

# RELAZIONE DI IMPATTO 2025



**DAVINES GROUP**



**[comfort zone]**  
conscious skin science

## INDICE

### Lettere ai nostri stakeholder

Lettera del Presidente Davide Bollati

Lettera del CEO Anthony Molet

### Davines Group

Chi siamo

I brand

### Un modello d'impresa orientato alla creazione di valore condiviso

Purpose e stakeholder al centro

Il percorso B Corp

La scelta di diventare Società Benefit

### Nota metodologica

### La nostra strategia di sostenibilità: un approccio rigenerativo

Dalla visione all'azione: la strategia al 2030

### Il nostro impegno per il beneficio comune

#### Prima finalità di beneficio comune

I nostri impegni nel tempo

Dagli obiettivi ai risultati 2025

I nostri obiettivi 2026

#### Seconda finalità di beneficio comune

I nostri impegni nel tempo

Dagli obiettivi ai risultati 2025

I nostri obiettivi 2026

#### Terza finalità di beneficio comune

I nostri impegni nel tempo

Dagli obiettivi ai risultati 2025

I nostri obiettivi 2026



## LETTERE AI NOSTRI STAKEHOLDER

### Lettera del Presidente Davide Bollati

Guardando al 2025, riconosco la coerenza che attraversa la storia del Gruppo Davines: la volontà di crescere senza perdere la direzione. Come impresa familiare indipendente, abbiamo sempre scelto di guardare al lungo periodo, sapendo che ogni decisione porta con sé una responsabilità verso chi lavora con noi, le comunità di cui siamo parte e il pianeta. È in questa prospettiva che interpretiamo il nostro ruolo di stakeholder-driven company: un'impresa chiamata non solo a produrre valore, ma a orientarlo verso un futuro più sostenibile, per tutti.

È stato un anno di consolidamento in Nord America, nostro primo mercato, e in Europa, dove abbiamo registrato risultati in forte crescita in mercati strategici come Francia e Regno Unito. In questo scenario si inserisce l'apertura della nuova filiale in Spagna, naturale proseguimento della relazione di lunga data con Beovipel, nostro storico distributore nel Paese. Questi traguardi confermano quanto la presenza internazionale e il focus sul canale professionale abbiano contribuito, nel tempo, allo sviluppo e alla solidità del Gruppo.

Crescere significa anche continuare a misurarsi. Nel 2025 abbiamo avviato il percorso preparatorio alla ricertificazione B Corp prevista nel 2026, con nuovi standard che introducono cambiamenti significativi e alzano il livello di responsabilità richiesto alle imprese. È un'evoluzione che si inserisce in un quadro più ampio, orientato a trasparenza, verificabilità degli impegni e tutela dei consumatori. Per noi questo lavoro è stato anche un esercizio di autoconsapevolezza: guardarci con onestà, comprendere dove siamo arrivati, riconoscere dove possiamo migliorare e verificare la nostra capacità di raggiungere gli obiettivi a cui aspiriamo.

Questa consapevolezza guida anche l'evoluzione della nostra strategia di sostenibilità. Dopo aver definito gli obiettivi ambientali al 2030, nel 2025 abbiamo lavorato ai target della strategia sociale al 2030 e agli indicatori per monitorarne l'avanzamento. È un passo ulteriore verso un approccio più olistico alla sostenibilità, in cui anche la dimensione sociale diventa parte integrante della nostra responsabilità rigenerativa e del modo in cui intendiamo creare valore nel tempo.

Oltre alla definizione degli obiettivi, è essenziale il modo in cui la cultura della sostenibilità cresce e si diffonde nel Gruppo. Per questo, nel 2025 abbiamo riorganizzato e rilanciato il Regenerateam, il nostro gruppo interno di Attivatori dello Sviluppo Sostenibile, composto da colleghi di diversi dipartimenti e filiali.



Il loro ruolo è accompagnare il cambiamento già in atto, agendo come ambassador nei propri team. È la dimostrazione che, per il Gruppo, la sostenibilità è un percorso condiviso e partecipato.

Lo stesso spirito ci porta a costruire alleanze coerenti con i nostri valori. Nel 2025 abbiamo iniziato a collaborare con CleanHub, B Corp che organizza e coordina la raccolta di rifiuti plastici, con cui condividiamo elevati standard di impatto sociale e ambientale, trasparenza e accountability. Alla base c'è una convinzione semplice e concreta: se ogni azienda raccogliesse una quantità di plastica equivalente a quella immessa sul mercato tramite la vendita dei propri prodotti, potremmo compiere un passo decisivo contro l'inquinamento da plastica.

La cura del pianeta non può essere separata dalla cura delle persone. Nel 2025 abbiamo superato i mille collaboratori e ottenuto la quarta certificazione Great Place to Work® in Italia, estendendo per la prima volta questo riconoscimento anche a cinque filiali. Il miglioramento dei risultati conferma un trend positivo e rafforza il nostro impegno verso i colleghi e le comunità in cui operiamo, da Parma al resto del mondo. È con questa convinzione che vogliamo continuare ad anteporre le relazioni alle transazioni, perseguendo il nostro scopo di creare una buona vita per tutti.

Grazie.

**Davide Bollati**  
Presidente Gruppo Davines

### Lettera del CEO Anthony Molet

Il 2025 restituisce l'immagine di un Gruppo solido, capace di avanzare con equilibrio anche in uno scenario globale complesso. Il fatturato consolidato si attesta a 307 milioni di euro a cambi costanti, con un incremento del 6,4% rispetto all'anno precedente: un risultato che conferma una traiettoria di crescita organica e costante, sostenuta da un modello di business indipendente e da una visione orientata al lungo periodo.

L'export continua a trainare i risultati, con vendite pari all'82% del fatturato totale. Gli USA si confermano il primo mercato globale e il Nord America, in generale, registra una crescita del 10%. A fronte dell'aumento dei dazi negli Stati Uniti, abbiamo scelto di tutelare la nostra community professionale, mantenendo invariati i prezzi dei prodotti Davines utilizzati in salone per gli 8.500 partner: una scelta coerente con il valore che attribuiamo alle relazioni costruite nel tempo.

In Europa, l'Italia rafforza il proprio ruolo di mercato di riferimento, affiancata da Davines France (+10%) e Davines UK (+9%). La presenza del Gruppo nel continente è stata rafforzata dall'apertura della nuova filiale e della Davines House a Bilbao, in Spagna, grazie a un investimento di 5 milioni di euro. Nel 2025, inoltre, abbiamo approvato un piano di investimenti da 50 milioni di euro al 2030 per potenziare il Davines Group Village di Parma, rafforzandone il ruolo di hub strategico per innovazione, produzione e una catena del valore sempre più sostenibile.

Il 2025 è stato anche un anno importante per prepararci ai nuovi standard B Corp. Il nuovo modello introduce cambiamenti significativi, tra cui requisiti minimi in sette nuove aree di impatto. In vista della ricertificazione nel 2026, abbiamo avviato internamente un lavoro approfondito di analisi, per comprendere con chiarezza le aree in cui rafforzarci e definire le azioni necessarie a raggiungere un livello ambizioso.

In questo scenario, la trasparenza diventa centrale, soprattutto nelle dichiarazioni ambientali. Per questo abbiamo creato una Task Force dedicata alla comunicazione della sostenibilità, per guidare i colleghi verso comunicazioni sempre più accurate, consapevoli e coerenti. Un percorso in linea con l'evoluzione del quadro normativo europeo.

Sul fronte del ripristino degli ecosistemi, abbiamo avviato una collaborazione con CleanHub, B Corp che coordina la raccolta di rifiuti plastici in aree interne e costiere di India, Indonesia, Guatemala e Filippine, tramite organizzazioni locali indipendenti. Una partnership fondata su valori condivisi, trasparenza,



accountability e comune ambizione di usare il business come forza positiva. Nel 2025 abbiamo raccolto un totale di 868 tonnellate di rifiuti in plastica, avanzando verso il nostro obiettivo di 5.000 tonnellate entro il 2030.

Accanto al percorso ambientale definito nel 2024 con il programma "2030: Davines Group Towards Planet Regeneration", abbiamo compiuto un passo ulteriore verso una visione più olistica della sostenibilità, capace di integrare in modo più strutturato le dimensioni ambientale, sociale e di governance. In questa direzione, abbiamo lavorato alla definizione dei target della nostra strategia sociale al 2030 e degli indicatori per monitorarne l'avanzamento, tenendo conto del contesto di riferimento, delle pratiche più evolute a livello internazionale e dei nuovi standard B Corp.

Tutto questo prende forma grazie alle persone del Gruppo Davines, cuore della nostra crescita. Oggi abbiamo oltre 1.000 collaboratori, con un'età media di 40 anni e una componente femminile superiore al 60%. Il 2025 ha registrato la quarta certificazione Great Place to Work® in Italia e la prima per cinque filiali: Francia, Hong Kong, Regno Unito, Nord America e Paesi Bassi. Il miglioramento dei risultati rispetto alla precedente certificazione conferma il nostro impegno verso una cultura organizzativa sempre più attenta alle persone.

Grazie per la vostra dedizione e passione. Continuiamo a costruire questo percorso insieme.

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

# DAVINES GROUP: CHI SIAMO

Era il 1983 quando Silvana e Gianni Bollati aprirono a Parma un piccolo laboratorio di ricerca e produzione conto terzi per la cura dei capelli.

Dopo oltre quarant'anni di crescita, sotto la guida del Presidente Davide Bollati e dell'Amministratore Delegato Anthony Molet, siamo oggi una realtà internazionale presente in 89 paesi, con oltre 1.000 collaboratori e una rete di sedi nel mondo – New York, Londra, Parigi, Deventer, Düsseldorf, Città del Messico, Shanghai e Hong Kong – oltre al nostro headquarter, con sede a Parma. Nel 2025 abbiamo rafforzato la presenza internazionale acquisendo il nostro distributore esclusivo Beovipel, operazione che ha portato all'apertura della filiale Davines España, con sede a Bilbao, a partire dal 1° gennaio 2026.

Operiamo nel settore della cosmetica professionale come eccellenza manifatturiera, con l'obiettivo di sviluppare un modello d'impresa orientato alla creazione di valore condiviso, capace di integrare nelle nostre scelte l'impatto su persone, comunità e ambiente. Nel 2025 abbiamo raggiunto un fatturato di 306,7 milioni di euro e confermato la nostra presenza nella classifica internazionale WWD Beauty Inc Top 100, al 100° posto.

Guidati dai valori di bellezza, etica e sostenibilità, continuiamo a evolvere il nostro modello di impresa verso pratiche sempre più rigenerative, con l'obiettivo di generare valore condiviso lungo la catena del valore e contribuire a una prospera longevità dell'impresa e degli ecosistemi in cui opera.



Relazione di impatto

## I BRAND

Il Gruppo opera nel settore della cosmetica professionale attraverso i brand Davines e [ comfort zone ], sviluppando prodotti e trattamenti per la cura dei capelli e della pelle che coniugano qualità e performance. La ricerca guida le nostre scelte formulative, attraverso l'utilizzo di ingredienti di origine naturale e tecnologie all'avanguardia, all'interno di una

visione rigenerativa orientata a ridurre gli impatti e a creare valore per i sistemi socio-ambientali.

Nel 2025 i due brand hanno sviluppato 83 nuove formule. Oggi [ comfort zone ] è presente in oltre 6.000 centri e spa nel mondo, mentre Davines conta una rete internazionale di circa 50.000 saloni professionali affiliati.



## HAIRCARE

Davines crea prodotti professionali per capelli in cui la qualità incontra bellezza, sostenibilità, etica e cultura.

In Davines crediamo che una buona vita sia l'armonia tra scopo e meraviglia. Che tutti noi siamo unici, e abbiamo il diritto di creare significato attraverso azioni positive che abbiano un impatto virtuoso sull'umanità e sulla Natura. Attraverso i nostri prodotti e progetti, vogliamo esprimere e trasmettere messaggi, idee e ispirazioni di valore, capaci di migliorare le nostre vite e il mondo che ci circonda. Siamo guidati da una visione rigenerativa, utilizziamo il business come forza positiva, prendendoci cura in egual misura delle persone, del pianeta e delle generazioni future - For a Good Life.

## SKINCARE

Radicata nella scienza, potenziata dall'expertise professionale, elevata da uno stile di vita consapevole e sostenibile. Questo è la longevità secondo [ comfort zone ].

Crediamo che la bellezza non è solo ciò che si vede. È l'espressione di connessioni profonde tra il sé e la pelle, tra la scienza e la natura, tra la performance e la responsabilità. Non combattiamo l'invecchiamento: ottimizziamo questo naturale percorso biologico e mentale attraverso un sistema completo di prodotti, trattamenti, tecnologie avanzate e servizi, distribuiti in centri partner, farmacie e spa.

# UN MODELLO D'IMPRESA ORIENTATO ALLA CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO

## Purpose e stakeholder al centro

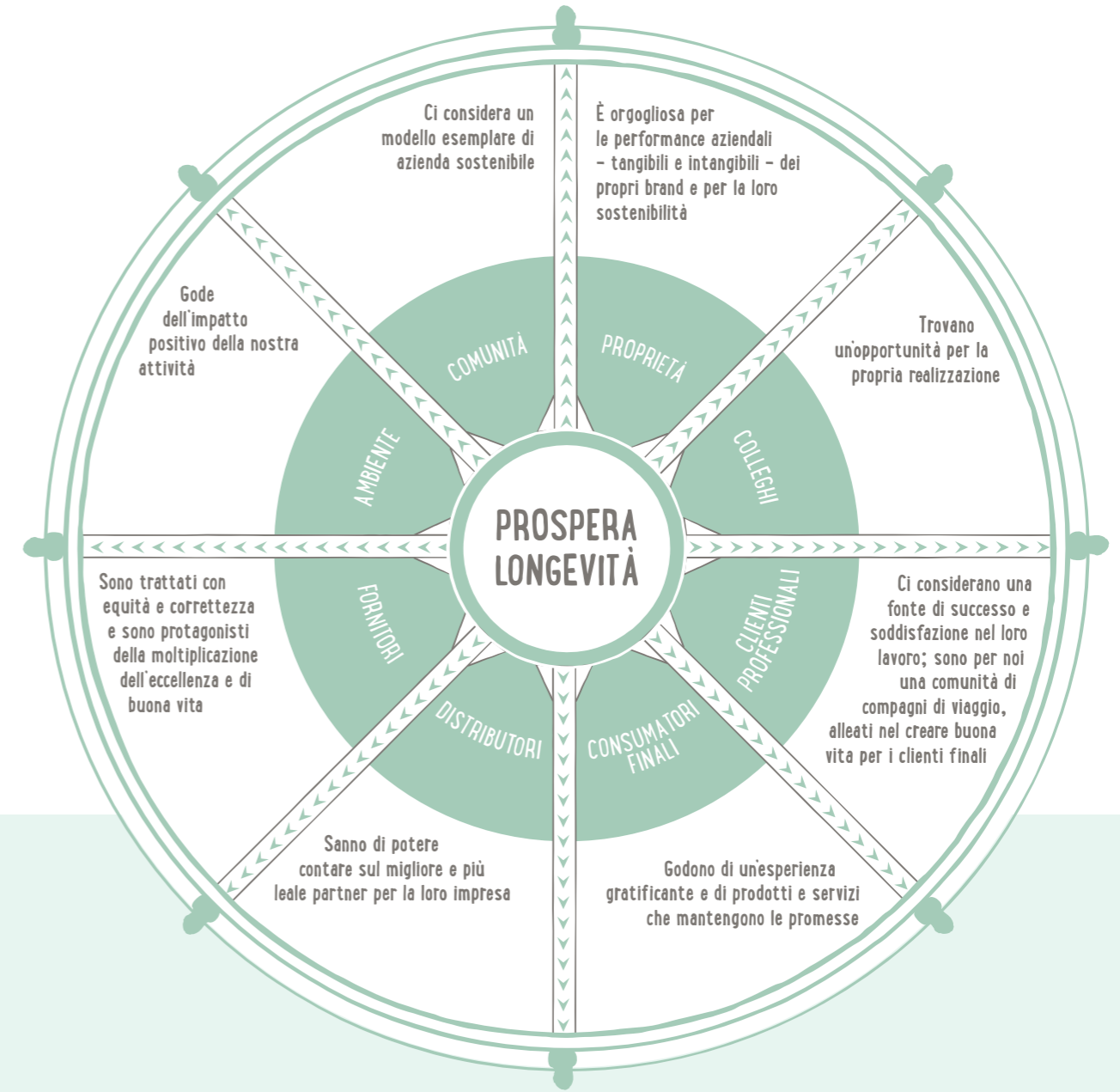
Il Gruppo Davines adotta un modello di impresa **purpose-driven**, orientato alla creazione di valore condiviso per tutti gli stakeholder. Il nostro **purpose** guida le scelte strategiche e operative, integrando la crescita con la generazione di un impatto positivo sulle persone e sull'ambiente. In questo modo, il nostro modello di business si configura come un sistema in cui performance economica e impatto positivo si rafforzano reciprocamente, contribuendo a uno sviluppo più sostenibile e rigenerativo nel lungo periodo.



**FARE DEL NOSTRO MEGLIO  
PER IL MONDO E CREARE  
BUONA VITA PER TUTTI,  
ATTRAVERSO LA BELLEZZA,  
L'ETICA E LA SOSTENIBILITÀ.**



DAVINES GROUP



**DAVINES GROUP**



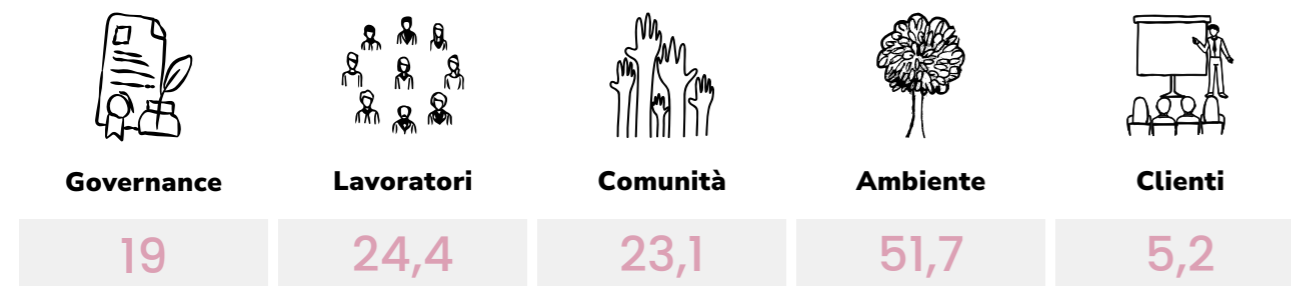
**[comfort zone]**  
conscious skin science

Questo approccio prende forma in un modello **stakeholder-oriented**, che trova rappresentazione nella nostra **Stakeholder Wheel**: uno strumento che sintetizza le principali categorie di stakeholder e gli impegni che assumiamo nei loro confronti, riconoscendo l'interdipendenza tra l'impresa e il contesto in cui opera e orientando le nostre decisioni verso un equilibrio consapevole tra interessi diversi.

## Il percorso B Corp

In questo percorso, il movimento B Corp rappresenta per noi un riferimento fondamentale. Dal 2016, anno della prima certificazione, misuriamo e monitoriamo il nostro impatto attraverso il **B Impact Assessment (BIA)**, lo standard sviluppato da B Lab per valutare le performance ambientali, sociali e di governance dell'impresa. Questo processo ci ha permesso di strutturare un percorso di miglioramento continuo, culminato nel 2023 con la terza certificazione. Questa è stata ottenuta secondo gli standard B Corp V1.6, che prevedono una validità triennale e un sistema di valutazione articolato per aree di impatto, da cui deriva un punteggio complessivo. Il risultato raggiunto, pari a **123,5 punti**, rappresenta il valore più alto mai ottenuto dal Gruppo e riflette il rafforzamento del nostro impatto in tutte le aree chiave.

Nel 2025, B Lab ha introdotto **nuovi standard**, che segnano un'evoluzione del modello di certificazione. Il nuovo approccio supera la logica del punteggio complessivo e introduce requisiti minimi obbligatori per ciascuna delle sette aree di impatto, con un sistema di verifica più strutturato affidato a enti certificatori terzi indipendenti. Questo cambiamento alza il livello di ambizione richiesto alle aziende. In vista della ricertificazione prevista per il 2026, il Gruppo ha già avviato, a partire dalla fine del 2025, il percorso di allineamento ai nuovi standard.






## La scelta di diventare Società Benefit

La scelta di diventare Società Benefit nel 2019 rappresenta la naturale evoluzione di questo percorso. La capogruppo Davines S.p.A. e la filiale di New York hanno modificato il proprio statuto, integrando formalmente l'impegno a perseguire **finalità di beneficio comune** accanto agli obiettivi di profitto. Questa forma giuridica riconosce e tutela tali finalità anche sul piano legale, rendendole parte integrante della governance aziendale e vincolando l'impresa al loro perseguimento. Le altre filiali, ad eccezione delle sedi di Hong Kong e Shanghai, hanno allineato i propri statuti alle finalità di beneficio comune della capogruppo, garantendo coerenza e allineamento con i principi del Gruppo a livello internazionale.

### Finalità di beneficio comune

Ai sensi della normativa sulle Società Benefit, per finalità di beneficio comune si intende il perseguimento, nell'esercizio della propria attività, di uno o più **effetti positivi** – o la riduzione degli effetti negativi – verso persone, comunità, territori, ambiente, beni culturali e sociali, enti, associazioni e altri portatori di interesse.

Nello statuto delle nostre sedi sono esplicitate **tre finalità di beneficio comune**:

-  "Promozione di un modo consapevole e sostenibile di condurre l'attività d'impresa"
-  "Impegno a favore dello sviluppo sostenibile, basato su prodotti, processi e pratiche che minimizzino gli impatti negativi e amplifichino l'impatto positivo sulle persone, sull'ambiente e sul territorio"
-  "L'attuazione di un'evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a impatto climatico azzerato, riducendo le emissioni di gas a effetto serra e puntando al raggiungimento delle emissioni nette zero, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica anche mediante la partecipazione e realizzazione di progetti rivolti a promuovere le tecniche di agricoltura rigenerativa ed economia circolare"



## NOTA METODOLOGICA

La presente Relazione di Impatto è redatta ai sensi della **Legge n. 208 del 28 dicembre 2015** (articolo unico, commi 376-384) che disciplina le Società Benefit, e assolve agli obblighi di rendicontazione relativi al perseguimento delle finalità di beneficio comune.

Il documento descrive le finalità di beneficio comune presenti nello statuto di Davines S.p.A. – capogruppo che coordina le nove filiali del Gruppo. Per ciascuna di esse, illustra gli obiettivi specifici definiti per l'esercizio 2025, le azioni intraprese per il loro raggiungimento, i risultati conseguiti nel corso dell'anno ed eventuali fattori che ne abbiano influenzato l'andamento, e gli obiettivi previsti per gli esercizi successivi.

Il perimetro dei dati include l'intero Gruppo Davines e i dati fanno riferimento all'esercizio 2025.

La valutazione dell'impatto è basata sul **B Impact Assessment (BIA)**, lo standard sviluppato da B Lab per misurare le performance ambientali, sociali e di governance delle imprese. In particolare, si fa riferimento all'ultima certificazione B Corp ottenuta nel 2023 secondo gli standard V1.6, valida per i tre anni successivi e articolata in cinque aree di impatto – governance, lavoratori, comunità, ambiente e clienti – ciascuna valutata attraverso uno specifico punteggio. A supporto della rendicontazione, sono inoltre utilizzati indicatori qualitativi e quantitativi previsti dagli standard **Global Reporting Initiative (GRI) 2021**, integrati da ulteriori indicatori interni, al fine di garantire una rappresentazione trasparente, coerente e comparabile delle performance.

Accanto a questo adempimento normativo, il Gruppo Davines redige dal 2015, su base volontaria, il **Rapporto di Sostenibilità**, che rappresenta il principale documento di rendicontazione delle performance ambientali, sociali e di governance del Gruppo. Il Rapporto di Sostenibilità 2025, redatto in conformità agli standard GRI, offre una visione completa e approfondita dei risultati e degli impatti generati nel corso dell'anno e costituisce un riferimento complementare alla presente Relazione di Impatto, con cui è strettamente connesso.

Scopri di più sul nostro [Rapporto di Sostenibilità](#).



## LA NOSTRA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ: UN APPROCCIO RIGENERATIVO

La nostra strategia di sostenibilità nasce dalla necessità di superare un modello estrattivo, che ha contribuito all'impoverimento delle risorse naturali, in favore di un **approccio rigenerativo** capace di garantire un futuro alle prossime generazioni.

Questa visione è rappresentata da un albero che affonda le proprie radici nel purpose aziendale, espressione dei valori che guidano il Gruppo. Dal tronco si sviluppano tre rami principali, che identificano le nostre aree di impatto:

- l'area ambientale, **Rigenerare il nostro pianeta;**
- l'area sociale, **Supportare i nostri collaboratori e la comunità;**
- l'area di governance e trasparenza, **B Responsible.**

Da ciascuna area si diramano i nove temi strategici individuati attraverso l'analisi di materialità svolta nel 2024 (v. pag. 19), che definiscono le priorità della nostra strategia di sostenibilità.



## DALLA VISIONE ALL'AZIONE: LA STRATEGIA AL 2030

A partire da queste aree di impatto, il Gruppo ha sviluppato una **strategia strutturata al 2030**, finalizzata al raggiungimento di target di lungo periodo attraverso obiettivi intermedi e indicatori di monitoraggio. I progressi sono valutati e rendicontati attraverso i principali **strumenti di reporting** del Gruppo – Rapporto di Sostenibilità e Relazione di Impatto, su base annuale, e B Impact Assessment, su base periodica in linea con i cicli di ricertificazione – che consentono di misurare i risultati raggiunti e orientare le azioni future.

Per un approfondimento sulla strategia e sui target al 2030, è possibile consultare la [sezione dedicata](#) sul sito del Gruppo.



## IL NOSTRO IMPEGNO PER IL BENEFICIO COMUNE

Secondo la normativa sulle Società Benefit, il **“beneficio comune”** rappresenta l’impegno dell’impresa a generare effetti positivi – o a ridurre quelli negativi – per le persone, le comunità, i territori e l’ambiente, attraverso le proprie attività.

Per il Gruppo, questo approccio non rappresenta soltanto un requisito normativo, ma una responsabilità concreta che orienta quotidianamente le nostre scelte e attività. Con il passaggio a Società Benefit abbiamo quindi voluto formalizzare il nostro impegno direttamente nello statuto attraverso **tre finalità** di beneficio comune, tutelandolo anche dal punto di vista giuridico. La terza, legata al percorso verso la neutralità climatica, è stata aggiunta nel 2023 a seguito dell’adesione a **“CO2alizione per l’Europa”**, rafforzando ulteriormente il nostro contributo alla transizione verso un’economia a basse emissioni (v. pag. 38).



## IL NOSTRO IMPEGNO PER IL BENEFICIO COMUNE

### 1° finalità di beneficio comune

“Promozione di un modo consapevole e sostenibile di condurre l’attività d’impresa”

Questa finalità esprime il nostro impegno a promuovere un **modo più responsabile di fare impresa**, orientato a generare valore economico insieme a un impatto positivo per il contesto che circonda. Questo significa integrare etica, sostenibilità e attenzione agli effetti delle nostre attività, in coerenza con il nostro modello di impresa purpose-driven e stakeholder-oriented (v. pag. 8-9).

Questo approccio si traduce in azioni concrete che contribuiscono a **diffondere una cultura della sostenibilità e del valore condiviso** tra i colleghi e lungo tutta la catena del valore, favorendo scelte più consapevoli. Alla base di questo impegno vi è una **governance** dell’azienda solida e trasparente, che assicura coerenza tra i nostri valori e le decisioni operative, integrando gli obiettivi di sostenibilità nei processi aziendali e nelle relazioni con gli stakeholder.

Questa finalità si riflette nell’area **B Responsible** della nostra strategia di sostenibilità al 2030 (v. pag. 14).

## I NOSTRI IMPEGNI NEL TEMPO



### Governance e trasparenza

#### Appartenenza al movimento B Corp

Dal 2016 facciamo parte del movimento B Corp e ne siamo una presenza attiva, contribuendo a un percorso collettivo di cambiamento che utilizza il business come leva di impatto positivo. Come parte del nostro impegno, promuoviamo e sviluppiamo relazioni con partner allineati ai nostri principi e parte del network: nel 2025 abbiamo collaborato con 62 fornitori certificati B Corp distribuiti tra le diverse sedi del Gruppo, oltre a 1 distributore internazionale, 9 saloni e 2 spa certificati B Corp.

#### Strumenti per una governance responsabile e trasparente

Il nostro modello di governance si fonda su principi di trasparenza, responsabilità e integrità e si articola attraverso quattro principali organi di indirizzo e controllo – CdA, Leadership Team, Collegio Sindacale e Organismo di Vigilanza – che presidiano i processi decisionali e di supervisione. A supporto, adottiamo strumenti quali il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, il Codice Etico per i colleghi, il Codice di Condotta per fornitori e partner e una procedura di whistleblowing che consente ad interni ed esterni la segnalazione anonima di comportamenti non conformi. Questi strumenti, integrati nei processi aziendali e nei percorsi di formazione, contribuiscono a rafforzare una cultura basata su correttezza, legalità e responsabilità.

#### Analisi di doppia materialità

Il Gruppo ha intrapreso un percorso strutturato per identificare, valutare e integrare i temi di sostenibilità più rilevanti nelle proprie decisioni. Nel 2022 è stata avviata la prima analisi di materialità, con il coinvolgimento attivo del management e di rappresentanti dei nostri stakeholder, ponendo le basi del piano strategico di sostenibilità al 2030. Questo impegno è proseguito con l’aggiornamento dell’analisi secondo un approccio di doppia materialità, in linea con i più recenti standard internazionali in materia.



### B Corp advocacy

#### Attivazione interna: Regenerateam

Promuoviamo l’attivazione sui temi della sostenibilità all’interno dell’organizzazione attraverso il Regenerateam, community nata nel 2018 come gruppo di “Attivatori dello sviluppo sostenibile”, che coinvolge oggi oltre 50 colleghe e colleghi di diverse funzioni e sedi del Gruppo. Il team contribuisce a sviluppare e diffondere soluzioni che favoriscono l’integrazione della sostenibilità nei processi e nelle attività quotidiane. Un’iniziativa nata in questo contesto è “Sostenibilità in Stabilimento”: coinvolgiamo i colleghi dei reparti di fabbricazione e confezionamento nello sviluppo di soluzioni per migliorare la sostenibilità dei processi produttivi, valorizzando il contributo diretto di chi opera quotidianamente in queste attività.

#### Attività di advocacy esterna

Promuoviamo il nostro modello di impresa orientato al valore condiviso anche attraverso attività di advocacy rivolte a stakeholder esterni, partner e comunità. Questo impegno si traduce in iniziative di confronto, formazione e sensibilizzazione lungo tutta la catena del valore, con il coinvolgimento trasversale delle diverse funzioni aziendali. Nel 2025 il solo Dipartimento Sostenibilità ha organizzato 38 iniziative – tra presentazioni, momenti di confronto e visite aziendali con altre organizzazioni, università e partner. Un ambito prioritario di questa attività è la catena di fornitura, dove portiamo avanti un dialogo strutturato, integriamo criteri ambientali e sociali nei processi di selezione e valutazione dei fornitori, in coerenza con le nostre policy, e riserviamo alcune gare esclusivamente a fornitori B Corp, in particolare nell’ambito del packaging.

#### B Corp Beauty Coalition

Siamo tra i sette fondatori della B Corp Beauty Coalition, alleanza nata nel 2021 per migliorare le pratiche ambientali e sociali dell’industria della bellezza. La Coalition riunisce oggi 47 aziende B Corp del settore cosmetico e della sua filiera e, dal 2024, la nostra Chief Sustainability Officer è membro del Supervisory Board. All’interno di questa rete partecipiamo attivamente ad attività di formazione, confronto, condivisione di pratiche e strumenti con le altre aziende associate, con l’obiettivo di promuovere un impatto positivo a livello di settore.

## I NOSTRI IMPEGNI NEL TEMPO

### Marketing responsabile

Strumenti interni per promuovere etica e responsabilità

Nel tempo abbiamo sviluppato strumenti che supportano i collaboratori nell'integrare sostenibilità ed etica nelle attività quotidiane. Tra questi, la Carta Etica, che definisce i valori e i principi che guidano il nostro Gruppo; la Carta di Ricerca sul Packaging, che orienta lo sviluppo di imballaggi basati sull'eco-design; e le Sustainability Guidelines, che forniscono indicazioni operative e supportano le funzioni aziendali nell'implementazione di progetti in linea con gli obiettivi al 2030.

Formazione e strumenti per scelte professionali responsabili

Negli anni abbiamo sviluppato numerose iniziative e percorsi formativi dedicati ai saloni (ad oggi è attivo il Sustainable Salon Master Program) e ai centri estetici (corso e-learning [ comfort zone ]), oltre a programmi specifici per i trainer (Daviversity), focalizzati sui temi chiave della nostra strategia e sul contributo specifico nelle rispettive attività professionali. A queste attività si affiancano strumenti operativi come il Manuale straordinario per migliorare il mondo, che raccoglie oltre 100 idee ispirate agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) da applicare in salone, e contenuti di sostenibilità nei nostri canali digitali, tra cui le Product Detail Page dell'e-commerce Davines con indicatori di sostenibilità di prodotto. Favoriamo inoltre la crescita di community professionali – come i Sustainable Beauty Partner per gli hairstylist Davines e i Brand Ambassador per le estetiste [ comfort zone ] – che contribuiscono a diffondere i nostri valori e buone pratiche, e promuoviamo campagne di comunicazione realizzate con partner e associazioni locali per sensibilizzare su temi ambientali e sociali.



## DAGLI OBIETTIVI AI RISULTATI 2025



### B Corp advocacy

- ✓ **Rilancio del Regenerateam, con attività di formazione, coinvolgimento dei colleghi e organizzazione dell'incontro globale 2025.**

Nel 2025 il Regenerateam è stato riorganizzato e rilanciato con l'obiettivo di rafforzarne il ruolo nella diffusione della strategia di sostenibilità all'interno del Gruppo. La community, composta da colleghi provenienti da diverse funzioni e sedi, è stata ampliata fino a superare i 50 membri, consolidando il proprio posizionamento come rete interna di attivazione e condivisione. Tra le principali iniziative, è stato organizzato il primo incontro globale a Firenze, un momento di confronto di tre giorni che ha coinvolto la community internazionale insieme ad altre B Corp, favorendo lo scambio di esperienze e il dialogo su modelli di business a impatto positivo. Parallelamente, sono stati introdotti i Sustainability Pic Nic, incontri digitali, informali e aperti a tutti i colleghi di sede e filiali in cui i membri del gruppo presentano progetti e iniziative sviluppati nelle proprie aree. I due incontri svolti nel 2025 hanno coinvolto in media circa 100 partecipanti per sessione, durante i quali sono stati presentati 7 progetti sviluppati dai team.

- ✓ **Portare avanti il progetto Sostenibilità in Stabilimento (v. pag. 23), continuando a ricevere proposte per aumentare la sostenibilità dei processi produttivi.**

Nel 2025 è proseguito il progetto "Sostenibilità in Stabilimento", volto a coinvolgere direttamente i reparti produttivi nell'identificazione di soluzioni per migliorare la sostenibilità dei processi. Nel corso dell'anno sono state raccolte 18 nuove proposte, che si aggiungono alle 24 del 2024. Le proposte sono state valutate da un comitato interno e quella vincitrice ha portato all'implementazione di un sistema alternativo al film plastico per lo stoccaggio e messa in sicurezza dei bancali delle materie prime. L'intervento ha consentito di eliminare circa 3.600 kg all'anno di plastica monouso, generando al tempo stesso benefici in termini di efficienza operativa e sicurezza. Il progetto continua a rappresentare uno strumento concreto di attivazione dei colleghi e di miglioramento continuo delle performance ambientali del sito produttivo.



### Marketing responsabile

- ✓ **Proseguire la verifica legale dei principali claim ambientali utilizzati nei nostri materiali, attivare un presidio interno interfunzionale a garanzia della conformità dei claim alle normative e rafforzare le competenze aziendali tramite formazione dedicata.**

In un contesto in cui la sostenibilità è sempre più centrale nella comunicazione e il quadro normativo europeo evolve verso requisiti più stringenti, nel 2025 abbiamo rafforzato il presidio sulle comunicazioni di sostenibilità, anche in linea con la direttiva ECGT (Empowering Consumers for the Green Transition). Abbiamo attivato una Sustainability Communication Task Force interdipartimentale, con il coinvolgimento delle funzioni Legal, Corporate Sustainability e Corporate Communication, integrandola nei processi aziendali a supporto della revisione dei claim e delle dichiarazioni ambientali. Parallelamente, abbiamo proseguito l'assessment legale dei messaggi più utilizzati internamente, attività che ha poi portato allo sviluppo del Sustainability Claims Handbook, uno strumento operativo condiviso che raccoglie questi claim. Abbiamo inoltre erogato un corso di formazione obbligatorio per tutte le funzioni aziendali coinvolte nello sviluppo dei materiali di comunicazione, contribuendo a rafforzare le competenze interne sugli aspetti normativi e sulle modalità di comunicazione. Infine, è stato creato uno spazio dedicato sulla intranet aziendale, per facilitare l'accesso a linee guida, materiali e contenuti validati.

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

Nel corso del 2025 abbiamo consolidato il processo di classificazione degli investimenti in sostenibilità del Gruppo, in continuità con il progetto pilota avviato nel 2024. L'attività si è concentrata principalmente sulla definizione di criteri di classificazione chiari e univoci e sull'identificazione delle principali categorie di costo ricorrenti nei budget aziendali e riconducibili a progettualità di sostenibilità, tra cui il costo differenziale dell'energia rinnovabile, i costi di organizzazione della giornata aziendale di volontariato, e le donazioni a organizzazioni non profit nell'ambito di campagne valoriali di brand, escludendo le voci non ancora misurabili in modo affidabile, legate alle attività di sviluppo prodotto. Nel 2025 abbiamo inoltre esteso il perimetro di analisi includendo anche il costo del personale coinvolto in progetti e attività di sostenibilità, ampliando così la copertura complessiva della rendicontazione degli investimenti. Tale estensione avrà un impatto sul calcolo degli investimenti preventivati nel budget 2026. Nel 2025, gli investimenti in sostenibilità a consuntivo si distribuiscono tra progettualità ambientali (56%), sociali (19%) e iniziative di marketing responsabile, trasparenza e governance (25%).

✓ **Lanciare una prima sfida internazionale tra distributori [ comfort zone ], con l'obiettivo di valorizzare e premiare i comportamenti sostenibili più virtuosi.**

Abbiamo lanciato la prima edizione della Sustainability Distributor's Challenge, coinvolgendo la rete internazionale dei distributori [ comfort zone ]. L'iniziativa ha previsto la somministrazione di un questionario strutturato, articolato sulle aree chiave della strategia ambientale del Gruppo, e la successiva valutazione da parte di una giuria interna, che ha analizzato le evidenze raccolte e assegnato i punteggi. A questa prima edizione pilota hanno partecipato 6 distributori. S'Young International China è stato premiato come Sustainability Champion, grazie alle iniziative implementate in ambito di riduzione delle emissioni, mobilità dei dipendenti, circolarità dei materiali ed efficienza energetica - tra cui l'utilizzo di una sede dotata di oltre 5.000 pannelli fotovoltaici. Il vincitore ha ricevuto due inviti per un'esperienza presso il Davines Group Village e un riconoscimento simbolico rappresentato dalla piantumazione di un albero dedicato presso il Davines Group West Village.

✓ **Attivare un percorso formativo dedicato alla sostenibilità nei centri estetici, rivolto a oltre 500 trainer e brand ambassador, con l'obiettivo di rafforzare competenze e consapevolezza attraverso contenuti strutturati, test e momenti di confronto.**

A settembre abbiamo lanciato un corso online globale dedicato alla sostenibilità nei centri estetici, disponibile all'interno della nostra e-learning academy e rivolto alle trainer e alla community professionale delle Brand Ambassador del network [ comfort zone ]. Il percorso è strutturato in moduli tematici sui principali ambiti della strategia di sostenibilità del Gruppo, tra cui B Corp, decarbonizzazione, biodiversità, circolarità e acqua, con l'obiettivo di rendere questi contenuti accessibili e applicabili nel contesto dei centri estetici. Il corso è integrato da test di verifica dell'apprendimento e prevede momenti aperti di confronto con i nostri team. A oggi il corso ha coinvolto 316 partecipanti.

✓ **Aggiornare i moduli esistenti e sviluppare nuovi contenuti del Sustainable Salon Master Program (SSMP) per garantire una formazione di sostenibilità sempre aggiornata rispetto alle attività aziendali, al contesto e alle normative di riferimento e includendo esempi pratici legati a nuovi prodotti e progettualità aziendali.**

Abbiamo aggiornato e ampliato il SSMP, il corso globale sulla sostenibilità dedicato ai saloni del brand Davines. Il programma mantiene una struttura articolata in sei moduli tematici sui principali ambiti della strategia di sostenibilità del Gruppo - tra cui cambiamento climatico, circolarità, agricoltura biologica rigenerativa e ruolo delle B Corp - ed è stato arricchito con contenuti aggiornati ed esempi applicativi legati a nuovi prodotti e progettualità aziendali. Il percorso supporta i saloni nell'applicazione concreta dei principi di sostenibilità nelle attività quotidiane, contribuendo alla diffusione di pratiche più consapevoli lungo la nostra rete professionale.

⚙️ **Estendere la visibilità dei KPI di sostenibilità presenti nelle pagine prodotto dell'e-commerce Davines all'intero catalogo di prodotti attivo, garantendo al contempo l'accessibilità di queste informazioni anche a distributori e saloni.**

Abbiamo proseguito il lavoro di integrazione dei KPI di sostenibilità nelle Product Detail Page (PDP) dei siti e-commerce Davines, strutturando tutte le piattaforme per consentire l'inserimento degli indicatori su tutte le pagine di prodotto. I KPI attualmente disponibili riguardano biodegradabilità\*, naturalità e l'assenza di ingredienti di origine animale. I dati sono già presenti per i prodotti più recenti e per le linee rilanciate a partire da ottobre 2025. Per alcune referenze storiche, la pubblicazione deve essere ancora completata, in quanto le informazioni non risultano sempre disponibili nei sistemi interni.

\* Ad esclusione dei prodotti aerosol, come le lacche, per i quali il dato non è misurabile.

## I NOSTRI OBIETTIVI 2026

### GOVERNANCE

- 🕒 Completare la revisione del Modello 231.
- 🕒 Ottenere la certificazione B Corp secondo i nuovi standard rilasciati da B Lab.
- 🕒 Integrare nel Codice Etico i principi e i criteri che regolano le attività di advocacy e le relazioni istituzionali.
- 🕒 Effettuare una nuova analisi di doppia materialità con un approccio più strutturato e formalizzato, che prenderà in considerazione anche il parere degli stakeholder.

### PURPOSE DRIVEN ADVOCACY

- 🕒 Sviluppo di un Supplier Engagement Plan, un programma volto a rafforzare il coinvolgimento dei principali fornitori nella prevenzione e mitigazione degli impatti ambientali e sociali, inclusi quelli legati ai diritti umani.
- 🕒 Consolidamento e rafforzamento del contributo dell'azienda alle iniziative di azione collettiva nel settore, contribuendo - anche attraverso contesti collaborativi come la B Beauty Coalition - alla diffusione di modelli di business orientati agli stakeholder e al purpose.
- 🕒 Valorizzazione e diffusione del know-how aziendale in ambito di agricoltura biologica rigenerativa, attraverso contenuti tecnico-scientifici, attività formative e iniziative di engagement della filiera, contribuendo alla diffusione di conoscenza accessibile sul tema.
- 🕒 Definizione del framework, del modello di governance e degli obiettivi della Davines Group University.

## IL NOSTRO IMPEGNO PER IL BENEFICIO COMUNE

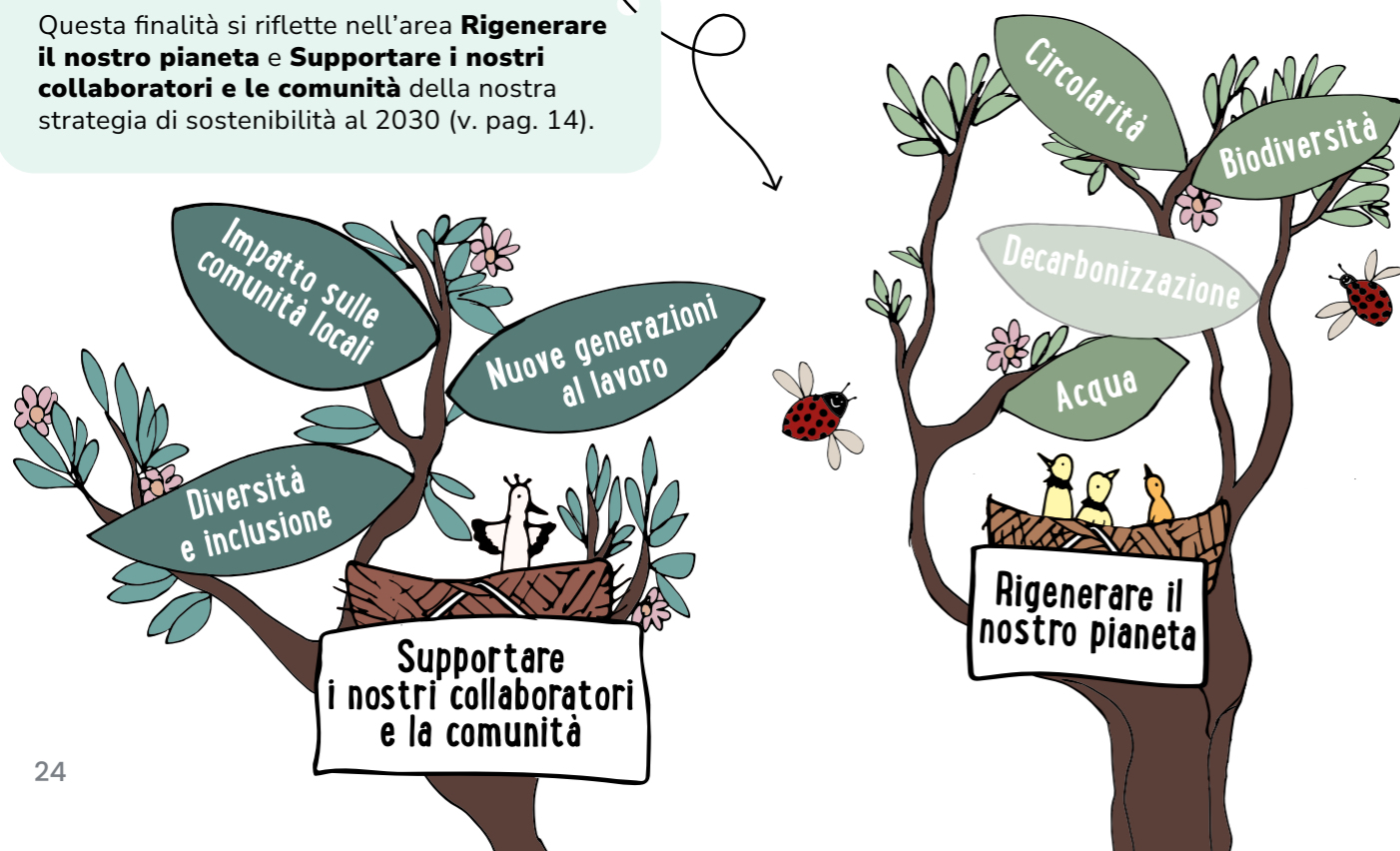
### 2° finalità di beneficio comune

“Impegno a favore dello sviluppo sostenibile, basato su prodotti, processi e pratiche che minimizzino gli impatti negativi e amplifichino l’impatto positivo sulle persone, sull’ambiente e sul territorio”

Da diversi anni perseguiamo un percorso di sostenibilità che, anche grazie ai modelli di riferimento del movimento B Corp e delle Società Benefit, si è progressivamente evoluto in una strategia sempre più integrata e strutturata. Questo percorso trova oggi espressione nella nostra **evoluzione rigenerativa** (v. pag. 14), che nasce dalla volontà di superare un modello estrattivo e adottare un approccio rigenerativo, capace di generare valore nel lungo periodo per le persone, l’ambiente e i territori. La finalità si collega in particolare alle **aree ambientale e sociale** della nostra visione rigenerativa. Per l’area ambientale, lavoriamo per ridurre l’impatto ambientale lungo l’intero ciclo di vita

dei prodotti, promuovendo modelli produttivi e di approvvigionamento orientati alla riduzione degli impatti negativi. Questo impegno si traduce nella riduzione delle emissioni lungo la catena del valore, nella tutela della biodiversità attraverso l’utilizzo di ingredienti da agricoltura biologica rigenerativa, nell’adozione di principi di ecodesign e nella gestione responsabile delle risorse, in particolare dell’acqua. Sul piano sociale, contribuiamo allo sviluppo di contesti più inclusivi, promuovendo il benessere delle persone, la valorizzazione della diversità e il dialogo con le nuove generazioni, con l’obiettivo di generare impatti positivi e duraturi nei territori in cui operiamo.

Questa finalità si riflette nell’area **Rigenerare il nostro pianeta** e **Supportare i nostri collaboratori e le comunità** della nostra strategia di sostenibilità al 2030 (v. pag. 14).



## I NOSTRI IMPEGNI NEL TEMPO

### Rigenerare il nostro pianeta

#### Strategia ambientale al 2030

Abbiamo definito una strategia ambientale al 2030 che guida le nostre azioni su quattro aree prioritarie: decarbonizzazione (v. pag. 39), biodiversità, circolarità e acqua. Questa strategia stabilisce obiettivi di lungo periodo, accompagnati da target intermedi e strumenti di monitoraggio, per orientare in modo strutturato la riduzione degli impatti lungo tutta la catena del valore.

[Scopri di più](#)



#### Biodiversità

##### EROC e ricerca sull’agricoltura biologica rigenerativa

EROC (European Regenerative Organic Center), sviluppato in collaborazione con il Rodale Institute e situato presso il Davines Group Village, è il nostro centro di ricerca dedicato all’agricoltura biologica rigenerativa. Il centro nasce con l’obiettivo di studiare e sperimentare pratiche agricole in grado di migliorare la salute del suolo, aumentare la biodiversità, favorire il sequestro del carbonio e ridurre il consumo di risorse naturali, contribuendo alla creazione di sistemi agricoli più resilienti. Attraverso attività di ricerca in campo, formazione, advocacy e collaborazione con agricoltori e stakeholder, EROC promuove la diffusione di questi modelli lungo la filiera. Le evidenze scientifiche generate supportano inoltre lo sviluppo di nuovi ingredienti per le nostre formule, rafforzando il legame tra agricoltura, ricerca e innovazione cosmetica.

##### La sostenibilità nelle nostre formule

Promuoviamo attivamente la ricerca e l’utilizzo di ingredienti provenienti da agricoltura biologica rigenerativa e certificati ROC®. Nel 2025 abbiamo raggiunto un totale cumulativo di 21 ingredienti certificati ROC®, rafforzando il legame tra ricerca, pratiche biologiche rigenerative e sviluppo cosmetico. Parallelamente, lavoriamo per sviluppare formule a minore impatto ambientale attraverso l’impiego di materie prime certificate secondo standard ambientali e sociali (54,8%\* nel 2025, +11,6 p.p. rispetto al 2024), ingredienti a ridotto bioaccumulo – cioè con bassa tendenza ad accumularsi negli organismi e negli ecosistemi, includendo sostanze rapidamente biodegradabili secondo il metodo OECD 301 – e una crescente quota di ingredienti di origine naturale, calcolata secondo lo standard ISO 16128. Per il dettaglio dei dati e delle percentuali 2025 si rimanda a pag. 31.

#### The Good Farmer Award

Nato nel 2024 su iniziativa del Gruppo Davines insieme alla Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile, si tratta del primo riconoscimento in Italia dedicato agli agricoltori under 35 impegnati in pratiche di agricoltura biologica rigenerativa e agroecologia, con l’obiettivo di promuovere una nuova cultura produttiva a supporto della transizione ecologica. Giunto alla seconda edizione nel 2025, il premio si è esteso anche alle aziende agricole-zootecniche attente al benessere animale, registrando una crescita significativa con 81 candidature. I due vincitori, premiati presso il Davines Group Village, rappresentano modelli innovativi e responsabili di agricoltura, capaci di generare impatti positivi sui territori e sulle comunità. Per un approfondimento ulteriore del progetto, si rimanda a pag. 30.

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

## I NOSTRI IMPEGNI NEL TEMPO

### Raccolta dei rifiuti in plastica dall'ambiente

Dal 2022 ci impegniamo a supportare ogni anno la rimozione dall'ambiente di una quantità di plastica equivalente a quella che immettiamo sul mercato, contribuendo alla tutela degli ecosistemi attraverso progetti di eco-restoration. Nel 2025 tale impegno è stato realizzato in parte attraverso la collaborazione con Plastic Bank, attiva negli anni precedenti, e in parte tramite una nuova partnership avviata con la B Corp CleanHub. Quest'ultima coordina progetti di raccolta della plastica a livello locale, basati su sistemi di tracciabilità dei rifiuti e orientati alla generazione di impatti sociali positivi. I loro interventi si concentrano soprattutto sui rifiuti non riciclabili, maggiormente esposti al rischio di dispersione nell'ambiente in quanto privi di valore economico. Complessivamente, nel 2025 abbiamo contribuito alla raccolta di 868,1 tonnellate di rifiuti plastici. Dal 2023 al 2025 sono state raccolte 2.557,2 tonnellate, pari al 51% del target di 5.000 tonnellate entro il 2030.



## Circularità

### Ecodesign dei nostri packaging

L'ecodesign rappresenta una leva centrale della nostra strategia di circolarità. Attraverso la Carta di Ricerca sul Packaging, redatta nel 2011 e aggiornata nel 2023, orientiamo lo sviluppo dei nostri packaging verso soluzioni sempre più leggere, riciclabili e a minore impatto lungo il ciclo di vita. Questo approccio si traduce in una progressiva riduzione dell'utilizzo di materiali vergini, nell'aumento di contenuti riciclati e nell'adozione di alternative come materiali bio-based e bio-circular, contribuendo a una gestione più efficiente delle risorse. Nel 2025, il 64,9% del totale dei materiali utilizzati per il packaging (calcolato in base al peso dei materiali acquistati, in kg\*) proviene da fonti riciclate. In particolare: il 93,7% della carta e del cartone impiegati è riciclato; la plastica utilizzata è composta per il 30% da plastica riciclata, per il 13,6% da plastica biobased e per il 22,2% da plastica bio-circular mass balance certificata ISCC Plus, mentre il restante 34,2% proviene da fonti fossili vergini; infine, il 74,5% del packaging in alluminio è riciclato (gestito secondo approccio mass balance).

### Gestione e valorizzazione dei rifiuti

Adottiamo un approccio strutturato alla gestione dei rifiuti, orientato alla riduzione alla fonte e al recupero dei materiali. Svolgiamo attività di monitoraggio e analisi dei flussi che ci permettono di individuare opportunità di miglioramento e di rafforzare progressivamente il nostro sistema di gestione. Nel 2025 abbiamo avviato lo sviluppo di un Waste Management Plan, funzionale al percorso verso la certificazione ISO 14001, con l'obiettivo di rendere la gestione dei rifiuti sempre più efficace, tracciabile e orientata alla circolarità. Nel 2025, dei rifiuti solidi prodotti, il 98,7% è stato recuperato (rifiuti riciclati o inviati a operazioni di recupero, inclusa la termovalorizzazione con recupero di energia), mentre il restante 1,3% è stato smaltito.



## Acqua

### Tecnologie di lavaggio più efficienti

Dal 2018 abbiamo avviato un percorso strutturato di efficientamento nell'utilizzo della risorsa idrica, con interventi mirati sia sui macchinari di produzione sia sui processi di lavaggio e trattamento dell'acqua, con l'obiettivo di ridurre sprechi e ottimizzare i consumi connessi alla produzione dei nostri prodotti. Per quanto riguarda i macchinari di produzione, utilizziamo un sistema a circuito chiuso per il raffreddamento e il riscaldamento, che consente il recupero e il riutilizzo dell'acqua dedicata, evitando dispersioni. Questo sistema è oggi adottato da circa il 90% dei macchinari produttivi. Sul fronte dei processi di pulizia, l'introduzione di lavaggi a media e alta pressione, che valorizzano maggiormente l'azione meccanica dell'acqua, ha permesso di ridurre i volumi utilizzati rispetto ai lavaggi tradizionali. A questi si affianca l'impiego dei sistemi CIP (Clean-in-Place), ad oggi presenti sull'85% dei macchinari, che consentono una pulizia più efficiente e controllata delle linee produttive, contribuendo ulteriormente all'ottimizzazione dei consumi idrici.

### Efficientamento idrico in fase di produzione

Un ruolo rilevante nel miglioramento dell'efficienza complessiva dell'uso della risorsa idrica è svolto dai sistemi di osmosi, utilizzati per il trattamento dell'acqua impiegata nei processi produttivi. Tali sistemi consentono di ottenere acqua con caratteristiche qualitative adeguate agli standard richiesti, ma generano fisiologicamente una quota di acqua di scarto. Negli ultimi anni abbiamo lavorato sull'ottimizzazione del rapporto tra acqua trattata e acqua scartata, migliorando le performance operative degli impianti e riducendo le perdite di processo. Il sistema di osmotizzazione ad oggi è composto da tre impianti che nel 2025 hanno raggiunto un'efficienza media complessiva del 70%, consentendo di evitare lo scarto di circa 8.000 metri cubi di acqua rispetto a configurazioni meno efficienti. Nel complesso, queste azioni hanno contribuito nel 2025 a una riduzione dell'intensità idrica del 9,7% rispetto al 2024 e del 28% rispetto al 2023, a conferma dell'efficacia delle misure di efficientamento implementate per una gestione sempre più responsabile della risorsa idrica nei processi produttivi.

## I NOSTRI IMPEGNI NEL TEMPO

### Supportare i nostri collaboratori e la comunità

#### Strategia sociale al 2030

Nel 2025 è stato completato il percorso di definizione della strategia sociale al 2030 (v. pag. 15), avviato a fine 2024, con l'obiettivo di strutturare il nostro impegno sulle tematiche sociali nel lungo periodo. La strategia si articola su alcune aree prioritarie: integrazione dei Diritti Umani nella governance e lungo la catena del valore, sviluppo di un impatto positivo sulle comunità locali, promozione di una purpose-driven advocacy e rafforzamento delle politiche interne su lavoro equo, diversità e inclusione e del confronto tra generazioni diverse.

#### Le nostre persone

##### Benessere dei colleghi

Le persone sono la risorsa più preziosa della nostra azienda. Lavoriamo per creare un contesto in cui ciascuno possa sviluppare le proprie potenzialità, in un clima di benessere individuale e collettivo, con impatti positivi anche su comunità e pianeta. Questo impegno si traduce in un sistema integrato di welfare e wellbeing: il primo come strumento concreto di supporto per le persone e le loro famiglie, il secondo come ecosistema più ampio che integra cultura, valori, spazi, tempo e relazioni. Le iniziative sono organizzate in cinque aree – salute, genitorialità, tempo libero, conciliazione vita-lavoro e sostegno economico – e riflettono un approccio che considera la persona nella sua interezza: fisica, psicologica ed emotiva, sociale, familiare e di comunità. In questo modo promuoviamo un ambiente di lavoro più equilibrato, inclusivo e sostenibile.

##### Great Place to Work®

Dal 2019, ogni due anni, realizziamo la survey globale Great Place to Work®, uno strumento strutturato di ascolto che ci permette di raccogliere il punto di vista delle nostre persone sull'esperienza lavorativa e sul clima aziendale. Si tratta di un momento chiave di confronto, che consente di individuare punti di forza e aree di miglioramento, orientando in modo concreto le azioni future. I risultati vengono condivisi all'interno dell'organizzazione e utilizzati come base per la definizione di piani di azione a livello globale e locale, favorendo il coinvolgimento dei team e una cultura del miglioramento continuo. Per maggiori dettagli sui risultati dell'ultima survey, si rimanda a pagina 33.

##### Formazione dei colleghi

Grande importanza è attribuita alla crescita professionale dei collaboratori e ai corsi di formazione erogati. Nel 2020 abbiamo introdotto Davines Learning Hub, la nostra piattaforma interna che fornisce percorsi formativi strutturati, in continua evoluzione e ampliamento. Nel 2025, i percorsi attivi a livello di Gruppo sono stati 434, con una media di 32 ore di formazione per dipendente (+13,5 ore rispetto al 2024). Inoltre, il 93% dei collaboratori (+10 punti percentuali rispetto al 2024) ha partecipato ad almeno un'attività formativa.



## Impatto sulle comunità locali

### Activation Day

L'Activation Day è la giornata di volontariato aziendale che abbiamo inaugurato nel 2023 in occasione del 40° anniversario del Gruppo. Anche nel 2025 ha coinvolto la sede italiana, le filiali e altri stakeholder del Gruppo in attività dedicate alla cura del territorio, alla tutela della biodiversità e al sociale. L'edizione del 16 giugno ha visto la partecipazione di oltre 1.800 persone, con il supporto di 41 associazioni, contribuendo alla valorizzazione degli ecosistemi e delle comunità locali.

[Scopri di più](#)

### Volontariato aziendale "4+4"

Dal 2016 è attiva la policy "4+4", che consente a chi svolge volontariato nel proprio tempo libero di dedicare lo stesso numero di ore anche durante l'orario di lavoro, fino a 32 ore all'anno. Nel 2025 133 dipendenti delle nostre sedi (pari al 16% dei dipendenti globali) hanno usufruito di permessi retribuiti per attività di volontariato, per un totale di 942,5 ore dedicate sia a iniziative individuali sia alle numerose attività promosse in sede e nelle filiali in ambito sociale, culturale e ambientale. A queste si aggiungono le ore dedicate all'Activation Day.

### Donazioni e sponsorizzazioni

Sosteniamo realtà culturali, sociali e ambientali dei territori in cui operiamo anche attraverso donazioni, sponsorizzazioni e collaborazioni con enti del Terzo Settore e organizzazioni no profit. Questo impegno si concretizza anche tramite Solidalmente, la nostra associazione interna che coordina progetti sociali e di volontariato attivi soprattutto nel parmense e nel resto d'Italia. Nel 2025 il Gruppo ha devoluto 680.744,08€ in donazioni e sponsorizzazioni, di cui 544.777,74€ di donazioni monetarie o in prodotti e 135.966,34€ di sponsorizzazioni monetarie o in prodotti.

[Scopri di più](#)



## DAGLI OBIETTIVI AI RISULTATI 2025

### Rigenerare il nostro pianeta



#### Biodiversità

##### **Definizione della Deforestation-Free Policy, a tutela della biodiversità e delle foreste.**

Nel corso dell'anno abbiamo sviluppato una Policy sull'Approvvigionamento Sostenibile dei Derivati da Olio di Palma, introducendo impegni concreti su: approvvigionamento attraverso filiere certificate RSPO, rafforzamento progressivo della tracciabilità lungo la catena di fornitura, e allineamento ai principali framework internazionali (EUDR, SBTi FLAG, Accountability Framework Initiative). A fine 2025, l'89,6% degli ingredienti derivati da olio di palma utilizzati risulta certificato secondo lo standard RSPO CSPO Mass Balance. Il nostro obiettivo 2025 relativo alla definizione di una Deforestation-free Policy è stato parzialmente raggiunto tramite l'adozione di una policy specifica sui derivati da olio di palma, che rappresenta la prima formalizzazione strutturata della strategia aziendale di tutela delle foreste e della biodiversità in relazione alla materia prima maggiormente esposta al rischio di deforestazione, e costituisce un primo passo verso la progressiva estensione di criteri analoghi ad altre materie prime.

##### **Realizzazione di un giardino per gli impollinatori in EROC, con un apiario popolato da api mellifere ligustiche.**

È stato realizzato il Giardino degli impollinatori presso EROC, nell'ambito della campagna Davines BEE STRONG "All'origine della rigenerazione", attraverso la piantumazione di specie mellifere selezionate – tra cui lavanda, rosmarino, achillea e clerodendro – con l'obiettivo di aumentare la disponibilità di risorse trofiche per gli insetti impollinatori e favorire la biodiversità locale. Il progetto è stato concepito anche come spazio di educazione ambientale, volto a valorizzare il ruolo degli impollinatori nei sistemi biologici rigenerativi. Il completamento dell'iniziativa prevede l'installazione di un'arnia tecnologica per il monitoraggio dei parametri ambientali e dell'attività delle api mellifere, programmata nella primavera del 2026, così da garantire condizioni ottimali per l'insediamento della colonia.

##### **Realizzazione del The Good Farmer Award anche negli Stati Uniti, con coinvolgimento del vincitore 2025 in un training presso EROC.**

Nella sua seconda edizione, il The Good Farmer Award (v. pag. 25) è stato esteso agli Stati, in collaborazione con il Rodale Institute, raccogliendo oltre 90 candidature. Il riconoscimento è stato assegnato a Clarendia "Farmer Cee" Stanley, realtà impegnata nell'agricoltura biologica rigenerativa e prima azienda agricola statunitense di proprietà di una donna afroamericana certificata B Corp. I rappresentanti dell'azienda vincitrice sono stati coinvolti in un'esperienza formativa presso il Davines Group Village, con visita a EROC e momenti di confronto con il team e con i vincitori italiani delle edizioni precedenti.

##### **Monitoraggio della salute del suolo attraverso la raccolta e l'analisi dei dati degli esperimenti scientifici condotti in EROC, per valutare il potenziale dell'agricoltura biologica rigenerativa rispetto a quella intensiva.**

Sono proseguite le attività di monitoraggio e raccolta dati sugli esperimenti condotti in EROC, con un'analisi sistematica delle proprietà biologiche, fisiche e chimiche del suolo nelle 188 parcelle sperimentali del campo. I risultati evidenziano impatti concreti: un numero di artropodi superiore del 40% nei sistemi rigenerativi rispetto a quelli convenzionali, un aumento superiore al 30% dei funghi benefici negli ultimi tre anni e una presenza di lombrichi fino a 100 volte maggiore. Parallelamente, è stato rilevato un incremento del carbonio organico nel suolo, con effetti positivi sulla capacità di trattenere acqua e nutrienti.

##### **Misurazione del livello di biodiversità di EROC attraverso lo studio dei lepidotteri diurni e notturni presenti al Davines Group Village, per delineare il profilo ecologico dell'area.**

In collaborazione con l'Università Cattolica di Piacenza, è stato condotto uno studio sulla biodiversità presso il Davines Group Village attraverso il monitoraggio dei lepidotteri diurni e notturni, riconosciuti a livello internazionale come bioindicatori. I risultati evidenziano una maggiore biodiversità nelle aree gestite con pratiche rigenerative, in particolare in EROC. Gli indici utilizzati confermano queste evidenze: l'indice di Simpson, che misura la ricchezza e l'equilibrio delle specie presenti in un'area, registra valori più elevati (0,85 in EROC e 0,81 nel Giardino Scientifico) rispetto al campo convenzionale. L'indice di Jaccard, che misura la similarità tra ambienti, evidenzia invece una bassa affinità tra EROC e il campo convenzionale (0,21), indicando comunità biologiche differenti. Nel complesso, i dati mostrano come la gestione rigenerativa favorisca ecosistemi più ricchi ed equilibrati.

##### **10 nuovi ingredienti provenienti da pratiche di agricoltura biologica rigenerativa secondo il modello EROC o certificati ROC®.**

Nelle nostre formule, sono stati introdotti 10 nuovi ingredienti provenienti da pratiche di agricoltura biologica rigenerativa secondo il modello EROC o certificati ROC®, portando a un totale di 21 ingredienti certificati ROC® presenti nelle formulazioni del Gruppo.

##### **85% di ingredienti acquistati a ridotto bio accumulo nell'ambiente.**

Per ingredienti a ridotto bioaccumulo intendiamo sostanze che prevengono l'accumulo di composti tossici negli organismi e contribuiscono alla salvaguardia degli ecosistemi; nel calcolo rientrano anche materie prime rapidamente biodegradabili (secondo metodo OECD 301, in linea con il Regolamento CE n. 648/2004), oltre ad acqua e sostanze non organiche. La quota di ingredienti a ridotto bioaccumulo si è mantenuta sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente, passando dall'83,4% all'83,5%\* del totale nel 2025, senza raggiungere il target prefissato. Nel corso dell'anno abbiamo concentrato i nostri sforzi sulla verifica e sul consolidamento dei dati, svolgendo test standardizzati (secondo il metodo OECD 301) per assicurare una corretta classificazione di tutti i nostri ingredienti in relazione al loro potenziale di bioaccumulo nell'ambiente.

##### **Rafforzamento del legame tra le attività di ricerca di EROC, il Giardino Scientifico e le strutture produttive, a supporto dello sviluppo di formule più sostenibili.**

Molte delle attività di ricerca alla base dello sviluppo delle nostre formule si fondano sulle ricerche effettuate in EROC e a partire dal nostro Giardino Scientifico, principali contesti di sperimentazione sulle pratiche di agricoltura biologica rigenerativa e sulle proprietà delle specie coltivate. Nel corso dell'anno abbiamo continuato ad integrare le evidenze scientifiche emerse nei processi di sviluppo prodotto. In particolare, sono stati introdotti nuovi ingredienti certificati ROC® (+10) che erano stati studiati e validati in EROC per essere utilizzati nelle nostre formule. Questo approccio trova applicazione concreta anche nello sviluppo del prodotto manifesto della campagna dei brand We Stand for Regeneration 2025, formulato con estratto di calendula certificata ROC® e coltivata al 100% presso EROC.

[Scopri di più](#)

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

- ✓ **Pubblicazione del primo articolo scientifico del team di ricerca EROC su una rivista internazionale, dedicato ai benefici dell'agricoltura biologica rigenerativa sui servizi ecosistemici del suolo.**

È stato pubblicato il primo articolo scientifico del team EROC sulla rivista internazionale Ecosystem Services (giugno 2025), con l'obiettivo di contribuire al dibattito scientifico sui benefici dell'agricoltura biologica rigenerativa. Lo studio evidenzia impatti misurabili sui servizi ecosistemici del suolo (tra cui +22% del carbonio organico, +28% dell'azoto totale e +133% della biomassa microbica rispetto ai sistemi convenzionali), confermando il potenziale di queste pratiche nel migliorare la fertilità del suolo, la biodiversità e la resilienza degli ecosistemi agricoli.

- ✓ **Realizzazione di attività di consulenza tecnico-scientifica sull'agricoltura biologica rigenerativa e sulla certificazione ROC® a supporto di aziende agricole in Italia.**

Nel 2025 è stata realizzata un'attività di consulenza tecnico-scientifica a supporto di aziende agricole italiane impegnate nella coltivazione di cotone biologico rigenerativo, accompagnandole nel percorso di certificazione ROC® fino al trasferimento delle competenze all'ente certificatore. Complessivamente, il Gruppo ha supportato oggi 16 aziende agricole certificate ROC® in Italia, contribuendo allo sviluppo di filiere rigenerative e alla diffusione di modelli agricoli più sostenibili.

## Circolarità

- ✓ **60% di alluminio riciclato con approccio Mass Balance acquistato per il packaging dei prodotti.**

Nel 2025 la quota di alluminio riciclato acquistato con approccio Mass Balance ha raggiunto il 74,5%, superando il target prefissato. Il risultato è stato ottenuto grazie alla progressiva sostituzione dell'alluminio vergine con alluminio riciclato, in particolare in componenti di packaging presenti nelle linee Davines "More Inside" e "Mask".

- ✓ **<36% di plastica vergine fossile acquistata per gli imballaggi.**

Nel 2025 la quota di plastica vergine fossile sul totale della plastica acquistata si è ridotta al 34,2%, centrando l'obiettivo. Il risultato è stato raggiunto grazie alla sostituzione progressiva con materiali alternativi, in particolare con plastica bio-circular mass balance certificata ISCC Plus\*\*, il cui utilizzo è aumentato in modo significativo.

- ✗ **95% di carta e cartone utilizzata per il packaging con 100% materiale riciclato.**

Nel 2025 la quota di carta e cartone riciclati si è attestata al 93,7%, rimanendo elevata ma inferiore al target del 95%. Il mancato raggiungimento è principalmente legato alla maggiore complessità nel monitoraggio e nell'allineamento delle specifiche di packaging per i progetti realizzati esternamente (full service), con un impatto sul livello complessivo di utilizzo di materiali riciclati.

## Acqua

- ✓ **<20% di scarto del nuovo impianto osmotico, per ridurre l'acqua scartata.**

Nel 2025 il nuovo impianto osmotico ha raggiunto un'efficienza dell'80% (+10 punti percentuali rispetto al 2024), portando ad un'efficienza media complessiva dei tre impianti di osmosi pari al 70%, con un miglioramento significativo rispetto ai livelli precedenti. L'ottimizzazione dell'utilizzo dei tre impianti ha contribuito a ridurre gli scarti idrici complessivi, con un risparmio di circa 8.000 m<sup>3</sup> di acqua.

\*\* Nel 2024, il Gruppo Davines ha ottenuto la certificazione ISCC PLUS (International Sustainability and Carbon Certification), un sistema di certificazione riconosciuto a livello globale per materiali riciclati e di origine biologica, che consente l'approvvigionamento di materie prime bio-circular (come ad esempio l'olio da cucina esausto) per specifiche soluzioni di packaging. Secondo l'approccio Mass Balance previsto dalla certificazione ISCC PLUS, le materie prime bio-circular e quelle vergini vengono fisicamente mescolate, ma la quota di materiale bio-circular viene attribuita contabilmente e tracciata lungo una catena di custodia certificata e trasparente.

## Supportare i nostri collaboratori e la comunità

- ✓ **Definizione della strategia sociale al 2030, insieme agli indicatori chiave per monitorarne l'avanzamento.**

Nel corso del 2025 è stato completato il percorso di definizione dei target sociali e di governance al 2030, avviato a fine 2024 e sviluppato attraverso il coinvolgimento congiunto delle funzioni interne di Sostenibilità, Risorse Umane e Comunicazione Corporate, fortemente supportato dalla proprietà. Il lavoro è partito da un'analisi del contesto, delle pratiche esistenti e dei nuovi standard B Corp, con successivo coinvolgimento e contributo del Global e Local Leadership Team e delle funzioni aziendali di riferimento.

## Le nostre persone

- ✓ **Erogazione della survey Great Place to Work® (GPTW), con analisi dei risultati e definizione degli action plan per il periodo 2026-2027.**

La survey Great Place to Work® è stata erogata ad ottobre 2025, coinvolgendo 876 collaboratori, con un tasso di partecipazione dell'84%. Il 77% dei partecipanti ha dichiarato che il Gruppo Davines è "un ottimo posto in cui lavorare, tenendo conto di tutto", con un incremento di 7 punti percentuali rispetto al 2023, mentre il Trust Index® (l'indice che rappresenta la media delle domande e che indica il livello interno di fiducia nei confronti dell'azienda) ha raggiunto il 71% (+4 punti). I risultati hanno portato al rinnovo della certificazione Great Place to Work® Italia 2025-2026 e al conseguimento della certificazione anche nelle sedi di Francia, Hong Kong, Paesi Bassi, Regno Unito e Stati Uniti. A partire da gennaio 2026 è stato definito un format strutturato per supportare i manager nella lettura dei risultati e nella definizione dei piani d'azione 2026-2027.

## Diversità e inclusione

- ✓ **Organizzazione di attività su diversità e inclusione, attraverso formazione sui bias e comportamenti inclusivi rivolta ai responsabili HR a livello globale.**

È stata realizzata una formazione dedicata ai temi di Diversity, Equity & Inclusion rivolta ai responsabili delle funzioni Risorse Umane della sede centrale e delle filiali. Il corso "Think Twice - DEI Training", sviluppato con il supporto di una società esterna, si è focalizzato sui bias inconsci e sui comportamenti inclusivi, favorendo un allineamento tra diverse geografie e un momento di confronto e allineamento su pratiche e approcci condivisi.

## Nuove generazioni al lavoro

- ✓ **Promozione delle nuove generazioni, attraverso iniziative di orientamento, testimonianze, visite aziendali e attività dedicate a scuole e università.**

Sono state realizzate attività strutturate di orientamento e engagement con 38 eventi tra career day, testimonianze, visite e collaborazioni accademiche; oltre 2.000 persone coinvolte tra studenti, neolaureati e professionisti. Le iniziative hanno incluso presentazioni, casi aziendali e visite al Davines Village, favorendo il dialogo diretto e la conoscenza del modello aziendale.

# I NOSTRI OBIETTIVI 2026

## Rigenerare il nostro pianeta

- Realizzare il "The Future SPA Handbook", un documento sviluppato dal brand [ comfort zone ] e rivolto a saloni di bellezza, centri estetici e SPA, che raccoglie una serie di best practice per integrare soluzioni sostenibili nella gestione e nelle attività operative di tutti i giorni.
- Ottenimento della certificazione ISO 14001.

## BIODIVERSITÀ

- Finalizzare adesione a RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) e Policy sull'Approvvigionamento Sostenibile di Olio di Palma.
- 30 ingredienti provenienti da pratiche di agricoltura biologica rigenerativa secondo il modello EROC o certificati ROC® presenti nelle nostre formule.
- >84,50% di ingredienti utilizzati nelle nostre formule avrà un ridotto bioaccumulo nell'ambiente.
- Organizzare un corso di agricoltura biologica rigenerativa per il personale del settore agricolo.
- Svolgere consulenza di agricoltura biologica rigenerativa (educazione e training) per università o scuole secondarie.
- Partecipare come relatori ad almeno tre eventi nazionali/internazionali per promuovere EROC.
- Organizzare un evento con soggetti interessati alla filiera biologica rigenerativa.
- Continuare a sostenere i 14 agricoltori in Italia con il rinnovo della certificazione ROC® e avviare il percorso di certificazione ROC® per 5 nuovi agricoltori internazionali.
- Sviluppare e sottoporre due articoli scientifici a riviste internazionali, basati sulle ricerche svolte presso l'EROC e sui temi dell'agricoltura biologica rigenerativa.

## CIRCOLARITÀ

- Avviare un test pilota nelle province di Milano e Bergamo per il recupero di materiali provenienti dai saloni (capelli e altri materiali riciclabili), con l'obiettivo di promuovere pratiche di circolarità e favorire il riutilizzo e il riciclo attraverso filiere territoriali.
- <22% di plastica vergine fossile nel packaging (considerando il totale del peso degli imballaggi primari, secondari e terziari acquistati).
- 85% di alluminio riciclato con approccio Mass Balance acquistato per il packaging dei prodotti.

## ACQUA

- Attivazione di un software che consente di monitorare in tempo reale tutti i punti di prelievo idrico - da falda e da rete di distribuzione - e di individuare tempestivamente inefficienze, ottimizzare i consumi e intervenire in modo mirato, oltre che a pianificare interventi per aumentare l'efficienza di utilizzo della risorsa idrica.

## Supportare i nostri collaboratori e la comunità

### DIRITTI UMANI

- Definire e pubblicare una Global Human Rights Policy.
- Avviare un percorso di coinvolgimento dei fornitori per individuare le principali aree di rischio in ambito diritti umani lungo la catena di fornitura.
- Identificazione dei temi salienti in materia di Diritti Umani e definizione di un chiaro processo di escalation.

### IMPATTO SULLA COMUNITÀ LOCALE

- Identificare e mappare i fornitori esistenti e potenziali a impatto sociale, con particolare attenzione a realtà inclusive radicate nei territori in cui operiamo, e integrare in modo strutturato nella nostra policy acquisti interni criteri di selezione e prioritizzazione orientati alla promozione di diversità, inclusione e alla generazione di impatto sociale positivo lungo la nostra filiera.
- Consolidare e ampliare le iniziative esistenti a impatto sulle comunità (es. Good Farmer Award, Raccolta della Plastica).
- Rafforzare ulteriormente le partnership con enti locali e associazioni del territorio parmense (Je Parma e Università di Parma), con società specializzate nella ricerca e selezione di personale appartenente alle categorie protette (Legge 68/99) e con il Servizio Inserimento Lavorativo Disabili (SILD) di Parma.
- Continuare a coinvolgere i nostri clienti professionali per promuovere l'impatto sociale all'interno della nostra community, attraverso progettualità dedicate, come l'iniziativa di formazione sulla violenza di genere realizzata da Davines Italia in collaborazione con DonnexStrada.

## LAVORO EQUO

- Calcolo del Gender Pay Gap (divario retributivo di genere) aziendale.
- Analisi del sistema globale di Job Evaluation (categorizzazione dei ruoli) anche in ottica di neutralità di genere.

## DIVERSITÀ E INCLUSIONE

- Definizione di una Policy di recruiting equo, che preveda il non utilizzo dello storico retributivo e la non verifica di precedenti finanziari e penali in fase di assunzione.
- Campagna di formazione interna su tematiche relative a Diversità, Equità, Inclusione e Appartenenza.
- Definizione di un JEDI Action Plan 2026-2031.
- Erogazione di un questionario globale annuale, di ascolto dei collaboratori.
- Pubblicazione di un JEDI Commitment di Gruppo.

## GENERAZIONI AL LAVORO

- Definizione del framework, del modello di governance e degli obiettivi della Davines University.
- Continuare il nostro impegno anche con le nuove generazioni, organizzando ogni anno in Italia incontri con studenti di scuole, università e business school, sia ospitando gruppi in visita al Davines Group Village, sia partecipando alle loro attività in aula o digitali e anche collaborando con le istituzioni locali.
- Creazione di Focus Group dedicati alle tematiche di "Generazioni al lavoro".



## IL NOSTRO IMPEGNO PER IL BENEFICIO COMUNE

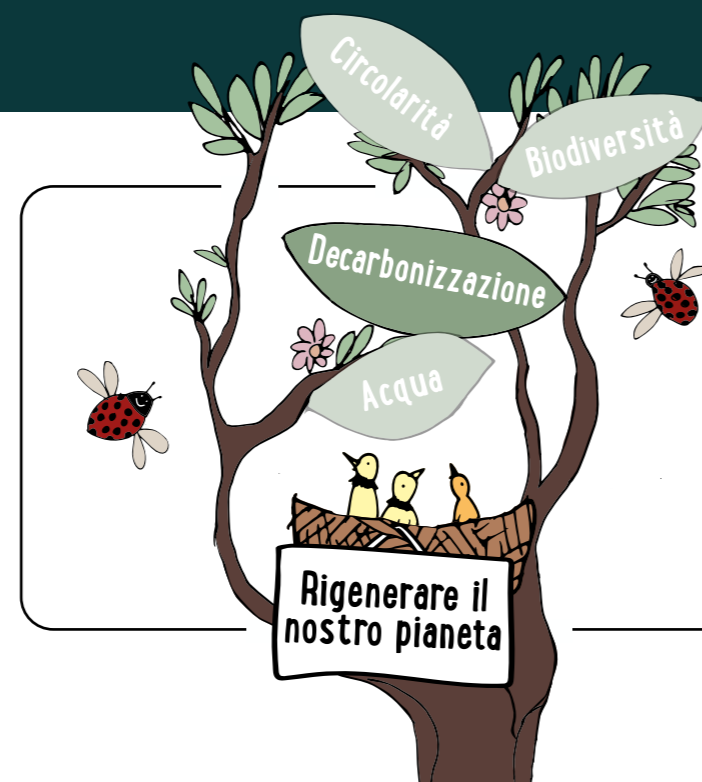
### 3° finalità di beneficio comune

“L’attuazione di un’evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un’economia a impatto climatico azzerato, riducendo le emissioni di gas a effetto serra e puntando al raggiungimento delle emissioni nette zero, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica anche mediante la partecipazione e realizzazione di progetti rivolti a promuovere le tecniche di agricoltura rigenerativa ed economia circolare”

Questa finalità è stata formalmente integrata successivamente nel nostro statuto, a seguito dell’adesione alla **CO2alizione Italia** nel 2022, iniziativa promossa da Italy for Climate che riunisce imprese impegnate nella riduzione delle emissioni di gas serra e nella transizione verso un’economia a basse emissioni. Si tratta di un impegno che rafforza un tema da sempre prioritario per il Gruppo, al centro della nostra strategia di sostenibilità al 2030. La nostra strategia si fonda sulla **riduzione delle emissioni lungo tutta la catena del valore** e, solo una

volta raggiunti i livelli minimi tecnicamente possibili, agiamo sulla quota residua attraverso iniziative di assorbimento della CO<sub>2</sub>. Abbiamo aderito al Corporate Net-Zero Standard della **Science Based Targets initiative (SBTi)**, assumendo l’obiettivo di raggiungere le emissioni nette zero entro il 2050, in linea con l’Accordo di Parigi e con il contenimento dell’aumento della temperatura globale entro 1,5°C.

Questa finalità si riflette nel tema della **Decarbonizzazione**, che rientra nell’area **Rigenerare il nostro pianeta** della nostra strategia di sostenibilità al 2030.



## I NOSTRI IMPEGNI NEL TEMPO

### Percorso di decarbonizzazione

Il nostro percorso di decarbonizzazione è iniziato nel 2006 con le prime attività di misurazione e riduzione delle emissioni, evolvendosi nel tempo in un approccio sempre più strutturato. Dal 2018 monitoriamo in modo continuativo le emissioni Scope 1 e 2, rafforzando progressivamente la qualità dei dati e delle azioni intraprese. Nel 2022 abbiamo aderito alla Science Based Targets initiative (SBTi), formalizzando l’impegno a raggiungere il Net Zero entro il 2050. Nel 2024 abbiamo ottenuto la validazione dei nostri target da parte di SBTi, allineati ad una traiettoria compatibile con il contenimento dell’aumento della temperatura globale entro 1,5°C. Su queste basi, la decarbonizzazione è oggi integrata nelle principali aree del business, guidando la definizione e l’implementazione delle azioni di riduzione delle emissioni lungo tutta la catena del valore, in coerenza con la strategia “2030: Davines Group Towards Planet Regeneration”.

[Scopri di più](#)

### Mitigazione della carbon footprint

Al di fuori del piano di riduzione validato da SBTi e su base volontaria, dal 2018 supportiamo progetti certificati di riforestazione e agroforestazione attraverso l’acquisto di crediti di carbonio. EthioTrees, ONG belga-etiope attiva nella regione del Tigray, rappresenta la principale iniziativa sostenuta: un progetto che unisce rigenerazione del suolo, riforestazione e sviluppo delle comunità locali. Tra il 2018 e il 2025 abbiamo acquistato complessivamente 73.000 crediti di carbonio legati a questo progetto. Negli stessi anni, il totale complessivo raggiunge 101.500 crediti, includendo anche – in misura più limitata – 28.500 crediti del progetto Scolel’te (un progetto di imboscamento e agroforestazione nella regione del Chiapas, in Messico), sostenuto tra il 2021 e il 2023.

### Certificazione della carbon footprint

Misuriamo in modo continuativo la nostra carbon footprint d’organizzazione adottando metodologie riconosciute a livello internazionale e rafforzando

progressivamente la qualità e l’affidabilità dei dati. Sul calcolo delle emissioni del 2024 abbiamo ottenuto la prima certificazione della carbon footprint di organizzazione in conformità al GHG Protocol, rilasciata da Bureau Veritas con livello di garanzia ragionevole, e ne abbiamo confermato il mantenimento sul calcolo del 2025. La certificazione prevede una verifica indipendente dei dati, dei processi di calcolo e delle fonti utilizzate, permettendoci di monitorare in modo più solido e accurato le principali fonti emmissive e di rafforzare la trasparenza delle informazioni. Nel 2025 le emissioni complessive del Gruppo sono pari a 63.355,6 tonnellate di CO<sub>2e</sub>, in lieve aumento (+0,7%) in valore assoluto rispetto al 2024, a conferma della crescita del business. Allo stesso tempo, grazie alle azioni di riduzione delle emissioni lungo tutta la catena del valore e all’incremento dei volumi di produzione, abbiamo ridotto in modo significativo l’intensità emmissiva, che passa da 9,6 a 7,0 tonCO<sub>2e</sub>/ton di prodotto sfuso (-27%). Rispetto al 2022, anno base dei nostri obiettivi di decarbonizzazione, la riduzione dell’intensità è pari al 12,8%.

### Energia rinnovabile

L’energia rappresenta una leva chiave del nostro percorso di decarbonizzazione. Nel 2025, il 97,4% dell’energia elettrica utilizzata negli uffici e nello stabilimento produttivo proviene da fonti rinnovabili, sostanzialmente in linea con il 2024 (-0,1 punto percentuale). La lieve variazione è legata a una minore autoproduzione da impianti fotovoltaici presso la sede di Parma e ad alcuni periodi dell’anno in cui la fornitura non è stata interamente coperta da fonti rinnovabili. Il restante 2,6% è quindi legato sia a questi consumi residuali di energia elettrica da fonti non rinnovabili presso la sede di Parma sia agli uffici di Düsseldorf e Città del Messico, che non dispongono ancora di un mix energetico completamente rinnovabile.

### Analisi del ciclo di vita dei prodotti (LCA)

Utilizziamo il Life Cycle Assessment (LCA) per valutare l’impatto ambientale dei nostri prodotti lungo tutte le fasi, dalla produzione al fine vita, con un focus particolare sulle emissioni di gas serra. Nel 2025 abbiamo esteso l’analisi a 448 prodotti, raggiungendo una copertura pari al 52,5% del fatturato. Questa analisi ci consente di orientare le scelte di sviluppo prodotto verso soluzioni meno impattanti, in particolare su packaging, ingredienti e fine vita dei prodotti.



## DAGLI OBIETTIVI AI RISULTATI 2025

- ✓ **Rafforzamento delle attività di mobility ed energy management, al fine di implementare le migliori soluzioni per il pendolarismo sostenibile e identificare e applicare pratiche efficienti nella gestione energetica aziendale.**

Nel 2025 abbiamo rafforzato il presidio interno sulle aree di energia e mobilità, introducendo una governance strutturata che prevede ruoli, responsabilità e procedure coerenti con i nostri obiettivi di decarbonizzazione al 2030. Questo ha permesso di migliorare il monitoraggio dei consumi energetici e accelerare l'implementazione di iniziative di efficientamento energetico. In parallelo, sono state sviluppate le prime azioni per una mobilità più sostenibile, ponendo le basi per interventi strutturati sullo spostamento casa-lavoro dei colleghi ("commuting") e per i viaggi di lavoro.

- ✓ **Aggiornamento della travel policy in chiave di riduzione dell'impatto ambientale, da rafforzare con approccio "Avoid-Shift-Improve" per ridurre gli spostamenti, privilegiare mezzi più sostenibili e migliorare l'efficienza con soluzioni innovative.**

Nel 2025 abbiamo revisionato la travel policy di Gruppo integrando criteri di sostenibilità ambientale legati alle modalità di spostamento. È stato adottato un approccio "evitare-cambiare-migliorare", che invita innanzitutto a valutare la reale necessità dello spostamento e, solo successivamente, a privilegiare mezzi di trasporto a minore impatto ambientale.

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

Nel 2025 è stata completata la progettazione dell'impianto fotovoltaico a tetto, con una potenza prevista di circa 1 MWp. L'intervento rappresenta un passo concreto verso l'aumento dell'autoproduzione di energia da fonti rinnovabili e il raggiungimento dell'obiettivo al 2030 di copertura del fabbisogno energetico con energia autoprodotta. L'installazione e la messa in funzionamento dell'impianto sono previste nel corso del 2027.

- ✓ **Aggiornamento della diagnosi energetica, con l'obiettivo di individuare ulteriori nuove modalità di efficientamento, sia sui consumi elettrici che su quelli termici.**

Nel corso dell'anno è stata aggiornata la diagnosi energetica, analizzando in modo integrato i consumi elettrici e termici dei principali siti aziendali. L'attività ha permesso di definire un quadro più completo dei fabbisogni energetici. Sono inoltre state individuate prime opportunità di efficientamento, tra cui il potenziamento del monitoraggio, lo sviluppo dell'autoproduzione da fonti rinnovabili e soluzioni per la decarbonizzazione dell'energia termica.

- ⚙️ **Avvio delle spedizioni intermodali con un progetto pilota in Olanda e UK, riducendo il trasporto su strada ai soli ultimi chilometri di consegna, a favore della rotaia per il resto del percorso.**

Nel 2025 è stato avviato un progetto pilota di trasporto intermodale "accompagnato" verso i Paesi Bassi, che combina trasporto su gomma e rotaia: il camion viene caricato su treno per la tratta principale e prosegue su strada solo per gli ultimi chilometri. Questa soluzione ha consentito di ridurre il ricorso al trasporto su strada su una quota significativa delle spedizioni: il 76% dei carichi spediti verso la filiale olandese è stato gestito in modalità intermodale. L'estensione del progetto al Regno Unito non è stata avviata nei tempi previsti a causa di vincoli infrastrutturali e regolatori legati al trasporto intermodale via mare, rinviandone l'implementazione.

- ✗ **Selezione e scelta del partner per la logistica, con trasferimento dei prodotti nel nuovo magazzino da Milano a Parma, presso la nostra sede, per ottimizzare le operazioni logistiche e ridurre i costi ambientali ed economici.**

Il progetto di trasferimento del magazzino da Milano a Parma, presso la sede del Davines Group Village, non è stato completato nel 2025. L'attività è stata posticipata al periodo a cavallo tra il 2027 e il 2028 in quanto inserita all'interno di un più ampio progetto di riorganizzazione e sviluppo degli spazi logistici. L'iniziativa resta strategica in ottica di decarbonizzazione: la centralizzazione delle attività logistiche consentirà di ridurre i flussi di trasporto intermedi, ottimizzare le operazioni e diminuire il traffico di mezzi pesanti, con benefici attesi sia in termini di emissioni di CO<sub>2</sub> sia di riduzione degli inquinanti locali.



## I NOSTRI OBIETTIVI 2026

### DECARBONIZZAZIONE

- 🕒 Realizzare uno studio di fattibilità per definire il piano di autoproduzione di energia elettrica da fonti rinnovabili, con un focus sugli impianti fotovoltaici integrati negli edifici esistenti.
- 🕒 Implementazione di un software per il monitoraggio completo e in tempo reale dei consumi di energia elettrica, acqua e gas in tempo reale.
- 🕒 Ottenere la certificazione ISO 14001.
- 🕒 Realizzazione di linee guida per i distributori internazionali Davines e [ comfort zone ], con l'obiettivo di promuovere la scelta di mezzi di trasporto a ridotta impronta carbonica per le spedizioni verso le sedi dei nostri distributori gestite direttamente da loro (franco magazzino Davines).
- 🕒 Utilizzo di un'app per la condivisione degli spostamenti casa-lavoro con l'obiettivo di ridurre l'uso individuale dell'auto e le emissioni legate alla mobilità.

# DAVINES GROUP



[ comfort zone ]  
conscious skin science

[davinesgroup.com](http://davinesgroup.com)

