación y

bienestar se funden para expresar mejor nuestros valores e irradiarlos hacia los demás. Es un espacio en el que las personas, los conocimientos y las experiencias se mezclan para dar forma a nuestros deseos, guiados por un espíritu de iniciativa dirigido siempre hacia la búsqueda de la excelencia.

El Davines Village tiene un corazón verde, rico en jardines, invernaderos, huertos: la misma naturaleza que nos inspira en nuestro trabajo y que queremos proteger. Una responsabilidad medio ambiental de la cual, hacemos de nuestros productos los portavoces: mensajeros de nuestra visión del mundo, testimonios de investigación y pasión, frutos de la Belleza Sostenible. Como nuestra nueva casa.



HACIA UNA NUEVA FLORACIÓN 4	EL GRUPO DAVINES	NUESTRA REALIDAD 6	NUESTRO MODELO DE DESARROLLO 7	HITOS 8	NUESTRAS MARCAS 9
SER B CORP, MARCAR LA DIFERENCIA 16	CON UN ENFOQUE INTEGRADO 15	EN APOYO DEL FUTURO DEL PLANETA 14	NUESTRO EMPEÑO	DAVINES VILLAGE, LA NUEVA CASA DE LA BELLEZA SOSTENIBLE 10	
PEOPLE 22	PLANET 24	COMMUNITY 28			
		GLOSARIO 30	FUENTES DE PROFUNDIZA- CIÓN 32		



Hacia una nueva floración

Cada vez más valores de la Belleza Sostenible, están inspirando al Grupo Davines hacia una mayor coherencia.

El esfuerzo común de la compañía y de la comunidad Davines para realizar mejoras incrementales generalizadas de nuestros indicadores, salta a los ojos de quien leerá este informe actualizado. Tal vez sea justamente gracias a su enfoque cada vez más sistémico y cultural del desarrollo sostenible que Davines, es a menudo, considerada como una empresa influyente y citada como modelo de referencia por sus territorios, por su industria, por sus clientes, y esto, nos da una gran fuerza para continuar el camino con convicción.

Para el futuro, Davines está trabajando y multiplicando sus esfuerzos por ser cada vez más novedosa en el tema de la circularidad y de la sostenibilidad.

La posibilidad de proseguir el camino hacia el desarrollo sostenible desde el nuevo Davines Village es ya de por sí, un logro extraordinario que podemos celebrar.

Para nosotros, de hecho, se puede considerar el Davines Village como el templo de la razón de ser de nuestra empresa.

Sin embargo, todavía queda tanto por hacer; tenemos plena consciencia de los innumerables obstáculos aún no superados en el camino hacia el desarrollo sostenible.

Nuestra promesa es que no escatimaremos esfuerzos ahora; confío, al contrario, en que los conocimientos acumulados en todos estos años de trabajo sobre el tema, nos regalarán, en un futuro próximo, nuevas metas extraordinarias que alcanzar.

Mis agradecimientos a todos aquellos que lo están haciendo posible.

Presidente
Davide Bollati



Visión y Misión Empresarial

“Ser los mejores para el mundo, creadores de una vida buena para todos, a través de la belleza, la ética y la sostenibilidad.”

Hay iniciativas que, si se repiten varias veces en el tiempo, pueden volverse menos estimulantes e incluso hasta aburridas. Éste no es el caso de nuestro informe de sostenibilidad que, aunque haya llegado a la tercera edición, representa para nosotros, de Davines, un gran estímulo, tanto porque nos mensuramos así de modo objetivo, como porque nos permite compartir los pasos que estamos dando para convertirnos en “los mejores para el mundo”.

La coincidencia de nuestra decisión de ser una B Corp y del establecimiento de los objetivos de sostenibilidad por parte de las Naciones Unidas, nos ha permitido trazar con certeza el camino para seguir mejorando nuestros resultados de sostenibilidad a 360°, contribuyendo a la creación de un nuevo paradigma en el que la compañía se pone al servicio de todas las partes interesadas. Aunque somos conscientes de estar al inicio del camino, este informe pone bien en evidencia las razones que tenemos ya de estar orgullosos de los resultados obtenidos en los numerosos desafíos que hemos tomado, tanto en los frentes donde venimos trabajando desde hace tiempo con determinación, como en aquellos en los que se ha concentrado nuestra atención más recientemente como, por ejemplo, el del impacto sobre la comunidad local.

Inclusive el hecho de que la publicación de este informe coincida con la apertura del Davines Village, concretización material de los valores que Davines ha ido defendiendo con el tiempo, lo convierte en algo especial. Somos conscientes, en efecto, de que el Village no es una meta. Es más bien un punto de partida que nos motiva a continuar esforzándonos a fondo para que en torno a este lugar florezca una compañía ejemplar por su capacidad de conjugar éxito económico, ética, sostenibilidad y para perseguir nuestro ideal de próspera longevidad.

Administrador Delegado y Director General
Paolo Braguzzi



Nuestra realidad

números clave

2017

34 años de actividad

2017

3 marcas

11 compañías

7 oficinas en el mundo

PARMA

LONDRES

NUEVA YORK

PARÍS

DEVENTER

MÉXICO DF

HONG KONG

presente en

92 países en el mundo

con 34.000+ clientes

571 colaboradores

de 38 nacionalidades

100 fórmulas creadas

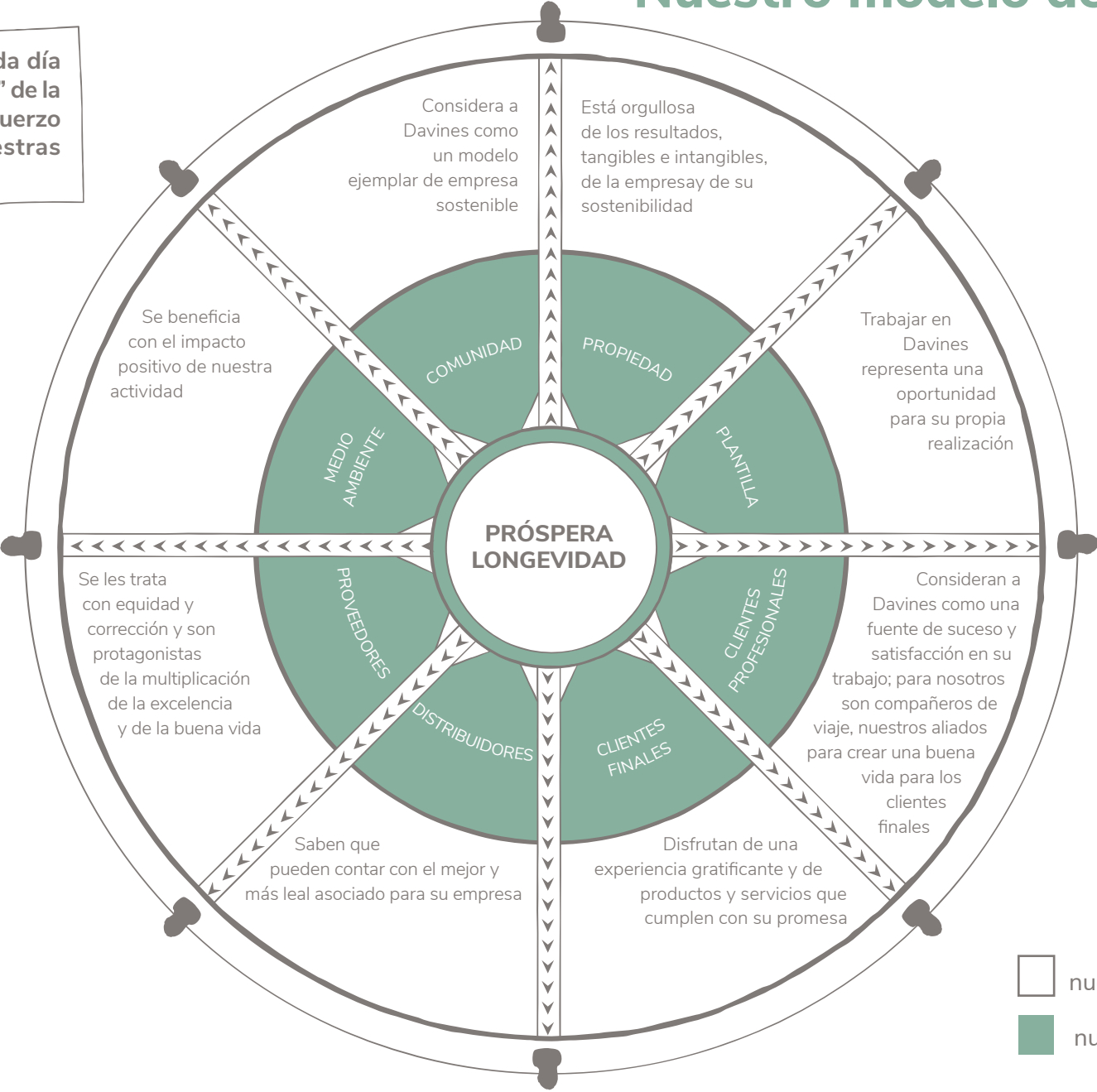
99 puntuación B Corp obtenida

+13,5% volumen de negocios con respecto al 2016

22 millones de artículos vendidos

Nuestro modelo de desarrollo

En Davines trabajamos cada día por la “próspera longevidad” de la empresa, a través de un esfuerzo concreto en favor de nuestras partes interesadas.



□ nuestros esfuerzos
■ nuestras partes interesadas

Hitos

1983
La familia Bollati crea un laboratorio cosmético para la formulación y la fabricación por cuenta ajena.

1992
La empresa decide concentrarse en la fabricación y la distribución con la marca Davines.

1994
Comienza la distribución internacional.

1996
Nace la marca [comfort zone].

2003
Herzog & De Meuron diseñan el stand Davines.

2004
Abre la filial de Nueva York.

2005
Se redacta la “Carta Ética”⁽¹⁾.

2011
Se redacta la “Carta de Investigación del Embalaje.”

2009
Se redacta la “Carta para el Desarrollo Sostenible”. Primera edición del “Día de la Belleza Sostenible”.

2008
Shigeru Ban diseña el stand Davines.

2007
Abren las filiales de México y Londres. Se redacta el “Manifiesto de la Belleza Sostenible”⁽²⁾.

2006
Abre la filial de París. La sede de Parma comienza a alimentarse con energía eléctrica de fuentes renovables. Se activa el primer proyecto de compensación de CO2.

2012
Nace el Comité Científico [comfort zone]. Publicación del libro “Skin regimen. Salute, bellezza e longevità”.

2013
Abren las filiales en Holanda, Alemania y Bélgica.

2014
Primera edición de “I Sustain Beauty”. Comienza la colaboración con Slow Food.

2015
[comfort zone] adopta la nueva filosofía formulativa “Science based conscious formulas”TM⁽³⁾. Matteo Thun hace el proyecto del Davines Village.

2018
Apertura del Davines Village. La línea /skin regimen/ se convierte en una marca aparte. Se presenta la “Nueva floración de la Carta Ética”. Davines recibe el premio “Best for the Environment” del B Lab.

2017
Matteo Thun diseña el stand Davines.

2016
Abre la filial de Hong Kong. Comienzan las obras de construcción del Davines Village. El grupo obtiene la certificación B Corporation.

(1) Carta Ética
Apoyamos la difusión de los valores concebidos por los colaboradores para una mejor calidad de vida laboral.

(2) Manifiesto de la Belleza Sostenible
“Creando belleza de forma sostenible, deseamos animar a las personas a cuidar de sí mismas, del mundo en el que viven y de las cosas que aman”.

(3) [comfort zone] enfoque integrado filosofía formulativa
Proponemos soluciones científicamente avanzadas que integran productos, tratamientos y consejos de estilo de vida. Damos prioridad a ingredientes de origen natural y sistemas de vehiculación innovadores.

Nuestras marcas



En [comfort zone], marca dedicada al mercado profesional del skin care, consideramos la piel como el espejo del bienestar físico y mental, así como de las decisiones de cada día. Nuestra misión es la de promover un estilo de vida sano, alegre y sostenible, gracias a soluciones responsables y científicamente avanzadas que mejoran visiblemente la piel, el cuerpo y la mente.



En Davines, marca dedicada al mercado profesional de la peluquería, creemos que el equilibrio entre belleza y sostenibilidad, a lo que llamamos “Belleza Sostenible”, puede mejorar nuestras vidas y el mundo que nos rodea.



En /skin regimen/, marca dedicada al mercado profesional y reventa de skin care, concebimos productos para quienes viven intensamente su propia vida y desean dejar en el mundo lo mejor de sí mismos, cada día.



Davines Village, la nueva casa de la Belleza Sostenible

Abre sus puertas en Parma en el 2018, ocupando una superficie de 77.000 m². Se trata del Davines Village, la nueva sede del Grupo Davines proyectada por los arquitectos Matteo Thun y Luca Colombo para dar forma a los valores de belleza, sostenibilidad y bienestar que desde siempre motivan al Grupo. Intensamente soñada por el Presidente Davide Bollati, la nueva sede empresarial alberga espacios consagrados a las oficinas, la formación, los laboratorios de investigación y desarrollo, las plantas de producción y el almacén, además de un gran invernadero, el núcleo y corazón palpitante del Village. Los interiores han sido realizados por la interiorista Monica Signani y las áreas verdes han sido proyectadas por el estudio de arquitectura paisagística Del Buono - Gazerwitz.

EL VILLAGE

La sede de la Belleza Sostenible

Sostenibilidad energética avanzada
Economizar y optimizar cada recurso, sin hacer derroches. Con ese objetivo se ha concebido y diseñado el Davines Village de forma tal que se reduzca al mínimo, el uso de la iluminación artificial. Cuenta con instalaciones fotovoltaicas, termosolares, geotérmica y está dotado de sistemas de comunicación y control que supervisan los consumos energéticos de cada ambiente.

Técnicas de construcción sostenibles
Para realizar el Davines Village, se ha dado prioridad al empleo de materiales naturales, como el vidrio y la madera, a soluciones técnicas y de construcción sostenibles, entre las más avanzadas de las que el mercado dispone. Se ha utilizado además, un cemento que imita el proceso de la fotosíntesis. Se llama TX y es capaz de retener las partículas finas y luego descomponerlas, anulando así su impacto negativo.

Plantas de producción de vanguardia
Sanear los mezcladores con vapor de agua, en vez de sustancias químicas. Es uno de los sistemas previstos en el ámbito de producción del Davines Village, gracias al empleo de nuevas instalaciones muy innovadoras que permiten procesos más eficaces en la utilización de los recursos y con un menor impacto sobre el medio ambiente.



Circularidad de los residuos orgánicos
Los desechos de la cocina alimentan el jardín, con mayor eficacia aún respecto al clásico compostaje. El Davines Village tiene una instalación capaz de deshidratar todos los residuos orgánicos que se generan en su interior, lo cual permite reutilizarlos para nutrir su propio jardín.

La sede del bienestar

El restaurante
En la pausa del almuerzo se sirve comida de gran calidad. El Grupo Davines ofrece gratuitamente a sus colaboradores, cada día, alimentos de gran calidad, preparados con ingredientes frescos y de estación, expresión de líneas directrices alimenticias que dan prioridad a la salud, la autenticidad y el territorio. El menú ofrece opciones adecuadas incluso para quienes siguen dietas de diferentes naturalezas, respetando las exigencias y las preferencias individuales.

Los espacios de contaminación positiva
Las mejores ideas aparecen a veces fuera de los espacios cerrados de un despacho. Para favorecer la generación de ideas innovadoras y el intercambio entre las personas, el Davines Village tiene espacios internos y externos concebidos para crear un sentimiento de “estar en casa” y favorecer el encuentro y el intercambio. En coherencia con la filosofía promovida por el nuevo modelo de “Smart Working” del Grupo, se destaca la capacidad de autogestión de las personas en el trabajo, eliminando incluso el registro horario como instrumento de control de las horas laborales, de forma inmediata para los empleados y en un futuro próximo también para la plantilla de producción y embalaje.

El trabajo con vistas al jardín
Te sientes donde te sientes, tu mirada puede dirigirse a la naturaleza alrededor. En el Davines Village todos los puestos de trabajo permiten disfrutar visualmente del verde. Los despachos están diseñados con materiales innovadores, que limitan la polución sonora y garantizan la máxima transparencia, permitiendo una luminosidad natural, beneficiosa para el ser humano.



La sede abierta a la comunidad

Lugar de acogida

Bienvenidos, ésta también es vuestra casa. La estructura del Davines Village, desarrollada a partir del concepto de “casa”, reinterpreta los arquetipos de los patios típicos de las zonas rurales italianas e invita a los clientes, los proveedores y la comunidad local a visitar sus oficinas y a pasear por el jardín para vivir una experiencia de Belleza Sostenible.

Lugar de formación

La formación de excelencia cobra vida en el corazón de la empresa. El Davines Village alberga en su interior la Academia Davines y la Academia [comfort zone], consagradas respectivamente al crecimiento profesional de peluqueros y esteticistas.

Lugar de celebración

Quedamos en el Davines Village. Se ha proyectado la nueva sede del Grupo para acoger eventos empresariales y celebraciones, con el objeto de reunir la comunidad en el lugar que es símbolo de sus valores, ¡sobre todo, cuando se va de fiesta!



EL JARDÍN

80% de áreas verdes

Diversos jardines, un invernadero y un huerto científico: una gran parte del espacio ocupado por el Davines Village, está dedicada al verde.

Laboratorio al aire libre

El huerto científico del Davines Village está lleno de plantas medicinales y aromáticas, que se emplean en el laboratorio de investigación y desarrollo para tomar muestras y poner a prueba ingredientes naturales para sus fórmulas.

Belleza didáctica

Los 36.000 m² de jardín permiten a los visitantes comprender la importancia de la biodiversidad y el origen de los ingredientes naturales contenidos en los productos del Grupo.



En apoyo del futuro del planeta

Cuando la ONU fijó la agenda para el desarrollo sostenible en el 2030, lanzando un llamado al mundo, el Grupo Davines respondió de presente. Para contribuir a alcanzar los Sustainable Development Goals (SDGs), objetivos para el desarrollo sostenible del planeta, la compañía decidió proyectarlos en su propia estrategia empresarial, con los resultados que hoy se pueden consultar en el Informe de Sostenibilidad. El Centro de Resiliencia de Estocolmo propone un nuevo modelo de representación de los SDGs que, ordenando los objetivos jerárquicamente, deja en evidencia hasta qué

punto la economía y la sociedad forman parte integrante de la biósfera, confirmando la superación del paradigma clásico, fundado en un enfoque sectorial del desarrollo social, económico y ecológico. Frente a esta renovada consciencia, el Grupo Davines continuó a dar vida en el 2017 a actividades y proyectos empresariales cuyo éxito contribuye a alcanzar los SDGs. Para el 2018, el Grupo ha decidido focalizar su atención particularmente en algunos SDGs para los cuales se han definido objetivos específicos.



○ SDGs sobre los que Davines obtuvo resultados en el 2017 ↓ SDGs sobre los cuales Davines tiene objetivos fijados en el 2018

Crédito: Azote Images para Stockholm Resilience Centre

Con un enfoque integrado

- OBJ 1 Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
- OBJ 2 Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.
- OBJ 3 Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
- OBJ 4 **Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.**
- OBJ 5 Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas
- OBJ 6 Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
- OBJ 7 **Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.**
- OBJ 8 **Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.**
- OBJ 9 **Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.**
- OBJ 10 Reducir la desigualdad en y entre los países.
- OBJ 11 **Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.**
- OBJ 12 **Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.**
- OBJ 13 **Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.**
- OBJ 14 **Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.**
- OBJ 15 **Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.**
- OBJ 16 Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas
- OBJ 17 **Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible**



Ser B Corp, marcar la diferencia

Para el Grupo Davines, ser una B Corp significa reescribir nuestro modo de hacer negocios, creando un impacto positivo en las personas y en el medio ambiente, mientras se generan beneficios. La certificación obtenida en el 2016 ha representado para el Grupo no una meta, sino más bien un impulso hacia la mejora constante, que se expresa en la activación incesante de nuevos proyectos.

Dar vida a la interdependencia con los proveedores

Todos dependemos unos de otros y somos por lo tanto, responsables mutuamente y hacia las generaciones futuras. Esta consciencia llevó hace tres años, a la elaboración por parte del Grupo Davines, a una encuesta para conocer más a fondo la identidad sostenible de sus proveedores, mapear sus resultados medioambientales, sociales y, en consecuencia, a orientar la elección de sus asociados.

En el 2016, el Grupo quiso ir más allá, alentando a sus proveedores a medirse con el cuestionario B Corp y fomentando proyectos con el objetivo de colaborar para concebir soluciones óptimas, tanto para las exigencias empresariales, como para el planeta.

El proveedor de palets Palm representa un caso ejemplar de realización de los objetivos de ambas empresas. Palm obtuvo la certificación B Corp en el 2017 y en colaboración con el Grupo Davines, proyectó y realizó un nuevo tipo de palet altamente sostenible. Un ejemplo concreto de interdependencia virtuosa entre la compañía y su proveedor.

Construir sostenibilidad con los distribuidores asociados

Al Grupo Davines le gusta desde siempre, elegir sus distribuidores asociados teniendo también en cuenta las afinidades de valores.

En el 2017, decidió reforzar esta visión, invitando a sus distribuidores asociados a medirse con el cuestionario B Corp, con el deseo de que pudieran llegar, con el tiempo, a obtener la certificación. Para apoyar este objetivo, el Grupo ha sugerido, en base a su propia experiencia, dos acciones de importancia prioritaria: la alimentación con energía eléctrica de **fuentes renovables** y la **compensación de las emisiones de gases de efecto invernadero**.

Al día de hoy, ya se puede celebrar un éxito: la empresa sueca KRAFT es el primer distribuidor asociado del Grupo Davines que puede presumir de la certificación B Corp.

definición en el glosario



El voluntariado empresarial vale por dos

Hacer voluntariado en horario laboral y ser remunerados como si estuviéramos en la oficina. Esto es posible para los colaboradores de Davines, que pueden destinar hasta cuatro días laborales al año a favor de una asociación de voluntariado. En contrapartida, la compañía requiere que el mismo número de tiempo privado sea utilizado por el colaborador para la misma causa y así, el beneficio para la misma, se duplica. El proyecto, llamado 4+4, fue inaugurado en el 2017.

“Davines Care”, bienestar tangible

Los libros escolares de los hijos, el abono al gimnasio, las cuotas de la hipoteca, son ahora reembolsables. Desde febrero del 2017, el Grupo Davines ha activado una plataforma empresarial en apoyo del poder adquisitivo de sus colaboradores, a quienes, se les otorgan 500€ por año para ser utilizados en los servicios disponibles de la plataforma. Se atribuyen para el reembolso de gastos de instrucción, asistencia a la familia, cultura, tiempo libre, hipoteca y planes de pensión.

“Smart Working”, una ventaja para todos

Aumenta la calidad del trabajo y el equilibrio con la vida privada, en una espiral virtuosa que beneficia a ambas partes. Es una de las ventajas del “Smart Working”, modelo organizativo impulsado por el Grupo Davines en favor de todos los colaboradores de la sede en Parma que desempeñen funciones que se puedan ejecutar a distancia.

Tras el éxito de la primera fase experimental que, en el curso del 2017, implicó ocho sectores empresariales, el “Smart Working” empezará oficialmente con la instalación en el Davines Village, implicando potencialmente a más del 70% de los colaboradores. Para la empresa, se trata de una inversión en confianza, por la mayor libertad concedida a los colaboradores y en responsabilización.

El “Smart Working” fomenta de hecho, un nuevo modelo de trabajo centrado en la delegación, reconociendo la libertad individual en cuanto al lugar y el momento en que se desempeña la actividad laboral. Lo cual, resulta también beneficioso para el medio ambiente, en la medida en que los desplazamientos físicos se ven reducidos.

“Carta Ética”, trabajar y vivir bien

Estar a la escucha de las ideas de todos, para generar nuevas reflexiones y direcciones de comportamiento. Ésta es la intención del Grupo Davines que, en el 2017, le dio la palabra a alrededor de 300 colaboradores, entre la sede de Parma y las filiales extranjeras, para construir juntos un ambiente laboral impregnado de bienestar.

Los frutos de este ambicioso proyecto han sido recopilados en la publicación “Carta Ética. La nueva floración” que expresa los valores que surgieron en correspondencia con las tres indicaciones de valores (sostenibilidad, inclusividad e innovación) que la empresa escogió para su propia trayectoria de crecimiento.

En Polonia se habla B Corp

Sensibilizar a la gente sobre el impacto de sus decisiones de compra. Es lo que hicieron 420 peluqueros polacos, que implicaron a sus propios clientes, invitándoles a proponer proyectos inspirados en los valores B Corp. En el curso de la campaña, se recogieron 257 ideas de huella positiva en personas y medio ambiente, de las cuales, tres fueron seleccionadas para atribuirles un financiamiento, fruto de la contribución de la empresa y de los clientes de los salones.

El primer proyecto ganador crea igualdad entre las personas en materia de acceso a los tratamientos, el segundo sensibiliza y despierta la consciencia sobre las limitaciones de los ancianos y el tercero, aporta la despreocupación del juego al aire libre a niños en situaciones de precariedad.

En Italia nace un nuevo Presidio Slow Food

Han logrado salvar de la extinción el Olivo Quercetano. Unos 600 salones de peluquería italianos, en colaboración con la Fundación Slow Flood para la Biodiversidad Onlus, obraron para dar a conocer, salvaguardar y difundir esta oliva específica de cultivo autóctono, que pertenece al patrimonio naturalístico italiano.

Adhiriendo a la campaña Davines “Un presidio della Bellezza Sostenibile” en el 2017, los salones de peluquería y sus clientes hicieron posible el nacimiento de un Presidio antes inexistente y han contribuido así a la divulgación del valor de la biodiversidad.



definición en el glosario

De todas partes del mundo, para un gran evento

La inauguración del Davines Village no podía tener lugar sin ellos: son los peluqueros y las esteticistas quienes, al compartir los valores que impregnan los productos del Grupo Davines, han hecho posible el nacimiento de la nueva casa de la Belleza Sostenible.

Por eso, no es por casualidad que la edición 2018 de los principales eventos internacionales de la empresa, se hayan realizado en Parma, al mismo tiempo que la apertura de la nueva sede.

Peluqueros de todas partes del mundo, reunidos con motivo del World Wide Hair Tour de Davines, así como esteticistas nacionales e internacionales reunidas con motivo del Tribe Event and Experience Tour de [comfort zone], participan de esta forma, en un momento histórico de la vida de la empresa.

“Green incentive”, primicia en Norteamérica

Entre las oficinas del Grupo Davines en el mundo, la Norteamericana ha sido la primera en inaugurar un proyecto de “**green incentive**”. El beneficiario del mismo, desde hace ya cuatro años, es el movimiento “Green Circle Salons” que obra para que los desechos de los salones de peluquería vuelvan a entrar en la economía como recursos reutilizables.

En abril 2017, durante el mes de la Belleza Sostenible, Davines Norteamérica decidió, para continuar apoyando la adhesión a este importante proyecto, acordar ventajas comerciales concretas a los salones adherentes. Cada uno, recibió la cantidad de productos Davines necesaria para cubrir el coste de adhesión al programa.

Gracias a esta iniciativa de “**green incentive**”, 62 nuevos salones de peluquería americanos se han adherido al movimiento, apoyando los valores y las acciones de reciclaje, reutilización y recuperación.



Crece con sostenibilidad, funciona

El éxito económico del Grupo Davines se lee en el crecimiento continuo del volumen de negocios que, en el 2017, alcanzó el umbral de los 127 millones de euros. El modelo de negocio adoptado por el Grupo, que está orientado hacia la próspera longevidad empresarial, ha demostrado su validez y ha dado buenos resultados, es más, óptimos, ya que no son sólo numéricos.

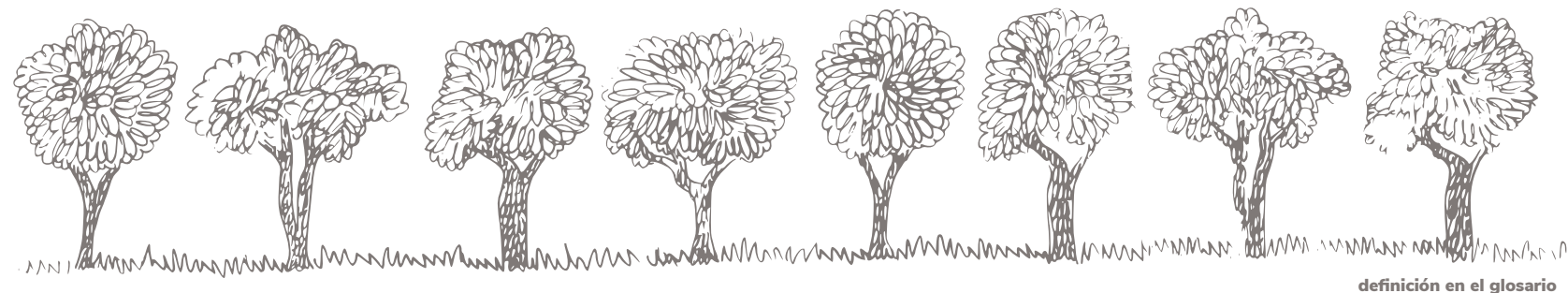
El desarrollo económico del Grupo demuestra que es posible dirigir una empresa con beneficios, impacto positivo en las personas, la sociedad y el medio ambiente, así como respeto hacia sus partes interesadas. De hecho, es un modelo virtuoso que alimenta el éxito.



“Il Terzo Giorno”, sostenibilidad en el arte

Investigar el tema de la sostenibilidad medioambiental a través de la mirada del arte contemporáneo. De la intuición de Davide Bollati, Presidente del Grupo Davines y con la colaboración del Ayuntamiento de Parma y otras empresas del territorio, nació en abril del 2018 la exposición “Il Terzo Giorno”.

Partiendo del tercer día del Génesis, la aparición de la vida, la exposición invitó a los visitantes a interrogarse sobre la exigencia de adoptar estilos de vida más sostenibles,

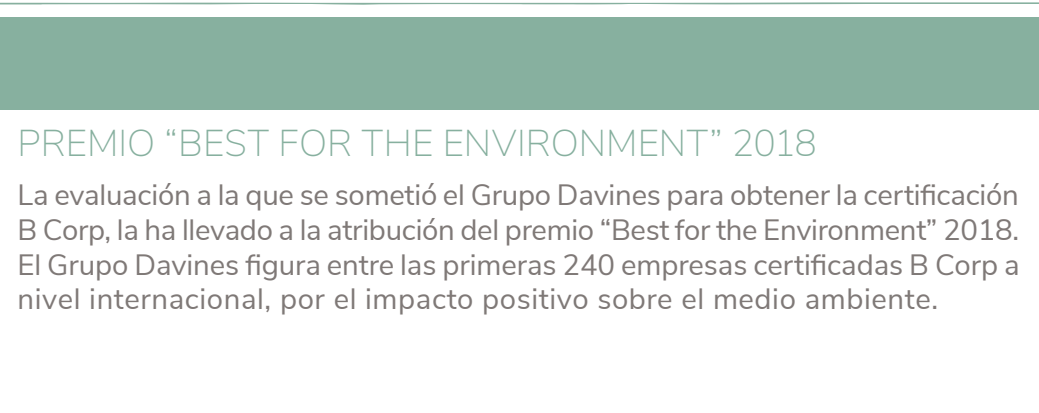


definición en el glosario

B Corp sneak peek

MEJOR INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2017

En noviembre del 2017, cuando se reunió en Milán la comunidad B Corp, el Grupo Davines no se imaginaba que iba a tener un reconocimiento dentro del evento. A las B Corp italianas, cuyo número se había duplicado con respecto al 2016, se les atribuyó el título de líderes europeos del movimiento y, en el ámbito de las recompensas por las Best For Italy 2017, a Davines se le asignó el “Premio por el mejor Informe de Sostenibilidad”.



PREMIO “BEST FOR THE ENVIRONMENT” 2018

La evaluación a la que se sometió el Grupo Davines para obtener la certificación B Corp, la ha llevado a la atribución del premio “Best for the Environment” 2018. El Grupo Davines figura entre las primeras 240 empresas certificadas B Corp a nivel internacional, por el impacto positivo sobre el medio ambiente.



El “Km Verde”, proyecto de largas ventajas

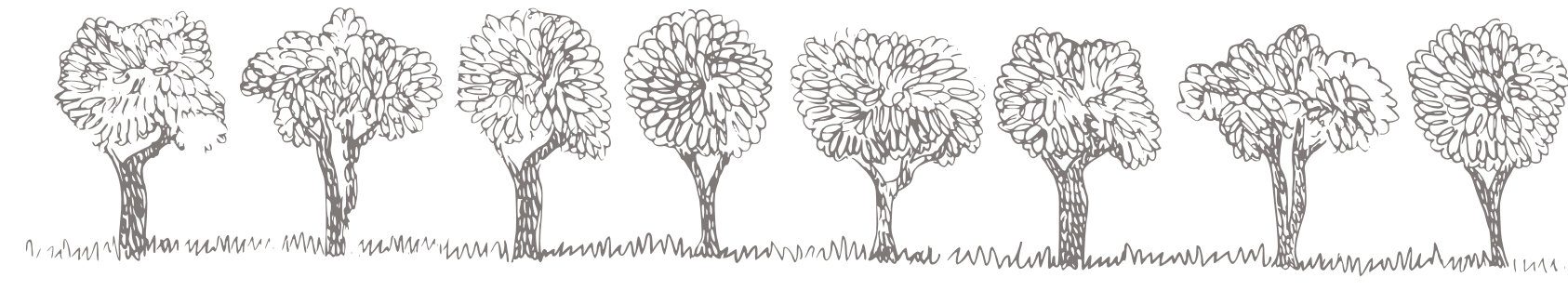
Un proyecto único en Italia en vías de activación, nacido de una idea de Davide Bollati, Presidente del Grupo Davines, en colaboración con el ayuntamiento de Parma, la Fundación para el Desarrollo Sostenible y otras instituciones territoriales y nacionales.

Árboles para crear una franja boscosa a lo largo de un tramo de autopista, con el fin de proteger a Parma de la polución generada por los vehículos en tránsito.

Un tramo total de 11 km que comenzará con los primeros 300m experimentales desde el Davines Village.

Con ventajas paisagísticas, ecológicas y medioambientales, gracias a la selección de árboles que **compensan las emisiones de CO₂** y luchan contra la propagación de partículas finas.

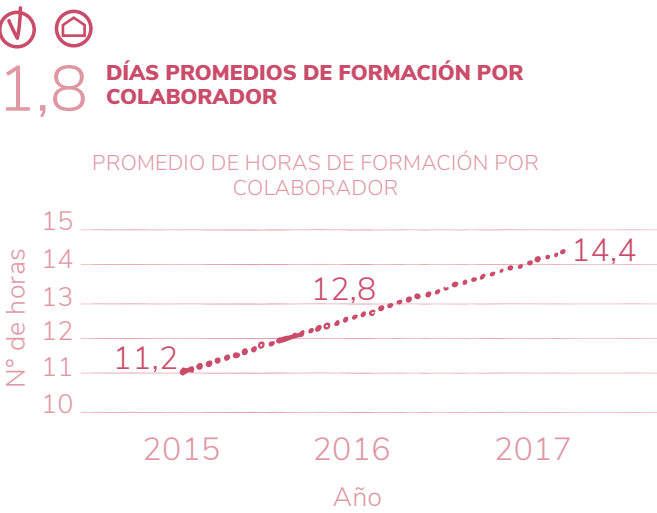
Un símbolo de la voluntad de las empresas locales y del Ayuntamiento de Parma por trabajar de forma integrada en nombre de la Belleza Sostenible.



NUESTRO EMPEÑO

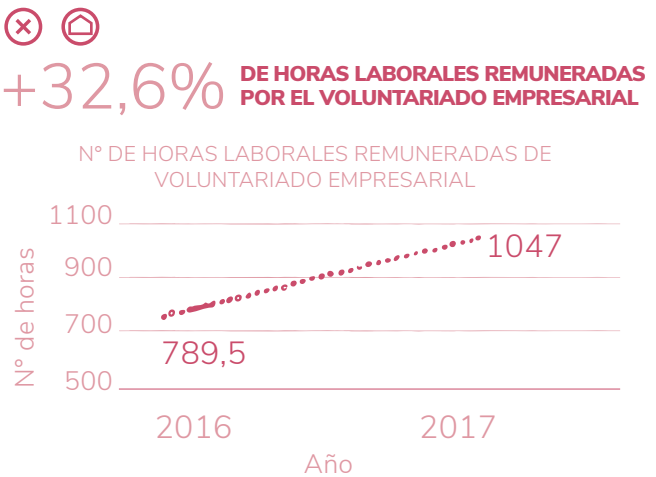
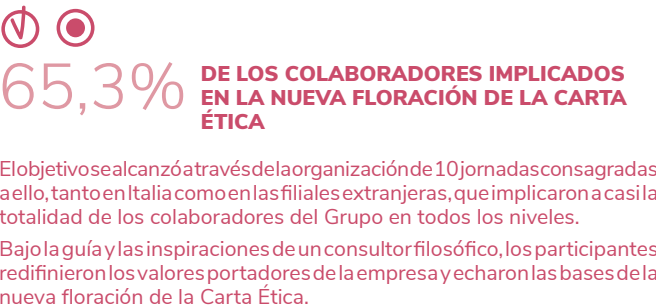
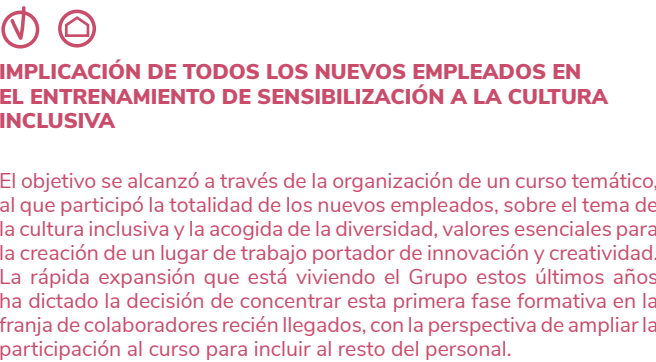
People

Resultados 2017

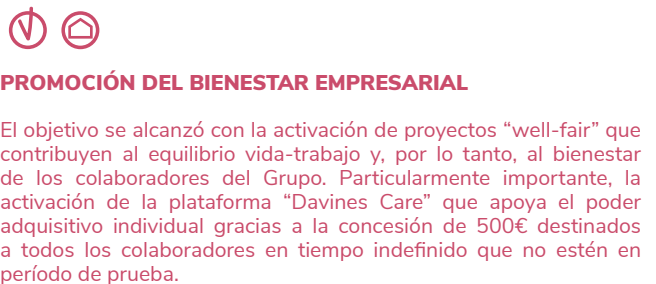


El objetivo se alcanzó, confirmando la mayor inversión fomentada por el Grupo en los últimos tres años, para la formación de los colaboradores, en temáticas relativas ya sea a sus responsabilidades actuales, ya sea a su potencial evolución futura. Seguridad, "project management", desarrollo de aptitudes interpersonales de gestión y cursos de lengua figuran entre los cursos más frecuentes.

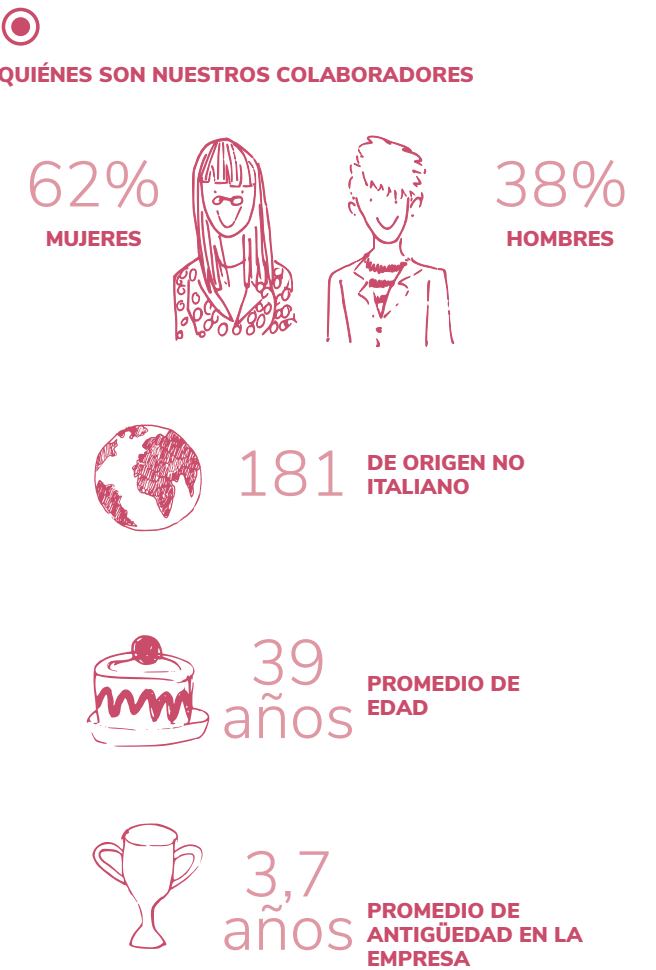
El Grupo está planificando acciones para conseguir mayores mejoras en los resultados en los próximos años.



El objetivo del +50% no se alcanzó dentro de los plazos previstos, debido principalmente, a la fecha tardía de lanzamiento del proyecto, en las cercanías del período de vacaciones estivales. El lanzamiento requirió una compleja organización empresarial, estructurada en tres fases sucesivas: promoción del proyecto y de las actividades requeridas a los colaboradores de la compañía, asimilación del proyecto en las prácticas empresariales y alineamiento de todos los departamentos y, para terminar, activación del proyecto. Las actividades de **voluntariado empresarial** propuestas eran tanto sociales, como actividades con niños hospitalizados, como medioambientales, tales como la recalificación de áreas verdes.



Otros números 2017



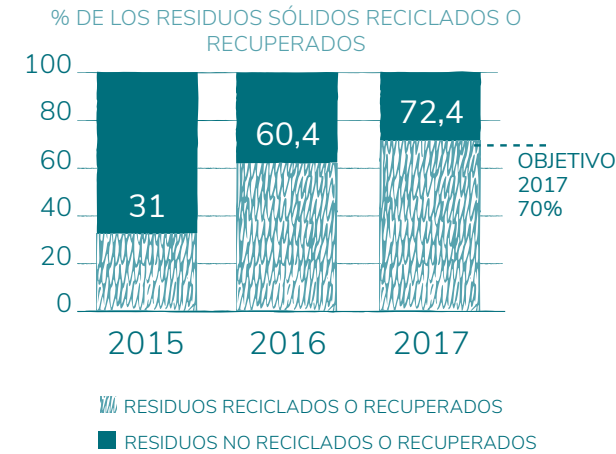
Objetivos 2018

- 🏠 **HASTA 4 DÍAS AL MES DE "SMART WORKING" PARA TODOS LOS COLABORADORES QUE LO DESEEN Y CUYA FUNCIÓN LO PERMITA, A PARTIR DE LA INSTALACIÓN EN EL DAVINES VILLAGE**
- 👥 **+20% DE AUMENTO DEL NÚMERO DE HORAS LABORALES REMUNERADAS PARA EL VOLUNTARIADO EMPRESARIAL**
- 🌿 **EL 60% DE LOS DIRIGENTES DE LA SEDE Y DE LOS PRIMEROS NIVELES DE LAS FILIALES TIENE OBJETIVOS RELACIONADOS CON LA SOSTENIBILIDAD**
- 🌀 **MEJORAR LA CALIDAD DE LA VIDA EMPRESARIAL PARA TODOS LOS COLABORADORES OFRECIENDO SERVICIOS QUE APUNTEN A SU BIENESTAR**

Resultados 2017



72,4% DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS SE RECICLAN O SE RECUPERAN



Objetivo superado a través de la continua reducción de la generación de residuos y la optimización de la separación de los mismos.

Es importante precisar que el **18%** de los desechos contabilizados como no **reciclados** o no **recuperados**, son objeto de una acción de termovalorización virtuosa que produce energía eléctrica térmica equivalente a la alimentación de una casa en Europa durante 2,4 años. Adicionando los dos tramos se llega por lo tanto al **90,4%** de residuos sólidos **reciclados** o **recuperados**, incluso por medio de la termovalorización virtuosa.

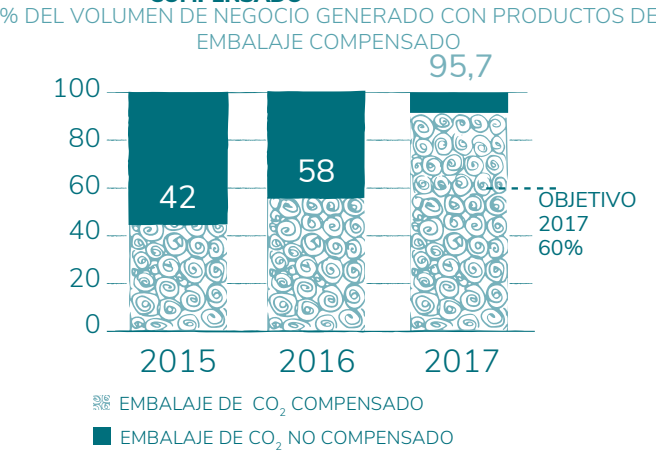


67% DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA (KWH) EMPLEADA EN LAS FILIALES EXTRANJERAS VIENE DE FUENTES RENOVABLES

4 de las 6 filiales del Grupo se alimentan con energía eléctrica de **fuentes renovables**, mientras que el resto está encontrando dificultades, relacionadas con los mercados específicos, para acceder a este tipo de suministro. El Grupo Davines se está esforzando por alinear la totalidad de las filiales a la sede, alimentada al **100%** con energía renovable ya desde el 2006.



96% DEL VOLUMEN DE NEGOCIOS SE GENERA A PARTIR DE PRODUCTOS CON EMBALAJE DE CO₂ COMPENSADO



El objetivo, que no había sido alcanzado en el 2016, fue ampliamente superado a distancia de un año, gracias a la **compensación de CO₂ y equivalente CO₂** en el ciclo de vida del embalaje, tanto primario como secundario, activada en todas las líneas de las tres marcas, a excepción de unas pocas referencias menores.



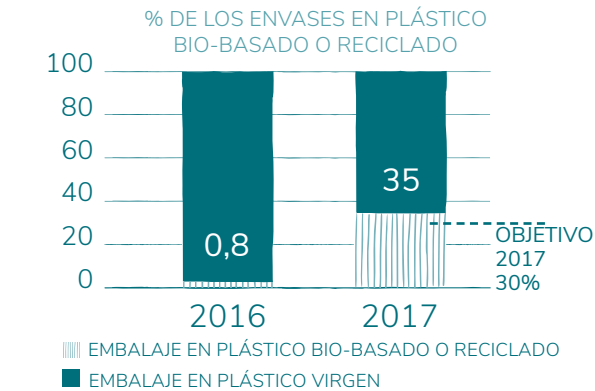
ENRIQUECIMIENTO DE LA SECCIÓN “FACILITACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE” DE NUESTRA CARTA DE INVESTIGACIÓN DEL EMBALAJE

Para favorecer la reciclabilidad del embalaje, se ha enriquecido la “Carta de Investigación del Embalaje” con detalles específicos para:

- concebir envases que permitan la utilización del producto hasta la última gota, garantizando un menor residuo de producto, lo cual podría incidir negativamente en la eficacia del reciclaje;
- proyectar preferentemente envases realizados con un solo material y evitar tratamientos adicionales que, aumentando la complejidad del embalaje, reducen la posibilidad de reciclarlo;
- garantizar la separación fácil de los componentes del embalaje, para que cada uno entre en el circuito de **reciclaje** que le corresponde.



35% DEL PLÁSTICO DE LOS ENVASES ES BIO-BASADO O RECICLADO



Objetivo superado gracias al paso de numerosas líneas con envases en plástico virgen a **plástico bio-basado o reciclado**. Esta elección ha sido aplicada a todas las referencias que, tras un análisis, han resultado técnicamente compatibles con esta solución, en términos de conservación de los resultados del producto y de sus características estéticas.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELEVANTES PARA ESTE SECTOR



Resultados 2017

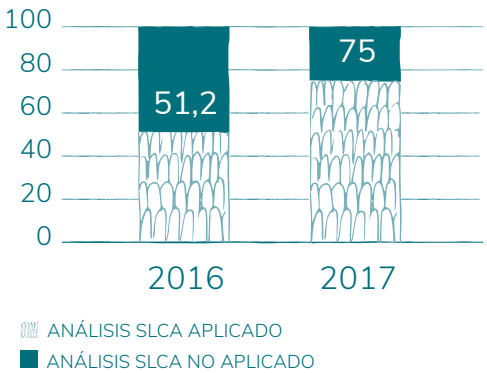


APLICACIÓN DEL ANÁLISIS SLCA EN LOS NUEVOS LANZAMIENTOS Y RELANZAMIENTOS DE LÍNEAS

Objetivo logrado gracias al 75% de productos (en volumen de negocio) a los que se les ha aplicado el **análisis SLCA** (Sustainable Life Cycle Assessment)

El **análisis SLCA** seguirá siendo aplicado a los nuevos lanzamientos para incrementar el impacto positivo de los productos.

% DE LOS PRODUCTOS (EN VOLUMEN DE NEGOCIOS) A LOS QUE SE LES HA APLICADO EL ANÁLISIS SLCA



Otros números 2017



PARA PRODUCIR 1 KG DE PRODUCTO



0,12 Kg
RESIDUOS SÓLIDOS GENERADOS



0,67 Sm³
GAS METANO UTILIZADO



0,49 Kwh
ELECTRICIDAD UTILIZADA



0,0065 m³
AGUA UTILIZADA EN EL PROCESO DE FABRICACIÓN



0,02 Kg
CO₂ Y EQUIVALENTE CO₂ EMITIDOS



100%
ENERGÍA ELÉCTRICA UTILIZADA DE FUENTES RENOVABLES



objetivo alcanzado/
proyecto realizado en los plazos fijados



objetivo no alcanzado /
proyecto no realizado en los plazos fijados



proyecto de carácter circular



dato grupo



dato sede

definición en el glosario



 EMBALAJE **RECICLADO DE FUENTES RENOVABLES**

 EMBALAJE VIRGEN DE **FUENTES RENOVABLES**



 PAPEL Y CARTÓN EN MATERIAL **RECICLADO**

 PAPEL Y CARTÓN EN MATERIAL VIRGEN



- reducir las emisiones de **CO₂ y equivalente CO₂**, evitando, cuando esto es posible, prácticas y productos que los generen;
- cambiar sus procedimientos, volviéndose hacia alternativas más limpias;
- compensar las emisiones restantes con la adquisición de "carbono credit".

Hace años que el Grupo Davines compensa las emisiones derivadas de su propia actividad y planifica intervenciones para continuar y ampliar esta práctica aún más en el futuro. Desde el 2017, la empresa se enorgullece de tener **una planta de producción “carbon neutral”**, un paso importante, expresión de la voluntad empresarial de alcanzar un impacto global igual a cero.



El Grupo ha sustituido el frasco de plástico 100% virgen por un frasco de plástico 100% **reciclado**, permitiendo la reducción del impacto total del producto a través de la reducción del 30% de las emisiones de gas de efecto invernadero, del 20% de energía y del 40% de agua utilizada.

DESDE EL 2017 LA PLANTA DE PRODUCCIÓN ES EN UN 100% “CARBON NEUTRAL”

Objetivos 2018

**definición en el glosario**



INICIO DE LAS ACCIONES PREPARATORIAS PARA LA REALIZACIÓN DEL «KM VERDE»

Se emprendieron acciones con el objeto de realizar el proyecto “Km Verde”. En un primer momento, gracias a una actividad de mapeo territorial, se identificaron las empresas e instituciones potencialmente interesadas en asociarse al proyecto.

Luego se dirigió, para todas las partes interesadas del proyecto, una campaña de promoción, sensibilización y difusión de los valores identificadores del “Km Verde”.

Finalmente, se llevó a cabo un análisis de la estructura de gestión con el objeto de definir quién y con qué modalidades, administrará el proyecto en cuanto esté activo.



CREACIÓN DE UNA RED DE INTERCAMBIO Y FOMENTO DE LA CULTURA DE LA SOSTENIBILIDAD Y DE LA FILOSOFÍA B CORP

Desde el 2016 el Grupo Davines defiende no sólo el ideal de Belleza Sostenible, sino también los valores de la filosofía B Corp. Desde entonces, el Grupo promueve este abanico de valores entre sus partes interesadas siempre que le es posible, a veces inclusive, en colaboración con otras empresas certificadas, portadoras de los mismos ideales.

Esta intensa y constante promoción de valores contribuyó a la certificación de un proveedor del Grupo que ha enriquecido aún más la comunidad B Corp, ayudando a la divulgación de los valores que la inspiran.



CONSOLIDACIÓN DEL PARTENARIADO TERRITORIAL PARA LA PROMOCIÓN DE LA BELLEZA SOSTENIBLE

La realización de la exposición “Il Terzo Giorno” ha activado la unión de actores tanto públicos como privados para la promoción del ideal de Belleza Sostenible y del amplio abanico de valores medioambientales y humanos conexos. Además, el partenariado que ha resultado de esta acción, ha permitido el consolidamiento de otro partenariado ya existente, el del “Km Verde”, en la medida en que una parte de los ingresos de la exposición está destinada a la realización de este proyecto en vías de activación.



46% DE LOS PROVEEDORES HAN COMPLETADO LA “AUTOEVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES” DAVINES

El objetivo del 70% no se logró debido a la ampliación de la encuesta “autoevaluación de los resultados sociales y medioambientales” a proveedores de servicios considerados como “no principales”, a veces, incluso ocasionales. En estos casos, la creación de un informe de intercambio y colaboración a nivel socio-medioambiental comporta inevitablemente mayores complejidades y requiere plazos más largos.

CREEMOS EN LOS DEMÁS E INVERTIMOS EN ELLOS



45 ASOCIACIONES LOCALES QUE APOYAMOS



8 LOS PROYECTOS QUE HEMOS DESARROLLADO CON ASOCIACIONES LOCALES

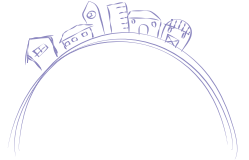


185.931€ DONACIONES A FINES SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES



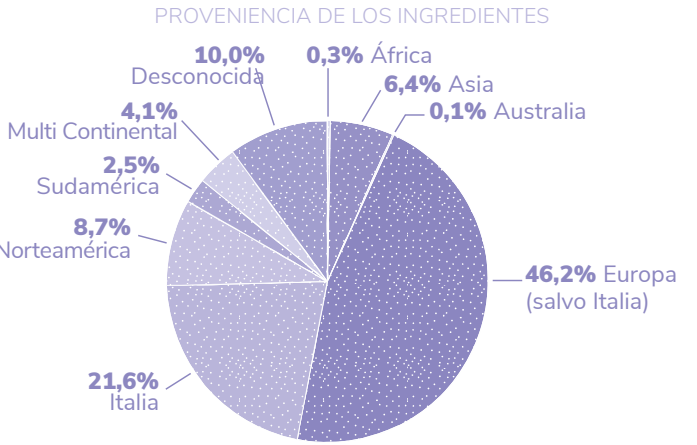
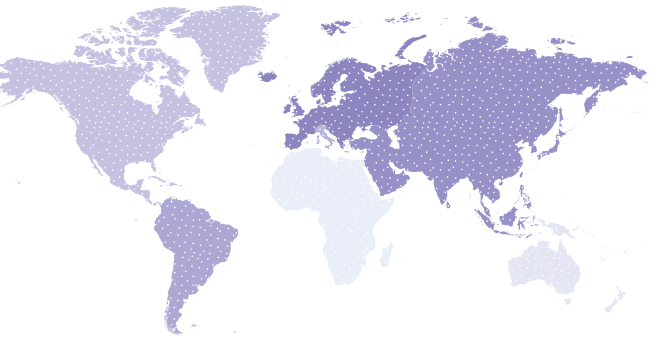
ENCONTRAR JUNTOS SOLUCIONES SOSTENIBLES

Tras la realización de un proyecto en Nepal, [comfort zone] prosigue la colaboración con la ONG “Charity Water”, apoyando un proyecto que en dos años prevé la construcción de 450 “tankas” en el Rajasthan en India, una solución local y eficaz para luchar contra la escasez de agua en el desierto, garantizando a una comunidad local de 2700 personas el acceso al agua potable.



LOS INGREDIENTES QUE COMPRAMOS Y UTILIZAMOS PROVIENEN EN UN

89% DE PRODUCTORES TRAZABLES



IMPACTO SOBRE EL PLANETA DE LOS PROVEEDORES QUE REPRESENTAN EL 71% DEL VALOR DE NUESTRAS ADQUISICIONES

80,5%	TIENEN CERTIFICACIONES DE CALIDAD O UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	31,5%	HAN EMPRENDIDO INICIATIVAS DE IMPACTO POSITIVO MEDIOAMBIENTAL O SOCIAL
78,6%	ESTÁN DENTRO DE LOS 200 KM DE DISTANCIA CON RESPECTO A LA SEDE DE PARMA	25,8%	HAN REDUCIDO EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS SU PRODUCCIÓN DE RESIDUOS INDIFERENCIADOS EN POR LO MENOS EL 10%
48,4%	OFRECEN OPORTUNIDADES DE TRABAJO A FRANJAS DESFAVORECIDAS, MÁS ALLÁ DE LAS OBLIGACIONES LEGALES	25,8%	EMPLEAN AL MENOS 10% DE ENERGÍA RENOVABLE DEL TOTAL DE LA ENERGÍA UTILIZADA
40,9%	TIENEN CERTIFICACIONES MEDIOAMBIENTALES O SOCIALES POR SUS INGREDIENTES, PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	24,7%	TIENEN UN SISTEMA DE REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE AGUA POTABLE



PROMOVER FRENTE A LOS PROVEEDORES EL USO DE ENERGÍA ELÉCTRICA DE FUENTES RENOVABLES



PROMOVER FRENTE A LOS DISTRIBUIDORES ASOCIADOS Y LOS PROVEEDORES LA CULTURA B CORP



AUMENTAR LAS PERSPECTIVAS DE IMPACTO POSITIVO Y DE RESTITUCIÓN EN EL TERRITORIO, EN APOYO DE LA SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL, SOCIAL Y CULTURAL

Glosario

ANÁLISIS SLCA (Sustainable Life Cycle Assessment)

Es una metodología, definida por “The Natural Step” (Suecia), que se emplea para crear productos sostenibles a través del análisis de su impacto medioambiental y social a lo largo de su entero ciclo de vida. Se funda en el análisis de los productos, según los cuatro principios de sostenibilidad, destinados a reducir el uso no controlado de los recursos naturales y de las sustancias contaminantes producidas por el hombre, la destrucción de los ecosistemas y la degradación social.

AUTOEVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LOS PROVEEDORES DAVINES

Es un instrumento que permite a Davines valorar y seleccionar a sus proveedores en función de sus resultados sociales y medioambientales. Los proveedores cumplimentan una autoevaluación que los mensura respecto a tres áreas principales: impacto medioambiental, social y de mejora continua.

“CARBON FOOTPRINT”

La “Carbon Footprint” (huella carbono), es una medida que expresa el total de las emisiones de gas de efecto invernadero (CO₂ y equivalente CO₂) asociadas directa o indirectamente a un producto, una organización o un servicio.

COMPENSACIÓN DE CO₂

Es una acción cuyo objetivo es compensar las emisiones de CO₂ y equivalente CO₂, absorbiéndolas habitualmente a través de la plantación de árboles.

EMISIONES DE CO₂ Y EQUIVALENTE CO₂

El Greenhouse Gas Protocol divide las emisiones empresariales de gas de efecto invernadero (CO₂ y equivalente CO₂) en tres categorías:
Scope 1: emisiones directas, generadas principalmente por procesos de

combustión y por el parque automovilístico empresarial.

Scope 2: emisiones indirectas, generadas por la producción de energía eléctrica de fuentes no renovables comprada por la empresa.

Scope 3: emisiones indirectas, generadas principalmente por la extracción, la producción y el transporte de las materias primas empleadas y por la movilidad de los colaboradores empresariales con medios que no son propiedad de la empresa. Su cálculo es opcional.

“GREEN INCENTIVE” DAVINES

Es una iniciativa destinada a motivar a los clientes profesionales del Grupo Davines a incrementar su sostenibilidad medioambiental y social, acordándoles ventajas comerciales concretas.

INGREDIENTES BIOLÓGICOS

Son ingredientes obtenidos por la agricultura biológica.

INGREDIENTES NATURALES

Son ingredientes de origen natural o modificados en conformidad con las **normas ECOCERT/COSMOS**, reglamento de referencia para los productos cosméticos biológicos y naturales.

INGREDIENTES NATURALES MODIFICADOS

Son ingredientes de origen natural que se tratan con reactivos sintéticos, por lo tanto, no conformes con el pliego de condiciones **ECOCERT/COSMOS**, con el fin de amplificar sus resultados en ciertos usos particulares.

INGREDIENTES SINTÉTICOS

Son compuestos creados artificialmente por medio de reacciones químicas.

MATERIAS PRIMAS DE FUENTES RENOVABLES

Son materias primas que provienen de recursos naturales que se renuevan con el tiempo. Se utilizan para producir tanto energía como materiales, sin utilizar petróleo.

MÉTODO OCDE 301

Controla la biodegradabilidad de los ingredientes en 28 días: si el resultado es superior al 60%, los clasifica como “fácilmente biodegradables”.

NORMAS ECOCERT/COSMOS

Define los requisitos necesarios para certificar los productos como naturales o naturales y biológicos. La certificación ECOCERT se otorga a los productos que contienen por lo menos el 95% de sus ingredientes de origen natural y el 5% de origen sintético. Los ingredientes se definen de origen natural cuando han obtenido por medio de procesos químicos o físicos aprobados por el ente; de origen sintético, cuando entran dentro de la “lista positiva” redactada por el ente.

PLÁSTICO BIO-BASADO

Es un plástico que deriva de materias primas de fuentes renovables como por ejemplo, el almidón de maíz, la celulosa, la glucosa o el aceite vegetal. Existen diferentes tipos, reciclables o biodegradables. El Grupo Davines utiliza plástico bio-basado no biodegradable derivado de la elaboración de la caña de azúcar.

PROYECTO DE CARÁCTER CIRCULAR

Es un proyecto realizado según los principios de la economía circular. La economía circular se opone al modelo lineal, fundado en la lógica “extraer-fabricar-eliminar”. Un proyecto de carácter circular se funda en tres principios:

1. preservar y valorizar el capital natural a través del control del uso de materias primas no renovables y de los flujos de recursos renovables;
2. optimizar la circulación de productos, componentes y materias primas para maximizar la eficiencia de su empleo;
3. promover la eficacia del sistema, identificando y limitando las implicaciones negativas generadas por su propia actividad.

RECUPERACIÓN DE LOS RESIDUOS

Se trata de toda acción cuyo resultado permite a los residuos volver a desempeñar un papel útil, sustituyendo materiales vírgenes que de otra manera hubieran tenido que ser utilizados, para satisfacer una función particular en la fábrica o en la economía en general.

RECICLAJE DE LOS RESIDUOS

Se trata de toda operación de recuperación a través de la cual, los residuos son tratados para obtener productos, materiales o sustancias que se utilizarán para su función originaria o bien para otros fines, comenzando así un nuevo ciclo de vida. El reciclaje es por lo tanto una recuperación de materia y no de energía.

VOLUNTARIADO EMPRESARIAL DAVINES (4+4)

En la sede de Parma, cada colaborador puede destinar hasta 4 días laborales para desarrollar actividades de voluntariado, a condición de que le dedique a la misma causa una cantidad equivalente de su tiempo personal.

FUENTES DE PROFUNDIZACIÓN



www.sustaining-beauty.com

La página presenta nociones adicionales y actualizadas que no figuran en el presente Informe. Contiene además todas las publicaciones del grupo, desde el Informe de Sostenibilidad del año anterior hasta la Carta Ética.



www.isustainbeauty.com



www.bcorporation.net



www.davines.com

[comfort zone]

SKIN SCIENCE SOUL

www.comfortzone.it



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]
Norteamérica**

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
www.davines.com

**Davines & [comfort zone]
Reino Unido**

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]
Holanda**

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

**Davines
México**

Av Colonia del Valle 420
Col del Valle Centro
03100, Ciudad de México
México
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

A4469



ESTE FOLLETO ES ESPECIAL

Este folleto está impreso en papel Cocoon, 100% reciclado y certificado por el FSC® (Forest Stewardship Council®) como proveniente de fuentes responsablemente recicladas para una mejor protección de los bosques del mundo. Las tintas utilizadas son de origen vegetal.

