

# DAVINES GROUP

RAPPORT DE DURABILITÉ 2020/2021



**L'astrolabe nous guidera à travers notre voyage.**

Le terme astrolabe dérive du grec « astro », étoile, et « labbro », « celui qui cherche ». Il signifie « chercheur d'étoiles ».

Dans l'antiquité, les astronomes et les marins utilisaient cet instrument pour naviguer en s'orientant avec la position des étoiles et des planètes.

**“** *Nous voyageons ensemble, passagers d'un petit vaisseau spatial, tributaires de ses réserves d'air et de sol; notre sûreté dépendant de la sécurité et de la paix terrestres; préservés de l'anéantissement uniquement par les soins, le travail et l'amour que nous prodiguons à notre frêle esquif.* **”**

**Adlai Stevenson**

# Index

Mot de bienvenue de notre Président  
Mot de bienvenue de notre PDG  
Éléments clés

## **NOTRE ENGAGEMENT**

- La durabilité : un voyage sans fin
- Un voyage extraordinaire exige un moyen de transport spécial

## **NOS PERFORMANCES**

- Personnes
- Planète
- Communauté

## **LE GROUPE DAVINES**

- Notre réalité
- Nos marques
- Nos étapes clés
- Gouvernance
- La « Stakeholder Wheel »

## **SOURCES D'APPROFONDISSEMENT**

# Bienvenue

## De la part de notre Président



En cette année 2020, l'une des plus complexes et difficiles de notre histoire récente, nous avons avancé et continué à regarder vers l'avenir. Nous y avons même mis davantage de conviction, parce que les réflexions profondes, suscitées par la pandémie et la crise mondiale qu'elle a entraîné, nous ont montré clairement que les valeurs sur lesquelles le Groupe Davines est fondé et auxquelles il reste fidèle jour après jour sont la base, le guide et l'inspiration dont nous avons besoin pour surmonter les moments difficiles.

Ces valeurs de solidarité, d'honnêteté, d'engagement, de détermination et de courage, qui nous ont été transmises au quotidien par le fondateur de l'entreprise, mon père Gianni, constituent l'héritage spirituel qui nous a permis d'affronter les défis inattendus et de réagir comme nous l'avons fait dans cette situation si peu banale.

Il m'est souvent arrivé de me demander comment notre fondateur se serait comporté en telle ou telle occasion. Je pense pouvoir répondre que notre Groupe à aujourd'hui des valeurs de référence plus solides que jamais, particulièrement nécessaires dans les moments de grands changements que nous vivons en cette période historique. Nous comporter comme une grande famille, en nous soutenant mutuellement, sans perdre de vue les objectifs de résultats et d'impact de l'entreprise, nous a permis d'avancer et de grandir en tant qu'entreprise et en tant que communauté.

Nous n'avons pas négligé notre parcours en matière de durabilité, initié depuis longtemps et renouvelé l'an dernier avec d'excellents résultats pour le processus de recertification B Corp. Nous l'avons même accéléré et renforcé. Nous avons repris en main notre Charte Éthique, sur laquelle sont fondées nos activités quotidiennes, pour l'adapter à notre époque et à notre évolution, afin qu'elle soit vécue par tous comme un instrument vivant et actuel.

Nous continuons de mesurer de manière toujours plus approfondie notre impact à tous les niveaux et dans tous les domaines, avec des méthodes et des métriques de plus en plus innovantes et sophistiquées.

**Nous comporter comme une grande famille, en nous soutenant mutuellement, sans perdre de vue les objectifs de résultats et d'impact de l'entreprise, nous a permis d'avancer et de grandir en tant qu'entreprise et en tant que communauté.**

Notre volonté d'être "les meilleurs pour le monde" perdure et évolue, couplée à la volonté d'accompagner les autres sur la même voie, avec une activité de promotion dans laquelle je m'engage personnellement et qui implique l'ensemble des parties prenantes et des partenaires avec lesquels nous sommes en contact.

À propos de partenariat, il est de plus en plus évident que le seul moyen d'initier et d'accélérer la transition nécessaire du modèle socio-économique actuel basé sur l'exploitation vers un paradigme basé sur le renouvellement (désormais impossible à reporter) consiste à créer des alliances et des coalitions multilatérales, œuvrant conjointement vers cet objectif.

Ainsi, nous avons créé en octobre 2020 la Regenerative Society Foundation, dont j'ai l'honneur d'être vice-président. Outre la promotion d'un dialogue multipartite sur l'économie régénératrice, la lutte contre le changement climatique et le bien-être individuel et collectif comme moteur central de l'économie, cette fondation diffuse les connaissances sur ces thèmes et soutient des projets de régénération dans différents secteurs et différentes régions.

Le Groupe Davines annoncera bientôt un important partenariat dans le domaine de l'agriculture organique régénératrice, axé sur la recherche et la formation, avec une part d'innovation qui transformera notre secteur, la beauté.

En attendant, nous poursuivons la diffusion des valeurs de durabilité au sein de la communauté au niveau local et national, où nous agissons en

particulier sur les aspects liés au climat et à l'environnement en participant à des projets comme « Km Verde », l'Alliance pour la Neutralité Carbone de la Province de Parme ou le chapitre italien de Race to Zero. Nos projets et nos choix sont guidés par une idée d' "écologie humaine", visant à retrouver l'équilibre fondamental entre les êtres vivants et la nature, dans une harmonie bénéfique à chacun.

Dans ce lien d'interdépendance, il n'existe pas de durabilité sociale sans durabilité environnementale, pas de progrès sans respect des écosystèmes et des droits humains.

Sans écologie humaine, il n'y a tout simplement pas d'avenir.

Président  
Davide Bollati

“ ÊTRE LES MEILLEURS POUR LE MONDE, CRÉATEURS D'UN BIEN VIVRE POUR TOUS, À TRAVERS LA BEAUTÉ, L'ÉTHIQUE ET LA DURABILITÉ. ”

## De la part de notre PDG



Alors que la majeure partie du monde émerge enfin de la pandémie, c'est avec un grand plaisir et un optimisme encore plus grand que je vous fais part de mes réflexions. Pour nombre d'entre nous, les seize derniers mois ont été très difficiles, mais je suis convaincu que la deuxième partie de 2021 nous apportera de nombreux aspects positifs.

Notre secteur a toujours fait preuve d'une résilience particulière et je peux dire, en observant les six derniers mois d'activité, qu'il en est toujours ainsi.

Après avoir travaillé aux côtés de notre précédent PDG depuis 2008, Paolo Braguzzi m'a récemment passé le témoin

afin de poursuivre ce voyage aux commandes du Groupe Davines, initié par la famille Bollati en 1983.

Quel honneur ! Nous avons toujours été pionniers de la durabilité et nous avons résolument obtenu d'importants résultats au fil des années. Mais cette nouvelle fonction me fait prendre conscience de la longue route que nous avons encore à parcourir. La durabilité est en évolution constante et nous nous fixons sans cesse de nouveaux objectifs ambitieux, qu'il s'agisse des émissions de CO2, des emballages ou des ingrédients.

Nous avons déjà obtenu d'importants résultats dans notre ambition de contenir notre impact sur le climat, mais nous plaçons aujourd'hui la barre plus haute avec notre engagement à atteindre l'objectif Net Zero d'ici 2030.

Le changement climatique constitue aujourd'hui une urgence absolue, qui concerne chacun de nous. Ainsi, nous nous engageons à réduire nos émissions conformément à la trajectoire de 1,5 °C, même si nous prévoyons une croissance de l'entreprise et de ses activités au cours des années à venir. Nous continuerons également à neutraliser nos émissions résiduelles à travers des projets de séquestration de la CO2 avec des partenaires sélectionnés.

**Nous avons déjà obtenu d'importants résultats dans notre ambition de contenir notre impact sur le climat, mais nous plaçons aujourd'hui la barre plus haute par notre engagement à atteindre l'objectif « net zero » d'ici 2030. Le changement climatique constitue aujourd'hui une urgence absolue, qui concerne chacun de nous.**

Nous devons réduire nos émissions, mais également contribuer au renouvellement des ressources naturelles. Ainsi, nous avons récemment décidé d'investir du temps, de l'énergie et des ressources pour soutenir des pratiques d'agriculture régénératrice, capables de séquestrer le CO2 dans le sol, de favoriser la biodiversité et d'améliorer la qualité des ingrédients.

Concernant les emballages, nous n'avons pas encore la réponse idéale. Bien que les contenants en aluminium soient recyclables à l'infini, leur production émet près de deux fois plus de carbone dans l'atmosphère que des contenants similaires en plastique.

Le verre non plus n'est pas nécessairement la solution idéale : il est lourd et son transport exige donc une consommation d'énergie supérieure à celle de matériaux plus légers, tels que le plastique ou l'aluminium.

C'est le dilemme auquel nous sommes confrontés quotidiennement. Ainsi, comme nous l'avons fait pour les émissions, nous lancerons cette année un programme de collecte du plastique dispersé.

La solution viendra peut-être de nos nouveaux shampoings solides récemment mis sur le marché, emballés dans une simple feuille de papier certifié FSC.

Enfin, pour ce qui est de nos ingrédients, nous visons à améliorer leur niveau de traçabilité. Il s'agit d'un défi de poids malgré le soutien important de nos fournisseurs.

Dans tous les cas, comme vous pourrez le lire dans ce sixième Rapport de Durabilité du Groupe, nous nous engageons à affronter le défi en relevant une fois encore notre niveau de transparence, reflet de nos valeurs fondatrices d'honnêteté et d'intégrité. Le Groupe Davines s'est toujours démarqué et continuera de le faire de la tendance croissante du greenwashing.

PDG

Anthony Molet

# Éléments clés

Fondé en Italie en 1983, le Groupe Davines est d'abord un petit laboratoire de recherche, qui se développera ensuite pour devenir une entreprise internationale certifiée B Corp, répondant aux plus hautes exigences de durabilité. Au fil des années, nous sommes restés une entreprise familiale et depuis 2006, nous nous consacrons à la création de formules professionnelles qui privilégient les ingrédients naturels et visent à réduire notre impact sur la planète.

**117,4**  
score B Corp

Les entreprises B Corp s'efforcent de réduire les inégalités, d'abaisser les niveaux de pauvreté, de protéger et **régénérer les ressources naturelles** et l'environnement, de développer des **communautés plus fortes** et de créer de **meilleurs emplois** en termes de qualité, de dignité et d'objectif.

**83 %**  
d'ingrédients d'origine naturelle  
dans nos formules

Nous œuvrons en permanence pour **accroître** le pourcentage d'ingrédients d'origine naturelle dans nos produits, tout en conservant leurs hauts niveaux de **performance**. Pour en savoir plus sur notre engagement, rendez-vous à [page 14](#).

**27 %**  
du chiffre d'affaires généré par  
des produits auxquels nous  
appliquons l'analyse LCA

L'analyse LCA nous permet d'évaluer l'**incidence quantitative sur l'environnement** associée à toutes les phases du **cycle de vie** de nos produits. Pour en savoir plus sur notre engagement, rendez-vous à [page 13](#).

## Circularité

**0 % des déchets de la production envoyés en déchetterie**

Dans la plus grande mesure du possible, les déchets produits par notre site de production sont envoyés au **recyclage** ou à la **récupération** par thermovalorisation. Pour en savoir plus sur la gestion de nos déchets, rendez-vous à [page 15](#).

**631 tonnes** de plastique économisées depuis 2014

Grâce à la mise en œuvre des **principes d'écoconception** sur les emballages primaires, secondaires et tertiaires, nous avons considérablement réduit la quantité de matériau utilisé dans nos emballages. Pour en savoir plus, rendez-vous à [page 16](#).

**59 % d'emballages en plastique recyclés ou biosourcés**

Nous réduisons chaque année la part de nos emballages en plastique vierge sur le total de nos emballages en plastique, en trouvant des alternatives plus compatibles avec nos **principes d'écoconception**. Pour en savoir plus, rendez-vous à [page 16](#).

## Décarbonisation

**-43 % d'émissions de CO<sub>2</sub>eq**

En 2020, par rapport à l'année précédente, nous avons réduit de 369,6 tonnes nos émissions de CO<sub>2</sub>eq Scope 1+2. Nous sommes une entreprise **neutre en carbone** depuis 2018 et nous œuvrons pour atteindre l'objectif **Net Zero d'ici 2030**. Pour en savoir plus sur notre engagement, rendez-vous à [page 19](#).

**99 % d'énergie électrique issue de sources renouvelables**

Sur notre site de Parme, nous utilisons **100 % d'électricité issue de sources renouvelables** depuis 2006 et d'énergie thermique renouvelable depuis 2018. La transition est en cours dans le reste de nos filiales. Pour en savoir plus sur notre consommation d'énergie, rendez-vous à [page 24](#).

## Biodiversité

**73 % d'ingrédients hautement biodégradables dans nos formules**

Cette biodégradabilité accrue contribue à une **réduction de la bioaccumulation** et donc à la **préservation** de l'environnement et de ses habitants.

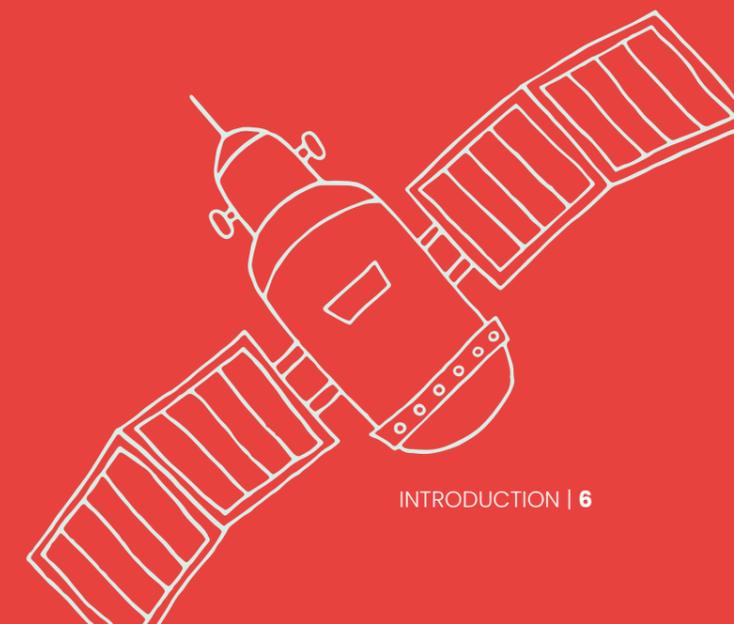
**11 ingrédients de Sentinelles Slow Food dans nos formules**

Depuis 2014, nous achetons des ingrédients de Sentinelles Slow Food, pour **soutenir** les familles d'agriculteurs italiens qui **préservent les cultures traditionnelles**, contribuant ainsi à la création de nouvelles Sentinelles pour protéger la **biodiversité**. Pour en savoir plus sur nos projets, rendez-vous à [page 27](#).

## Promotion de B Corp

**10 entreprises partenaires certifiées B Corp depuis 2016**

Depuis 2016, nous encourageons et soutenons nos **partenaires internationaux** (fournisseurs, distributeurs et salons) dans l'obtention de la certification **B Corp**. Pour en savoir plus sur nos partenaires certifiés, rendez-vous à [page 32](#).



# Notre engagement

## LA DURABILITÉ : UN VOYAGE SANS FIN

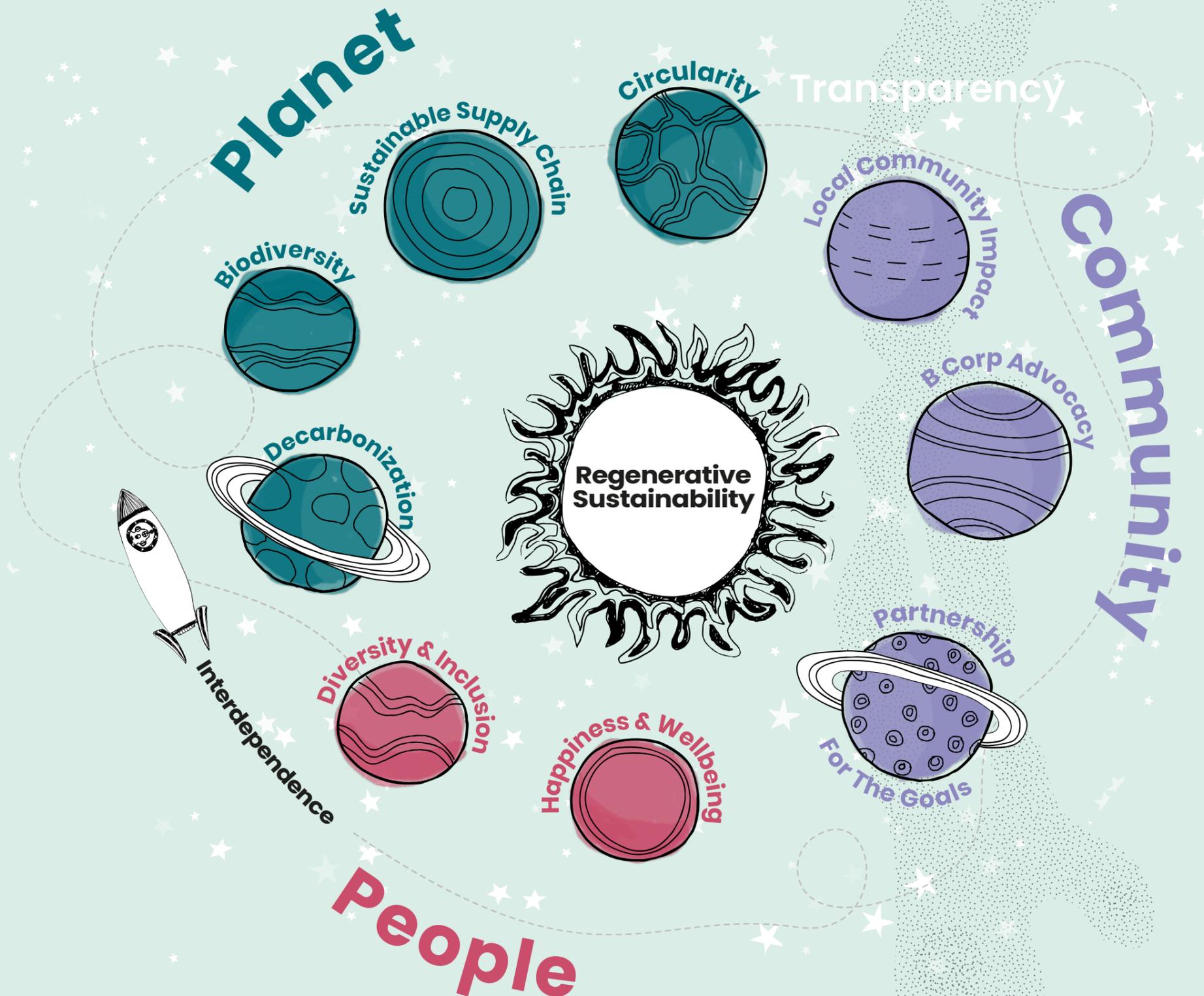
Le Groupe Davines est engagé depuis plus de 15 ans pour la durabilité, avec une **implication croissante** devenue de plus en plus **holistique** et intégrée. Au fil des années, nous avons ressenti le besoin de définir clairement nos objectifs et notre champ d'action. Aujourd'hui, nous avons choisi de représenter notre **approche stratégique** de la durabilité à travers un **système planétaire**, le « Davines Group Sustainability EcoSystem », qui symbolise l'harmonieuse interconnexion qui lie nos projets entre eux et qui renforce leur impact.

Au centre de cette approche se trouve le concept de DURABILITÉ RÉGÉNÉRATRICE, comme un soleil autour duquel tout gravite, basé sur la conscience que l'heure est venue d'abandonner **l'approche basée sur l'exploitation**, qui a appauvri nos ressources naturelles, en faveur d'une **approche régénératrice** à même de garantir un avenir aux prochaines générations.

Autour du Soleil se trouvent neuf planètes, nos domaines stratégiques, subdivisés selon les 3 sphères du modèle B Corp : PERSONNES, PLANÈTE et COMMUNAUTÉ

Le vaisseau spatial INTERDEPENDENCE voyage dans ce système et relie les planètes entre elles. L'**interdépendance** est une valeur fondamentale qui constitue la base opérationnel des entreprise du mouvement B Corp, conscientes qu'une approche intégrée suscite un impact amplifié.

Enfin, tout le système est marqué par le principe de TRANSPARENCE, une **responsabilité** que nous avons choisi d'assumer pour protéger nos parties prenantes. En tant qu'entreprise B Corp, nous partageons en effet ouvertement l'évolution et les résultats de chacun de nos projets, qu'ils soient couronnés de succès ou qu'ils mettent en évidence des axes d'amélioration. Nous espérons que le « Davines Group Sustainability EcoSystem » pourra vous inspirer et vous guider à travers cette découverte de notre Rapport de Durabilité 2020/21.



## UN VOYAGE EXTRAORDINAIRE EXIGE UN MOYEN DE TRANSPORT SPÉCIAL

La gestion de la durabilité est l'un des éléments distinctifs du modèle organisationnel du Groupe Davines.

Au lieu de concentrer cette fonction dans un seul département, nous avons privilégié une **approche intégrée** donnant priorité à la **participation active** de tous les départements du Groupe.

Ainsi, chacun peut faire la différence, en alimentant le groupe de travail de ses connaissances, de ses capacités et de ses intuitions.

Il s'agit d'un choix inhabituel, qui nous permet de **renforcer nos idées**, de diversifier les types de projets mis en œuvre et d'accroître leurs probabilités de succès. Nous croyons en effet que le **partage de l'engagement et des responsabilités** peuvent accroître les effets des résultats obtenus.

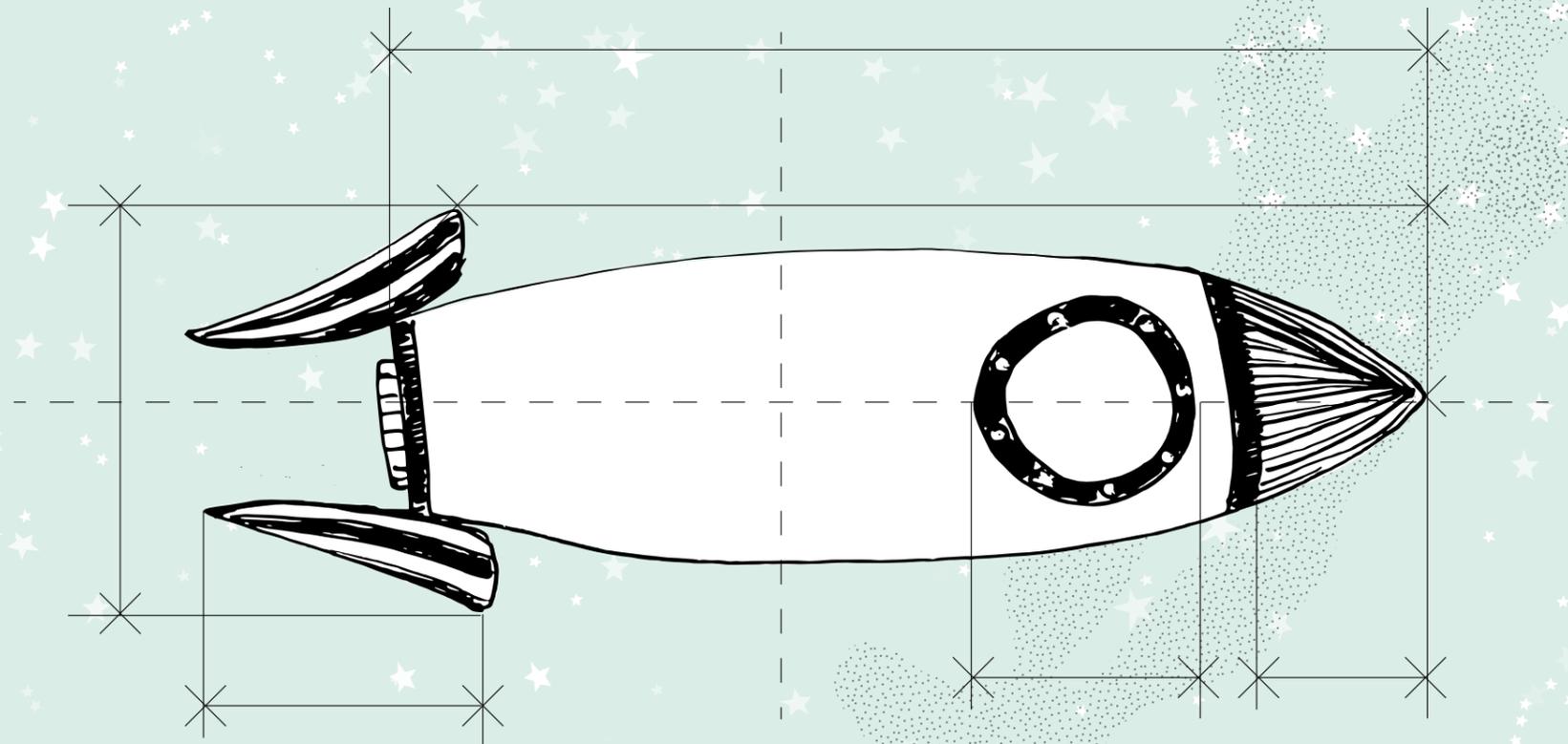
Notre approche intégrée de la durabilité ne s'est pas créée en un jour et est née de deux fondements essentiels.

Tout d'abord, notre département de durabilité est sous la responsabilité directe du PDG ; il contribue à la définition de la stratégie de l'entreprise.

Nous avons ainsi la certitude que les valeurs et les objectifs de durabilité sont intégrés dès le départ dans les choix de l'entreprise.

Nous avons également constitué une équipe transversale interne à l'entreprise, les « **activateurs du développement durable** » qui, au-delà de leur fonction, s'engagent à faire participer toute l'entreprise en réalisant les objectifs de durabilité.

Chaque jour, depuis des années, nous nous efforçons de **concrétiser** la valeur de la durabilité en entreprise en favorisant la **participation active** de tous les collaborateurs et en investissant dans la formation pour renforcer l'implication.



# Nos performances

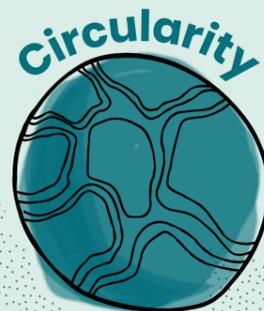
## Personnes

NOUS FAVORISONS UN ENVIRONNEMENT SOCIAL DE CROISSANCE ET DE RÉALISATION POUR NOS COLLABORATEURS, DANS LE MONDE ENTIER.



## Planète

NOUS MESURONS NOTRE IMPACT, AVEC L'AMBITION DE POUVOIR DEVENIR UNE ENTREPRISE À IMPACT POSITIF.



## Communauté

NOUS SOUTENONS LA VITALITÉ ET LA RÉSILIENCE DES COMMUNAUTÉS LOCALES DANS LESQUELLES NOUS VIVONS ET TRAVAILLONS.



**Nota bene** : cette année, nous avons choisi de subdiviser nos projets et nos indicateurs de performances en termes de durabilité pour refléter la structure du nouveau « Davines Group Sustainability EcoSystem », raison pour laquelle nombre d'entre eux ne se trouveront pas dans la même section que celle où ils se trouvaient habituellement auparavant.

# Personnes



## Résultats 2020

### ⊗ Report de mise en œuvre d'une politique de télétravail post-pandémie. /ITALIE/

L'objectif de redéfinition et de mise en œuvre d'une politique de télétravail « après-COVID-19 » n'a pas pu être atteint en raison de la prolongation de l'état d'urgence. L'entreprise a donc renouvelé la politique créée en phase de confinement, invitant tous les collaborateurs dont la fonction le permet à télétravailler autant que possible.

### ⊗ 95,2 % des manager à tous les niveaux de l'organisation du siège de Parme, avec des objectifs de durabilité contenus dans leur « Programme d'évaluation des performances ». /ITALIE/

Le pourcentage de manager à temps plein ayant reçu une évaluation de leurs performances qui inclut des objectifs de durabilité a été de 95,2 %, contre un objectif de 100 %. Plus précisément, ce chiffre comprend la totalité des dirigeants du siège de Parma et des filiales. L'objectif de durabilité de l'année 2020, partagé par tous les manager a été centré sur le volet social.

### ⊗ 48,6 % des manager à tous les niveaux de l'organisation du siège de Parme avec un énoncé de mission contenant une référence à la durabilité. /ITALIE/

L'objectif de 100 % des manager du siège de Parme avec un énoncé de mission contenant une référence à la durabilité n'a pas été atteint en raison d'importants changements organisationnels, survenus en 2020, qui ont retardé sa réalisation. L'objectif est reporté à l'année 2021.

## Objectifs 2021

### GROUPE

Renforcer notre impact positif en termes de diversité et d'inclusion, en formant à l'inclusivité tous les collaborateurs de l'entreprise.

Définir et mettre au point un programme visant à améliorer le bien-être des collaborateurs et favoriser un meilleur équilibre entre vie personnelle et professionnelle.

Élargir notre offre de formation pour le développement professionnel et personnel et garantir son accessibilité à l'ensemble des collaborateurs du Groupe, à travers notre nouveau projet Learning Hub.

### ITALIE

Atteindre l'objectif de 100 % des manager à tous les niveaux de l'organisation (dirigeants, cadres et employés de direction) du siège de Parme avec un énoncé de mission contenant une référence à la durabilité.



# Diversité et inclusion

Ce domaine stratégique inclut toutes les pratiques visant à améliorer l'inclusion au sein de l'entreprise, à favoriser l'expression de la diversité et à l'apprécier en tant que valeur ajoutée.

## QUI SONT NOS COLLABORATEURS

- » 63,7 % de femmes
- » 36,3 % d'hommes
- » 40 ans d'âge moyen
- » 250 collaborateurs de nationalité non italienne
- » 7,5 ans d'ancienneté moyenne dans l'entreprise

## 56,1 % des postes d'encadrement\* occupés par des femmes



**100 % des collaborateurs n'occupant pas des postes d'encadrement\* ont bénéficié d'une prime de résultat (siège italien uniquement)**

\*sont considérés comme occupant des postes d'encadrement les dirigeants, les cadres et les employés de direction.

## 120 collaborateurs ayant suivi une formation spécifique sur l'inclusion et la diversité

### COMITÉ POUR LA DIVERSITÉ, L'ÉQUITÉ ET L'INCLUSION (DEI)

#### Description du projet

Notre équipe nord-américaine a constitué un Comité DEI pour favoriser la diversité, l'équité et l'inclusion et promouvoir l'égalité des chances au travail à travers la mise en œuvre de pratiques en leur faveur et la création d'objectifs ciblés.

#### Zone d'influence

Amérique du Nord.

#### Parties prenantes impliquées

Filiale nord-américaine et ses parties prenantes

#### Indicateurs de performance

13 membres issus de différents départements, 4 assemblées, 2 heures de formation pour chacun des 60 collaborateurs.

## 134 manager ont reçu une formation sur la Charte Éthique

### FORMATION CHARTE ÉTHIQUE

#### Description du projet

Nous avons sensibilisé et formé nos manager dans le monde entier aux valeurs de notre Charte Éthique et à la manière de les traduire en comportements pour soutenir notre entreprise dans son engagement pour leur réalisation.

#### Zone d'influence

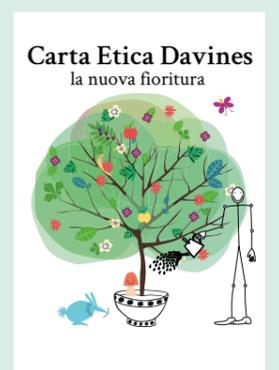
Monde.

#### Parties prenantes impliquées

Tous les manager du Groupe.

#### Indicateurs de performance

7 heures de formation par manager en moyenne.





# Bonheur et bien-être

Ce domaine stratégique inclut tous les projets en faveur du bonheur et du bien-être collectif et individuel, conscient de la forte corrélation existant entre ce thème et celui de l'environnement, ainsi que de son importance dans la construction d'un nouveau modèle holistique de développement durable.

## 64 % de collaborateurs « satisfaits » ou « engagés » (Index Davines)

### WORLD HAPPINESS REPORT ET SCIENCE & ETHICS FOR HAPPINESS

#### Description du projet

Pour la deuxième année consécutive, nous avons participé au groupe de travail Science & Ethics for Happiness et soutenu la publication du World Happiness Report. En 2020, ce rapport s'est concentré sur le COVID-19 et ses conséquences sur le bien-être des individus et des communautés.

#### Zone d'influence

Monde.

#### Parties prenantes impliquées

Communauté (états, institutions publiques et privées, particuliers).

#### Indicateurs de performance

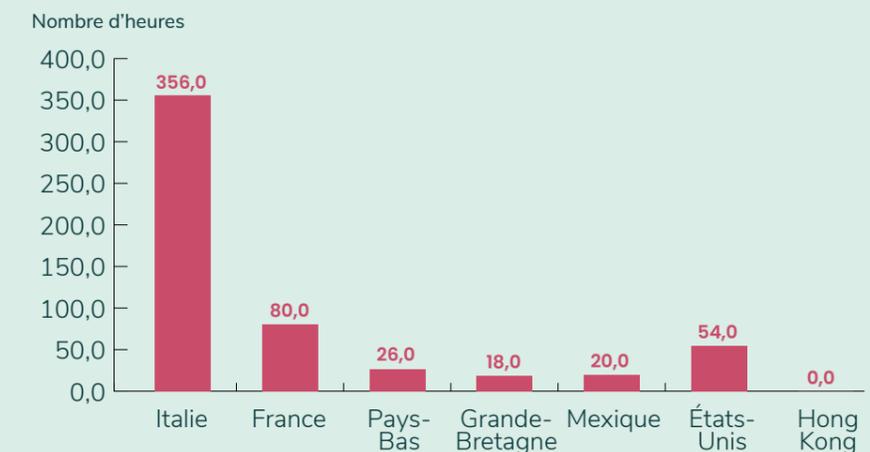
Plus de 150 pays classés selon le bonheur de leurs citoyens.



## 83 % des collaborateurs ont accès à notre plateforme de santé Davines care (siège italien uniquement)

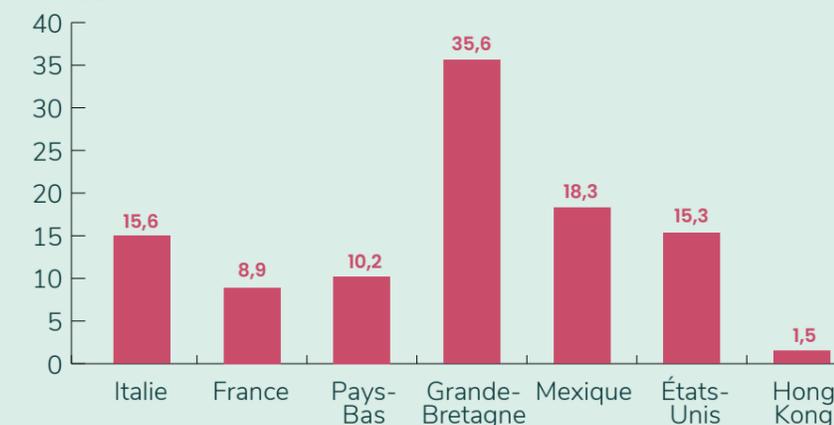
Pourcentage calculé sur la totalité des collaborateurs. L'accès à la plateforme est permis uniquement à ceux qui ont passé avec succès la période d'essai et sont sous contrat à durée indéterminée au 1er janvier de chaque année, à l'exclusion des dirigeants.

## 554 heures de travail rémunérées pour le bénévolat d'entreprise\*



\*activités de bénévolat réalisées pendant les heures de travail rémunéré, telles que des dons de sang ou le reboisement (parmi les nombreuses activités de 2020).

## 16,8 heures par an consacrées en moyenne à la formation par collaborateur



### LEARNING HUB

#### Description du projet

Davines Learning Hub vise à offrir aux collaborateurs des parcours de formation structurés, cohérents avec les objectifs à long terme définis dans la Mission de l'entreprise. La plateforme, qui a la fonction de Corporate University, est constamment mise jour et présente toutes les formations proposées par l'entreprise.

#### Zone d'influence

Monde.

#### Parties prenantes impliquées

Toute la population de l'entreprise.

#### Indicateurs de performance

Accès à la plateforme par 100 % des collaborateurs.

### DAVINES MEXIQUE HEALTH TALK

#### Description du projet

Pour favoriser le bien-être des collaborateurs pendant la pandémie, Davines Mexique a organisé cinq Health Talk en ligne avec des spécialistes pluridisciplinaires qui leur ont délivré des conseils de vie pour un bon équilibre, mental et physique.

#### Zone d'influence

Mexique.

#### Parties prenantes impliquées

Filiale mexicaine.

#### Indicateurs de performance

5 heures de formation, participation de 86 % des collaborateurs.

# Planète



## Résultats 2020

### 📌 27,5 % du chiffre d'affaires généré par des produits auxquels nous appliquons l'analyse LCA. /GROUPE/

Nous avons atteint l'objectif d'augmentation du pourcentage de produits (en chiffre d'affaires) sur lesquels l'analyse Life Cycle Assessment a été appliquée sur l'ensemble du cycle de vie. En 2019 le pourcentage vérifié était en effet de 25,9 %, au lieu des 34 % indiqués de façon erronée dans le précédent Rapport de Durabilité.

### [📌] Définition d'un programme subdivisé en quatre piliers pour atteindre l'objectif Net Zero d'ici 2030. /GROUPE/

L'objectif de définition d'une feuille de route pour atteindre l'objectif Net Zero d'ici 2030 n'a été que partiellement atteint parce qu'il a évolué, parallèlement à nos connaissances en la matière, jusqu'à la création d'un programme plus complexe, subdivisé en quatre piliers fondamentaux : « mesurer et contrôler », « réduire », « neutraliser » et « impliquer ». En 2020, nous avons beaucoup travaillé sur le premier pilier, en calculant une part plus importante de nos émissions indirectes (Scope 3) et en planifiant le calcul progressif de la part restante de l'empreinte carbone de l'entreprise.

### 📌 Augmentation de 3,6 % des emballages réalisés avec du plastique biosourcé ou recyclé, par rapport à l'année précédente. /GROUPE/

En 2020, 59,4 % des matériaux de nos emballages en plastique sont biosourcés ou recyclés. L'objectif a été atteint, mais l'engagement de l'entreprise à réduire davantage l'utilisation de plastique vierge issu de sources fossiles se poursuit.

## Objectifs 2021

### GROUPE

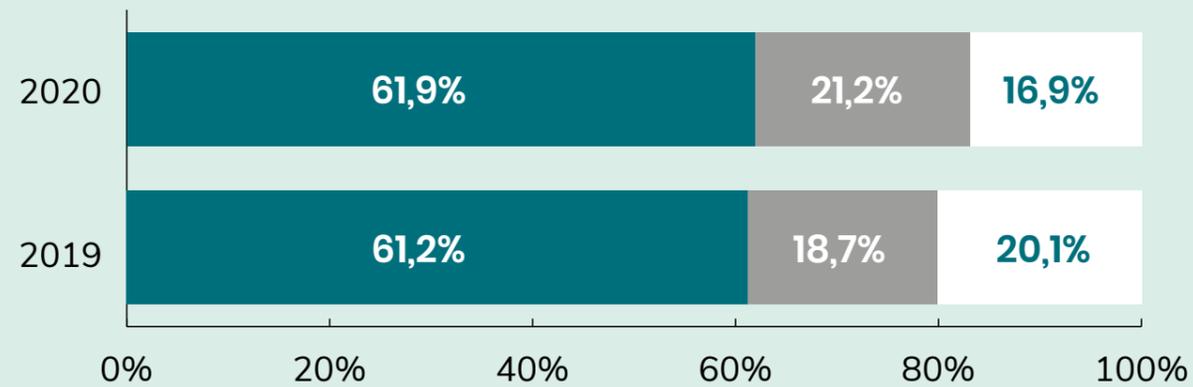
Atteindre 50 % du chiffre d'affaires généré par des produits auxquels nous appliquons l'analyse LCA.

Créer une alliance pour la recherche et la formation sur l'agriculture biologique régénératrice, pour le développement d'une nouvelle filière durable dans le secteur de la beauté.

Définir un plan d'action structuré en étapes concrètes pour chaque pilier essentiel à l'atteinte de l'objectif zéro émission nette d'ici 2030.

Limiter notre empreinte plastique en empêchant le déversement de 100 tonnes de plastique dans l'océan.

## Ingrédients naturels



Sur la quantité totale d'ingrédients achetés (kg)

- ingrédients naturels, y compris biologiques certifiés
- ingrédients naturels modifiés
- ingrédients synthétiques

### CRITÈRE DE NATURALITÉ DAVINES

En 2018, nous avons choisi de créer un critère pour la classification des ingrédients d'origine naturelle, en nous inspirant de la philosophie de durabilité et de transparence de l'entreprise. Le critère du Groupe Davines est plus restrictif que la norme habituellement employée, ISO 16128, puisqu'il n'admet aucun ingrédient contenant une part synthétique. Pour nous, un ingrédient est défini comme d'origine naturelle seulement si 100 % de sa structure moléculaire est d'origine naturelle et s'il provient exclusivement de procédés de transformation durable.

## PIGMENT NATUREL – JAGUA

### Description du projet :

Pour la nouvelle ligne Heart of Glass, notre laboratoire de R&D a créé une alternative innovante aux colorants synthétiques en utilisant un pigment 100 % naturel extrait de la Jagua (Genipa Americana), fruit originaire des forêts tropicales. Le pigment naturel a été acheté par une entreprise colombienne engagée dans le soutien des communautés locales, la préservation de la biodiversité, le respect des connaissances traditionnelles et le partage équitable des bénéfices du commerce sur toute la chaîne d'approvisionnement.

### Zone d'influence

Colombie, Parme.

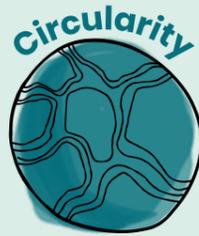
### Parties prenantes impliquées

Fournisseurs, R&D Davines, clients finaux.

### KPI

Création d'un colorant indigo naturel.

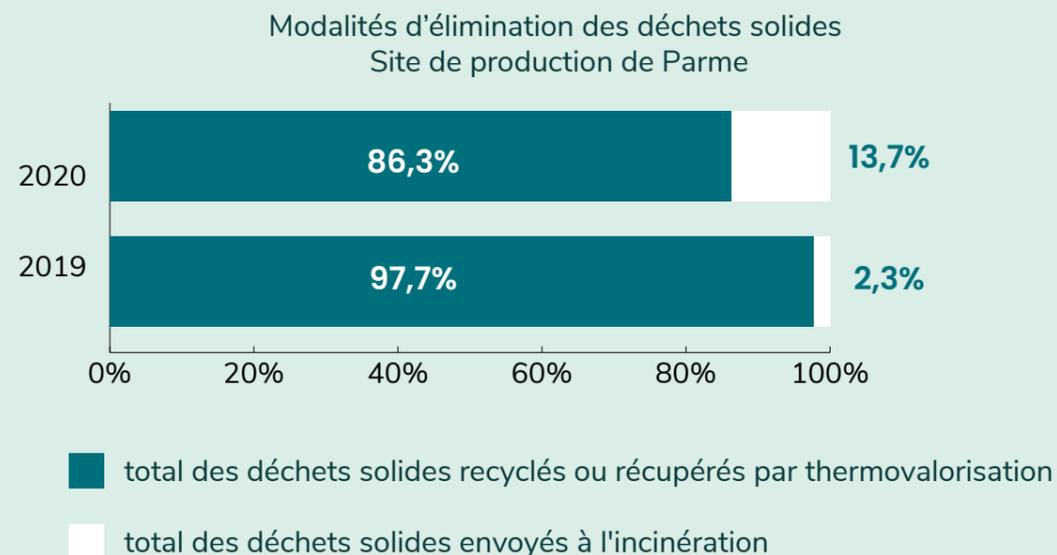




# Circularité

Ce domaine stratégique concerne l'économie circulaire, basée sur la réduction de l'utilisation de matériaux dans la plus grande mesure du possible et, lorsque c'est impossible, leur réutilisation ou leur recyclage. La circularité nous met au défi de repenser nos actions et d'abandonner l'approche linéaire « prendre, utiliser, éliminer » en faveur d'une approche régénératrice.

## 0 % des déchets de la production envoyés à la déchetterie



## PROJET PILOTE « TAKE BACK »

### Description du projet

En septembre 2020, en collaboration avec Green Circle Salons, nous avons lancé un programme pilote pour le recyclage des emballages vides de nos produits. Collectés dans des conteneurs spécialement prévus, les emballages vides des salons adhérents et de leurs clients sont retirés et voués à une nouvelle vie à travers le recyclage.

### Zone d'influence

Amérique du Nord.

### Parties prenantes impliquées

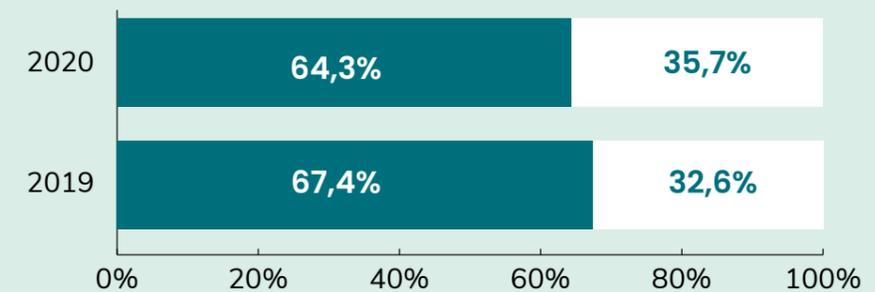
Salons Davines Sustainable Beauty Partner et consommateurs finaux.

### Indicateurs de performance

38 salons participants, 5 conteneurs restitués et analysés, 52 kg de plastique collecté en juin 2021.



## Emballage issu de sources renouvelables



Sur la quantité totale de matériaux d'emballage primaire, secondaire et tertiaire achetés (kg).

- emballage issu de sources renouvelables (papier, plastique biosourcé)
- emballage issu de sources non renouvelables (plastique vierge et recyclé, acier, aluminium, verre)

## ÉCOCONCEPTION POUR NOS EMBALLAGES

### Description du projet

Le Groupe Davines a participé au concours pour l'écoconception lancé par CONAI en présentant deux projets dans lesquels un emballage 100 % PET vierge issu de sources fossiles a été remplacé par un emballage en PET recyclé post-consommation. Les produits phares de cette refonte sont The Circle Chronicles version professionnelle et le lait solaire Sun Soul Milk SPF 30 et SPF 10.

### Zone d'influence

Italie.

### Parties prenantes impliquées

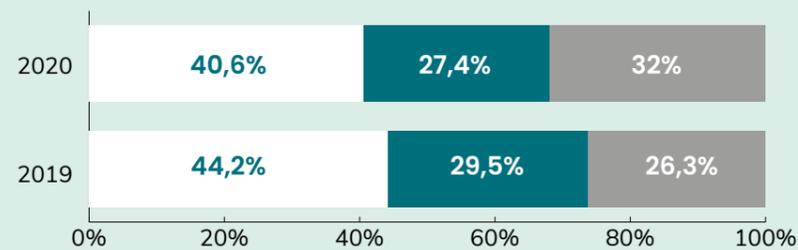
Davines R&D, fournisseurs.

### Indicateurs de performance

Pot professionnel de « The Circle Chronicles » et flacon de lait Sun Soul Milk SPF 30 et SPF 10 composés respectivement de 90 % et 96 % de PET recyclé post-consommation.



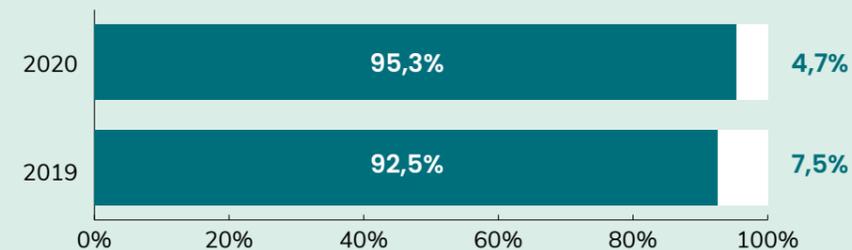
## Emballage en plastique



Sur la quantité totale de matériaux d'emballage en plastique primaire, secondaire et tertiaire achetés (kg).

- emballage en plastique vierge
- emballage en plastique recyclé
- emballage en plastique biosourcé

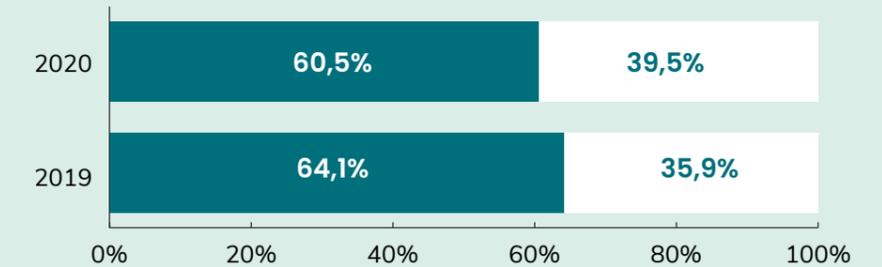
## Emballage en papier et carton



Sur la quantité totale de matériaux d'emballage en papier et carton secondaire et tertiaire acheté (kg)

- papier et carton en matériau recyclé
- papier et carton en matériau vierge

## Emballage en matériau recyclé



Sur la quantité totale de matériaux d'emballage primaire, secondaire et tertiaire acheté (kg).

- matériau recyclé (papier, carton, plastique et verre)
- matériau non recyclé (papier, carton, plastique et verre)

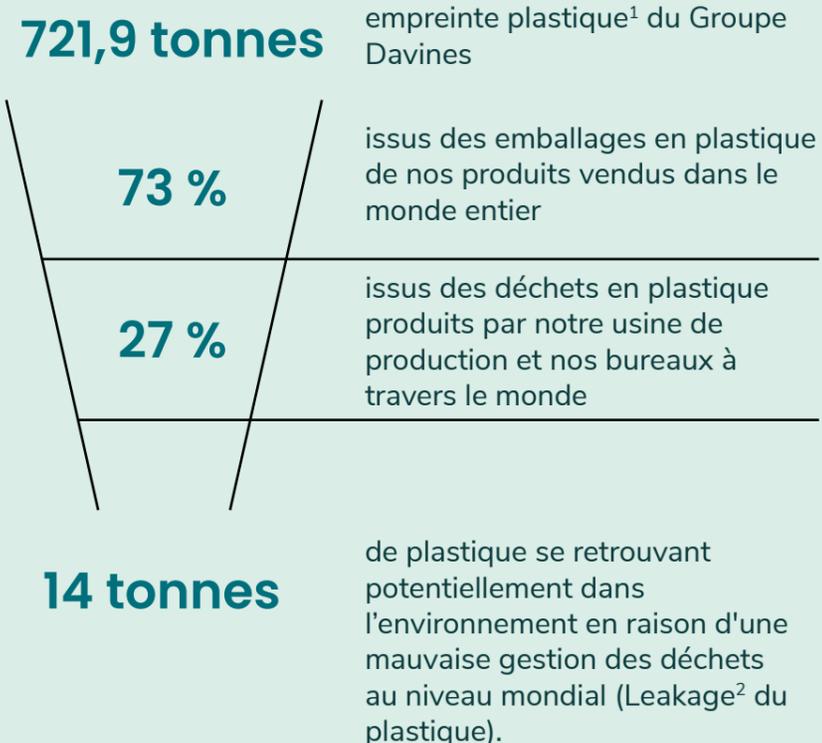
**630,8 tonnes**  
quantité de plastique économisée depuis 2014, grâce à la mise en œuvre des principes d'écoconception, dont :

**15,9 %**  
dérivés de la réduction du poids des emballages

**84 %**  
dérivés du passage du plastique au plastique recyclé

**0,1 %**  
dérivés de l'élimination de composants de l'emballage

## Notre empreinte plastique



Considérant l'importance croissante de la pollution par le plastique dans notre société, nous avons fait le choix d'augmenter nos efforts en la matière. Depuis 2014, nous avons identifié et mis en œuvre des mesures d'atténuation afin de réduire la quantité de plastique que nous utilisons dans nos emballages, en ayant toujours à l'esprit les choix dictés par l'économie circulaire. Plus récemment, nous avons regroupé les efforts initiés il y a plusieurs années et réalisé une comptabilité transparente de notre empreinte plastique. Après une analyse approfondie, nous avons évalué notre empreinte plastique à 721,9 tonnes en 2020. 27 % de cette quantité sont issus de déchets plastiques produits par notre établissement de production et par nos bureaux dans le monde entier, et 73 % sont issus des emballages en plastique des produits que nous vendons.

<sup>1</sup> Calculée selon les lignes directrices « Guidelines for Corporate Plastic Stewardship » publiées en février 2021 par 3R Initiative, EA, South Pole et Quantis. Selon la méthodologie utilisée, le calcul tient compte des catégories de plastiques suivantes : Upstream-operational, operational, operational-downstream.

<sup>2</sup> Calculé selon la méthodologie « Plastic Leak Project – Methodological guidelines » publiée en 2020 par Quantis et EA (mentionné dans le document indiqué au point 1), et considérant uniquement les macroplastiques.

## Projet de collecte de plastique

À l'automne 2021, nous lancerons un projet de collecte de plastique avec un partenaire spécialisé, leader à l'échelle internationale. Notre but est de lutter contre la pollution marine en empêchant le déversement de 100 tonnes de plastique dans les océans, tout en contribuant à l'amélioration de la qualité de vie des populations locales.

Le plastique, dénommé « ocean-bound plastic », sera collecté dans des territoires situés à un maximum de 50 km des côtes, dans certains des pays où nous sommes présents et qui sont les plus fortement touchés par cette forme de pollution.

Tout le plastique sera collecté à la main par des organisations locales, puis trié par couleur et par type, pour être ensuite recyclé. Ainsi, nous contribuerons à la construction d'une économie plus circulaire, en donnant une seconde vie à ces matériaux. Nous pourrions également générer des bénéfices sociaux en améliorant la qualité de vie des travailleurs locaux participants qui seront rémunérés et récompensés pour ces activités.



## OCEAN KEEPER

### Description du projet

Lancée en 2019, cette campagne annuelle vise à accroître l'attention portée à la pollution et à sensibiliser à la préservation des océans. L'édition 2020 a permis la réalisation d'activités de nettoyage des plages, de sensibilisation sur les réseaux sociaux et, dans les salons, la mise en place d'activités de recyclage de bouteilles en plastique et de collectes de fonds.

### Zone d'influence

Continent asiatique.

### Parties prenantes impliquées

Salons Davines, collaborateurs Davines, distributeurs Davines, WWF, communauté.

### Indicateurs de performance

83 salons participants, 1 090 clients finaux touchés, 106 participants à l'activité de nettoyage bénévole des plages, 73 484 \$ de dons au WWF.



## NETTOYAGE DE LA LAGUNE ET DE LA PLAGE AVEC WIPS

### Description du projet

En collaboration avec la West Coast International Primary School (WIPS), notre distributeur de l'île Maurice a contribué à l'organisation d'une journée de nettoyage des plages locales. Pour prolonger les bénéfices de l'initiative, des panneaux ont été installés afin d'encourager la population à ne pas jeter de déchets dans la nature.

### Zone d'influence

Île Maurice.

### Parties prenantes impliquées

Distributeur [ confort zone ], WIPS, RSVP Group, Rituals Spa, Vitamin Sea, communauté.

### Indicateurs de performance

109 participants, 783 kg de déchets collectés, 4 heures de bénévolat.



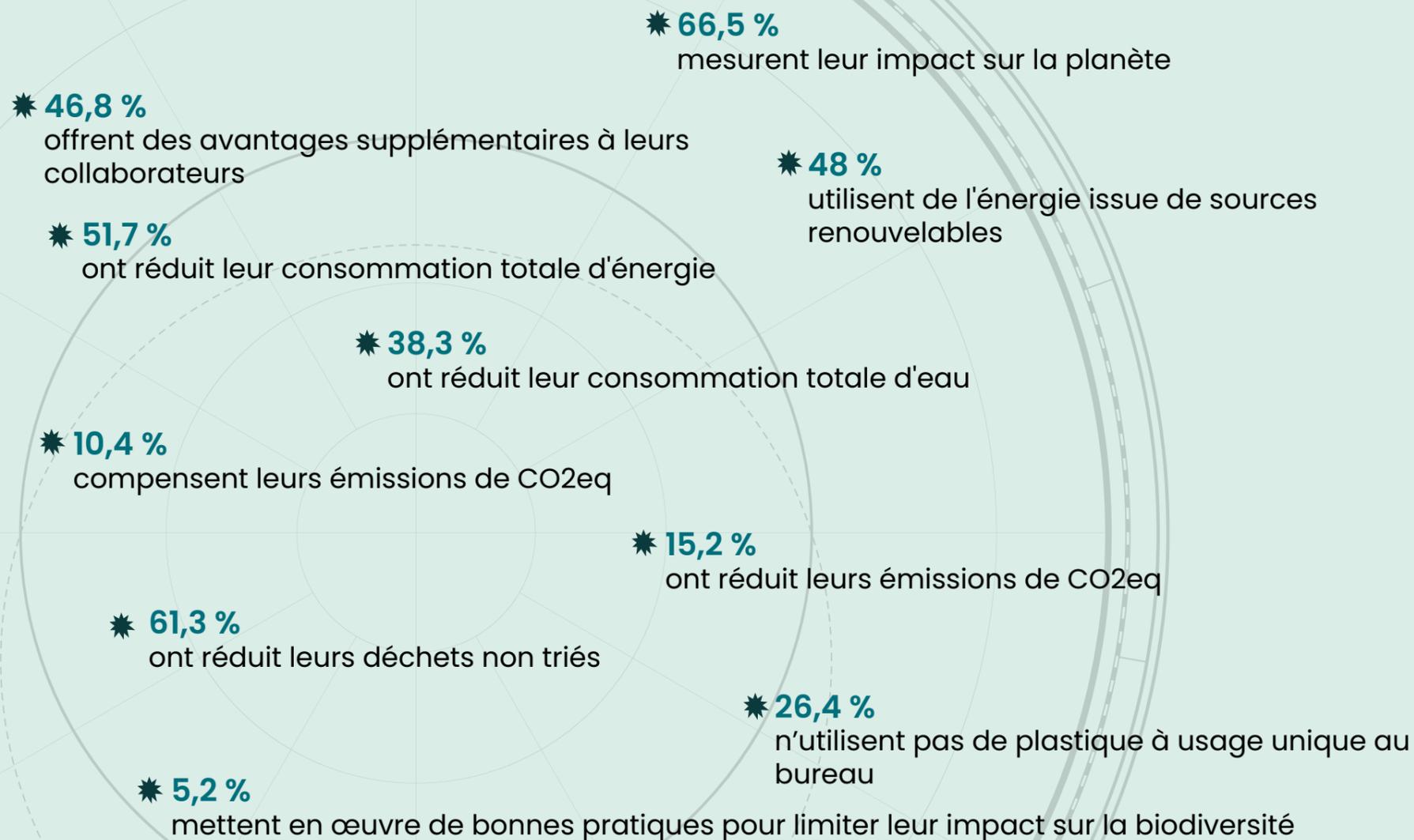


# Filière durable

Lorsque l'on pense au développement de produits durables, la chaîne d'approvisionnement est un élément central. Depuis le choix de fournisseurs partageant nos valeurs et l'intérêt à utiliser le business comme force positive, jusqu'au respect de pratiques d'approvisionnement plus transparentes et moins impactantes.

## Qui sont nos collaborateurs

### 356 fournisseurs et sous-traitants appliquent un code de conduite éthique dans leur travail



Données calculées sur la base des déclarations des fournisseurs ayant complété notre questionnaire annuel sur la durabilité. En 2020, 57,4 % de nos fournisseurs (en valeur) ont collaboré à l'enquête en complétant le questionnaire.

## SUPPLIER SUSTAINABILITY WORKSHOP

### Description du projet

Depuis 2019, nous organisons chaque année un atelier sur la durabilité, destiné aux fournisseurs désireux d'adopter des pratiques durables susceptibles d'améliorer leur impact positif. Le dernier atelier a porté sur l'empreinte carbone, la certification B Corp et l'importance de l'interdépendance dans la construction d'une filière durable.



### Zone d'influence

Italie.

### Parties prenantes impliquées

Départements des achats et de la durabilité de Davines, fournisseurs.

### Indicateurs de performance

117 participants, 98 fournisseurs impliqués.



# Décarbonisation

Ce domaine stratégique inclut l'ensemble des activités et des projets visant à réduire et absorber notre empreinte carbone.

## Net Zero d'ici 2030

**Le 11 décembre 2019 le Groupe Davines, avec plus de 500 autres entreprises B Corp, s'est publiquement engagée à accélérer la réduction de ses émissions de gaz à effet de serre pour atteindre l'objectif de zéro émission nette d'ici 2030, avec 20 ans d'avance sur les objectifs fixés par l'Accord de Paris sur le climat.**

Au cours des semaines suivantes, plusieurs centaines d'entreprises supplémentaires ont adhéré à cet engagement, portant à 1 305 le nombre d'entreprises participant à ce défi en juin 2021. Cet engagement pour un futur Net Zero s'inscrit dans le cadre de l'action la plus ambitieuse jamais entreprise sur le plan climatique par un groupe d'entreprises au niveau mondial, et nécessitera un fort leadership. Toutes les entreprises participantes définissent actuellement leur parcours pour atteindre cet ambitieux objectif d'ici 2030.

## Le Groupe Davines est une entreprise neutre en carbone depuis 2018 et vise désormais à devenir une entreprise à zéro émission nette. Mais concrètement, quelle est la différence ?

	Entreprise Neutre en Carbone	Entreprise Net Zero
En deux mots...	Elle s'engage à atteindre l'équilibre entre les émissions directes de gaz à effet de serre issues des activités de l'entreprise et les émissions <b>évitées</b> et/ou absorbées par l'atmosphère.	Elle s'engage à réduire les émissions de gaz à effet de serre directes et indirectes produites par les activités de l'entreprise, conformément à l'objectif d'1,5 °C et en absorbant les émissions non éliminables issues des activités de l'entreprise, pour atteindre un impact net nul.
Périmètre de calcul des émissions	Toutes les émissions directes dérivées des activités de l'entreprise (Scope 1 et 2). <b>Recommandé mais non obligatoire</b> : les émissions indirectes dérivées des activités de l'entreprise (Scope 3).	Toutes les émissions, directes et indirectes, dérivées des activités de l'entreprise (Scope 1, 2 <b>et 3</b> ).
Objectif de réduction	Réduire les émissions selon une trajectoire définie par l'entreprise.	Réduire les émissions en suivant l'objectif d'1,5 °C conformément à l'Accord de Paris.
Équilibrage des émissions	Compensation des émissions résiduelles à travers la réduction des émissions hors de notre chaîne de valeur ou leur séquestration / absorption.	Neutralisation des émissions résiduelles <b>uniquement à travers</b> leur séquestration / absorption.

### Pourquoi suivre la trajectoire d'1,5 °C ?

Pour éviter certains des pires effets du changement climatique et des dommages irréversibles pour nos sociétés, nos économies et la nature, nous devons limiter le réchauffement planétaire à 1,5 °C par rapport aux niveaux préindustriels. Cela nécessite de réduire les émissions de gaz à effet de serre de moitié d'ici 2030 et d'éliminer les émissions nettes d'ici 2050.

Quelle est la différence entre équilibrer les émissions générées par l'entreprise à travers des projets de réduction des émissions hors de notre chaîne de valeur et équilibrer les émissions générées par l'entreprise à travers des projets de séquestration ?

**Réduction** : activités permettant d'éviter l'émission de CO<sub>2</sub>eq dans l'atmosphère à travers, par exemple, le remplacement des combustibles fossiles dans les appareils de cuisson des aliments par des alternatives plus propres et efficaces.

**Séquestration** : activités permettant de séquestrer le CO<sub>2</sub> présent dans l'atmosphère, telles que la reforestation ou le boisement. Les nouveaux arbres régénèrent le sol et emmagasinent le CO<sub>2</sub>, éliminant celui-ci de l'atmosphère.

## Notre voyage vers la décarbonisation

**2006**  
**L'ÉVEIL**

Le site de production de Parme commence à utiliser de l'énergie électrique issue de **sources renouvelables**.

Nous commençons à **contrôler et neutraliser** les émissions dérivées du cycle de vie des **emballages** de nos produits les plus emblématiques, ceux de la gamme Essential Haircare.

**2016**  
**LA RECHERCHE**

Nous mesurons et contrôlons toutes les émissions directement liées aux activités du **site de production de Parme** (Scope 1 et 2).

**47 %** de nos produits (sur la base de notre chiffre d'affaires) ont des **emballages neutres en carbone** grâce à la neutralisation de 100 % des émissions de carbone générées par leur cycle de vie.

**2018**  
**LA CROISSANCE**

Nous devenons une **entreprise neutre en carbone** : nous mesurons, surveillons et neutralisons toutes les émissions sous notre contrôle direct (Scope 1 et 2).

**100 %** de nos produits ont un emballage neutre en carbone. Nous neutralisons 100 % des émissions générées par le cycle de vie de nos emballages.

**2019**  
**LE NOUVEAU DÉFI**

Le site de production de Parme est désormais alimenté à **100 %** par des **énergies renouvelables** grâce au remplacement du gaz naturel par du biométhane.

Nous lançons notre **premier produit carbon offset** : toutes les émissions générées au cours du cycle de vie de ce produit sont neutralisées à l'exception de celles liées à la phase d'utilisation (à domicile ou en salon).

Davines s'engage, avec 500 autres entreprises B Corp, à atteindre **zéro émission nette** d'ici 2030.

**2020**  
**AUJOURD'HUI**

Les émissions de **27,5 %** de nos produits (sur la base de notre chiffre d'affaires) sont neutralisées (hors phase d'utilisation).

Nous définissons notre **stratégie mondiale** pour atteindre zéro émission nette d'ici 2030.

## Notre programme Net Zero

Pour atteindre un objectif à long terme tel que Net Zero d'ici 2030, il est fondamental de créer un plan structuré. Nous avons donc défini une feuille de route Net Zero fondée sur quatre piliers principaux et, pour chacun d'entre eux, nous avons déterminé les actions concrètes à entreprendre.

Les quatre piliers qui guideront le Groupe Davines au cours des années à venir sont présentés ci-dessous, tandis que l'évolution actuelle de l'entreprise subdivisée par pilier est visible à partir de la [page 22](#).

### MESURER ET CONTRÔLER

Mesurer, contrôler et communiquer de manière transparente l'empreinte carbone de notre Groupe.

#### STATUT

Nous visons à compléter et consolider progressivement nos comptes-rendus sur l'empreinte carbone de notre Groupe pour obtenir un cadre complet de son impact.

### NEUTRALISER

Éliminer 100 % des émissions que nous ne sommes pas encore en mesure de réduire, en adoptant des solutions naturelles de séquestration du carbone telles que le boisement et la reforestation.

#### STATUT

Nous continuons à neutraliser nos émissions en investissant dans des projets de haute qualité et certifiés Plan Vivo pour la séquestration du CO2 dans l'atmosphère (boisement et/ou reforestation).

### RÉDUIRE

Réduire nos émissions, conformément à des objectifs clairs et définis d'abattement des émissions à long terme.

#### STATUT

Des études de faisabilité nous permettent de formuler des objectifs de réduction à long terme conformément aux études scientifiques les plus récentes, reconnues et en phase avec l'Accord de Paris, afin de contribuer à contenir l'augmentation de la température mondiale moyenne à 1,5 °C par rapport aux niveaux préindustriels.

### IMPLIQUER

Interagir et collaborer avec les parties prenantes internes et externes pour multiplier notre impact et favoriser la transition vers un futur à zéro émission nette.

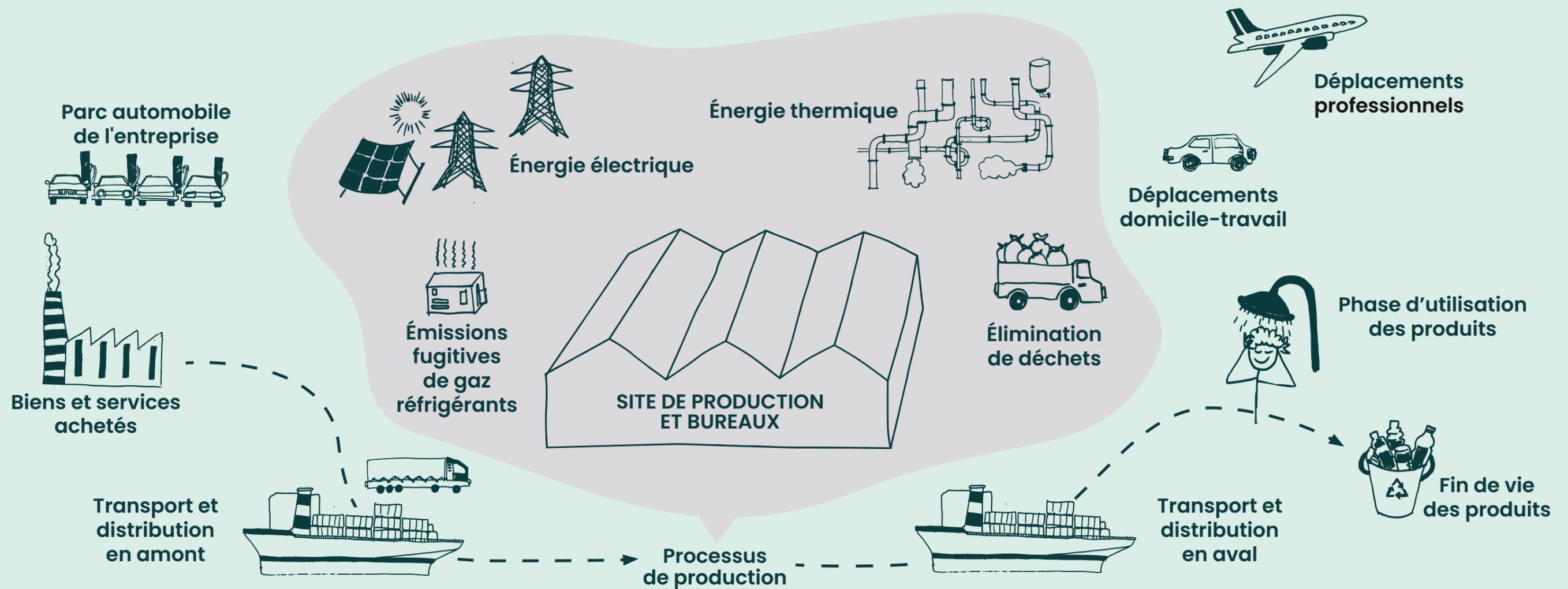
#### STATUT

Nous continuons à impliquer nos parties prenantes internes et externes et à collaborer avec elles pour :

1. améliorer notre savoir-faire afin de trouver des solutions internes efficaces et innovantes ;
2. sensibiliser au changement climatique et combattre la crise climatique en maximisant notre engagement et nos efforts, même à l'extérieur de notre chaîne de valeur.

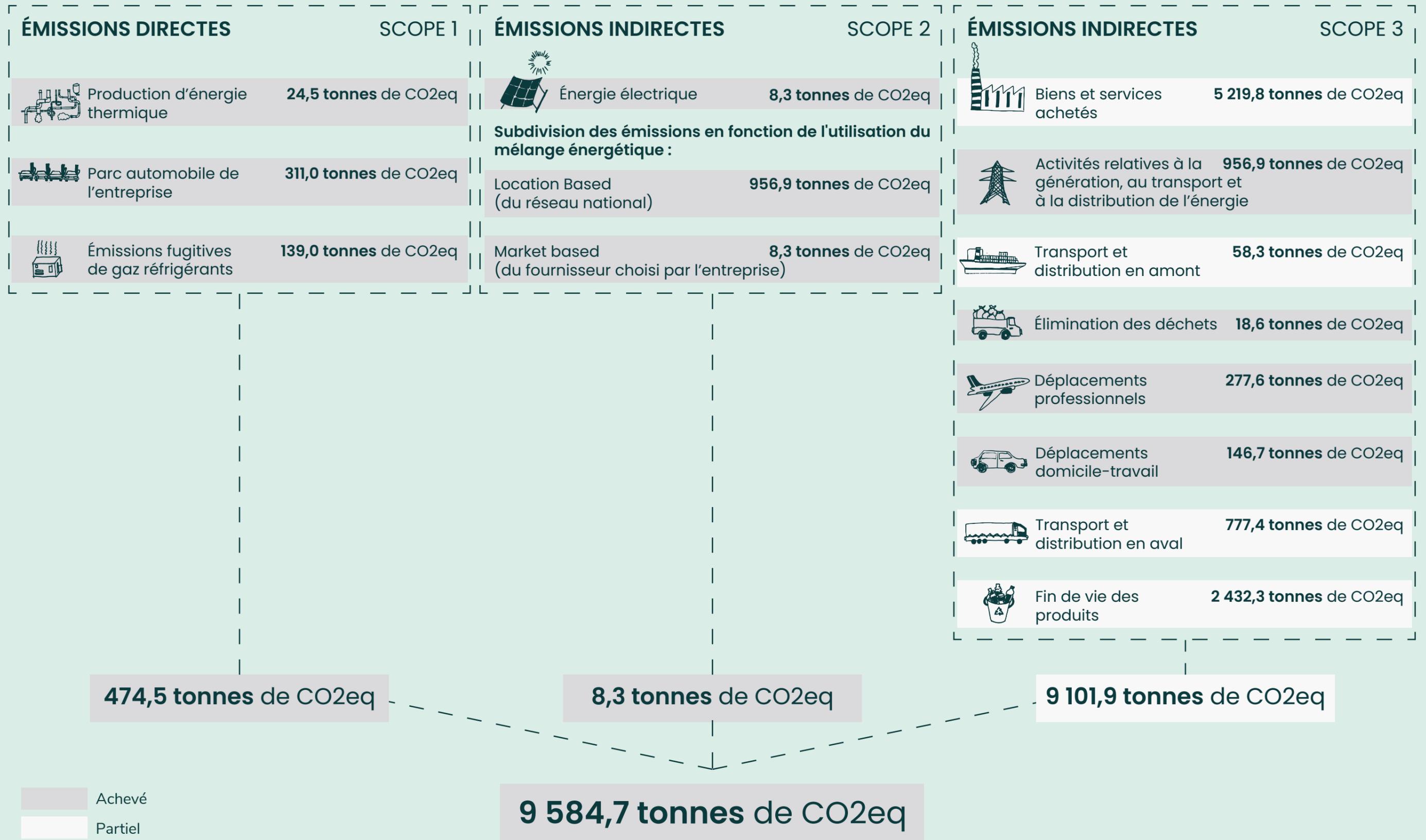
## MESURER ET CONTRÔLER

### Empreinte carbone du Groupe Davines



Ce schéma présente les principales émissions de gaz à effet de serre, directes et indirectes, dérivées des activités du Groupe Davines : il s'agit de l'empreinte carbone de notre organisation. À l'intérieur du périmètre, dans la partie inférieure du schéma, une ligne pointillée relie entre elles les différentes activités comptabilisées dans le calcul de l'empreinte carbone de nos produits (partie intégrante de l'empreinte carbone de l'organisation). Il est important de souligner que les composants du produit générant les principaux impacts sont les emballages, les ingrédients et l'énergie utilisée dans les différents procédés de production. L'impact de la phase d'utilisation est en effet uniquement lié à l'énergie nécessaire à l'utilisation du produit. Le compte-rendu de l'ensemble des émissions de notre empreinte carbone figure dans le tableau à [page 23](#).

# Les émissions de CO2eq que nous mesurons et compensons



## RÉDUIRE

Pour atteindre zéro émission nette d'ici 2030, une stratégie solide centrée sur la réduction des émissions est fondamentale. En 2020, nous avons enregistré une réduction des émissions, en raison des circonstances de la pandémie mais aussi des pratiques positives mises en œuvre par le Groupe Davines.

### SITE DE PRODUCTION DE PARME

Scope 1 +2 :

**- 57,3 %**

(-262,7 tonnes de CO<sub>2</sub>eq) par rapport à 2019, dont :

» **- 37,6 %**

en raison d'une moindre utilisation de certains équipements de production spécifiques et des parcs automobiles de l'entreprise liée à la pandémie

» **- 62,4 %**

en raison de la variation des facteurs d'émission

### GROUPE DAVINES

Scope 1 +2 :

**- 43,4 %**

(-369,6 tonnes de CO<sub>2</sub>eq) par rapport à 2019, dont :

» **- 55,7 %**

en raison de l'élimination de l'utilisation des gaz fossiles dans nos sièges de Grande-Bretagne et des États-Unis, et d'une moindre utilisation de certains équipements de production spécifiques et des parcs automobiles de l'entreprise liée à la pandémie

» **- 44,3 %**

en raison de la variation des facteurs d'émission

### Énergie électrique utilisée dans nos bureaux et dans notre site de production

Choisir de passer aux énergies renouvelables est une pratique efficace pour réduire les émissions de CO<sub>2</sub>eq. Ainsi, dans notre siège de Parme, nous utilisons de l'énergie électrique depuis 2006 et de l'énergie thermique renouvelable depuis 2018. La transition est en cours pour nos bureaux du Mexique et de Hong Kong. Dans certains pays, l'accès des petites et moyennes entreprises aux énergies renouvelables est compliqué : trouver des solutions exige beaucoup de créativité, surtout pour l'énergie thermique. Dans ce domaine, l'abandon des combustibles fossiles pour des sources renouvelables n'est encore possible que dans un nombre limité de pays. Voici les détails des sources d'énergie électrique que nous utilisons.



### PROJET PILOTE - LIVRAISONS À VÉLO

#### Description du projet :

Pour contribuer à la réduction de notre empreinte carbone, nous avons lancé un projet pilote consacré aux salons Davines situés dans le centre de Parme, prévoyant la livraison de nos produits à vélo. L'enthousiasme suscité par l'initiative nous encourage à planifier l'élargissement du projet.

#### Zone d'influence :

Parme, Italie.

#### Parties prenantes impliquées :

Salons Davines du centre de Parme, partenaire logistique de l'entreprise.

#### Indicateurs de performance :

40 livraisons effectuées durant le projet pilote.



## NEUTRALISER

Nous neutralisons toutes les émissions mesurées, à travers des projets de reforestation et de boisement. Voici les détails de nos projets.

### ETHIOTREES

Depuis 2018, nous collaborons avec l'ONG belgo-éthiopienne EthioTrees en vue de neutraliser l'empreinte carbone de notre Groupe et de favoriser la régénération du sol et des forêts de la région septentrionale du Tigré, sur les hauts plateaux du Tembien, en Éthiopie.

À travers ce projet de neutralisation certifiée Plan-Vivo, nous combattons concrètement la désertification et nous soutenons la communauté locale, par le sponsoring de cours de formation et le financement de structures locales.

Cependant, un conflit militaire a éclaté le 3 novembre 2020 entre le gouvernement fédéral d'Éthiopie et le gouvernement local du Tigré, qui a entraîné une importante instabilité du projet EthioTrees.

Depuis lors, une partie du montant payé pour l'achat de crédits carbone a été destinée à l'envoi de ressources alimentaires et d'aides humanitaires. Cet événement extraordinaire a suspendu une partie du plan d'expansion du projet EthioTrees, imaginé en partenariat avec le Groupe Davines pour neutraliser les émissions résiduelles qui seront mesurées pour la feuille de route Net Zero.

Ainsi, tout en conservant EthioTrees comme projet principal de reforestation, nous avons décidé de diversifier notre portefeuille et de soutenir un autre projet basé au Mexique, Scolel'te.



### SCOLEL'TE

Scolel'te, qui signifie « l'arbre qui pousse » en tzeltal, est un programme de capture du carbone certifié Plan-Vivo impliquant des activités de reforestation et de gestion durable des forêts.

À l'échelle mondiale, il s'agit du projet le plus long en son genre et il a servi de point de référence internationale pour le développement du système Plan-Vivo.

Avec Scolel'te, le Groupe Davines contribue à limiter les changements climatiques et à promouvoir l'agriculture forestière et le bien-être social à travers le renforcement du potentiel local. Nous commencerons à neutraliser une part de nos émissions à travers ce projet en 2022.



## IMPLIQUER

Pour soutenir la transition vers un futur à basses émissions de carbone, nous avons mis en œuvre de nombreux projets d'implication de nos parties prenantes. Voici une partie des activités lancées entre 2020 et 2021.

### REFORESTATION DANS LA BARRANCA DE TARANGO

#### Description du projet

Nous avons collaboré avec Ríos de Tarango, Ectágono et Reinserta pour planter des arbres dans la Barranca de Tarango, CDMX. Cette initiative a permis la création d'emplois temporaires pour des personnes ayant perdu leur emploi en raison de la pandémie et, en collaboration avec l'Associazione Reinserimento, pour d'ex-détenus en attente de réinsertion sociale.



#### Zone d'influence

Barranca de Tarango, CDMX.

#### Parties prenantes impliquées

Communauté de Ville de Mexico.

#### Indicateurs de performance

125 arbres plantés, 18 tonnes de CO2 éliminées chaque année, 31 emplois temporaires créés, 5 collaborateurs de Davines participants, 29 000 \$ MXN (1 104,52 €) donnés.

### TUTELIAMO IL MARE 2020

#### Description du projet

La campagne Tuteliamo il Mare a soutenu la régénération de forêts terrestres et marines grâce à la plantation de nouveaux arbres dans le Trentin, en collaboration avec le Trentino Tree Agreement, et le renforcement de la présence de l'algue Cystoseira dans la mer des Cinque Terre, en collaboration avec ROC-Pop Life.



#### Zone d'influence

Trentin et Ligurie, Italie.

#### Parties prenantes impliquées

Salons Davines italiens, communauté.

#### Indicateurs de performance

1 406 salons participants, 27 800 € dévolus à Trentino Tree Agreement et ROC-Pop Life.

### DE L'ÉNERGIE PROPRE POUR CHANGER LE MONDE

#### Description du projet

Dans le cadre de notre lutte contre le changement climatique, nous avons soutenu la transition vers des énergies renouvelables pour nos clients. En 2021, nous avons offert aux clients de SPA la possibilité d'adhérer à une offre exclusive de Lifegate pour l'achat d'énergie 100 % issue de sources renouvelables avec compensation des émissions résiduelles de CO2eq.



#### Zone d'influence

Italie.

#### Parties prenantes impliquées

Comfort Zone SPA, communauté.

#### Indicateurs de performance

465 thermes participants, 4 thermes adhérents en mars 2021.

### PROJET CARBON NEUTRAL

#### Description du projet :

Notre distributeur costaricain, qui compense son empreinte carbone depuis 2008, a soutenu huit salons Davines dans leur transition vers la neutralité carbone à travers un projet certifié, qui prévient l'émission de CO2eq dans l'atmosphère et favorise le développement durable en Érythrée, en Afrique.



#### Zone d'influence :

Costa Rica.

#### Parties prenantes impliquées :

Distributeur costaricain, salons Davines costaricains.

#### Indicateurs de performance :

8 salons devenus neutres en carbone à travers le 100% Carbon Neutral Program®.

### COMPENSATION DU CARBONE

#### Description du projet :

Notre distributeur japonais a destiné 10 % de ses ventes de A single shampoo au projet Yokohama Blue Carbon Offset qui soutient la végétation marine comme source d'absorption de CO2, neutralisant ainsi les émissions liées aux expéditions de produits vers les salons et aux clients achetant en ligne.



#### Zone d'influence :

Japon.

#### Parties prenantes impliquées :

Distributeur japonais et consommateurs finaux, Yokohama City Fishery Association et communauté.

#### Indicateurs de performance :

14,2 tonnes d'émissions de CO2eq neutralisées.

### GO CLIMATE CONSCIOUS

#### Description du projet :

Conscient que le transport est l'un des principaux responsables de la pollution issue de CO2eq, notre distributeur a choisi de compenser les émissions dérivées des expéditions des produits Davines à ses clients. Plus de 100 000 expéditions par an ont été compensées par l'achat de crédits carbone certifiés par la société Atmosfair, pour le soutien de projets de prévention des émissions de CO2eq dans l'atmosphère.



#### Zone d'influence :

Danemark et Finlande.

#### Parties prenantes impliquées :

Distributeur danois [ comfort zone ] et ses clients.

#### Indicateurs de performance :

430 000 kg de CO2eq compensés.



# Biodiversité

Protéger et régénérer la biodiversité de notre planète à travers un leadership actif de la promotion, de la définition et de la mise en œuvre de bonnes pratiques agricoles et d'approvisionnement, et la promotion de styles de vie durables.

**29 % de matières premières achetées avec certification sociale et/ou environnementale\***

\*sur le nombre total de matières premières achetées

**3 ingrédients issus de l'agriculture régénératrice utilisés dans nos formules**

**11 ingrédients issus de Sentinelles Slow Food utilisés dans nos formules**

## AGRICULTURE RÉGÉNÉRATRICE – PROJET PILOTE

### Description du projet

Nous investissons continuellement dans notre chaîne d'approvisionnement pour créer des produits contribuant activement à limiter les problèmes environnementaux. À cette fin, notre laboratoire de recherche a lancé un projet pilote : la création de trois principes actifs issus d'ingrédients cultivés selon les principes du modèle circulaire. Tous les agriculteurs sélectionnés pour le projet travaillent selon des pratiques agricoles vertueuses, telles que la mise en œuvre de techniques pour augmenter la fertilité du sol, limiter son érosion et réduire sa contamination par des substances chimiques, l'adoption de traitements agricoles et agronomiques écologiques et la sensibilisation de la population sur ces thèmes.

### Zone d'influence

Italie.

### Parties prenantes impliquées

Département R&D et innovation Davines, agronome, fournisseurs.

### Indicateurs de performance

Création de trois filières circulaires pour l'approvisionnement en extraits de myrte, sureau et grenade.



## BEE STRONG

### Description du projet

Les abeilles sont essentielles à la vie sur notre planète. Pourtant, l'impact de l'homme sur l'environnement met en péril leur existence. En 2020, avec la campagne Bee Strong, nous avons proposé de soutenir économiquement la Sentinelle Slow Food pour la sauvegarde de l'Abeille Noire du Ponant Ligure, mais également d'adopter des ruches en collaboration avec 3Bee et de créer des abris pour les abeilles solitaires, les BeeHotel.

### Zone d'influence

Italie du Nord.

### Parties prenantes impliquées

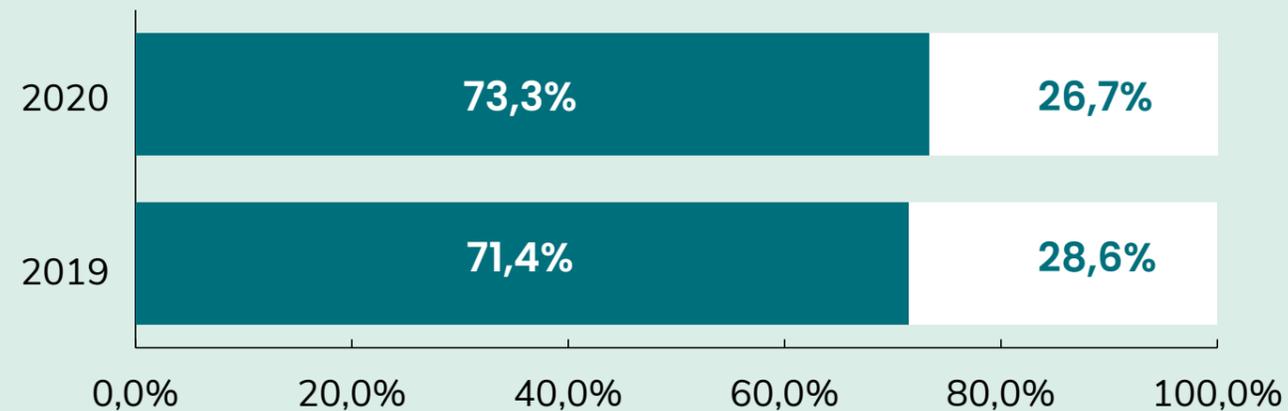
Slow Food, 3Bee, salons Davines, clients finaux, communauté.

### Indicateurs de performance

1 529 salons participants, 32 939 € collectés dont 5 000 € versés à Slow Food pour la sauvegarde de l'Abeille Noire et 27 939 € versés à 3Bee pour l'installation de 15 ruches dotées de la technologie Hive Tech, 18 BeeHotel au sein du Davines Village et 1 800 pots de miel distribués dans les salons.



## Biodégradabilité des ingrédients



Sur la quantité totale d'ingrédients achetés (kg)

- ingrédients hautement biodégradables
- ingrédients non hautement biodégradables

Nous utilisons la méthode OECD 301 du règlement CE n°648/2004 pour définir la biodégradabilité de nos ingrédients.

Cette méthode définit comme « rapidement biodégradables » les ingrédients qui se sont dégradés à hauteur d'au moins 70 % en 28 jours.

## BEAUTY FROM THE GROUND UP

### Description du projet

En 2019, Davines North America a commencé à travailler avec trois coalitions CSA (Community Supported Agriculture) afin de promouvoir l'agriculture durable en mettant en relation de petits agriculteurs et leurs communautés. À travers la campagne "Beauty from the ground up" est né un partenariat de longue durée avec CSA pour la sensibilisation à ces questions et la mise en œuvre de campagnes de marketing et de collectes de fonds.

### Zone d'influence

Amérique du Nord.

### Parties prenantes impliquées

Clients finaux, salons, Hudson Valley CSA Coalition, FairShare CSA Coalition, Community Alliance with Family Farmers.

### Indicateurs de performance

70 000 \$ versés pour financer l'accessibilité des initiatives des CSA à toutes les catégories de population.



## FOOD FOR CHANGE

### Description du projet

Les choix de consommation actuels sont déterminants pour la planète de demain. Ainsi, à travers la campagne Food for Change, nous avons souhaité promouvoir les bonnes habitudes alimentaires à travers « Metti in tavola la biodiversità » (Mettez la biodiversité sur votre table), ouvrage distribué dans les salons Davines et contenant 40 recettes de saison élaborées par des chefs étoilés et des cuisiniers de l'Alliance Slow Food. Une partie du produit des ventes a été reversée à la Fondation Slow Food pour la Biodiversité Onlus.

### Zone d'influence

Italie.

### Parties prenantes impliquées

Slow Food, salons Davines, clients finaux, communauté.

### Indicateurs de performance

13 000 € versés à la Fondation Slow Food pour la Biodiversité Onlus.



# Communauté



## Résultats 2020

📍 **Lancement de la B Corp Beauty Coalition, entente élargie entre entreprises B Corp du monde cosmétique. /GROUPE/**

En septembre 2020 le Groupe Davines, avec d'autres entreprises B Corp de l'industrie de la beauté, a créé et promu la B Corp Beauty Coalition, atteignant ainsi l'objectif fixé pour 2020. Conscients de notre interdépendance, nous souhaitons unir nos forces pour travailler à l'amélioration des normes de durabilité de l'industrie de la beauté.

📍 **12 fournisseurs supplémentaires ont commencé à mesurer leur impact à travers le Business Impact Assessment (BIA). /ITALIE/**

Notre engagement pour sensibiliser les fournisseurs de l'entreprise aux questions de la durabilité et de la certification B Corp a débuté en 2016. Au fil des années, les fournisseurs mesurant leur impact à travers le BIA sont devenus plus nombreux, c'est pourquoi nous avons atteint notre objectif cette année également. Le BIA est un outil qui permet aux entreprises de réaliser une évaluation complète et objective de leur impact en matière de gouvernance, de personnes, de communautés, d'environnement et de clients.

📍 **45 salons dans le monde ont suivi notre programme de formation, le Sustainable Salon Program. /GROUPE/**

Le Sustainable Salon Program est le programme de formation et de certification sur la durabilité pour les salons qui aspirent, à travers leur travail, à générer des avantages pour les communautés locales et la planète. Composé de 3 modules pédagogiques, le programme aborde la question de la durabilité dans 4 grands domaines : planète, leadership, communautés et personnes.

[📍] **Lancement d'un parcours mondial de révision statutaire de nos filiales, pour les rendre cohérentes avec les critères déjà définis pour les Entreprises à Mission. /GROUPE/**

L'objectif n'a été que partiellement atteint puisque le parcours de révision statutaire, lancé pour toutes les filiales, n'a été achevé avant la fin 2020 que par la filiale française, qui a modifié son objet social pour l'aligner sur les critères définis pour les Entreprises à Mission. Les autres filiales du Groupe travaillent à la réalisation de ces modifications avant la fin 2021.

## Objectifs 2021

### ITALIE

**Augmenter le pourcentage d'achats (en valeur du chiffre d'affaires) réalisés avec des fournisseurs locaux dont le siège se trouve dans un rayon de 80 km autour du siège du Groupe Davines, à Parme.**

### GROUPE

**Augmenter le nombre de fournisseurs et de distributeurs obtenant la certification B Corp.**



# Impact sur la communauté locale

Nous croyons en l'importance d'investir dans les personnes et de restituer aux communautés dans lesquelles nous sommes présents à travers le monde avec nos filiales, nos distributeurs et nos clients, pour la mise œuvre de changements locaux ayant un impact positif mondial.

## 67 projets lancés avec la campagne « I Sustain Beauty »

### I SUSTAIN BEAUTY

#### Description du projet

I Sustain Beauty est un appel adressé à notre communauté internationale qui vise à inspirer et motiver les personnes à agir pour créer un monde meilleur en mettant en œuvre des initiatives ayant une incidence positive sur l'environnement, la société et la culture. La campagne se conclut par la désignation, par le vote d'un jury, du projet vainqueur qui reçoit un support économique à hauteur de 10 000 € en soutien de son initiative.



#### Zone d'influence

21 pays à travers le monde.

#### Parties prenantes impliquées

Communauté locale.

#### Indicateurs de performance

67 projets mis en œuvre par les filiales, distributeurs, salons et centres esthétiques, dont 24 sur le plan environnemental, 31 social, 2 culturel et 10 social avec des implications environnementales.

### SHOW LOVE, SHOP LOCAL

#### Description du projet

En 2020, année difficile pour le commerce de proximité, nous avons soutenu et donné la parole à nos clients professionnels dans le monde entier avec la campagne de communication « Show Love, Shop Local ». En période de Noël, nous avons invité les clients finaux à se rendre dans leur salon pour acheter de superbes boîtes personnalisées Davines, et à soutenir dans le même temps un petit magasin de quartier.



#### Zone d'influence

Monde.

#### Parties prenantes impliquées

Salons Davines, clients finaux.

#### Indicateurs de performance

Augmentation des ventes en salon en période de Noël.

### FOOD BANK SUPPORT

#### Description du projet

Après la relance de la gamme Naturaltech, notre équipe des Pays-Bas a choisi de faire don des produits pre-restyling à De Voedselbank, organisme à but non lucratif local soutenant les plus démunis au sein de la communauté en créant des banques alimentaires pour la fourniture gratuite de nourriture et d'articles ménagers.



#### Zone d'influence

Deventer, Pays-Bas.

#### Parties prenantes impliquées

Communauté locale.

#### Indicateurs de performance

8 285 € équivalents en biens donnés.

## 440 697 € consacrés à des dons et sponsorings à des fins sociales et environnementales

## PROGRAMME « WE CARE »

### Description du projet

Depuis mars 2020, nous avons mis en œuvre des actions de soin concrètes vis-à-vis de nos parties prenantes à travers le monde. Nous avons notamment fait don à notre communauté de Gel del Buon Auspicio, un gel hydroalcoolique pour les mains, et d'Acqua del Mondo Puro, spray désinfectant multisurfaces, pour répondre au besoin collectif de protection et de santé.

### Zone d'influence

Monde.

### Parties prenantes impliquées

Salons Davines, clients finaux, collaborateurs et distributeurs.

### Indicateurs de performance

135 716 Gel del Buon Auspicio et 540 Acqua del Mondo Puro distribués en Italie, en France et aux Pays-Bas.



## PROVINCE DE PARME NEUTRE EN CARBONE

### Description du projet

Le Groupe Davines a promu la création d'une alliance territoriale vouée à l'atteinte de la neutralité carbone de la province de Parme. Le projet, qui a impliqué parmi ses fondateurs des organismes publics, des universités, des consortiums et des associations privés, a pour objectif de réaliser un bilan des émissions de CO2 d'ici 2021 et d'établir une feuille de route stratégique permettant d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2030.

### Zone d'influence

Province de Parme.

### Parties prenantes impliquées

Communauté locale.

### Indicateurs de performance

10 institutions participantes, 9 associés fondateurs, 15 associés mécènes, 9 chercheurs participants.



## 1% FOR THE PLANET

### Description du projet

1% for the planet est la plateforme permettant aux entreprises de faire don d'1 % de leurs ventes à des associations de protection sociale et environnementale. En 2020, Davines Amérique du Nord et Davines Italie ont élargi le nombre d'organisations à but non lucratif bénéficiaires des dons sur les ventes en ligne. À travers l'e-commerce en Italie et les ventes mondiales de la gamme Sacred Nature, [comfort zone] a soutenu quant à elle le Rodale Institute, leader de l'agriculture régénératrice.

### Zone d'influence

Amérique du Nord et Italie.

### Parties prenantes impliquées

Communautés et clients finaux en ligne.

### Indicateurs de performance

6 organismes à but non lucratif soutenus (City Harvest, Earth Matter NY, Slow Food USA, Glynwood Center, Sea Shepherd, Rodale Institute).





# Promotion de B Corp

Ayant à cœur l'interdépendance, valeur centrale du mouvement B Corp, nous nous faisons porte-parole du modèle B Corp au sein de notre communauté étendue, afin que toutes nos parties prenantes, en particulier nos partenaires, visent un modèle régénérateur et à impact positif sur les personnes et l'environnement.

**Depuis 2016, nous encourageons et nous soutenons nos partenaires internationaux dans l'obtention de la certification B Corp. Au bout de 5 ans, nous pouvons revendiquer :**

**8 fournisseurs certifiés B Corp**

**1 distributeur certifié B Corp**

**1 salon certifié B Corp**

**2 fournisseurs en phase de certification fin 2020**

## B CORP BEAUTY COALITION

### Description du projet

Fin 2020, avec d'autres entreprises B Corp opérant dans le secteur de la beauté, nous avons lancé la B Corp Beauty Coalition, une alliance née dans le but de promouvoir un changement systémique et durable de l'industrie de la beauté, en améliorant les normes de durabilité à travers des actions collectives.

### Zone d'influence

Monde.

### Parties prenantes impliquées

Entreprises B Corp de l'industrie de la beauté et organisations travaillant sur la chaîne d'approvisionnement.

### Indicateurs de performance

7 membres fondateurs, 4 groupes de travail ouverts sur des thèmes cruciaux pour la durabilité de l'industrie de la beauté.

## #UNLOCKTHECHANGE

### Description du projet

En 2020, la communauté des B Corp italiennes a lancé #UnlockTheChange, première campagne de communication visant à faire connaître le nouveau modèle d'entreprise durable, notamment à travers la possibilité de participer à des cours de formations dans le cadre du Sommet des B Corp italiennes.

### Zone d'influence

Italie.

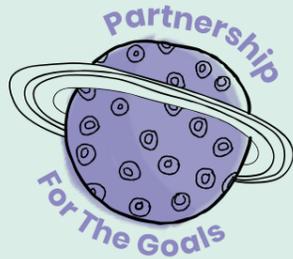
### Parties prenantes impliquées

Communautés, B Corp italiennes.

### Indicateurs de performance

3 mois de campagne, 85 articles sur les journaux, 987 espaces publicitaires extérieurs (bus et écrans), 92 publications sur les réseaux sociaux.

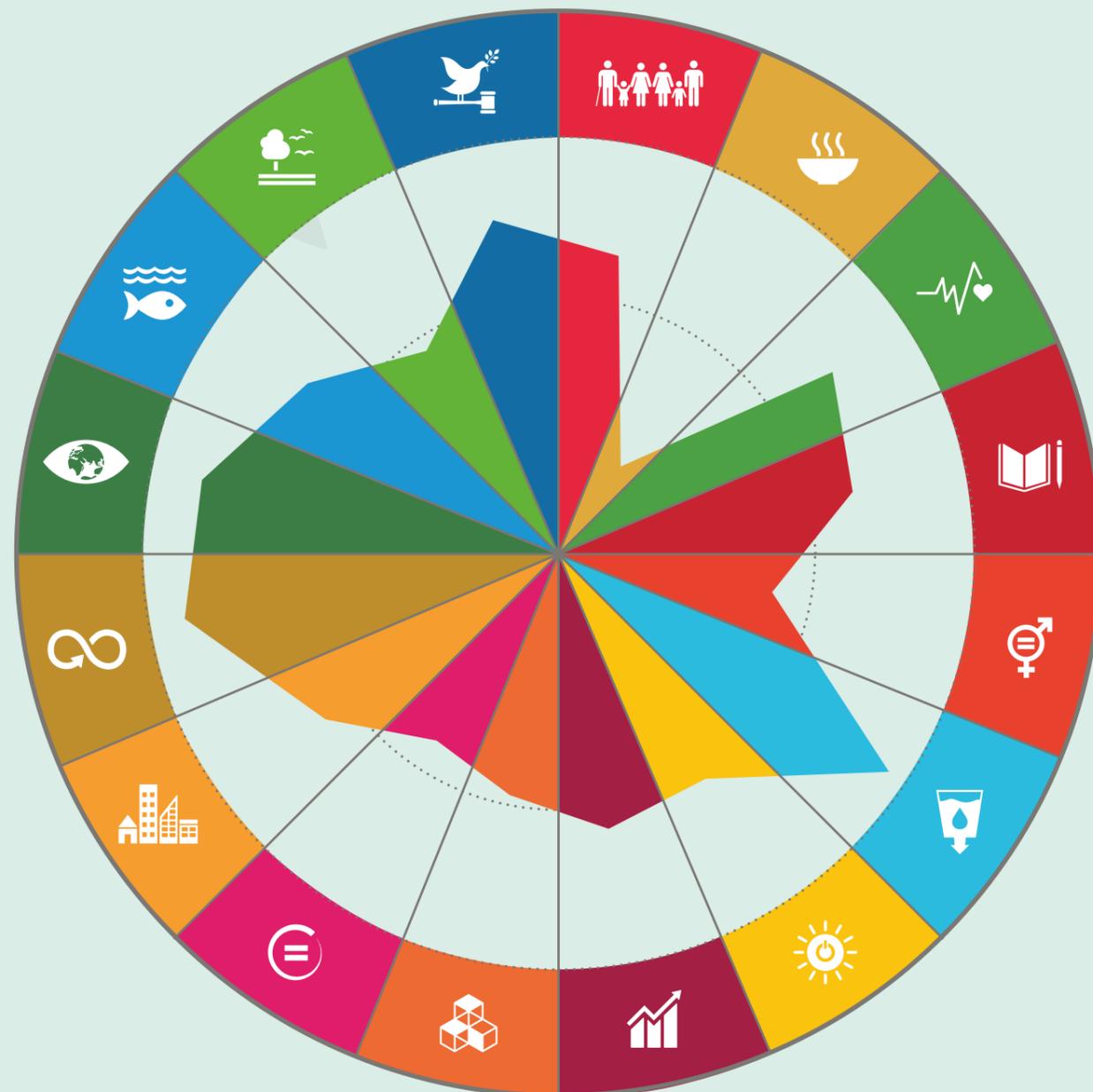




# Partenariats pour la réalisation des objectifs

Ce cadre stratégique inclut toutes les activités à travers lesquelles nous contribuons à la réalisation des 17 Objectifs de Développement Durable (SDG ou ODD) des Nations Unies. Les ODD sont établis dans l'Agenda 2030, le plan d'action pour un développement durable à réaliser à travers l'implication des gouvernements, des entreprises et des citoyens ordinaires.

## RÉSULTATS DE LA CONTRIBUTION DU GROUPE DAVINES AUX ODD SELON LE SDG ACTION MANAGER



 **1** Éradiquer la pauvreté

 **5** Égalité des sexes

 **9** Industrie, innovation et infrastructures

 **13** Lutte contre le changement climatique

 **2** Éradiquer la faim

 **6** Eau propre et assainissement

 **10** Réduire les inégalités

 **14** Vie aquatique

 **3** Santé et bien-être

 **7** Énergie propre et accessible

 **11** Villes et communautés durables

 **15** Vie terrestre

 **4** Éducation de qualité

 **8** Travail décent et croissance économique

 **12** Consommation et production responsables

 **16** Paix, justice et institutions solides

### ODD 17 - Partenariats pour la réalisation des objectifs

L'ODD 17 n'a pas son propre module. À cause de sa nature transversale, les actions pertinentes pour les entreprises sont intégrées à certains des 16 autres modules.

### SDG Action Manager

Cette solution Web est destinée aux entreprises engagées dans la réalisation des objectifs de développement durable, quels que soient leur localisation, leur dimension et leur secteur de production. Développé par le Global Compact des Nations Unies avec B Lab, cet outil permet l'évaluation interne des performances de durabilité des entreprises, en cartographiant leur contribution à chacun des ODD et en permettant l'établissement d'objectifs de croissance dans les domaines les plus stratégiques où le potentiel de développement reste élevé.

Notre contribution à l'atteinte des ODD, favorisée par l'utilisation de cet outil, est illustrée par les projets que nous avons mis en œuvre dans le monde, dont certains sont présentés dans les pages suivantes.

## DAVINES FOR FUTURE



### Description du projet

On n'est jamais trop petits pour faire de grandes choses. Avec Davines For Future, nous visons à construire un avenir durable à travers l'implication des adultes de demain, les enfants. En adhérant à la campagne, le client soutient des projets d'éducation à la durabilité dans les écoles italiennes, créés avec Esperta et InventoLab, entreprises B Corp spécialistes en la matière.



### Zone d'influence

Italie.

### Parties prenantes impliquées

Salons Davines, écoles italiennes, Esperta, InventoLab.

### Indicateurs de performance

Nombre d'écoles et d'élèves participant à la formation.

## SUSTAINABLE SALON PROGRAM



### Description du projet

En 2020, nous avons lancé le Sustainable Salon Program, un programme de formation et de certification permettant aux coiffeurs du monde entier de découvrir à quel niveau se situe leur engagement pour la planète. Les coiffeurs peuvent progresser grâce à un parcours de formation et enrichir leurs connaissances pour obtenir la certification délivrée par l'université de Parme, s'ils le souhaitent.



### Zone d'influence

Monde.

### Parties prenantes impliquées

Salons Davines, université de Parme, formateurs Davines.

### Indicateurs de performance

45 salons participant au Master Course, programme composé de trois modules pédagogiques, explorant les grands domaines que sont la planète, le leadership, les communautés et les personnes.

## SUSTAINABLE SPA ASSOCIATION



### Description du projet

[ comfort zone ] est l'un des partenaires de la Sustainable SPA Association, organisation à but non lucratif créée pour aider les opérateurs des SPA à devenir acteurs d'un changement respectueux de l'environnement qui puisse prendre soin des ressources naturelles, éléments centraux de ce secteur, en agissant à travers l'éducation, le soutien et l'accréditation.



### Zone d'influence

Monde.

### Parties prenantes impliquées

[ comfort zone ] et d'autres membres fondateurs, SPA à travers le monde, formateurs.

## GREEN FRIDAY



### Description du projet

Pour favoriser une consommation responsable, nous célébrons dans plusieurs pays le Green Friday, plutôt que le Black Friday. Aux États-Unis et en Italie, le jour du Green Friday 2020 nous avons neutralisés les émissions générées par les expéditions des commandes et 100% du produit des ventes en ligne ont été reversés aux trois coalitions CSA de la campagne « Beauty, from the ground up » et à l'association 3Bee, engagée dans la protection des abeilles. Aux Pays-Bas, à travers Trees For All, l'entreprise a financé la plantation de 350 arbres auxquels se sont ajoutés 105 arbres supplémentaires, grâce aux achats effectués lors du Green Friday.



### Zone d'influence

Amérique du Nord, Pays-Bas, Italie.

### Parties prenantes impliquées

Clients en ligne, salons, communauté.

### Indicateurs de performance

15 000 adhérents et 3 629 kg de CO2 compensé en Amérique du Nord ; 5 066 adhérents en Italie ; 455 arbres plantés, 26 salons et 322 clients finaux participants aux Pays-Bas.

## DISTRIBUTORS CHALLENGE



### Description du projet

En septembre 2020, nous avons invité nos distributeurs à se rallier à notre lutte contre le changement climatique en devenant à leur tour neutres en carbone. Ce défi exige d'atteindre un équilibre entre les émissions directes de gaz à effet de serre issues des activités essentielles, et les émissions compensées. Nous avons donc récompensé les 10 premiers distributeurs ayant achevé le calcul de leurs émissions en leur offrant la neutralisation de leurs émissions Scope 1 et 2 à travers le projet EthioTrees.



### Zone d'influence

États-Unis, Malte, Nouvelle-Zélande, Suède et Mexique, pays de résidence des 10 distributeurs participants.

### Parties prenantes impliquées

Distributeurs Davines.

### Indicateurs de performance

593 tonnes de CO2eq neutralisées.

## REGENERATIVE SOCIETY FOUNDATION



### Description du projet

Lancée en 2020, la Regenerative Society Foundation est une alliance mondiale ayant pour but le développement d'un nouveau paradigme économique axé sur l'économie régénératrice, l'action pour le climat, et le bonheur et le bien-être à l'échelle mondiale, à travers la prise d'engagements spécifiques et mesurables. Parmi les activités réalisées en 2021, la fondation a créé une bibliothèque numérique sur le thème de la régénération, et a nommé un comité scientifique chargé d'identifier les projets de régénération.



### Zone d'influence

Monde.

### Parties prenantes impliquées

Communautés (institutions publiques, secteur privé, décideurs politiques, leaders spirituels, milieu universitaire, ONG, société civile), environnement.

### Indicateurs de performance

10 organisations fondatrices, 12 partenaires.

# Le Groupe

NOTRE RÉALITÉ EN 2020

**37**  
ANS  
D'ACTIVITÉ

**2**  
MARQUES  
DANS LE MONDE DES SOINS DE LA PEAU  
ET DES CHEVEUX

**7**  
BUREAUX  
DANS LE MONDE

PARME  
LONDRES  
NEW YORK  
PARIS

DEVENTER  
VILLE DE MEXICO  
HONG KONG

PRÉSENTE DANS **86**  
PAYS

**727**  
COLLABORATEURS

DE **46**  
NATIONALITÉS



**58**  
FORMULES  
CONÇUES

**25,9**  
MILLIONS  
DE PRODUITS VENDUS

**153€**  
MILLIONS  
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL

**117,4**  
SCORE B CORP



## NOS MARQUES

**davines**  
sustainable beauty

Crée des produits professionnels pour les cheveux, dans lesquels se combinent la qualité et le plus grand respect pour la planète et ses ressources. Elle utilise le business comme force positive et promeut un modèle régénérateur de Beauté Durable.

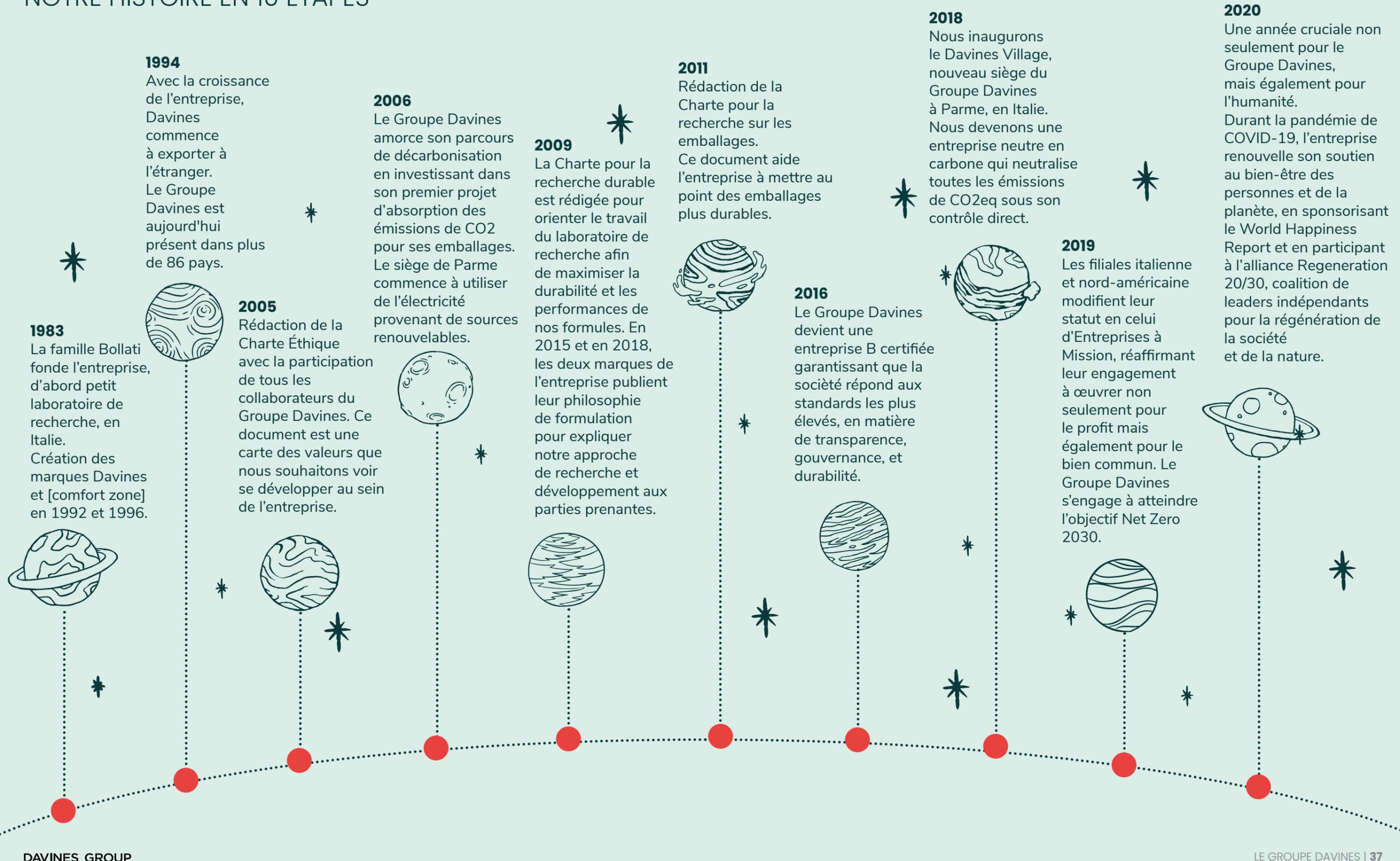


### [comfort zone]

conscious skin science

Crée des formules et des traitements professionnels pour le visage et le corps, inspirés du principe « conscious » impliquant un engagement à garantir l'efficacité et la sécurité à travers le choix d'ingrédients respectueux de l'homme et de l'environnement, traités selon une expérience scientifique développée sur 20 années d'expérience.

## NOS ÉTAPES CLÉS NOTRE HISTOIRE EN 10 ÉTAPES



## GOUVERNANCE

Le 7 janvier 2021 a été créée **Fontevivo Holding S.r.l.**, société visant à **rassembler** tous les projets d'entreprise de la **famille Bollati**. Particulièrement dynamique, la famille a non seulement fondé et assuré la croissance exponentielle du Groupe Davines, mais continue à créer de nouveaux projets.

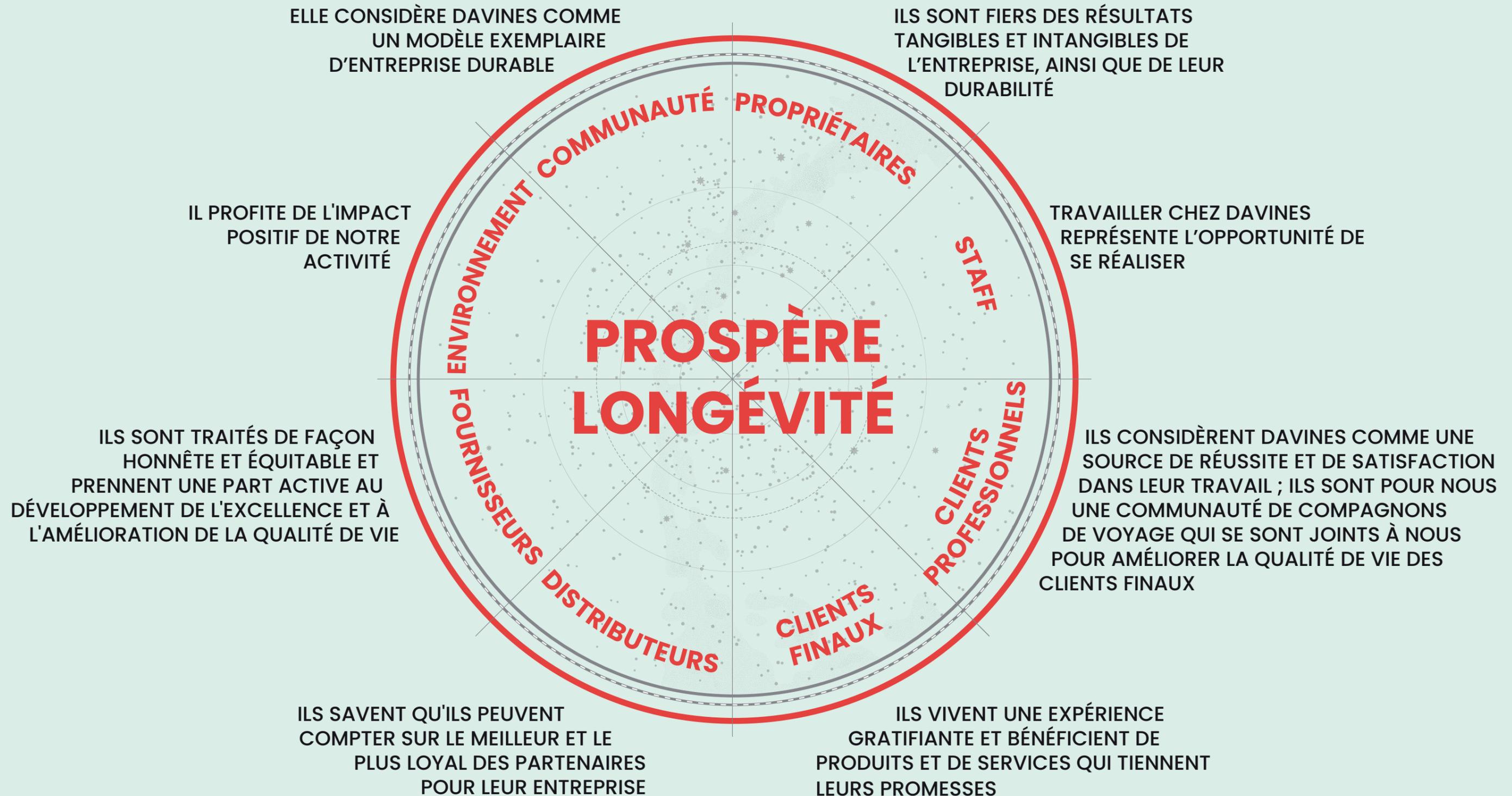
La holding porte le nom de Fontevivo, lieu de naissance de **Gianni Bollati**, père fondateur du Groupe Davines disparu en décembre 2019. Elle se fonde sur les principes et les valeurs transmis par ce dernier pour perpétuer l'**héritage culturel, spirituel** et **entrepreneurial**, dans un contexte de conduite familiale solide, ouverte au monde et au **développement durable**.

La Fontevivo Holding S.r.l a reçu les parts de Davines S.p.A. détenues par Davide et Stefania Bollati, la structure de la société restant **totalemtent inchangée**. La holding familiale détient en outre 50 % des parts d'Immobiliare Beneficium S.r.l., constituée en 2019 dans le but spécifique de réaliser le premier B Corp Hotel en Italie, le Palazzo dell'Agricoltore, à Parme.

Ce projet se veut être une contribution à la **régénération** du centre historique de la ville, afin de lui restituer toute l'importance qu'elle mérite sur le **plan national et international**, avec le rêve de faire de Parme une destination symbole de régénération urbaine et l'expression d'un nouveau modèle socio-économique.

## LA « STAKEHOLDER WHEEL »

Nous croyons en l'interdépendance de chaque chose. Le Groupe Davines travaille quotidiennement en sachant que nous sommes responsables vis-à-vis des générations futures et que nous sommes mutuellement dépendants de ceux qui sont directement ou indirectement impliqués dans notre activité. La roue illustre notre engagement vis-à-vis des parties prenantes. Elle nous aide à tenir notre cap et à trouver le bon équilibre entre les intérêts de toutes les parties, dans le but de conduire chacun vers une longévité prospère.



# Sources d'approfondissement

Nous espérons que vous avez apprécié cette sixième édition du Rapport de Durabilité et nous aimerions savoir ce que vous en pensez. Si vous désirez partager avec nous vos opinions ou suggestions, n'hésitez pas à nous contacter :

**[sustainability@davines.it](mailto:sustainability@davines.it)**

Rendez-vous sur le site de l'entreprise pour en savoir plus sur nos engagements et nos projets, découvrir les dernières nouvelles et télécharger le Rapport de Durabilité des années précédentes.

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

Les sites de nos marques :

**[www.comfortzoneskin.com](http://www.comfortzoneskin.com)**

**[www.davines.com](http://www.davines.com)**



**DAVINES GROUP**

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