



L'IMPEGNO DEL GRUPPO DAVINES PER LA SOSTENIBILITÀ AL 2030

I principali risultati 2025

DAVINES GROUP

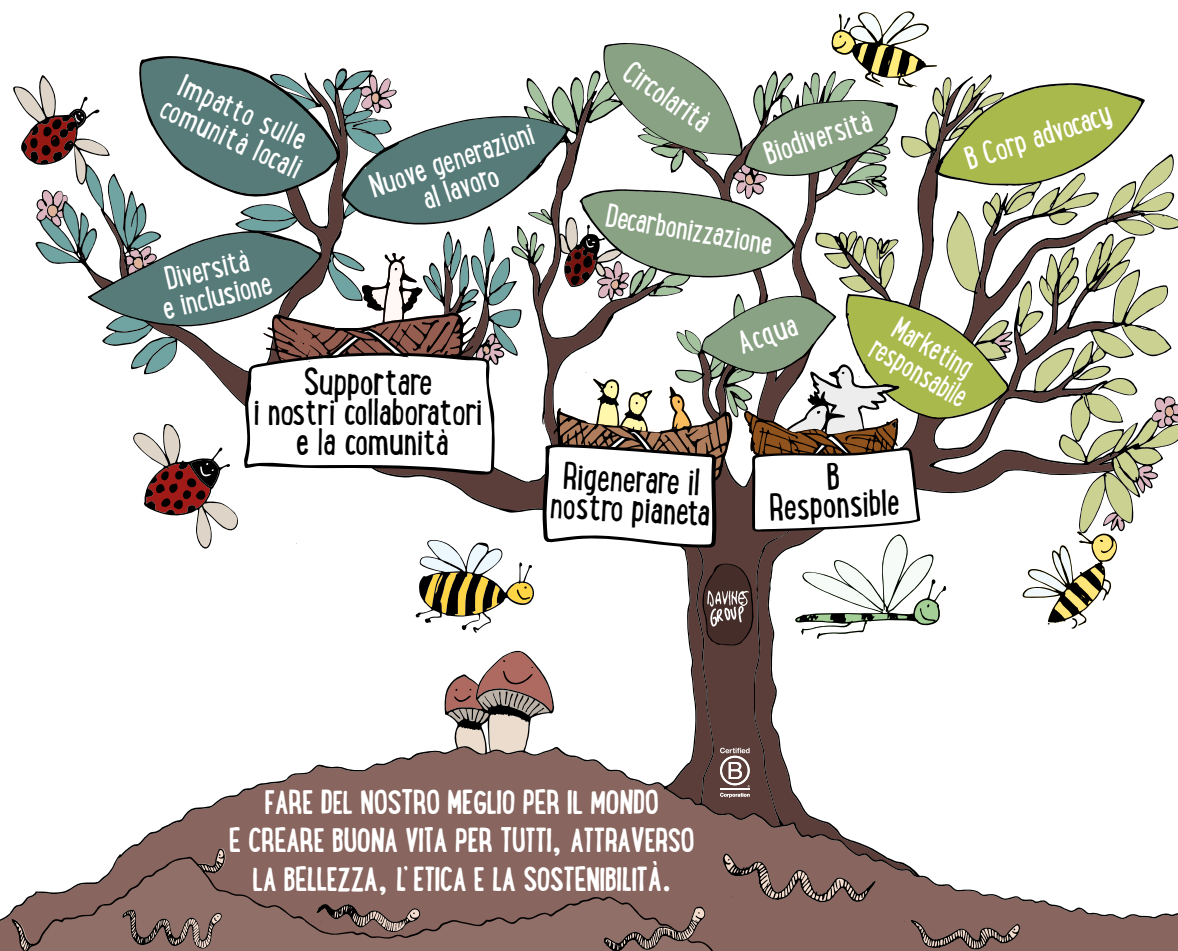
 **davines**
FOR A GOOD LIFE



[comfort zone]
conscious skin science

CHI SIAMO

Nato nel 1983 a Parma da un piccolo laboratorio di ricerca e produzione per la cura dei capelli, il Gruppo Davines è oggi un'eccellenza manifatturiera della cosmesi professionale, presente in 89 Paesi con oltre 1.000 collaboratori. Guidato dai valori di bellezza, etica e sostenibilità, il Gruppo ha scelto un modello di impresa stakeholder-driven e rigenerativo, che orienta ogni scelta tenendo conto delle persone e dell'ambiente con cui interagisce. Nel 2025, con un fatturato di 306,7 milioni di euro a cambi costanti, ha confermato la sua posizione al 98° posto nella WWD Beauty Inc Top 100, la classifica mondiale delle principali aziende cosmetiche per turnover.



Il nostro impegno per la sostenibilità

La strategia di sostenibilità del Gruppo si articola in tre aree di impatto:



RIGENERARE IL NOSTRO PIANETA



SUPPORTARE I NOSTRI COLLABORATORI E LA COMUNITÀ



B RESPONSIBLE

Questo documento è un estratto del Rapporto di Sostenibilità 2025 che raccoglie i risultati e gli impegni principali del Gruppo, presentando gli highlight dell'anno e, per ciascuna delle tre aree di impatto, gli obiettivi al 2030 e alcuni risultati raggiunti e azioni intraprese.

Dal momento che - per le aree sociale e di governance - la strategia è stata definita nel corso del 2025, non sono disponibili dati di avanzamento rispetto agli obiettivi al 2030 per queste due aree. Il documento mostra alcune azioni rilevanti non direttamente collegate agli stessi.



Rigenerare
il nostro pianeta

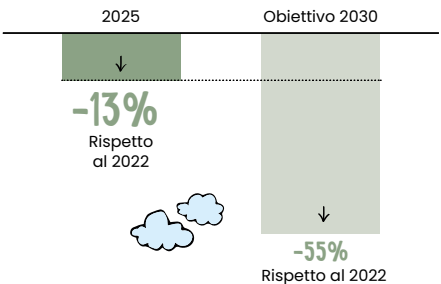
HIGHLIGHT 2025

Decarbonizzazione



RIDUZIONE DELL'INTENSITÀ CARBONICA

Tonnellate CO₂eq per tonnellata di prodotto



MITIGAZIONE DELLE EMISSIONI E RIGENERAZIONE DEL TERRITORIO

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



10.000
tonnellate di CO₂ mitigate



903
ettari di terreno ripristinati



1.803
nuclei familiari beneficiari del progetto in Etiopia

Biodiversità

21 INGREDIENTI CERTIFICATI ROC®



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

RACCOLTA RIFIUTI IN PLASTICA DALL'AMBIENTE

Nuova partnership con la B Corp CleanHub



Regenerative
Organic
Certified®

3.436 ton
raccolte
dal 2021



di cui
868
nel 2025

Circolarità



RIDUZIONE DEI MATERIALI VERGINI FOSSILI



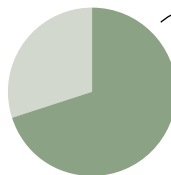
del packaging acquistato è in materiale riciclato



della plastica acquistata per il packaging è alternativa alla plastica vergine fossile

Acqua

EFFICIENZA NELL'UTILIZZO DELL'ACQUA

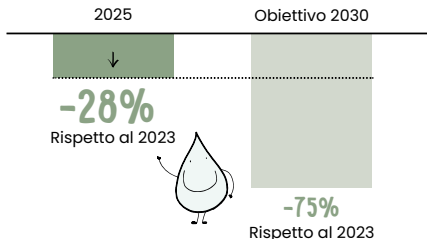


Raggiunto il **70%** di efficienza media del sistema di osmosi

~8.000 m³ di acqua risparmiati in un anno grazie all'efficienza raggiunta

INTENSITÀ IDRICA DI PRODUZIONE

m³ di acqua per tonnellata di prodotto



Supportare i nostri collaboratori e la comunità

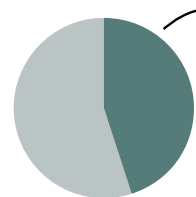
HIGHLIGHT 2025

Nuove generazioni al lavoro

VALORIZZAZIONE DEI GIOVANI

2.000+

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



45%

dei nuovi dipendenti ha meno di 30 anni

Diversità e inclusione

PARITÀ DI GENERE

68% donne sul totale dei dipendenti



67% donne nei ruoli manageriali



43% donne nel Leadership Team



Impatto sulla comunità locale

VOLONTARIATO AZIENDALE



41

associazioni supportate in 31 Paesi



& 1.800+

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



942.5

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

B Corp advocacy



74 PARTNER CERTIFICATI B CORP

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



50+ COLLEGHI COINVOLTI NEL REGENERATEAM

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

B Responsible

Marketing responsabile



STRUMENTI PER RAFFORZARE LA TRASPARENZA DELLE COMUNICAZIONI DI SOSTENIBILITÀ

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

Rigenerare
il nostro
pianeta

GLI OBIETTIVI AL 2030 E I RISULTATI RAGGIUNTI

Per affrontare cambiamento climatico, perdita di biodiversità e sovraconsumo delle risorse, il Gruppo punta sul decoupling: disaccoppiare la crescita del business dal suo impatto ambientale, con soluzioni innovative su processi e prodotti. Quattro i pilastri: decarbonizzazione, circolarità, acqua, biodiversità. Scopri tutti i dettagli del programma “2030: Davines Group Towards Planet Regeneration” nella pagina dedicata.



Decarbonizzazione

-55% **TARGET 2030**
INTENSITÀ FISICA
DELLE EMISSIONI DI CO₂EQ
(rispetto ai chili di prodotto sfuso
realizzati nel 2022).

-13% **DOVE SIAMO OGGI**
INTENSITÀ
CARBONICA
RISPETTO AL 2022

✓ In linea con la roadmap al 2030

100% **TARGET 2030**
ENERGIA UTILIZZATA AL DAVINES GROUP VILLAGE
AUTOPRODOTTA DA FONTI RINNOVABILI:

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

1,6% **DOVE SIAMO OGGI**
DI AUTOPRODUZIONE DEL FABBISOGNO ENERGETICO
DEL DAVINES GROUP VILLAGE

(-1 punto percentuale rispetto al 2024 a causa di alcuni interventi di manutenzione straordinaria).

✗ Non in linea con la roadmap al 2030

ALTRI TRAGUARDI 2025

Certificazione della carbon footprint in **conformità al GHG Protocol Corporate Standard**

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Definizione di una governance strutturata per l'area energia, con l'inserimento dell'**Energy e Mobility Manager**, figura impegnata anche nel ridurre l'impronta ambientale degli spostamenti casa-lavoro e delle trasferte

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Progettazione dell'**impianto fotovoltaico** a tetto sul Magazzino West Village della sede di Parma

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Attraverso il progetto EthioTrees, in Etiopia: **10.000 tonnellate** di CO₂ mitigate, **903 ettari** di terreno ripristinati, **1.803 nuclei familiari** beneficiari del progetto

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Revisione della policy sulle trasferte verso **soluzioni a minore impatto ambientale**

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Avvio del progetto pilota per le **spedizioni intermodali nei Paesi Bassi**; l'avvio nel Regno Unito è stato rinviato a causa di maggiori restrizioni normative legate al trasporto marittimo

✓ Obiettivo parzialmente raggiunto

GLI OBIETTIVI AL 2030 E I RISULTATI RAGGIUNTI

Rigenerare
il nostro
pianeta

Biodiversità

100% **TARGET 2030**
INGREDIENTI
DERIVATI
DA OLIO DI
PALMA
presenti nelle nostre
formule conterranno
esclusivamente olio
certificato RSPO
(Roundtable on
Sustainable Palm
Oil) CSPO (Certified
Sustainable Palm Oil).

89,6% **DOVE SIAMO OGGI**
INGREDIENTI DERIVATI
DA OLIO DI PALMA
CERTIFICATI RSPO CSPO
MASS BALANCE
✓ Obiettivo 2025 parzialmente raggiunto

>90% **TARGET 2030**
INGREDIENTI
acquistati per le
nostre formule sarà
di **origine naturale**.

>85% **TARGET 2030**
INGREDIENTI
acquistati per le nostre formule sarà
a **ridotto bio-accumulo** nell'ambiente.

75,6% **DOVE SIAMO OGGI**
INGREDIENTI DI ORIGINE
NATURALE SECONDO
IL CRITERIO ISO 16128
✓ In linea con la roadmap al 2030

83,5% **DOVE SIAMO OGGI**
INGREDIENTI A RIDOTTO
BIOACCUMULO NELL'AMBIENTE
✗ Obiettivo 2025 dell'85% non raggiunto

ALTRI TRAGUARDI 2025

Adozione di una **policy specifica sull'approvvigionamento sostenibile dei derivati da olio di palma**, materia prima maggiormente esposta al rischio di deforestazione. Non è stata ancora definita una Deforestation-free Policy più ampia, che estenda l'approccio ad altre materie prime rilevanti

✓ Obiettivo parzialmente raggiunto

Monitoraggio e raccolta dati sugli esperimenti condotti in **EROC** (European Regenerative Organic Center), **il nostro centro di ricerca e formazione sull'agricoltura biologica rigenerativa**

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Pubblicazione del **primo articolo scientifico del team EROC** sulla rivista internazionale Ecosystem Services (Article 101721, giugno 2025)

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

GLI OBIETTIVI AL 2030 E I RISULTATI RAGGIUNTI

Rigenerare
il nostro
pianeta

Biodiversità

>80 **TARGET 2030**
INGREDIENTI

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

21 **DOVE SIAMO OGGI**
INGREDIENTI
CERTIFICATI ROC®

presenti nelle formule (10 nuovi introdotti nel 2025), provenienti da aziende agricole certificate ROC®.

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

2.557 **DOVE SIAMO OGGI**
TONNELLATE
RACCOLTE DAL 2023

di cui 868 tonnellate nel solo 2025.

✓ In linea con la roadmap al 2030

5.000 **TARGET 2030**
TONNELLATE DI RIFIUTI
IN PLASTICA RACCOLTE

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

ALTRI TRAGUARDI 2025

Lancio della seconda edizione italiana del **The Good Farmer Award**, unico premio in Italia dedicato agli agricoltori che praticano agricoltura biologica rigenerativa, e lancio della prima edizione USA del premio

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Realizzazione del **“Giardino degli impollinatori”**, nell'ambito della campagna Davines BEE STRONG, con la piantumazione di specie mellifere; l'installazione dell'arnia tecnologica, prevista a completamento del progetto, è stata rinviata alla primavera 2026

✓ Obiettivo parzialmente raggiunto

GLI OBIETTIVI AL 2030 E I RISULTATI RAGGIUNTI

Rigenerare
il nostro
pianeta

Circolarità



<10% **TARGET 2030**
DI PLASTICA VERGINE FOSSILE

acquistata per gli imballaggi, considerando tutti i livelli di packaging (primario, secondario e terziario - esclusi pallet e materiali di stabilizzazione del carico).



93.7% **DOVE SIAMO OGGI**
DI CARTA E
CARTONE

riciclati nel packaging.

✗ Obiettivo 2025 del 95% non raggiunto

34.2% **DOVE SIAMO OGGI**
DI PLASTICA
VERGINE FOSSILE
nel packaging.

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

100% **TARGET 2030**
DI CARTA E CARTONE
RICICLATI

acquistati per il packaging dei nostri prodotti.



74.5% **DOVE SIAMO OGGI**
DI ALLUMINIO
RICICLATO

acquistato per il packaging.

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

100% **TARGET 2030**
DI ALLUMINIO RICICLATO
acquistato per il packaging dei nostri prodotti.

ALTRI TRAGUARDI 2025

-8,5 punti percentuali di plastica vergine fossile acquistata per i packaging

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Individuazione di un **unico indicatore sintetico** per rappresentare il livello di circolarità aziendale

✗ Obiettivo 2025 non raggiunto

GLI OBIETTIVI AL 2030 E I RISULTATI RAGGIUNTI

Rigenerare
il nostro
pianeta

Acqua

-75% **TARGET 2030**
DI INTENSITÀ IDRICA
durante la fase di produzione (per
ogni tonnellata di prodotto sfuso,
rispetto ai livelli misurati nel 2023).

-28% **DOVE SIAMO OGGI**
DI RIDUZIONE
DELL'INTENSITÀ IDRICA
di produzione rispetto al 2023.

✓ In linea con la roadmap al 2030

-50% **TARGET 2030**
DI CONSUMO TOTALE
DI ACQUA
presso il Davines Group
Village (considerando gli
uffici e lo stabilimento
produttivo, rispetto ai livelli
del 2023).

+11% **DOVE SIAMO OGGI**
IL CONSUMO
TOTALE DI
ACQUA È
AUMENTATO
rispetto al 2023,
in controtendenza
rispetto al target di
riduzione.

✗ Non in linea con
la roadmap al 2030

ALTRI TRAGUARDI 2025

**Riduzione degli sprechi del processo
di osmosi:** efficienza del nuovo
impianto di osmosi installato aumentata
dal 70% all'80%

✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Supportare
i nostri
collaboratori
e la comunità

IL NOSTRO IMPEGNO AL 2030

Il Gruppo sostiene le comunità locali perché ha a cuore i territori in cui vive e lavora, e valorizza la diversità integrandola nella quotidianità delle proprie azioni. Nel 2025 ha avviato la definizione della propria strategia al 2030 per le persone e la comunità, destinata a orientare in modo sempre più strutturato le iniziative dedicate a questi ambiti. Non sono al momento disponibili dati di avanzamento rispetto agli obiettivi 2030, che saranno pubblicati sul report 2026, ma vengono riportate alcune azioni rilevanti intraprese dal Gruppo, non direttamente collegate agli stessi.

Diritti umani

TARGET 2030

INTEGRARE LA GOVERNANCE DEI DIRITTI UMANI IN TUTTO IL GRUPPO DAVINES

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

TARGET 2030

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

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



TARGET 2030

RAFFORZARE LA RESPONSABILITÀ LUNGO LA CATENA DI FORNITURA

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



TARGET 2030

GARANTIRE TRASPARENZA E RESPONSABILITÀ

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



TARGET 2030

GARANTIRE PRODOTTI ETICI

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



Supportare
i nostri
collaboratori
e la comunità

IL NOSTRO IMPEGNO AL 2030

Impatto sulle comunità locali

TARGET 2030

APPROVVIGIONAMENTO AD IMPATTO SOCIALE

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

TARGET 2030

CAMPAGNE DI IMPATTO SULLE COMUNITÀ LOCALI

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

ALCUNE AZIONI 2025

Centralità del volontariato aziendale: 942,5 ore di volontariato svolte in orario di lavoro attraverso la policy “4+4” (escluse le ore dell’Activation Day); oltre 1.800 persone coinvolte nell’Activation Day (tra colleghi, clienti e distributori), con 41 associazioni supportate in 31 Paesi

Sostegno a numerose organizzazioni e progetti sociali e ambientali nei Paesi in cui il Gruppo opera, attraverso donazioni e sponsorizzazioni, per un totale di € 680.744,08

Supportare
i nostri
collaboratori
e la comunità

IL NOSTRO IMPEGNO AL 2030

Generazioni al lavoro

TARGET 2030

ESPLORARE I BISOGNI DELLE DIVERSE GENERAZIONI

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

TARGET 2030

ISPIRARE ED ESSERE ISPIRATI DALLE GENERAZIONI FUTURE

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

TARGET 2030

SVILUPPARE UN MINDSET COLLETTIVO DI CRESCITA

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

TARGET 2030

DAVINES GROUP UNIVERSITY – IL MINDSET DEL FUTURO

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



ALCUNE AZIONI 2025

Ampliamento dell'**offerta formativa** attraverso il Davines Group Learning Hub, su competenze professionali, trasversali, per la vita e sviluppo professionale esterno

Dialogo continuo con le nuove generazioni oltre **2.000 studenti** e giovani professionisti incontrati attraverso career day, testimonianze e visite aziendali

45% dei nuovi dipendenti ha meno di 30 anni



Supportare
i nostri
collaboratori
e la comunità

IL NOSTRO IMPEGNO AL 2030

Lavoro equo

TARGET 2030

ASSICURARE EQUITÀ SALARIALE

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

TARGET 2030

FARE EVOLVERE L'OFFERTA DI "BENEFITS"

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

TARGET 2030

GARANTIRE SALARI PIÙ ALTI DEI "LIVING WAGES"

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

TARGET 2030

COINVOLGERE I COLLABORATORI NELLE DECISIONI AZIENDALI

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

TARGET 2030

VALUTARE LE CONDIZIONI DI FLESSIBILITÀ DEL LAVORO

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

ALCUNE AZIONI 2025

Certificazione Great Place to Work® 2025-2026, ottenuta per la prima volta anche nelle filiali di Francia, Hong Kong, Paesi Bassi, UK e USA; ingresso nella classifica Best Workplaces Italia 2026, 15° posto nella categoria aziende 500-999 collaboratori
✔ Obiettivo 2025 raggiunto



Supportare
i nostri
collaboratori
e la comunità

IL NOSTRO IMPEGNO AL 2030

Diversità e inclusione

TARGET 2030

ASSICURARE PRATICHE DI SELEZIONE EQUE

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



TARGET 2030

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

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



TARGET 2030

GARANTIRE UN ASCOLTO CONTINUO DELLE PERSONE

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



ALCUNE AZIONI 2025

Importante presenza femminile nell'organizzazione e nella leadership. **68%** donne sul totale dei dipendenti **67%** nei ruoli manageriali **43%** nel Leadership Team in un contesto internazionale e multiculturale (39 nazionalità rappresentate)

Nel 2025 abbiamo realizzato una **formazione** di un'intera giornata dedicata ai temi della **Diversità, Equità e Inclusione (DEI)**, rivolta ai responsabili delle funzioni Risorse Umane della sede centrale e delle filiali



IL NOSTRO IMPEGNO AL 2030

Il Gruppo Davines sceglie ogni giorno di costruire un modello di impresa purpose-driven, orientato a creare valore per tutti gli stakeholder. In questo percorso, il movimento B Corp rappresenta un punto di riferimento solido, capace di rafforzare e dare concretezza alla visione aziendale: la “purpose-driven advocacy” del Gruppo si traduce nella promozione e diffusione di valori, idee e pratiche coerenti con il proprio purpose, coinvolgendo stakeholder, partner e comunità.

Nel 2025, insieme alla definizione della strategia sociale al 2030, abbiamo definito anche i target dell’area di governance “B Responsible”, sviluppati a partire dalle pratiche già presenti nel Gruppo, dai nuovi standard B Corp e, più in generale, dai principi che guidano il modello delle aziende B Corp e Società Benefit.

Non sono al momento disponibili dati di avanzamento rispetto agli obiettivi 2030, che saranno pubblicati sul report 2026, ma vengono riportate alcune azioni rilevanti intraprese dal Gruppo, non direttamente collegate agli stessi.

Purpose driven advocacy

TARGET 2030

AZIONE COLLETTIVA E COLLABORAZIONE CON STAKEHOLDER

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

TARGET 2030

LEADERSHIP DI PENSIERO E CONDIVISIONE DELLA CONOSCENZA

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

TARGET 2030

PROGRAMMA DI MENTORSHIP PER PARTNER E FORNITORI

Per rafforzare le performance sociali e ambientali lungo la catena del valore, continueremo a **supportare partner e fornitori** attraverso iniziative strutturate di mentorship e condivisione delle conoscenze. Questo approccio favorisce una **transizione collettiva** verso **pratiche di business più responsabili e rigenerative**.

TARGET 2030

DAVINES GROUP UNIVERSITY – LA VOCE DELL’ADVOCACY

Per promuovere un’educazione orientata al nostro purpose (scopo d’impresa), creeremo una **Davines Group University**, un ambiente di apprendimento in cui dipendenti, partner e comunità possano crescere, collaborare e sviluppare le competenze necessarie per sostenere il nostro approccio rigenerativo. Questo spazio favorirà **programmi di mentoring e iniziative di azione collettiva**, rafforzando il nostro impegno verso un impatto positivo di lungo periodo.

ALCUNE AZIONI 2025

Rilancio del Regenerateam, il team interfunzionale di “**attivatori della sostenibilità**”: oltre **50 colleghi di tutte le funzioni e sedi** del Gruppo, guidati dal Dipartimento Sostenibilità
✓ Obiettivo 2025 raggiunto

74 partner certificati B Corp lungo la catena del valore: fornitori, distributori, saloni e spa che condividono il modello e la visione d’impresa del Gruppo

Introduzione di strumenti per guidare e rafforzare una comunicazione trasparente della sostenibilità: una **Task Force dedicata, policy, formazione interna e linee guida** per la costruzione dei claim di sostenibilità
✓ Obiettivo 2025 raggiunto

Come si distribuiscono i nostri investimenti in sostenibilità nel 2025:
56% progettualità ambientali, **25%** marketing responsabile, trasparenza e governance, **19%** progettualità sociali

DAVINES GROUP



[comfort zone]
conscious skin science

davinesgroup.com