DAVINES GROUP

RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE **2021/2022**

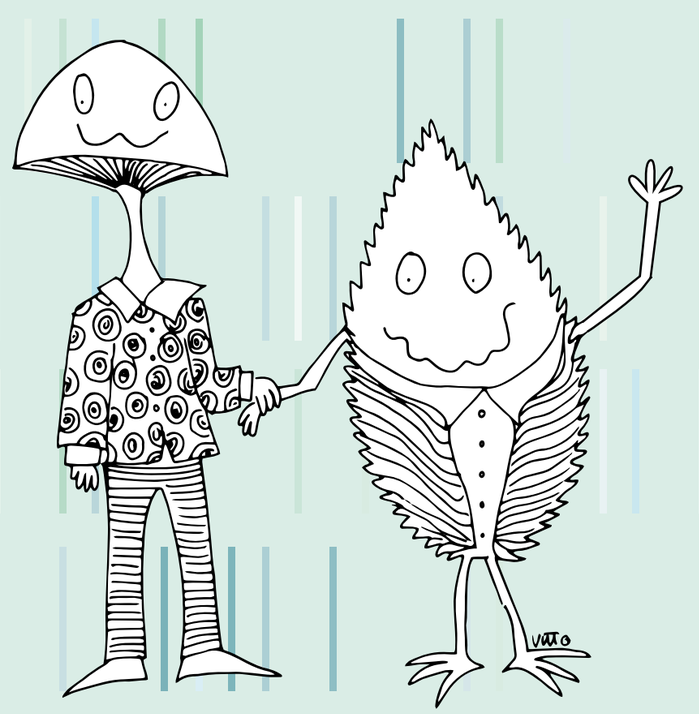
davines
sustainable beauty

[comfort zone]
conscious skin science

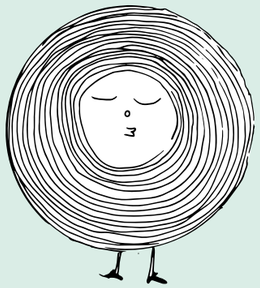
Certified
B
Corporation

« Enrichissons-nous de nos différences réciproques. »

Paul Valéry



→ Nos points clés
→ Notre vision

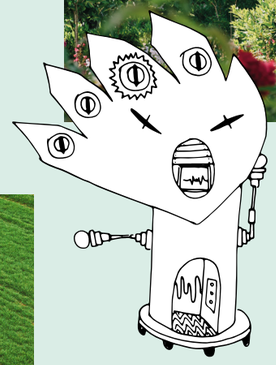


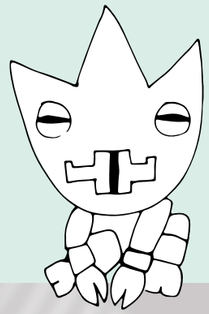
NOTRE ENGAGEMENT

→ Une nouvelle mission
→ Mettons nos parties prenantes au travail !
→ Créons ensemble la matrice de matérialité

NOS PERFORMANCES

→ Personnes
→ Planète
→ Communauté

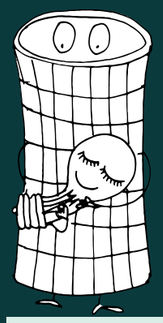




LE GROUPE DAVINES

→ Notre réalité en 2021
→ Nos marques
→ Notre histoire

NOS POINTS CLÉS



Décarbonisation

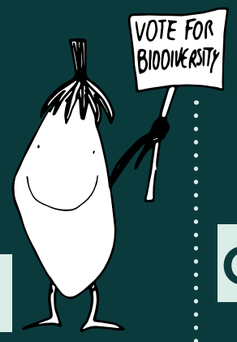
99,7 %

d'énergie électrique issue de sources renouvelables

Nous utilisons 100 % d'énergie électrique issue de sources renouvelables dans notre site de production et dans toutes nos filiales commerciales à travers le monde, à l'exception du Mexique où la transition est encore en cours.
En savoir plus.

Signature de l'engagement pour la réduction de nos émissions avec SBTi

En 2022, nous avons pris part à SBTi (Science Based Targets Initiative) qui guide les entreprises dans leur parcours vers la limitation du réchauffement climatique à 1,5 °C par rapport aux niveaux préindustriels.
En savoir plus.



Biodiversité

Naissance de l'European Regenerative Organic Center

Avec Rodale Institute, nous avons créé à Parme le premier centre européen de formation et de recherche dans le domaine de l'agriculture biologique régénératrice.
En savoir plus.

83,6 %

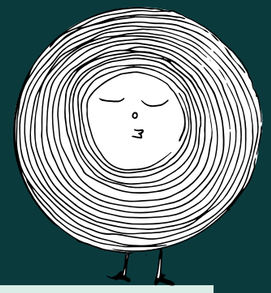
d'ingrédients d'origine naturelle dans nos formules

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.
En savoir plus.

79,2 %

d'ingrédients hautement biodégradables dans nos formules

En 5 ans, nous avons augmenté de 11,5 % la biodégradabilité des ingrédients présents dans nos formules. Une plus grande biodégradabilité permet une réduction de la bioaccumulation et donc la sauvegarde de la planète.
En savoir plus.



Circularité

841,3

tonnes de plastique vierge fossile évitées depuis 2014

Nous avons réduit le poids des emballages, éliminé les composants non nécessaires et utilisé du plastique recyclé ou issu de sources renouvelables.
En savoir plus.

62,9 %

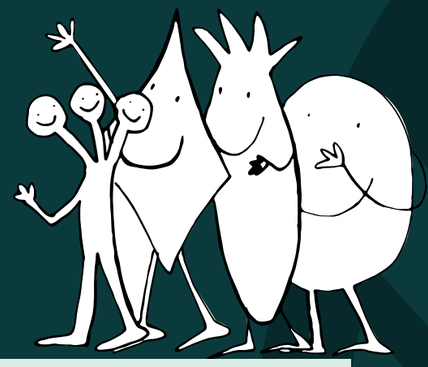
d'emballages en plastique recyclé ou biosourcé

Nous réduisons chaque année la part de nos emballages en plastique vierge fossile sur le total de nos emballages en plastique, en trouvant des alternatives plus compatibles avec nos principes d'écoconception.
En savoir plus.

100

tonnes d'Ocean-Bound Plastic collectées

Grâce à Plastic Bank, nous avons collecté 100 tonnes de plastique Ocean-Bound et en 2022, nous avons renforcé notre engagement : pour chaque produit vendu, la même quantité de plastique sera retirée de l'environnement.
En savoir plus.



Promotion de B Corp

12

entreprises partenaires certifiées B Corp depuis 2016

L'interdépendance est indispensable pour évoluer vers un modèle régénérateur, c'est pourquoi nous défendons le mouvement B Corp en encourageant nos fournisseurs, nos distributeurs et nos clients professionnels à obtenir la certification.
En savoir plus.

Croissance de la B Corp Beauty Coalition

Nous sommes parmi les 7 fondateurs de cette alliance formée en 2020, qui rassemble 46 membres en mai 2022 ! Ensemble, nous voulons améliorer les normes environnementales et sociales de l'industrie de la beauté.
En savoir plus.

« Nous devons trouver une nouvelle manière d'habiter la planète. »

DAVIDE BOLLATI, PRÉSIDENT DU GROUPE DAVINES

Une écologie humaine. Voici le concept à la base de la durabilité du Groupe Davines, comme le décrit son Président, Davide Bollati : « Un engagement qui a grandi et évolué au fil du temps, devenant une approche holistique sous le signe d'un modèle « one health », visant au bien-être des personnes, de la société et de l'environnement. »

Davines a adopté une approche durable alors même que ce concept n'était pas encore répandu. Qu'est-ce qui vous différencie de ceux qui ont récemment choisi d'entreprendre ce chemin?

Dans le contexte d'une tendance toujours plus forte et tourmentée, être un pionnier offre un avantage significatif. Nous sommes nés avec une sensibilité pour l'environnement et les personnes, c'est pourquoi nous sommes aujourd'hui une B Corp : cela signifie qu'à la différence d'autres acteurs qui hésitent encore sur la direction à prendre, nous sommes sûrs de celle que nous avons choisie et nous nous interrogeons seulement sur la manière de poursuivre notre chemin, sur la bonne façon de le faire.

Comment décrire l'évolution de votre approche en matière de durabilité ?

Notre parcours a évolué avec notre capacité à mesurer notre impact, issu des émissions directes et indirectes du Groupe. Cette évolution a été accompagnée d'une plus grande aptitude à mettre la lumière sur les différents impacts environnementaux et à agir en conséquence.

Tout au long de ce parcours, nous nous sommes également rendus compte qu'alors que dans certains domaines, nous pouvions seulement réduire notre impact, dans d'autres nous pouvions passer à la vitesse supérieure et nous engager pour la régénération. Nous devons réparer les dommages causés à l'environnement, créer un monde plus sûr pour le bien-être des personnes et de la planète. C'est un aspect sur lequel nous travaillons d'arrache-pied : dans cette optique, nous sommes parmi les fondateurs de la Regenerative Society Foundation, qui s'engage pour la transition d'un modèle socio-économique basé sur l'extraction vers un modèle régénérateur.

La pandémie a été un véritable avertissement pour l'humanité. Que nous a enseigné cette crise ?

L'espèce humaine doit trouver une nouvelle façon d'habiter la terre. Aujourd'hui nous pensons pouvoir en disposer mais ce n'est pas le cas. Nous devons apprendre à grandir en respectant les limites de la planète.

D'une part, j'observe avec un certain découragement combien l'homo sapiens a prouvé qu'il n'était pas si « sapiente» (savant), en oubliant facilement les erreurs du passé. D'autre part, je suis optimiste : lors d'une discussion récente, David MacMillan, prix Nobel de chimie en 2021, m'a dit que des développements scientifiques positifs viendront contrer le changement climatique, en termes de capture du CO2 comme en termes de catalyse.

Il est vrai que les émissions augmentent, mais parallèlement, nous voyons que de nombreux efforts sont réalisés en agriculture et en chimie pour les transformer d'un élément problématique, à un élément de solution : d'une part, l'agriculture organique et régénératrice est capable de capturer de plus grandes quantités de CO2, d'autre part, la chimie aide à trouver des solutions pour lutter contre les émissions de gaz à effet de serre et trouver des systèmes pour poursuivre des objectifs durables.

Nous devons être optimistes et avoir confiance en la science pour trouver des solutions au cours des prochaines décennies, afin de donner un avenir à la planète. Parallèlement, nous devons continuer à nous engager en tant que communauté, en tant qu'entrepreneurs et en tant qu'humanité.

Quelles sont les valeurs qui vous définissent et vous différencient dans votre approche en matière de durabilité ?

Les valeurs fondatrices du Groupe Davines sont l'éthique, la beauté et la durabilité, trois piliers interdépendants dans notre vision du monde. En créant de la beauté, nous voulons encourager les personnes à prendre soin d'elles-mêmes, de l'environnement dans lequel elles vivent et travaillent, et des choses qu'elles aiment, tandis que la durabilité concerne la responsabilité que nous nous devons à nous-mêmes, à notre entourage et à la planète. Notre objectif est de faire de notre mieux pour le monde, en créant une vie une vie de qualité pour tous à travers les valeurs qui guident nos actions.

Nos choix ne sont pas dictés par le désir de suivre une tendance, ni par un calcul : nous suivons notre chemin par conviction, en faisant ce que nous pensons être le mieux pour respecter nos valeurs.

ANTHONY MOLET, PDG DU GROUPE DAVINES

« Nous devons travailler pour les générations futures. »

« On dit toujours que s'engager pour la durabilité permet d'assurer un avenir aux prochaines générations, mais cela implique également une responsabilité en termes d'éducation. » Pour Anthony Molet, PDG du Groupe Davines, l'approche en matière de durabilité doit être globale, et implique non seulement des initiatives concrètes pour la réduction des émissions et des actions en faveur de l'environnement et des communautés, mais également un engagement pour la recherche, l'éducation et l'advocacy.

Le Groupe Davines est engagé depuis plus de 16 ans pour la durabilité, avec une approche centrée sur le concept de « durabilité régénératrice ». Qu'est-ce qui caractérise la vision durable du Groupe et comment se décline-t-elle dans vos stratégies ?

Nous adoptons une approche intégrée, qui implique la participation active de tous les départements pour pour inclure la durabilité dans chacun des choix de l'entreprise. Notre approche est basée sur trois piliers : Personnes, Planète et Communauté.

La régénération est un concept clé de notre philosophie : il est essentiel de promouvoir une économie régénératrice pour donner un avenir à la planète. Après la pandémie et avec le début de la guerre en Ukraine, le concept de régénération est apparu de façon marquée en réponse à la prise de conscience du lien entre planète, santé et alimentation. Mais le Groupe Davines a déjà été pionnier dans ce domaine avant l'heure avec la promotion de l'agriculture régénératrice, un système sans recours aux pesticides ou herbicides de synthèse, basé sur des normes rigoureuses pour la santé du sol, le bien-être des animaux et l'équité pour les agriculteurs.

Dans ce domaine, vous avez établi un partenariat avec le Rodale Institute. Quels sont les objectifs de cette initiative ?

Nous sommes très fiers de notre collaboration entamée avec le Rodale Institute, l'institut américain qui a ouvert la voie à l'agriculture biologique régénératrice dès 1947 à travers la recherche, la formation des agriculteurs et la sensibilisation des consommateurs. Ce partenariat vise à étendre la fourniture d'ingrédients biologiques régénérateurs – à travers des filières traçables et durables –, former les agriculteurs et favoriser la recherche pour la préservation de la biodiversité et la séquestration de CO_2. Cette collaboration aboutit

actuellement, ici à Parme, au premier centre de formation et de recherche d'Europe dans le domaine de l'agriculture biologique régénératrice. Le nouvel European Regenerative Organic Center a pour objectif de devenir un pôle européen influent dans la recherche et la formation sur la santé du sol et sur l'agriculture biologique régénératrice, sans se limiter à la cosmétique. Le projet promeut également la production d'une alimentation biologique et durable : l'industrie alimentaire a un fort impact sur les émissions mais gérée à travers une approche régénératrice, elle devient un grand allié pour la biodiversité et pour la lutte contre le changement climatique.

Depuis 2016, le Groupe Davines fait partie de la famille des B Corp. Que signifie être une B Corp ?

C'est une marque de crédibilité, qui a contribué à la définition et au perfectionnement de nos objectifs de durabilité. Être une B Corp, qui a représenté pour nous une évolution naturelle de notre chemin vers la durabilité, impose une rigoureuse approche de mesure des impacts et une amélioration constante des performances, qui nous pousse à faire toujours mieux, à placer la barre toujours plus haut.

Par exemple, si en 2015 nos emballages étaient produits à 100 % à partir de plastique vierge issu de sources fossiles, nous avons ensuite privilégié l'usage de matières plastiques recyclées ou issues de sources renouvelables. En 2021, le pourcentage de plastique vierge issu de sources fossiles est en effet descendu à 37 % et nous prévoyons une réduction significative pour les prochaines années, en faveur du plastique recyclé ou biosourcé. Pour amoindrir notre impact, nous avons également décidé de lancer en 2021 une collaboration avec Plastic Bank, qui a permis d'éviter que 100 tonnes de plastique puissent finir déversées dans la mer grâce à la collecte de déchets plastiques sur les côtes du Brésil, des Philippines et de l'Indonésie. Cette année nous avons renforcé notre engagement : pour chaque produit vendu, la même quantité de plastique sera en effet retirée de l'environnement. Aujourd'hui les évaluations relatives au plastique se focalisent principalement sur les émissions de CO_2, mais je pense qu'à l'avenir, des initiatives telles que celle-ci pèseront plus lourd dans les évaluations de durabilité.

Le Groupe Davines souhaite cultiver la beauté à travers l'éthique et la durabilité. Avec humilité, nous visons l'excellence dans chacune de nos actions, tout en promouvant l'interdépendance et la coopération, pour inspirer autrui à faire de même.

Dans ce parcours de création d'une vie de qualité pour tous, début 2022 nous avons choisi d'actualiser le purpose de l'entreprise en affirmant notre intention de « faire » de notre mieux pour le monde, en remplacement du précédent « être » les meilleurs pour le monde.

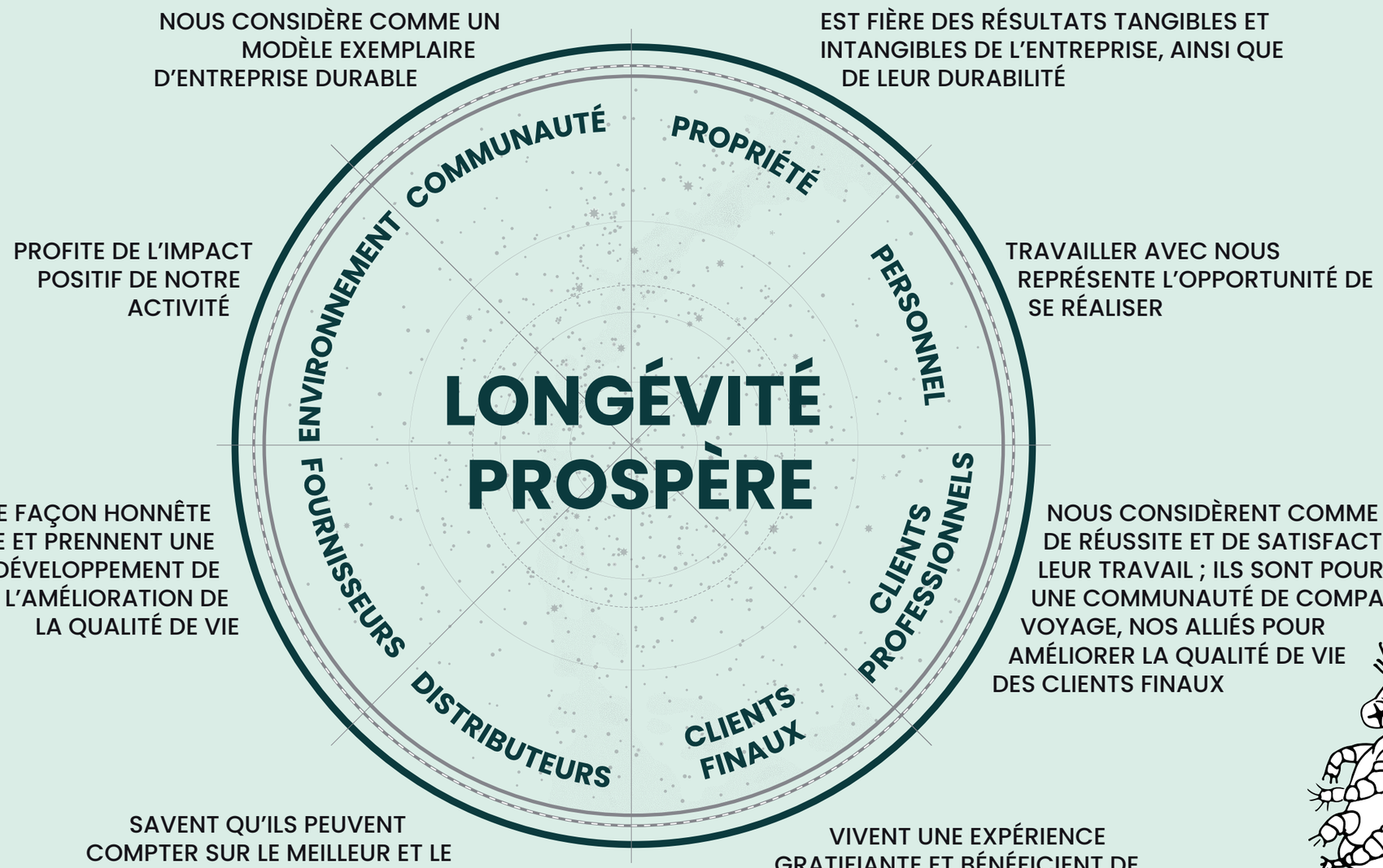
Cette variation linguistique et conceptuelle, petite mais significative, reflète l'attitude ouverte, humble et accueillante par laquelle nous souhaiterions être identifiés.

C'est également une évolution importante pour notre quotidien, qui s'enrichit d'une nouvelle source d'inspiration et qui renforce notre intention de contribuer au bien de tous à travers notre engagement de tous les jours.

FAIRE DE NOTRE MIEUX POUR LE MONDE, EN CRÉANT UNE VIE DE QUALITÉ POUR TOUS, À TRAVERS LA BEAUTÉ, L'ÉTHIQUE ET LA DURABILITÉ.

Nous croyons en l'interdépendance de chaque chose. Nous travaillons en ayant conscience d'être responsables vis-à-vis des générations futures et d'être mutuellement dépendants de ceux qui sont directement ou indirectement impliqués dans notre activité. Notre engagement envers eux se résume à travers notre « stakeholder wheel ». Cet outil nous aide à tenir le cap et à trouver le bon équilibre entre les intérêts de toutes les parties, dans le but de conduire chacun vers une longévité prospère.

Pour traduire la valeur de l'interdépendance par des actes, nous avons décidé d'impliquer nos parties prenantes dans un processus important : la définition de notre matrice de matérialité.



En 2022, nous avons initié le parcours qui nous portera à définir notre matrice de matérialité.

La matrice naît d'une analyse permettant d'identifier ce que l'on appelle, en termes de reporting développement durable, les « enjeux matériels ». Il s'agit de tous les aspects qui ont un impact significatif sur nos performances économiques, sociales et environnementales, et qui sont susceptibles d'influencer grandement les évaluations et décisions de nos parties prenantes.

Le processus d'analyse, actuellement en cours, est mené par notre département de durabilité avec le soutien d'une société extérieure spécialisée; il prévoit la participation de parties prenantes externes importantes et de parties prenantes internes, telles que l'Équipe de Leadership.

Prévue pour septembre 2022, la conclusion de l'analyse mettra en lumière nos enjeux matériels, qui serviront de base à la définition de la stratégie de durabilité du Groupe, et plus encore. La matrice de matérialité déterminera en effet les choix de communication sur ce thème, qui seront le point de départ pour la structuration d'un futur bilan intégré.

Une fois la stratégie de durabilité définie, nous pourrons réviser notre « Davines Group Sustainability Ecosystem », la représentation graphique que nous avions imaginée en 2021 pour exprimer notre approche en la matière.

Le processus de définition de la matrice de matérialité s'organise en 3 étapes :

1. Présentation du concept de matérialité à l'Équipe de Leadership.
2. Définition des thèmes prioritaires et identification des parties prenantes à impliquer.
3. Confrontation avec les parties prenantes internes et externes pour la rédaction de la matrice de matérialité.

Comment procédons-nous ?

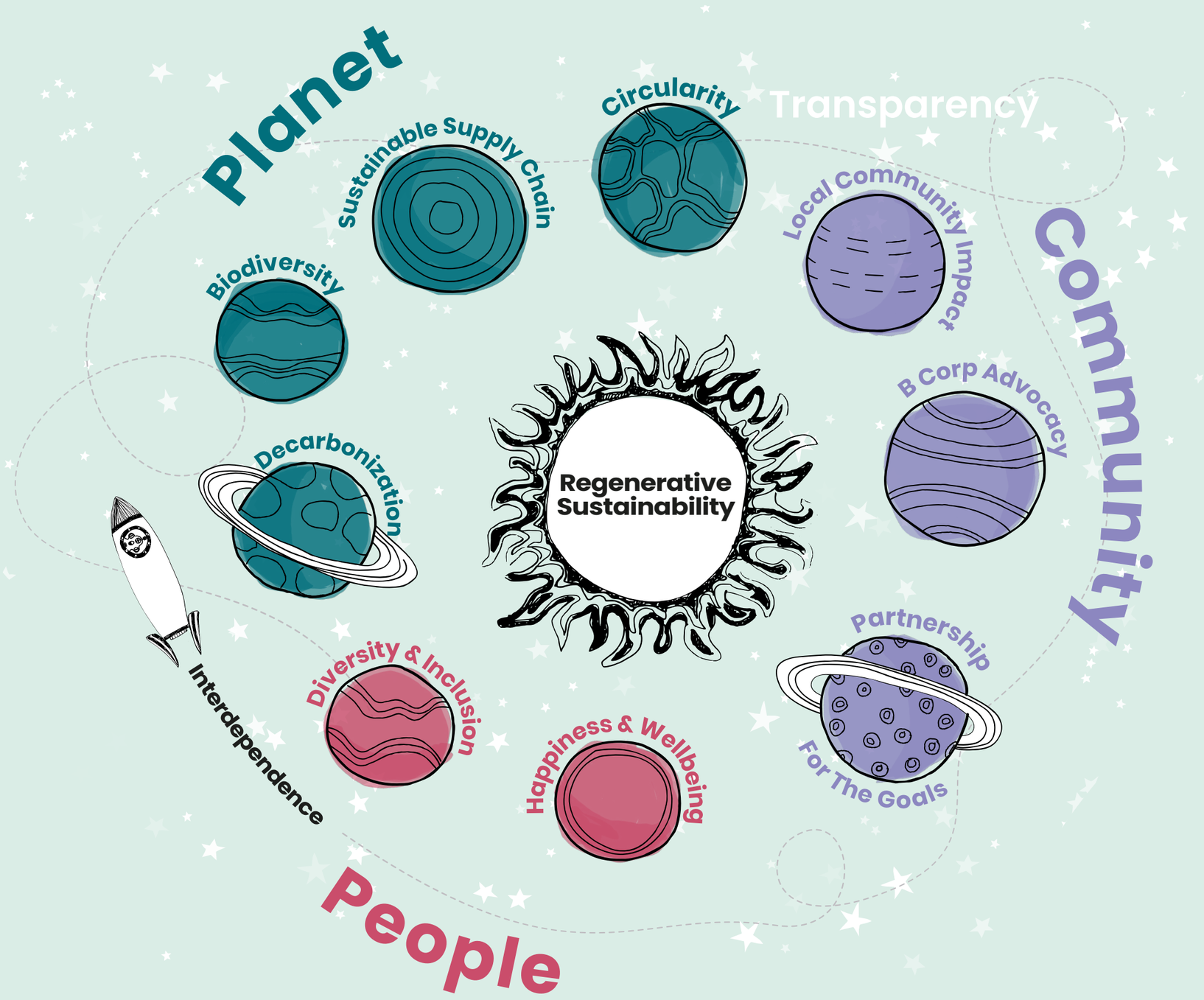
1. Nous organisons une introduction avec l'Équipe de Leadership pour clarifier les objectifs du projet et le contextualiser.

2. Nous créons une liste d'enjeux matériels basée sur les informations analysées (analyse de scénarios, analyses comparatives et conversations internes) ;

   Nous identifions les parties prenantes externes.

3. Nous rencontrons les parties prenantes externes afin de définir les priorités ;

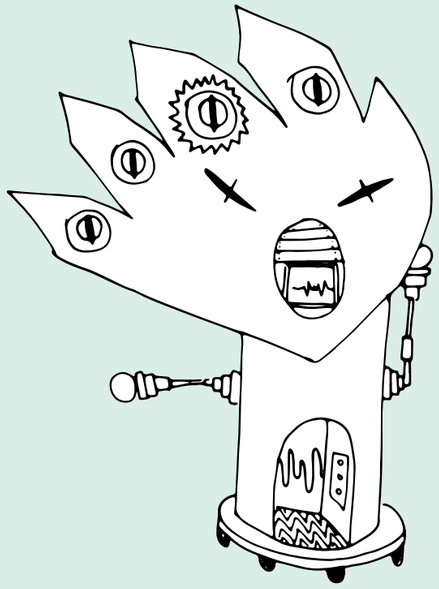
   Nous rencontrons les parties prenantes internes afin de rédiger la matrice de matérialité.


Planet
Sustainable Supply Chain
Circularity
Transparency
Biodiversity
Local Community Impact
Community
B Corp Advocacy
Decarbonization
Regenerative Sustainability
Interdependence
Diversity & Inclusion
Partnership For The Goals
Happiness & Wellbeing
People

NOS PERFORMANCES

Personnes

- Diversité et inclusion
- Bonheur et bien-être



Planète

- Circularité
- Filière durable
- Décarbonisation
- Biodiversité

Communauté

- Impact sur la communauté locale
- Promotion de B Corp
- Partenariats pour la réalisation des objectifs

Personnes

Résultats 2021

[Ⓥ] Conclusion de la phase préparatoire au lancement du programme DEI (diversité, équité et inclusion).

Nous avons choisi de revoir notre stratégie initiale, axée sur l'élargissement du parcours de formation à la DEI, pour réaliser une analyse approfondie des actions potentielles à mettre en œuvre. Nous avons donc cartographié et évalué la situation de notre entreprise et collecté auprès d'autres entreprises du secteur de la beauté des exemples de bonnes pratiques en matière de DEI.

[Ⓥ] Définition du programme visant à améliorer le bien-être des collaborateurs et favoriser un meilleur équilibre entre vie personnelle et professionnelle.

En 2021, l'équipe RH du siège a créé les conditions nécessaires au lancement du programme consacré au bien-être des collaborateurs, créé en réponse aux retours de l'enquête Great Place to Work. Les premières initiatives ont été lancées au sein du siège italien, bien que certaines s'adressent à tous les collaborateurs du Groupe. En parallèle, de nombreuses activités locales ont été créées dans nos filiales à travers le monde. Le prochain objectif consistera à réunir toutes ces initiatives dans un seul et même programme intégré mondial.

Ⓥ Élargissement de notre offre de formations et de son accessibilité.

En 2021, nous avons renforcé notre offre gratuite de formation et de développement, personnel comme professionnel. Nous avons également étendu son accessibilité à tous les collaborateurs du Groupe en lançant un calendrier mondial de formation sur le Davines Learning Hub, notre plateforme d'université d'entreprise (cf. page 13). 111 formations ont été mises en place en 2021 (+23 % par rapport à 2020).

Ⓧ 54,8 % des responsables à tous les niveaux de l'organisation du siège de Parme avec un énoncé de mission contenant une référence à la durabilité.

Nous n'avons pas atteint l'objectif de 100 % par manque de ressources, tant en termes de personnes que de temps, nécessaires pour compléter une activité aussi ambitieuse. Cet objectif est à nouveau proposé en 2022, mais avec l'ajout d'une ressource supplémentaire consacrée à la poursuite de ce but important.

Actions 2022

Consolider le programme de formation Davines Learning Hub afin d'impliquer un nombre croissant de collaborateurs en offrant des opportunités de développement personnel et professionnel, dans un alignement constant avec la stratégie de l'entreprise.

Atteindre une part supérieure à 75 % de collaborateurs bénéficiant de formations de type « cross-job » comme, par exemple, la formation sur les thèmes de l'art oratoire ou de la durabilité.

Atteindre 100 % des responsables 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.

Poursuivre le développement du programme d'entreprise pour l'évolution professionnelle, en lançant le premier projet pilote de gestion des talents avec l'Équipe de Leadership et en construisant pour tous les collaborateurs un plan de développement et d'évolution professionnelle.

Améliorer encore notre communication interne, en renforçant l'impact de notre intranet The Villager.

Légende : Groupe | Italie

Ⓥ Objectif atteint

[Ⓥ] Objectif partiellement atteint

Ⓧ Objectif pas atteint

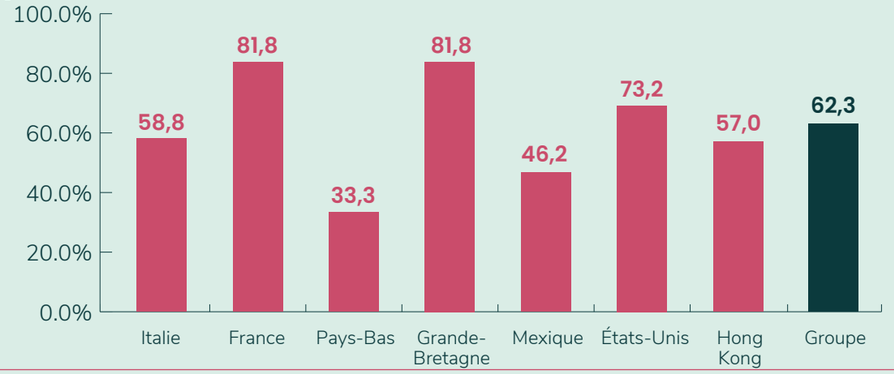
Diversité et inclusion

La diversité est pour nous une valeur ajoutée, c'est pourquoi nous la soutenons, nous l'encourageons et nous nous engageons à nourrir l'inclusion au sein de notre entreprise.

Qui nous sommes

- » **64 %** de femmes
- » **36 %** d'hommes
- » **37,3** ans d'âge moyen
- » **46** nationalités représentées
- » **7,6** ans d'ancienneté moyenne dans l'entreprise

62,3 % des postes d'encadrement* occupés par des femmes



30 % de postes occupés par des femmes dans l'Équipe de Leadership

Qu'est-ce que l'Équipe de Leadership ?

C'est l'organe de gouvernance du Groupe, chargé de guider l'entreprise vers une croissance durable en phase avec notre mission, en appliquant et en renforçant au quotidien notre culture, notre éthique et nos valeurs. Guidée par notre PDG Anthony Molet, l'Équipe de Leadership se compose de tous ses collaborateurs directs au siège italien, qui sont les premiers ambassadeurs de notre modèle de leadership dans l'entreprise.

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

274 collaborateurs ont reçu une formation à la Charte Éthique

ADOPTION DE LA CHARTE ÉTHIQUE

La Charte Éthique a été l'élément central d'une série d'ateliers proposés dans le cadre du Davines Learning Hub, dont l'objectif était de faire redécouvrir les valeurs fondatrices de l'entreprise, ou de rendre les personnes plus proches de ces valeurs. Les responsables de l'ensemble du Groupe ont notamment été formés à traduire ces valeurs en comportements, afin de soutenir l'entreprise dans son engagement à les mettre en œuvre.

CONSULTER

Monde.

Toute la population de l'entreprise.

274 participants, pour un total de 1 528 heures de formation.

Comment nous encourageons l'adoption de la diversité, un exemple.

ATELIER SUR LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION

Entre août et décembre 2021, la filiale Davines Mexique a organisé des sessions de débats virtuels pour sensibiliser et former ses collaborateurs sur les thèmes de la diversité et de l'inclusion. Les rendez-vous ont été réalisés en collaboration avec Oportuna, centre de bien-être global opérant sur le territoire avec des psychologues et des psychanalystes professionnels.

Mexique.

Collaborateurs de la filiale Davines Mexique.

5 ateliers, 36 participants, 220 heures de formation en ligne.

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

Bonheur et bien-être

Nous voulons favoriser le bonheur et le bien-être individuels et collectifs non seulement parce qu'ils sont sources de qualité de vie, mais également parce qu'ils sont liés au thème de l'environnement et à la construction d'un nouveau modèle holistique de développement durable.

65 % de collaborateurs « satisfaits » ou « engagés » (Trust Index)

Qu'est-ce que le Trust Index ?

C'est le niveau de confiance interne à l'entreprise, qui résulte de l'application de l' « Enquête d'évaluation du climat dans l'entreprise » de Great Place to Work. Depuis 2019, nous surveillons chaque année le climat dans l'entreprise en alternant cette méthode et la méthode d'analyse Pulse, plus synthétique mais tout aussi efficace. Dans ce deuxième cas, le niveau de confiance interne prend le nom de Davines Index.

Nous sommes certifiés Great Place to Work

En 2021, nous avons à nouveau obtenu la certification Great Place to Work grâce aux résultats de notre enquête sur le climat dans l'entreprise, qui ont abouti à un Trust Index, niveau de confiance interne, de 65 %. L'enquête a également confirmé que les points forts du Groupe restaient la « fierté » et la « cohésion », tandis qu'une diminution a été enregistrée dans les domaines « équité » et « respect ».

Great Place To Work®

Monde.

Toute la population de l'entreprise.

80 % des collaborateurs ont participé à l'analyse de climat, avec une satisfaction globale de 70 % : « Tout compte fait, je dirais que c'est un excellent lieu de travail ».

Comment nous favorisons le bien-être de ceux qui travaillent avec nous, quelques exemples :

NOUVELLE POLITIQUE DE TÉLÉTRAVAIL

Notre politique de télétravail, divulguée en janvier 2022, vise à consolider un mode de travail représentatif de nos valeurs, en renforçant le sens de la responsabilité de chaque collaborateur. Ainsi, elle n'établit aucune obligation de présence mais suggère de passer 50 % du temps de travail mensuel sur site, afin de protéger une culture d'entreprise fondée sur les relations humaines.

Italie.

Collaborateurs du siège de Parme.

COMMUNAUTÉS INTERNES

En tant qu'entreprise B Corp, nous avons toujours été soucieux du bien-être de nos collaborateurs. En écoutant leurs besoins, nous avons créé au fil du temps des communautés spécifiques, des groupes de collègues qui mettent en œuvre des projets de concrétisation des valeurs exprimées dans la Charte Éthique, des activités de bénévolat et des services pour favoriser l'équilibre vie privée/travail.

Italie.

Collaborateurs du siège de Parme.

4 communautés ont été créées en réponse aux besoins de la population de l'entreprise.

SE RÉ-GÉNÉRER

Ce projet de conseil psychologique gratuit destiné à notre communauté d'entreprise a été lancé en février 2022 pour assurer une bonne qualité de vie à tous, conformément à notre mission, et en réponse aux résultats de notre enquête sur le climat dans l'entreprise. Ces conseils sont dispensés par des psychothérapeutes qualifiés, professionnels de l'association IDIPSI et COINETICA, en italien comme en anglais.

Monde.

Toute la population de l'entreprise.

148 rencontres réalisées, suite auxquelles 19 collaborateurs ont choisi de poursuivre le parcours.

DAVINES CARE MEXIQUE

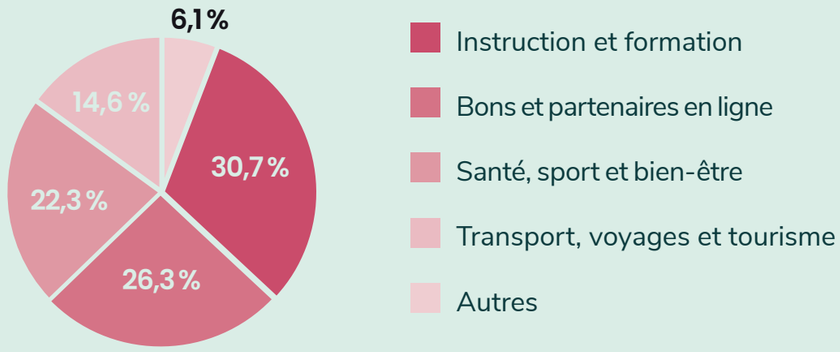
Suite à la pandémie de COVID-19 qui a fait qui a fait prendre conscience de la valeur de la santé, la filiale Davines Mexique a lancé le projet Davines Care pour ses collaborateurs, qui peuvent désormais bénéficier gratuitement d'analyses de sang et d'urines, de consultations ambulatoires avec des médecins généralistes et de facilités s'ils ont besoin de consultations spécialisées.

Mexique.

Collaborateurs de la filiale Davines Mexique.

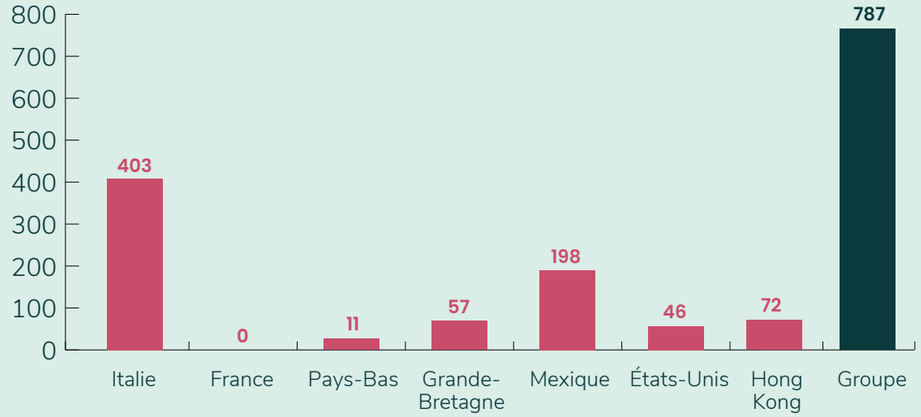
1 analyse de sang et d'urines par an, 2 consultations annuelles avec un médecin généraliste, des réductions pour les consultations spécialisées.

83,3 % des collaborateurs ont accès à notre plateforme de santé Davines Care (siège italien)*



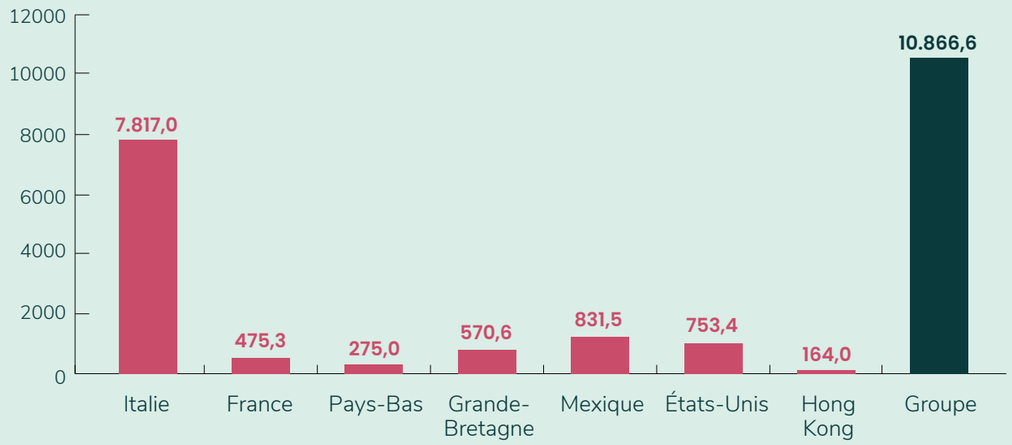
*Pourcentage calculé sur la totalité des collaborateurs. L'accès à la plateforme est permis uniquement à ceux qui ont passé avec succès la période d'essai et sont sous contrat à durée indéterminée au 1er janvier de chaque année, à l'exclusion des dirigeants.

787 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 des activités de plantation et de requalification (parmi les nombreuses activités de 2021).

14,1 heures par an consacrées en moyenne à la formation par collaborateur*



*Les données indiquées incluent les formations internes offertes par le Learning Hub et les formations issues de sources externes.

DAVINES LEARNING HUB

En 2021, nous avons lancé le premier calendrier mondial de formation en entreprise sur le Davines Learning Hub, notre université d'entreprise. Ce programme fondé sur la durabilité, l'inclusion et l'innovation, offre des opportunités de développement professionnel et personnel, afin que chacun puisse exprimer tout son potentiel.

Monde.

Toute la population de l'entreprise.

90 % des collaborateurs ont participé à l'un des 111 cours de formation, pour un total de 9 432 heures (+77 % par rapport à 2020).

Toutes les régénérations commencent par les personnes.

100 %

des dirigeants du siège de Parme et des « premiers niveaux » des filiales ont un programme d'évaluation des performances contenant des objectifs de durabilité.

Planète

Résultats 2021

⊗ 43,8 % du chiffre d'affaires généré par des produits auxquels nous appliquons l'analyse LCA.

Nous n'avons pas atteint notre objectif de 50 % en raison de la croissance de notre chiffre d'affaires, au-delà des estimations de vente initiales concernant certaines de nos lignes ou produits spécifiques non couverts par la LCA. Toutes les lignes prévues ayant toutefois été analysées, nous avons tout de même augmenté significativement notre pourcentage de chiffre d'affaires pour les produits couverts par l'analyse LCA.

Ⓥ Création d'un centre européen de recherche et de formation sur l'agriculture biologique régénératrice, le Davines Group – Rodale Institute European Regenerative Organic Center.

Le 6 juillet 2021, le Davines Village est devenu le lieu d'une nouvelle initiative pionnière dans le domaine agricole. Nous avons consacré 15 hectares de terrain à l'agriculture biologique régénératrice, créant un centre de recherche et de formation à ciel ouvert. Ce projet nous permettra également d'élargir notre offre d'ingrédients biologiques régénérateurs dans le secteur de la cosmétique. Pour en savoir plus, consultez la page 33.

[Ⓥ] Mise en œuvre d'un plan d'action structuré pour 2 des 4 piliers de notre feuille de route Net Zero.

Le plan d'action mis en œuvre pour le pilier « Mesurer et contrôler » nous a permis de compléter à 100 % le compte rendu de l'empreinte carbone de notre entreprise. Quant au plan d'action pour le pilier « Réduire », il nous a permis de nous rallier à la campagne « Business ambition for 1.5 » lancée en 2019 par le Pacte Mondial des Nations Unies et de lancer la définition de nos objectifs de réduction des émissions en phase avec les études scientifiques les plus récentes. Enfin, nous définissons actuellement les plans d'action des piliers restants, « Neutraliser » et « Impliquer ». Pour en savoir plus sur notre engagement, rendez-vous à page 25.

Ⓥ 100 tonnes de plastique Ocean-Bound collectées.

En 2021, nous avons initié un partenariat avec l'entreprise sociale Plastic Bank. Ensemble, nous avons collecté 100 tonnes de plastique Ocean-Bound Plastic à une distance maximale de 50 km des côtes des Philippines, du Brésil et de l'Indonésie. Pour en savoir plus, consultez la page 22.

Actions 2022

Augmenter le pourcentage de chiffre d'affaires découlant des produits couverts par l'analyse LCA, en atteignant une part comprise entre 50 et 74 %.

Signer la lettre d'engagement de SBTi (Science Based Target Initiative) pour nous engager officiellement à atteindre zéro émission nette.

Soumettre nos objectifs de réduction des gaz à effet de serre à SBTi pour validation.

Doter nos fournisseurs de documents et de ressources utiles pour adopter des pratiques de sauvegarde de la biodiversité.

Lancer notre première expérimentation visant à comparer les pratiques agricoles régénératrices aux pratiques conventionnelles.

Aller plus loin dans notre partenariat avec Plastic Bank : pour chaque produit vendu, la même quantité de plastique sera retirée de l'environnement.

Adhérer à l'initiative CO2alizione per l'Europa, en intégrant la finalité de neutralité climatique dans les Statuts de Davines S.p.A.

Certifier le Davines Village selon la certification LEED.

Légende :

Groupe

Italie

Ⓥ Objectif atteint

[Ⓥ] Objectif partiellement atteint

⊗ Objectif pas atteint

CERTIFICATION LEED POUR LE DAVINES VILLAGE

En 2021, nous avons décidé d'entreprendre un parcours pour obtenir la certification LEED de notre siège de Parme, le Davines Village. Cette certification, la plus répandue au monde en matière de durabilité des bâtiments, est importante pour nous afin d'évaluer les performances environnementales de nos lieux de travail selon des critères reconnus à l'échelle mondiale. Au 30 juin 2022, nous avons conclu les trois étapes du parcours de certification et nous sommes en attente du retour de l'organisme certificateur.

Parme.

Collaborateurs, Nativa, US Green Building Council (USGBC)

Étape 1
Assessment

Analyse et identification des points critiques.

Étape 2
Establishment

Vérification des exigences préalables et intégration des métriques nécessaires.

Étape 3
Performance

Collecte des données et présentation de la documentation.

NOUS AVONS REMPORTÉ LE PRIX BEST FOR THE WORLD™ 2022 DANS LE DOMAINE DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Parmi plus de 5 000 B Corp au monde, nous faisons partie des 5 % les mieux notées au classement BIA dans le domaine de l'impact environnemental !

Nous sommes fiers de ce titre, une reconnaissance importante de notre engagement pour une planète plus durable et régénératrice.

Circularité

La circularité nous met au défi de repenser nos actions, en allant au-delà de l'idée du « prendre, utiliser, jeter ». Depuis longtemps, nous nous efforçons de réduire au maximum notre usage de matériaux et, lorsque c'est impossible, nous essayons de les réutiliser ou de les recycler.

À l'origine des emballages

RECHERCHE CIBLÉE

L'histoire de nos flacons de shampooing commence bien avant leur arrivée dans votre douche !

Au Davines Village, nous disposons d'une équipe de collaborateurs consacrée à la recherche et au développement des emballages. Inspirés par les principes de l'écoconception, ils étudient les solutions de packaging ayant le plus faible impact pour tous nos produits, sans compromis sur la qualité et la sécurité. Ce n'est qu'une fois satisfaits des résultats de l'étude d'impact environnemental, d'innovation des matériaux et d'efficacité de l'industrialisation qu'ils passent aux étapes suivantes de la production et de la commercialisation du produit.

PRINCIPES D'ÉCOCONCEPTION

En matière de développement circulaire des emballages, l'écoconception est notre étoile polaire !

En phase de développement des emballages, nous suivons les 5 principes clés représentés dans le schéma ci-contre. Ces principes sont également au cœur de notre Charte pour la Recherche sur les Emballages, un guide que nous avons créé il y a 14 ans et que nous actualisons en permanence avec les plus récentes évolutions de l'innovation, pour nous orienter vers la conception d'emballages toujours plus durables.

1. **Nous consommons moins de matériaux :** nous concevons des emballages plus légers en préservant leur sécurité et leur fonctionnalité ;
2. **Nous simplifions la design :** nous réduisons ou éliminons les composants superflus ;
3. **Nous préférons des matériaux recyclés ou issus de sources renouvelables :** nous abandonnons progressivement l'usage de matériaux vierges ;
4. **Nous facilitons le recyclage :** par exemple, en privilégiant les solutions mono-matériau ;
5. **Nous optimisons les espaces pour la distribution logistique :** par exemple, nous optimisons le nombre de produits transportés et les émissions de CO_2 qui en résultent.

Histoire d'impact de 2014 à 2021

Pour nos emballages en plastique et papier, nous avons appliqué essentiellement 2 principes d'écoconception, « utiliser moins de matériaux » et « préférer des matériaux recyclés ou issus de sources renouvelables », qui nous ont permis de limiter l'impact de nos produits.

PLASTIQUE

841,3 tonnes évitées

UTILISER MOINS DE MATÉRIAUX

130,4 tonnes

de plastique vierge fossile évitées grâce à la réduction du poids des emballages et à l'élimination des composants non nécessaires.

Les actions ont porté sur les emballages primaires.

PRÉFÉRER DES MATÉRIAUX RECYCLÉS OU ISSUS DE SOURCES RENOUVELABLES

710,9 tonnes

de plastique vierge fossile évitées grâce à l'utilisation de plastique recyclé ou issu de sources renouvelables.

PAPIER ET CARTON

228,7 tonnes évitées

160,8 tonnes

de papier évitées grâce à la réduction du poids des emballages et à l'élimination des composants non nécessaires.

Les actions ont porté sur les emballages secondaires et tertiaires.

67,9 tonnes

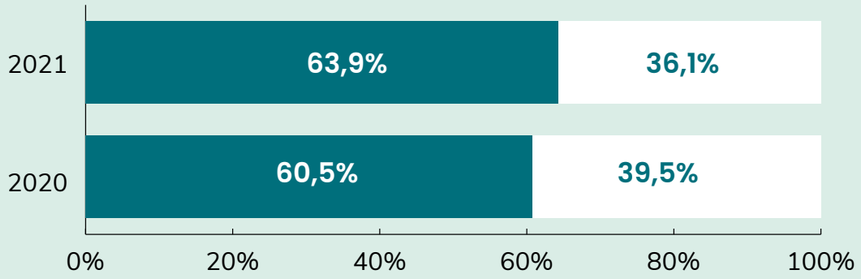
de papier vierge évitées grâce à l'utilisation de papier recyclé.

Decarbonization

Toutes ces actions ont permis d'éviter **1 613** tonnes de CO2eq.

De quoi sont faits nos emballages

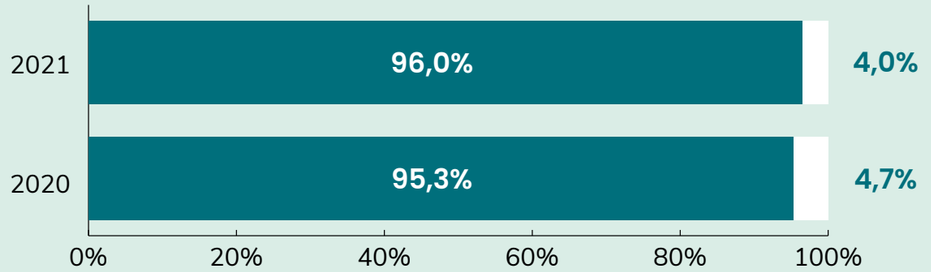
EMBALLAGES EN MATÉRIAUX RECYCLÉS



Sur la quantité totale de matériaux d'emballage primaire, secondaire et tertiaire achetés

- Matériaux recyclés (papier, carton, plastique et verre)
- Matériaux non recyclés (papier, carton, plastique et verre)

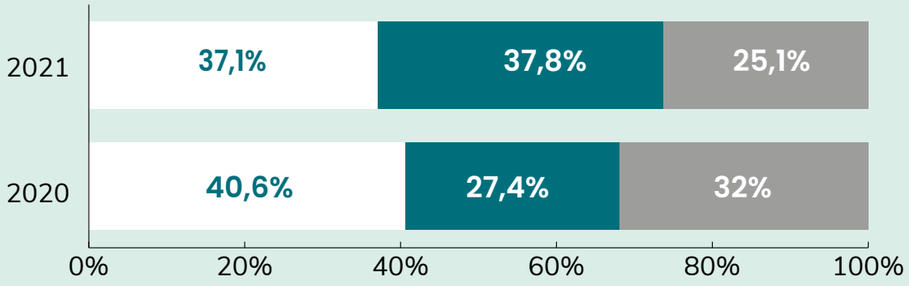
EMBALLAGES EN PAPIER ET CARTON



Sur la quantité totale de matériaux d'emballage en papier et carton secondaire et tertiaire achetés

- Papier et carton en matériau recyclé
- Papier et carton en matériau vierge

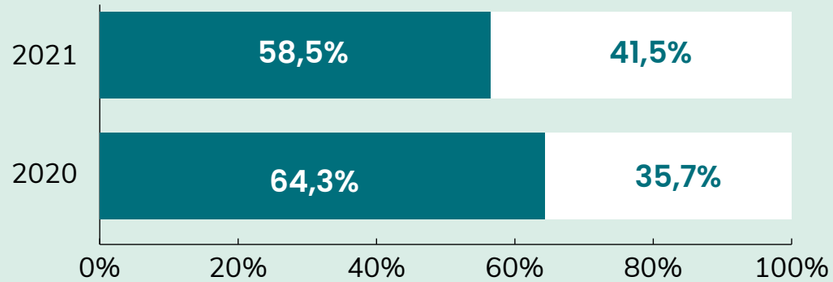
EMBALLAGES EN PLASTIQUE



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

- Emballages en plastique vierge fossile
- Emballages en plastique recyclé
- Emballages en plastique biosourcé

EMBALLAGES ISSUS DE SOURCES RENOUVELABLES



Sur la quantité totale de matériaux d'emballage primaire, secondaire et tertiaire achetés

- Emballages issus de sources renouvelables (papier, carton, plastique biosourcé)
- Emballages issus de sources non renouvelables (plastique vierge fossile et recyclé, acier, aluminium, verre)

Comment nous appliquons les principes d'écoconception, quelques exemples :

DOUBLEMENT PRIMÉS EN MATIÈRE D'ÉCOCONCEPTION

Dans le cadre du Concours CONAI pour l'écoconception des emballages dans l'économie circulaire, nous avons reçu deux prix en 2021 pour avoir significativement réduit l'impact des emballages de certains des produits de la ligne SU de Davines et de la ligne Tranquillity et Aromasoul de [comfort zone].

SU, PRIX CONAI ECOPACK 2021

Les tubes de trois produits de la ligne SU, en stratifié de plastique et aluminium, ont été remplacés par des tubes en PE issus de sources renouvelables pour favoriser leur recyclage et générer un avantage également sur l'emballage tertiaire. En effet, la structure alvéolaire qui les protège étant devenue superflue, les nouveaux tubes ont permis d'alléger et d'optimiser l'emballage nécessaire à leur transport.

Monde.

Collaborateurs Davines, fournisseurs, CONAI.

-40 % d'émissions de CO2eq et -50 % de consommation d'eau (source CONAI) ; emballages entièrement recyclables pour les produits SU/ HAIR MASK, AFTERSUN, TAN MAXIMIZER ; 35 g de papier en moins pour l'emballage de chaque tube transporté ; passage du nombre d'exemplaires transportés par palette de 1 140 à 2 880.

TRANQUILLITY ET AROMASOUL, PRIX CONAI ECOPACK 2021

Nous avons optimisé l'emballage tertiaire utilisé pour le transport des flacons recyclables des lignes Tranquillity et Aromasoul. Les emballages d'origine ont été remplacés par des boîtes plus étroites, dont un plus grand nombre peut être placé sur une palette, et qui ne nécessitent aucun support interne, permettant ainsi la réduction des matériaux utilisés.

Monde.

Collaborateurs [comfort zone], fournisseurs, CONAI.

-40 % d'émissions de CO2eq, -40 % de consommation d'énergie totale et -25 % de consommation d'eau (source CONAI) ; 125 g de papier en moins par flacon transporté ; augmentation du nombre d'exemplaires transportés par palette de 308 à 798.

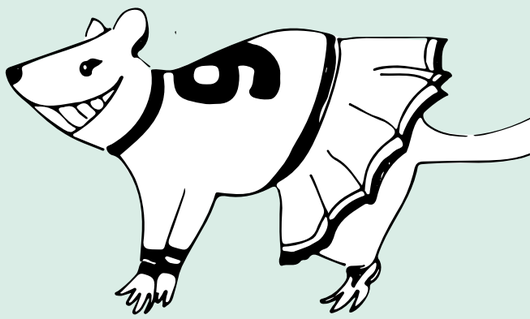
ÉCOCONCEPTION DE SUBLIME SKIN

Les emballages de la nouvelle ligne Sublime Skin ont été conçus pour limiter leur empreinte carbone. L'Intensive Serum en particulier, présente un emballage en verre réutilisable qui permet de remplacer la recharge interne, vendue séparément. Grâce à cette technologie avec recharge, nous prolongeons la durée de vie de l'emballage et donc, nous réduisons son impact.

Monde.

Collaborateurs [comfort zone], clients professionnels, clients finaux, fournisseurs.

- 91 % de poids en moins pour la recharge d'Intensive Serum par rapport à l'emballage complet ; 42,6 % de verre recyclé dans les pots de Cream et Lift Mask, qui offrent également une réduction de poids de 17 % par rapport aux précédents ; 100 % de papier recyclé certifié FSC pour l'emballage tertiaire de toute la ligne.



Notre impact positif au-delà de la chaîne d'approvisionnement

En plus des actions internes en matière d'écoconception, nous avons agi pour minimiser davantage notre impact, même en dehors de notre chaîne de valeur.

En 2021 avec Plastic Bank, nous avons collecté 100 tonnes de plastique dans l'environnement, et évité qu'elles ne finissent dans l'océan. Cette action a permis de collecter environ 16,3 % de l'empreinte plastique découlant de la vente de nos produits (611,4 tonnes).

En 2022 nous avons décidé de franchir une nouvelle étape : pour chaque produit vendu, une quantité équivalente de plastique, appelée Ocean-Bound Plastic, sera collectée par Plastic Bank à une distance maximale de 50 km des côtes des Philippines, du Brésil et de l'Indonésie. Le plastique collecté sera ensuite recyclé localement, pour être réutilisé dans une optique de régénération. Par ce nouvel engagement, nous voulons nous placer en première ligne dans l'industrie de la beauté, en contribuant à protéger la planète et améliorer la vie des communautés locales impliquées dans ce projet.

Notre communauté à l'œuvre pour nettoyer le monde

NETTOYAGE DU CANAL SAINT-MARTIN À PARIS

La filiale Davines France a organisé une journée de nettoyage du canal Saint-Martin, l'un des canaux les plus pittoresques traversant Paris. L'initiative a été lancée en collaboration avec Project Rescue Ocean, association à but non lucratif opérant depuis 2015 en France pour la préservation des océans, des mers et des rivières.

France, Paris.

Clients finaux, Project Rescue Ocean, collaborateurs Davines.

77 kg de déchets collectés, 15 personnes participantes.

ECO-NETTOYAGE AU ROYAUME-UNI ET REFORESTATION

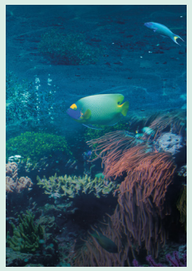
La filiale Davines du Royaume-Uni, en collaboration avec l'association de bénévolat onHand, a organisé des initiatives d'éco-nettoyage à différents endroits du pays, générant un double avantage environnemental. Pour chaque mission terminée, onHand s'engage en effet à planter 1 arbre au Nicaragua, pour soutenir la biodiversité et les communautés locales.

Royaume-Uni.

Collaborateurs et salons Davines, onHand.

74 personnes participantes dans 10 localités du Royaume-Uni, 42 sacs poubelle collectés, 100 arbres plantés.

BECOME AN OCEAN KEEPER EN ASIE



Depuis 2019, cette campagne de protection des océans se renouvelle chaque année à Hong Kong. Après des initiatives de nettoyage des plages, de recyclage et de sensibilisation, l'édition 2021 a été consacrée à des ateliers de formation sur l'upcycling qui, en collaboration avec les salons, ont permis de financer Eco-Greenergy, entreprise de création de solutions durables.

Hong Kong.

Salons Davines et clients finaux.

85 salons participants, 5 % des ventes reversées à Eco-Greenergy.

CLEAN YOUR HOOD

Notre distributeur grec a lancé un défi sur Instagram, en collaboration avec le mouvement Save Your Hood : collecter des déchets pendant ses promenades, pour nettoyer son quartier. Des milliers de citoyens en Grèce et à Chypre ont participé bénévolement et ont manifesté leur appréciation de l'initiative et la marque sur le Web.

Grèce et Chypre.

Distributeur [comfort zone], communauté, Save Your Hood.

105 357 visualisations sur le site Skin Regimen local.

MARE D'AMARE

En collaboration avec l'association à but non lucratif PLASTIC FREE, [comfort zone] a organisé une série d'événements itinérants pour nettoyer les plages et les zones côtières d'Italie, impliquant clients professionnels et collaborateurs. Chaque participant a été muni d'un kit spécifique pour faciliter la collecte des déchets.

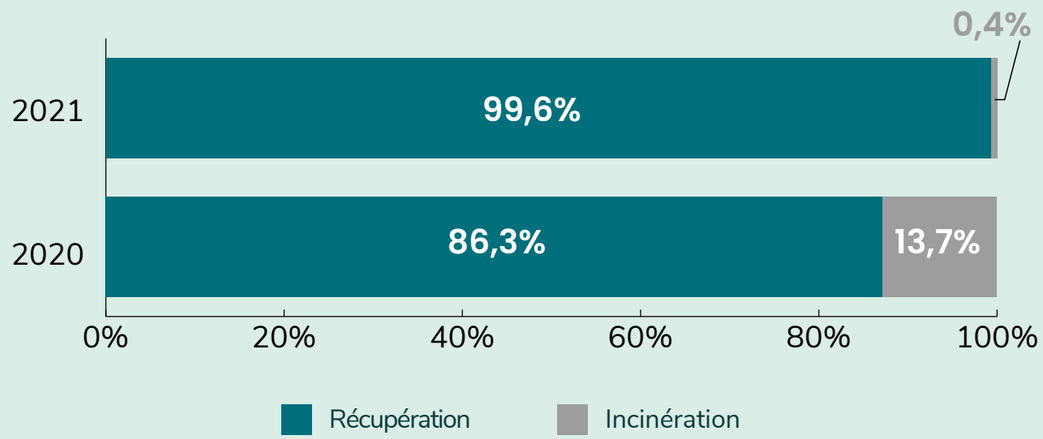
Italie.

Collaborateurs [comfort zone], clients professionnels.

580 participants, 9 800 kg de plastique collectés.

0 % de déchets de la production envoyés à la déchetterie

MODALITÉS D'ÉLIMINATION DES DÉCHETS SOLIDES
SITE DE PRODUCTION DE PARME



La croissance d'une activité peut entraîner une augmentation des déchets et même une modification de leur gestion. Dans ce contexte, nous nous sommes engagés non seulement à réduire le plus possible la production de déchets dans notre usine de production, mais également à améliorer leur tri et donc leur fin de vie.

Dans l'optique d'une amélioration continue, depuis 2021 nous collaborons avec un gestionnaire environnemental pour augmenter la part de recyclage des déchets, en réduisant ceux envoyés à la valorisation thermique et à l'incinération.

Le schéma illustre le résultat de cet engagement qui nous pousse vers une gestion toujours plus circulaire de nos déchets industriels.

Filière durable

Pour renforcer la durabilité dans le secteur de la beauté, la chaîne d'approvisionnement est un élément crucial à prendre en compte et à cœur. Nous sommes constamment à la recherche de pratiques d'approvisionnement à moindre impact et plus transparentes, et nous choisissons des fournisseurs qui partagent nos valeurs, souhaitant utiliser leur activité comme une force positive.

Qui sont nos fournisseurs

Chaque année, nous réalisons une enquête pour cartographier les bonnes pratiques de durabilité de nos fournisseurs, qui sont principalement des producteurs, revendeurs, entreprises de production tierces, agences de communication et fournisseurs de services technologiques ou logistiques. Les résultats obtenus font partie intégrante de l'évaluation et du choix de nos futurs fournisseurs.

54,6 % de fournisseurs et sous-traitants appliquent un code de conduite éthique dans leur travail

78,2 % offrent des avantages supplémentaires à leurs collaborateurs

79,9 % mesurent leur impact sur la planète

52,3 % utilisent de l'énergie issue de sources renouvelables

69,5 % ont réduit leur consommation totale d'énergie

46 % ont réduit leur consommation totale d'eau

12,6 % compensent leurs émissions de CO2eq

26,4 % ont réduit leurs émissions de CO2eq

54,6 % ont réduit leurs déchets non triés

37,4 % n'utilisent pas de plastique à usage unique au bureau

8,1 % mettent en œuvre de bonnes pratiques pour limiter leur impact sur la biodiversité

Données calculées sur la base des déclarations des fournisseurs ayant complété notre questionnaire annuel sur la durabilité. En 2021, 44,6 % de nos fournisseurs (en valeur) ont collaboré à l'enquête en complétant le questionnaire.

Comment nous impliquons nos fournisseurs, un exemple :

ATELIERS POUR NOS FOURNISSEURS

Depuis 2019, nous organisons chaque année pour nos fournisseurs différentes rencontres afin de partager avec eux nos bonnes pratiques et outils d'amélioration des performances en matière de durabilité. En 2021, nous avons réalisé un atelier consacré au changement climatique et aux émissions de CO2eq, et un atelier consacré à la durabilité des emballages.

Italie.

Collaborateurs de l'entreprise, fournisseurs.

61 participants au premier atelier ; 40 participants au second.

Qu'en pensent nos fournisseurs ?

« Les thèmes de l'atelier ont été traités de façon très claire. »

« Après l'événement, nous nous sommes sentis très encouragés dans notre recherche d'amélioration continue ! »

« Des rencontres comme celle-ci offrent de nombreuses pistes utiles pour les entreprises du secteur qui souhaitent améliorer leurs performances de durabilité ! »

Décarbonisation

La décarbonisation a un rôle central dans la transition écologique, et nous souhaitons apporter notre contribution également dans ce domaine. Nous mettons en œuvre un grand nombre d'initiatives et de projets pour limiter notre impact sur le climat. Et ce, depuis longtemps.

Notre voyage vers la décarbonisation

Notre engagement dans le domaine de la décarbonisation part de loin et raconte notre ambition de contribuer significativement à un défi urgent et mondial : la limitation du changement climatique.

VOICI LES PRINCIPALES ÉTAPES DE NOTRE PARCOURS, À CE JOUR :

2021 Nous mesurons et contrôlons 100 % de nos émissions (scope 1, 2 et 3), nous signons notre engagement pour l'initiative Science Based Targets et nous nous allions à la coalition Business Ambition for 1.5°C.

2020 Nous organisons et structurons nos efforts de décarbonisation sous un programme unique comptant 4 grands piliers : mesurer, réduire, neutraliser et impliquer.

2019 Avec plus de 500 B Corp, nous signons notre engagement pour devenir une entreprise à zéro émission nette d'ici 2030.

2018 Nos efforts mûrissent, nous devenons une entreprise neutre en carbone.

2006 Nous commençons à contrôler, réduire et neutraliser partiellement notre empreinte carbone.

Entreprise neutre en carbone

Nos bureaux et notre usine sont neutres en carbone depuis 2018, mais comment y sommes-nous parvenus ?

1. **En mesurant et en contrôlant toutes les émissions dérivées des activités sous notre contrôle direct (scope 1 et 2).**
2. **En réduisant les émissions de nos bureaux et de notre usine, dans la mesure du possible, à travers l'optimisation énergétique et l'utilisation d'énergie issue de sources renouvelables.**
3. **En neutralisant les émissions restantes et en soutenant un projet de reforestation certifié Plan Vivo qui permet l'absorption de CO_2 et l'émission de crédits carbone de haute qualité.**

Notre prochaine ambition est d'atteindre un objectif de zéro émission nette !

Pilier 1 – Mesurer et contrôler

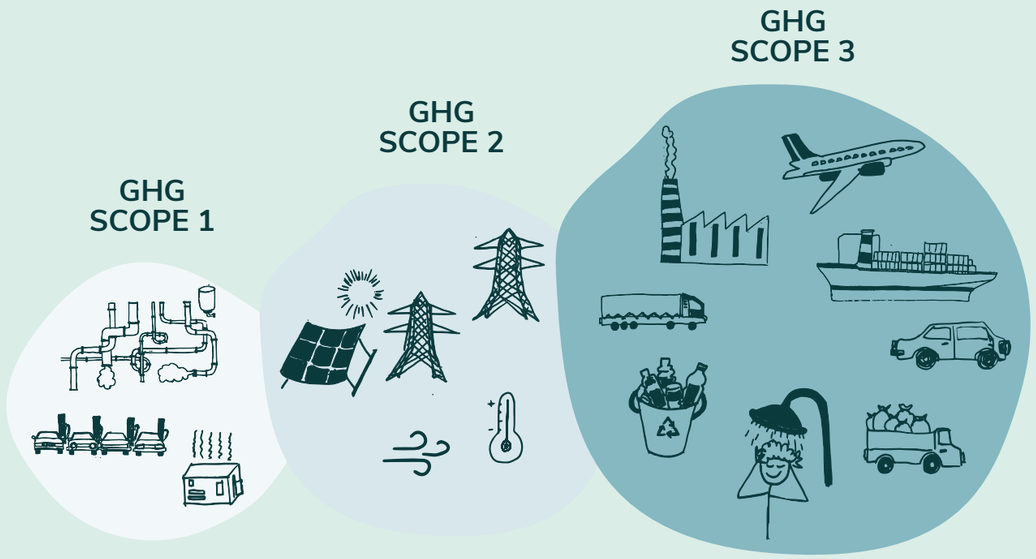
Chez Davines, nous pensons que la première étape pour limiter ses impacts consiste à les identifier et les mesurer. Ainsi, en 2021 et au cours des premiers mois de 2022, nous avons travaillé à la finalisation du compte rendu de notre empreinte carbone, que nous continuerons à contrôler et perfectionner au fil des ans. Il s'agissait d'une étape fondamentale dans notre parcours de décarbonisation, qui nous a permis de reconstituer un cadre complet des émissions directes et indirectes issues de nos activités (émissions scope 1, 2 et 3).

QUE SONT LES ÉMISSIONS SCOPE 1, 2 ET 3

Émissions scope 1 – ce sont les émissions directes, qui concernent les activités sous le contrôle direct de l'entreprise (telles que le parc automobile de l'entreprise, l'énergie thermique, etc.) ;

Émissions scope 2 – ce sont les émissions indirectes, qui sont dues à la production d'électricité, de vapeur ou de chaleur par des tiers et dans des lieux différents des lieux d'utilisation ;

Émissions scope 3 – ce sont les émissions indirectes, issues de toute la chaîne de valeur (fournisseurs, distributeurs et clients finaux).



L'importance de l'empreinte carbone de nos produits

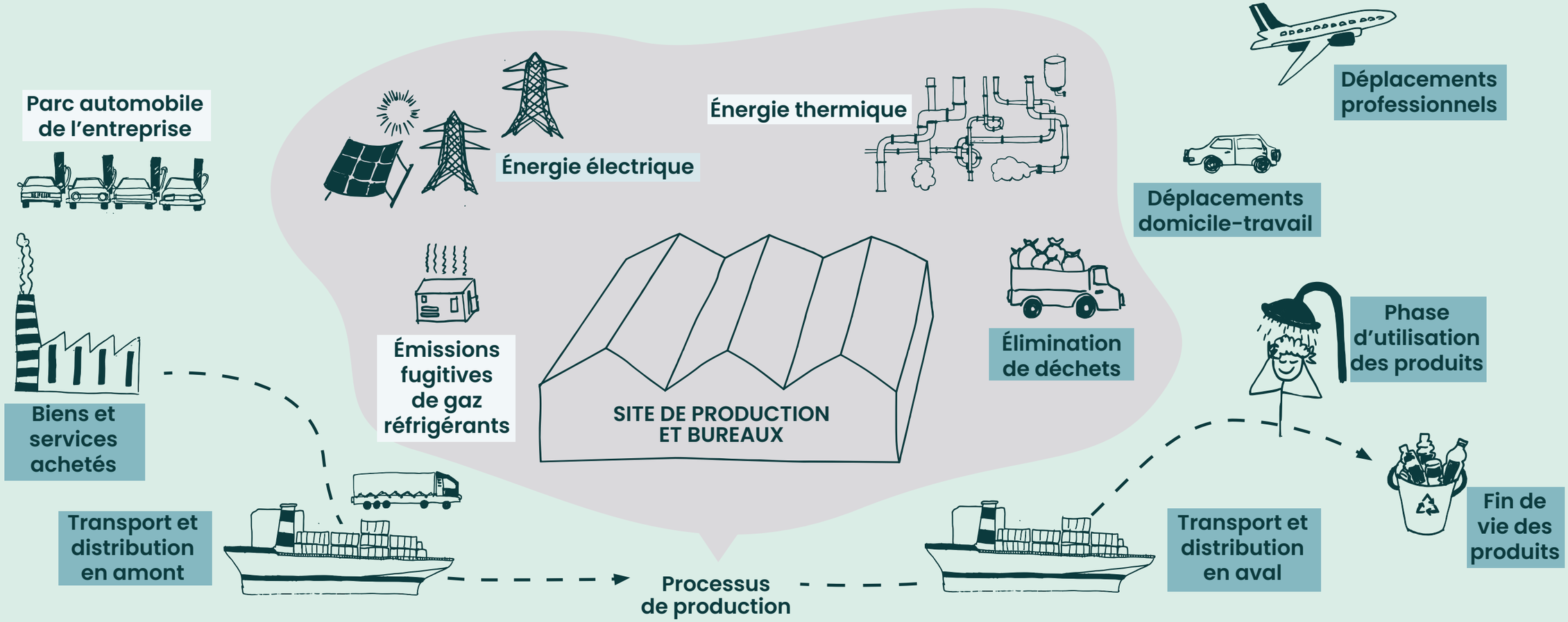
Dans l'empreinte carbone de notre organisation, une composante l'emporte sur toutes les autres : l'empreinte carbone de nos produits.

Cette dernière est la somme de toutes les émissions générées par un produit: de sa conception à sa fin de vie.

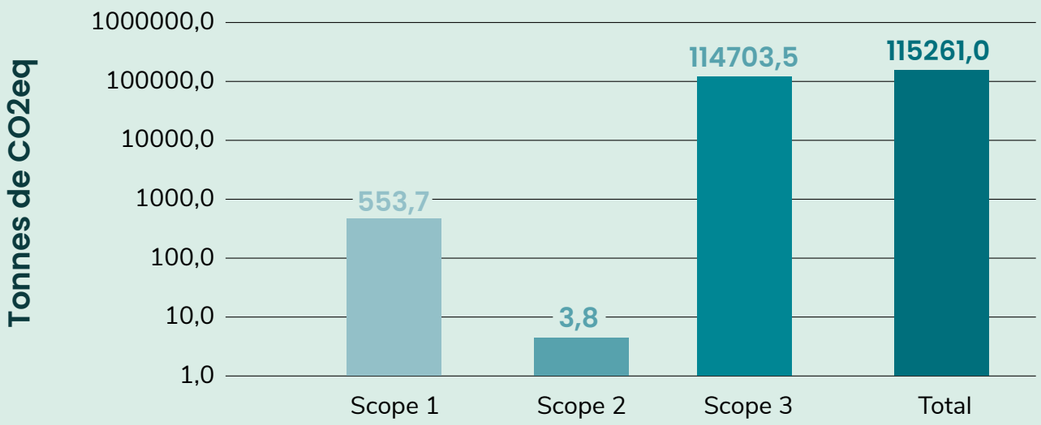
Pour la calculer, nous utilisons la LCA (Life Cycle Assessment), un outil qui nous permet d'analyser l'impact du produit à chaque étape de son cycle de vie.

Dans la représentation graphique de notre empreinte carbone page 27, une ligne pointillée relie les différentes activités prises en compte dans le calcul de l'empreinte carbone de nos produits.

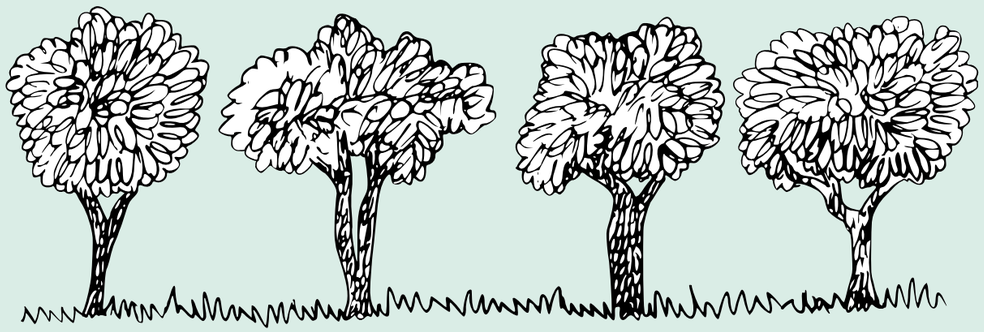
EMPREINTE CARBONE DU GROUPE DAVINES



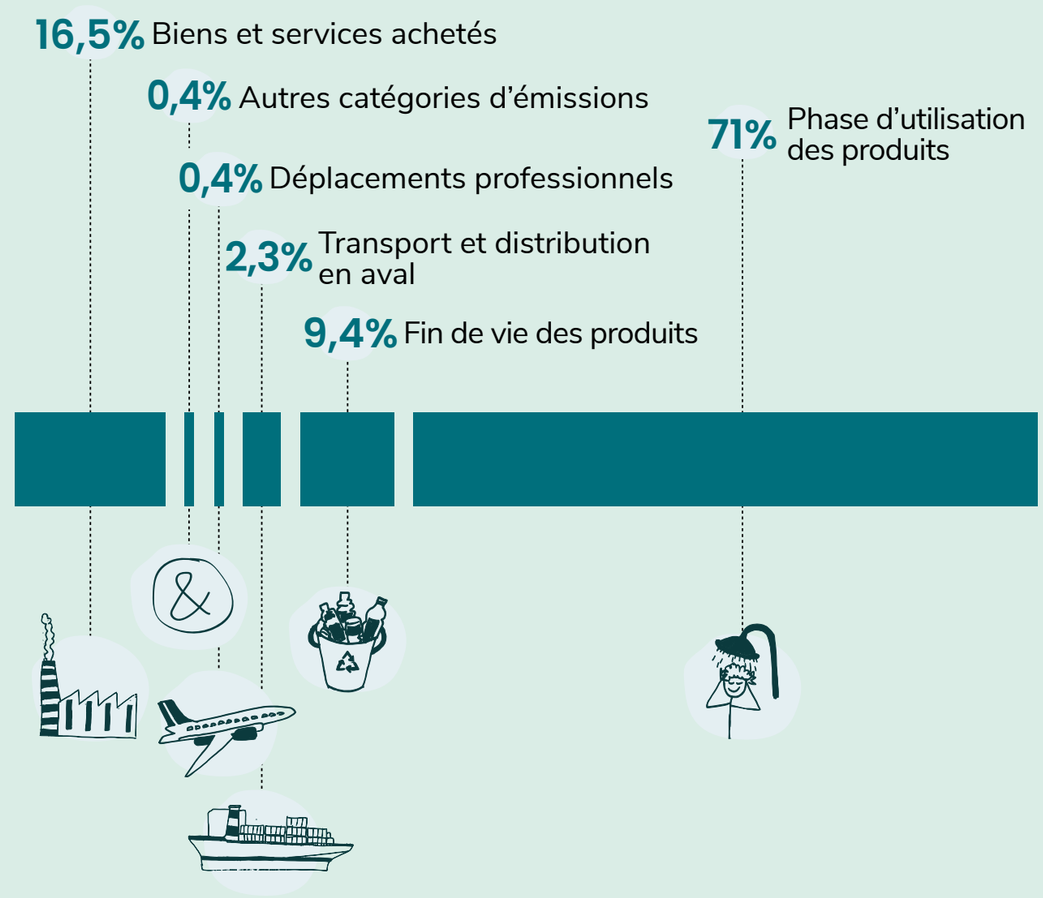
EMPREINTE CARBONE DU GROUPE DAVINES



En 2021, l'empreinte carbone totale de l'entreprise s'élève à 115 261 tonnes, à répartir entre les différents « scope » comme indiqué sur le schéma. Les émissions de scope 1 et 2 réunies représentent 0,5 % du total. Cela est dû en premier lieu à la nature de notre activité, mais également aux efforts investis au fil des années pour réduire leur niveau. Ainsi, comme le montre le schéma ci-dessus, la majeure partie de notre impact est due aux émissions de scope 3, c'est-à-dire celles qui sont hors de notre contrôle direct et issues de notre chaîne de valeur.



PRINCIPALES CATÉGORIES D'ÉMISSIONS DE SCOPE 3



Si l'on observe en détail le scope 3, on obtient une représentation du graphique «Principales catégories d'émissions de scope 3» qui montre la répartition des impacts selon les différentes catégories d'émissions.

On observe immédiatement que la principale catégorie est l'impact de la phase d'utilisation, dû à l'énergie nécessaire à l'usage des produits. Si l'on omet cette catégorie, sur laquelle nous n'avons aucun contrôle direct, les catégories d'émissions les plus impactantes sont l'achat des matières premières, la distribution des produits et les activités liées à leur élimination post-consommation. Ces catégories seront donc les points de concentration de nos efforts pour la mitigation des impacts.

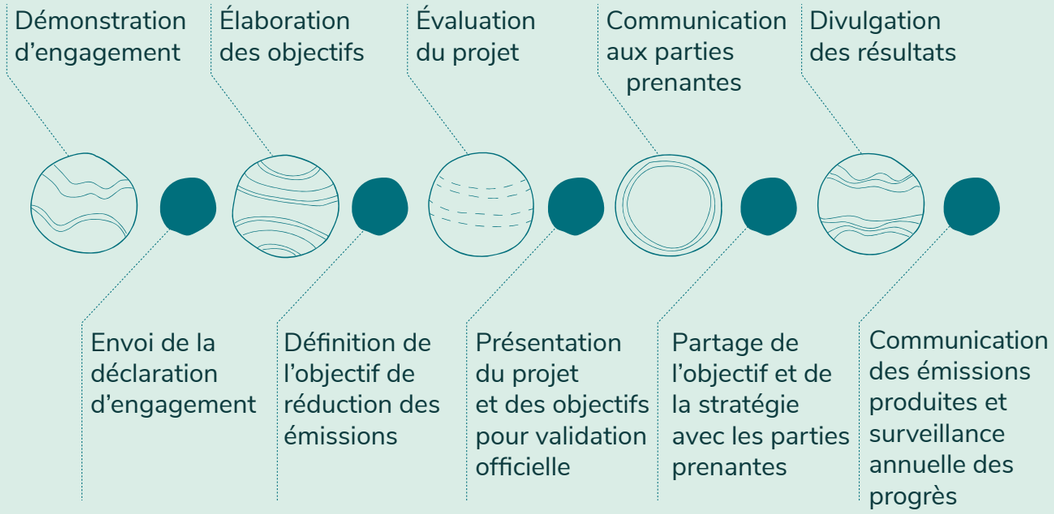
Pilier 2 – Réduire

Nous sommes conscients qu'une action climatique structurée ne peut se concevoir sans efforts de réduction des émissions.

Nous avons donc choisi de nous associer à la campagne Business Ambition for 1.5°C – Our Only Future. Lancée en 2019 par le Global Compact des Nations Unies, la campagne vise à encourager les entreprises à intensifier leurs efforts nécessaires pour faire face à l'urgence climatique, à travers l'adoption d'objectifs d'entreprise scientifiques appelés Science-Based Targets (SBT). Ces derniers visent précisément à traduire l'accord de Paris au niveau des entreprises et à guider ces dernières vers une action climatique ambitieuse et inspirée de données scientifiques.

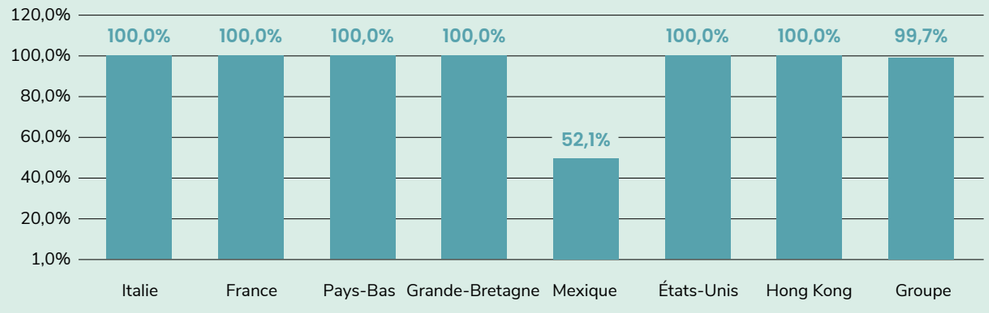
Au printemps 2022, nous avons signé notre déclaration d'engagement et initié l'élaboration des objectifs qui seront présentés pour révision et validation par Science-Based Targets Initiative (SBTi).

L'adhésion à SBTi prévoit différentes étapes de travail :



ÉNERGIE ÉLECTRIQUE UTILISÉE DANS NOS BUREAUX ET DANS NOTRE USINE DE PRODUCTION

Depuis 2020, nous utilisons exclusivement de l'énergie électrique issue de sources renouvelables dans notre usine de production et dans nos bureaux en Italie, en France, aux Pays-Bas, en Grande-Bretagne et aux États-Unis. Courant 2021 se sont également ajoutés les bureaux de Hong Kong, qui ont abandonné l'usage d'énergie issue de sources fossiles. Quant à notre filiale mexicaine, elle continue d'accroître progressivement sa part d'énergie renouvelable produite sur site.



TRANSITION VERS L'ÉNERGIE RENOUVELABLE POUR LA FILIALE DE HONG KONG

En 2021, la filiale de Hong Kong est passée à 100 % d'énergie électrique issue de sources renouvelables, solaire et éolienne. Cet objectif, rendu possible par le transfert des bureaux dans un nouveau lieu, a permis d'atteindre un objectif supplémentaire : aujourd'hui, tous les bureaux du Groupe sont alimentés entièrement ou en majorité par de l'énergie électrique issue de sources renouvelables.

Hong Kong.

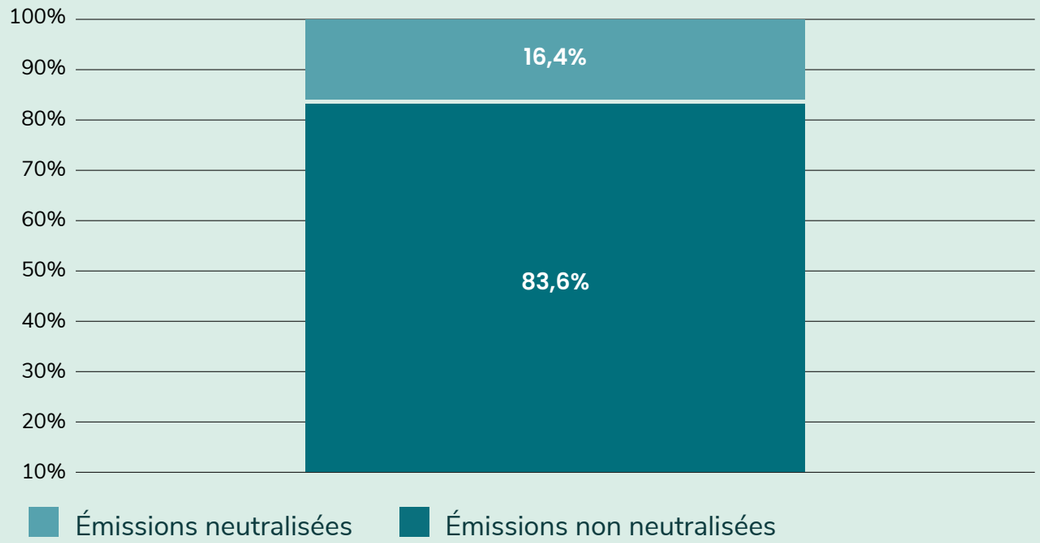
Collaborateurs, fournisseur d'énergie électrique renouvelable.

100 % d'énergie électrique issue de sources renouvelables, 4 tonnes de CO_2eq évitées en 2021.

Pilier 3 – Neutraliser

Depuis des années, nous neutralisons nos émissions en investissant dans des projets de haute qualité et certifiés Plan Vivo, de boisement et/ou reforestation pour l'absorption de la CO2. En 2021 et 2022 les projets ont été au nombre de deux, Ethiotrees et Scolel'te.

ÉMISSIONS NEUTRALISÉES SUR LE TOTAL DE L'EMPREINTE CARBONE DU GROUPE DAVINES



À ce jour, notre approche prévoit la neutralisation des émissions dérivées de scope 1 et 2 et des lignes de produits sur lesquelles nous réalisons une évaluation du cycle de vie (hors phase d'utilisation). Pour tous les produits sur lesquels cette analyse n'a pas encore été appliquée, nous neutralisons les émissions dérivées du cycle de vie des emballages et de la majeure partie des expéditions des sites d'e-commerce Davines (Italie et États-Unis). Le schéma ci-dessus indique le pourcentage d'émissions neutralisées sur le total des émissions du Groupe.

À l'automne 2022, nous lancerons la définition d'une stratégie de neutralisation plus détaillée illustrant la progression de nos émissions neutralisées par an, jusqu'à l'atteinte de notre objectif de zéro émission nette.

ETHIOTREES

Ethiotrees est le projet de boisement qui soutient la régénération du sol et des forêts dans la région septentrionale du Tigray, dans les Tembien Highlands, en Éthiopie.

SCOLEL'TE

Scolel'te est le projet incluant des activités telles que le boisement, le reboisement et l'agroforesterie tout en offrant des avantages sociaux aux communautés locales.

QUELS SONT LES PRODUITS QUE NOUS NEUTRALISONS À TRAVERS LES PROJETS ETHIOTREES ET SCOLEL'TE

a single shampoo — Shampoo 250 ml, 1 l

ESSENTIAL HAIRCARE — Shampoo 75 ml, 250 ml, 1 l, 5 l – Conditioner 75 ml, 250 ml, 1 l, 5 l – Shampoo Bar MOMO, DEDE, VOLU, LOVE

HEART OF GLASS — Shampoo 90 ml, 250 ml, 1 l – Rich Conditioner 90 ml, 250 ml, 1 l – Intense Treatment 150 ml, 750 ml – Sheer Glaze 150 ml

MASK with VIBRACHROM — Tous les tubes de couleurs

NATURALTECH™ — **Calming** Shampoo 100 ml, 250 ml, 1 l – **Detoxifying** Scrub Shampoo 100 ml, 250 ml, 1 l
Elevating Fragrance 250 ml Scalp recovery treatment 100 ml Clay supercleanser, Massage oil
Energizing Shampoo 1 l, Gel 150 ml, Superactive 100 ml, Seasonal Superactive 100 ml, 12x6 ml, Thickening tonic 100 ml
Nourishing Shampoo 100 ml, 250 ml, 1 l, Vegeterian Miracle Mask 60 ml, 250 ml, 1 l, Vegetarian Miracle Conditioner 60 ml, 250 ml, 1 l, Keratin booster 100 ml, Hair Building Pack 60 ml, 250 ml, Keratin Sealer 50 ml, 100 ml, Keratin Wonder Superactive 1 l
Purifying Shampoo 250 ml, 1 l
Rebalancing Shampoo 100 ml, 250 ml, 1 l, Cleansing treatment 250 ml, 1 l
Renewing Shampoo 100 ml, Conditioning treatment 60 ml
Replumping Shampoo 100 ml, 250 ml, 1 l, Hair filler superactive leave-in 100 ml
Wellbeing Shampoo 100 ml, 250 ml, 1 l

davines sustainable beauty

PASTA&LOVE — Softening Shaving gel – After shave & moisturizing cream – Pre-shaving&beard oil – Non-foaming transparent shaving gel
Strong-hold mat clay – Medium-hold styling paste

SACRED NATURE — Body butter 220 ml – Cleansing balm 15 ml, 110 ml, 220 ml – Exfoliating mask 110 ml – Nutrient cream 15 ml, 50 ml, 220 ml
Hydra Cream 50 ml – Youth Serum 10 ml, 30 ml – Hand&Body Soap – Distilled flower toner 100 ml – Hydra Mask base 220 ml
Powder Scrub 60 g – Glow clay mask 60 g – Rubber mask 100 ml

SUBLIME SKIN — Oil Cream 60 ml, 200 ml - Oil Serum 30 ml, 50 ml – Corrector 30 ml – Color perfect SFP 40 ml, 100 ml – Lift&Firm Ampoule 7pcs – Micropeel lotion 100 ml, 300 ml – Intensive serum 30 ml (et recharge), 150 ml – Fluid cream 60 ml, 200 ml – Eye cream 15 ml – Cream 30 ml, 60 ml – Lift-mask 60 ml – Peeling 280 ml : Booster, Age, Bright, Delicate – Peel-off Mask 6 pcs – Acid preparator 280 ml – Neutralizer 280 ml – Eye Peel Pads 28 pcs – Eye Patch 6 pcs, 12 pcs

[comfort zone] conscious skin science

PILIER 4 – Impliquer

Nous continuons à impliquer et collaborer avec nos parties prenantes internes et externes pour : améliorer notre savoir-faire afin de trouver des solutions internes efficaces et innovantes ; 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.

COMMENT NOS PARTIES PRENANTES AGISSENT POUR LE CLIMAT, QUELQUES EXEMPLES :

DAVINES & [comfort zone] COMMUNITY FOREST

Le 22 avril 2021, la filiale néerlandaise est devenue partenaire de Trees for All afin de créer d'ici la fin 2022 une Davines & [comfort zone] community forest en plantant au moins 1 250 arbres sur le territoire de Deventer, et un nombre équivalent au Costa Rica. Pour impliquer la communauté dans le projet de plantation, différentes activités promotionnelles ont été mises en œuvre dans les salons.

Pays-Bas.

Collaborateurs, salons Davines et centres [comfort zone], Trees For All.

2 250 arbres plantés en mars 2022, dont 1 580 grâce à la contribution de l'entreprise et 670 grâce aux clients finaux.

REFORESTATION POUR PRÉSERVER LA PLANÈTE

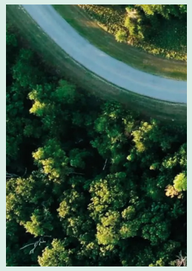
Les projets de reforestation en Europe de l'Est ont réuni des participants de trois pays. Les distributeurs Davines ont impliqué salons et clients finaux pour planter des milliers de plants afin de limiter le changement climatique.

Russie, Ukraine, Pologne.

Salons, clients finaux, Klub Gaja en Pologne, State Agency of Forest Resources en Ukraine, organismes forestiers en Russie.

360 salons dans 3 pays participants, 46 100 arbres plantés en Pologne et Russie en 2021, 165 000 arbres en plantation en 2022 en Ukraine.

DÉFI POUR LA DÉCARBONISATION



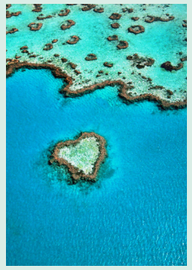
Les collaborateurs de la force de vente française ont accepté le défi lancé par WeNow, organisation spécialisée dans l'innovation climatique, pour réduire les émissions de CO2eq dérivées des déplacements professionnels en voiture. Pendant une semaine, ils ont conduit de façon plus économique et écologique en observant la différence de cette méthode sur l'impact environnemental.

France.

Collaborateurs de la force de vente.

13 collaborateurs participants, 106 tonnes de CO2 neutralisées par WeNow.

LOVE FOR OCEAN, LOVE FOR EARTH

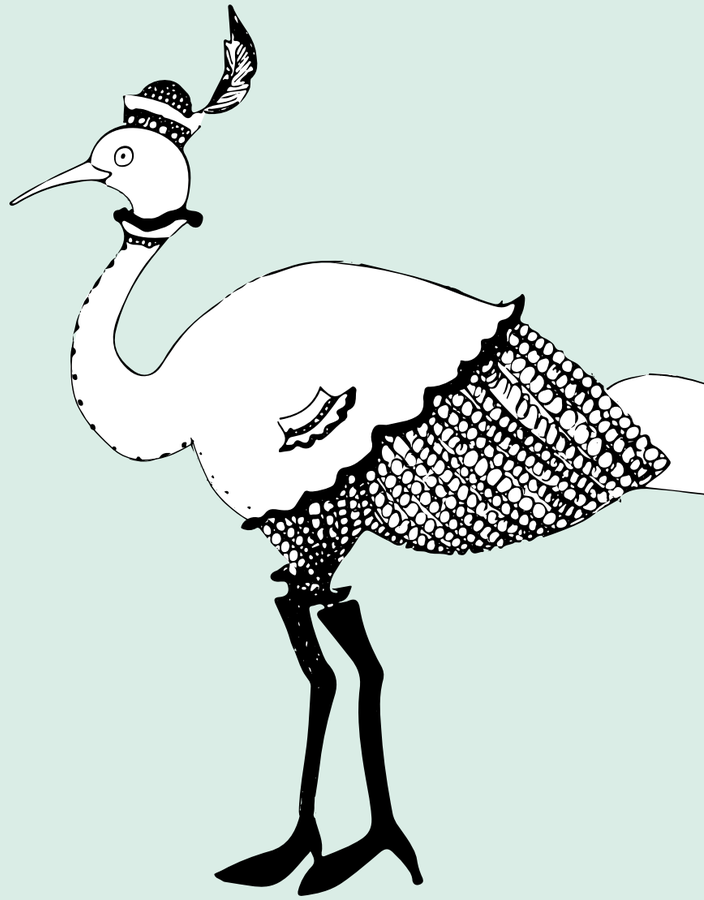


La 3e édition de la campagne Become An Ocean Keeper a été consacrée au rôle des océans dans la lutte contre le changement climatique à travers l'absorption de CO2. La campagne a reçu l'accueil favorable des médias et des ONG locales mais également de nos distributeurs, et s'est avérée une précieuse occasion d'implication de la communauté Davines.

Continent asiatique.

Salons, clients finaux.

6 677 kg de CO2eq neutralisés à travers Ethiotrees, 834 salons participants dans 11 pays d'Asie.



Biodiversité

La biodiversité doit être non seulement protégée, mais également régénérée. Ainsi, nous exerçons un leadership actif dans la recherche, la promotion et la mise en œuvre de bonnes pratiques agricoles et d'approvisionnement, et nous encourageons notre communauté à adopter un mode de vie durable.

De la protection à la régénération : une nouvelle approche

Au fil des années, notre approche en matière de durabilité a évolué, notamment dans le domaine de la biodiversité. Nous sommes partis avec la volonté de protéger, en limitant l'impact négatif de notre activité, pour arriver au désir de régénérer, en maximisant notre impact positif. Conscients qu'il ne suffit plus de se limiter à préserver les ressources et la biodiversité, nous voulons nous engager pour réparer les dommages causés à l'environnement, aux personnes et à la planète.

GROUPE DAVINES – RODALE INSTITUTE – EUROPEAN REGENERATIVE ORGANIC CENTER

En 2021 sur le campus du Davines Village, grâce à notre partenariat avec Rodale Institute, a été créé l'European Regenerative Organic Center (EROC), premier centre européen de formation et de recherche dans le domaine de l'agriculture biologique régénératrice. Ce type d'agriculture, comparé à l'agriculture traditionnelle, a le potentiel de limiter les changements climatiques et rétablir l'état de santé de la planète, notamment grâce à sa capacité à fixer d'importantes quantités de CO2 dans le terrain.
L'EROC a pour ambition de devenir une plateforme européenne de recherche sur la biodiversité et la capture de carbone et de formation à l'agriculture biologique régénératrice. Il se consacre également au renouvellement de notre chaîne d'approvisionnement en proposant sur le marché des ingrédients Activist TM organiques régénérateurs.

Parme.

Agriculteurs, communauté locale, industrie alimentaire, cosmétique, textile, secteur public et privé.

15 hectares de terrain destinés au projet EROC, 15 partenaires potentiels contactés pour évaluer les synergies, 9 espèces de plantes cultivées sur les 56 parcelles expérimentales du projet.

WE sustain beauty

Il s'agit de la première campagne socio-environnementale promue par Davines et [comfort zone] à l'échelle mondiale, pour contribuer à l'action pour le climat en favorisant la biodiversité et l'agriculture biologique régénératrice. La campagne est soutenue par l'offre des produits **WE STAND / For Regeneration**, un manifeste de notre engagement à stimuler l'activisme pour la protection de la planète.

Chez Davines

Nous avons lancé le produit-phare WE STAND /For Regeneration, un produit lavant multi-fonctions en édition limitée formulé aux ingrédients Activist TM, alliant les valeurs de la biodiversité, protégée par Slow Food, et de l'agriculture biologique régénératrice du Rodale Institute. Le produit soutient les deux organisations grâce à un partenariat avec 1% For The Planet.

Chez [comfort zone]

Nous avons créé le kit en édition limitée WE STAND / For Regeneration avec les trois best-sellers de Sacred Nature, ligne reformulée de façon révolutionnaire en 2020 avec des ingrédients issus de l'agriculture régénératrice et certifiée Cosmos Organic. Le kit et toute la ligne, grâce au partenariat avec 1% for the Planet, soutiennent le Rodale Institute et cette pratique régénératrice.

4 ingrédients issus de l'agriculture régénératrice utilisés dans nos formules

SUBLIME SKIN ET AGRICULTURE RÉGÉNÉRATRICE

Pour la relance de Sublime Skin, en complément de la nouvelle Archi-lift™ Technology, un ingrédient actif botanique entièrement traçable et cultivé selon l'agriculture régénératrice a été utilisé. Il s'agit de l'extrait anti-âge tonifiant d'Achillea Millefolium, étudié par nos chercheurs dans le Jardin Scientifique du Davines Village.

Monde.

Collaborateurs et clients professionnels de [comfort zone], clients finaux, fournisseurs.

Jusqu'à 99,5 % d'ingrédients d'origine naturelle, à l'extrait d'Achillea Millefolium 100 % tracé issu de l'agriculture régénératrice.

12 ingrédients issus de Sentinelles Slow Food utilisés dans nos formules

REPLANTATION D'OLIVIER QUERCETANO

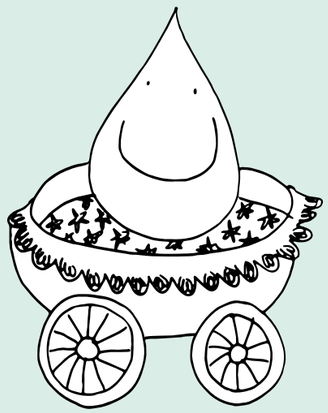
Quatre ans après la création de la Sentinelle Slow Food de l'Olivier Quercetano, nous avons enrichi les oliveraies de nouveaux plants, en collaboration avec les éducateurs Davines. L'Olivier Quercetano, variété autochtone italienne menacée par l'urbanisation, est aujourd'hui protégé par cette Sentinelle, créée en 2017 par 600 salons Davines.

Italie, provinces de Lucques et Massa-Carrara.

Collaborateurs Davines, Slow Food.

104 oliviers plantés dans la Plaine Quercetana, 25 collaborateurs Davines impliqués.

29,2 % de matières premières achetées disposant d'une certification sociale et/ou environnementale



84 % des ingrédients que nous utilisons sont d'origine naturelle et 79 % sont hautement biodégradables, avec une augmentation de 11 % au cours des 5 dernières années.

Comment avons-nous atteint cet objectif ?

LA DURABILITÉ DE NOS FORMULES NE CACHE AUCUNE MAGIE, MAIS UN LONG PARCOURS.

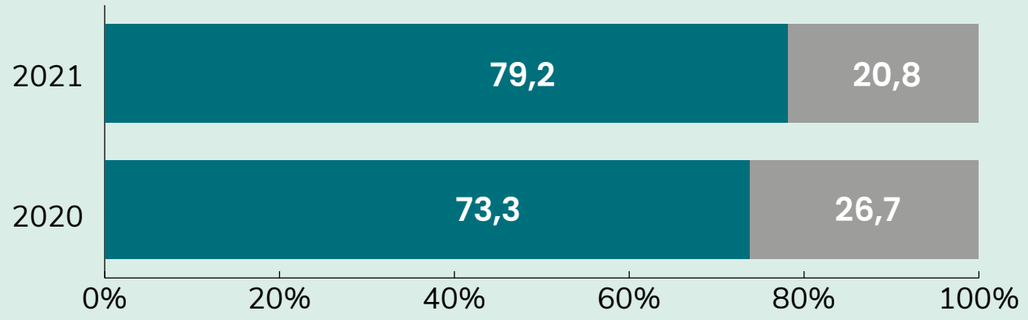
Il est aujourd'hui courant de s'intéresser aux ingrédients des produits cosmétiques et de s'interroger sur leur impact, mais nous avons été pionniers dans notre secteur. L'année qui a marqué un tournant a été pour nous 2006, lorsque nous avons compris la nécessité d'accroître la durabilité de nos produits et que nous avons lancé notre ligne la plus emblématique, Essential Haircare. Nous avons ensuite enrichi notre parcours de durabilité en atteignant un objectif important, la certification B Corp. Notre parcours vers cette certification nous a conduits à repenser les actions déjà entreprises et à ouvrir les yeux sur de nouvelles améliorations, notamment grâce à des outils stratégiques tels que le SLCA (Sustainable Life Cycle Assessment). Depuis lors, nous ouvrons chaque année de nouveaux cadres de comparaison et de réflexion pour faire perdurer et améliorer le caractère naturel et biodégradable de nos formules. Nous poursuivons nos efforts.

NOTRE IMPACT CONCRET, UN EXEMPLE :

La sécurité pour la peau et pour les océans

Le projet de relance de la ligne Sun Soul nous a offert l'opportunité de rendre les formules plus durables et de les tester pour assurer leur sécurité pour l'environnement aquatique. Nous avons atteint ce résultat grâce à la réduction de 15 % des filtres solaires, à l'augmentation de la biodegradabilité des ingrédients jusqu'à 98 %, et au remplacement de toutes les matières premières suspectées de blanchir les coraux marins ou d'être écotoxiques. Nous poursuivons nos efforts.

BIODÉGRADABILITÉ DES INGRÉDIENTS



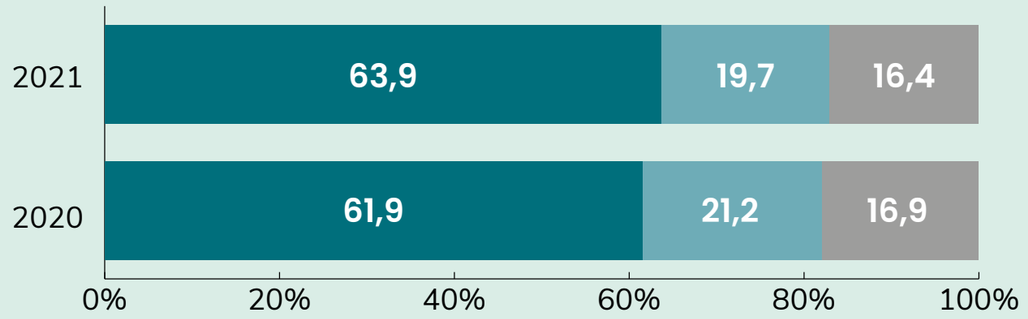
Sur la quantité totale d'ingrédients achetés

Ingrédients hautement biodégradables

Ingrédients non hautement biodégradables

Pour nous, un ingrédient peut être qualifié de **biodégradable** seulement s'il est classé comme « rapidement » biodégradable selon la méthode OCDE 301 (du règlement CE n° 648/2004), c'est-à-dire si plus de 70 % du composé se dégrade en seulement 28 jours.

INGRÉDIENTS NATURELS



Sur la quantité totale d'ingrédients achetés

Ingrédients naturels, y compris biologiques certifiés

Ingrédients naturels modifiés

Ingrédients synthétiques

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.

NOUS RÉGÉNÉRONS ENSEMBLE LA BIODIVERSITÉ, QUELQUES EXEMPLES :

RÉTABLISSEMENT DE LA GRANDE BARRIÈRE DE CORAIL

Le distributeur Davines en Australie a lancé une campagne dans les salons pour soutenir la Reef Restoration Foundation. Cette organisation locale à but non lucratif lutte pour inverser les conséquences du changement climatique sur la Grande barrière de corail, à travers la création de viviers de coraux océaniques.

Australie.

Salons et clients finaux, Reef Restoration Foundation, distributeurs.

10 000 $ versés à la Reef Restoration Foundation pour la plantation d'un nouvel arbre de corail sur la barrière de corail.

PROTECTION DES ABEILLES

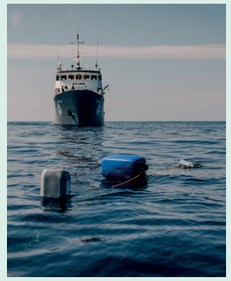
En 2021, directement ou à travers nos distributeurs, des campagnes de protection des abeilles ont été lancées dans quatre pays du monde. Chaque campagne a été mise en œuvre grâce à la participation des salons de coiffure locaux, qui ont sensibilisé les clients finaux et collecté des fonds pour soutenir des causes liées à la survie des abeilles. Parmi elles, la protection de la biodiversité, la formation de jeunes apiculteurs, l'adoption de ruches et de technologies de diagnostic de leur état de santé.

Italie, République Tchèque, Autriche, Suède.

Salons Davines, clients finaux, distributeurs.

Bee Strong, campagne en Italie : 35 026 € versés, 1 826 salons impliqués.
Bee Urban, campagne en Suède : 141 388 SEK versés, 86 salons impliqués.
Beeinside, campagne en Autriche : 12 salons impliqués, projet en cours en 2022 également.
Bee Strong, campagne en République Tchèque : en cours en 2022.

TUTELIAMO IL MARE



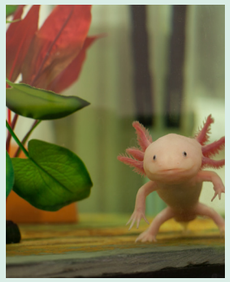
L'édition 2021 de la campagne a été consacrée à la sauvegarde de la biodiversité marine à travers la lutte contre la pêche illégale. Les fonds recueillis grâce aux salons adhérents et à leurs clients ont été dévolus à Sea Shepherd pour financer la suppression des filets de pêche illicites de l'un des patrimoines de l'UNESCO dans la Méditerranée, l'archipel des îles Éoliennes.

Italie.

Salons, clients finaux, Sea Shepherd.

32 661 € versés à Sea Shepherd, 1 767 salons et 32 661 clients finaux participants.

AYUDANDO A LOS AJOLOTES



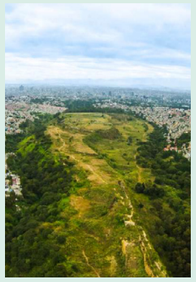
L'axolotl, ajolote en espagnol, est une salamandre mexicaine à haut risque d'extinction. Pour la protéger, la filiale Davines Mexique et ses collaborateurs ont versé un don au National Axolotl Museum. L'objectif est de protéger cette espèce unique, au patrimoine génétique très particulier.

Mexique.

Collaborateurs Davines, National Axolotl Museum.

10 109 pesos versés au National Axolotl Museum, dont 4 080 $ par les collaborateurs et 6 029 $ par la filiale Davines Mexique.

RENACER DEL SUELO



Ce projet a été créé pour rétablir une zone de valeur environnementale touchée par des incendies en 2021 au Mexique. Pour favoriser la régénération naturelle de l'écosystème endommagé, des initiatives ont été lancées pour restaurer le couvert végétal, contrôler les processus d'érosion du sol, accroître l'humidité environnementale et la biodiversité.

Mexique, Barranca de Tarango et zones limitrophes.

Collaborateurs Davines, communauté locale, Ríos Tarango AC, Ectágono.

3 hectares de terrain recouverts avec 2,5 tonnes de compost et plantés de 2 871 arbres, capables de piéger 15 tonnes de CO_2 par an. 36 collaborateurs participants, 25 emplois temporaires créés.

Communauté

Résultats 2021

+3 partenaires certifiés B Corp dans la communauté Davines

En 2021 nous avons célébré l'entrée de 3 partenaires dans la communauté des B Corp, ce qui porte à 2 le nombre de nos distributeurs certifiés et à 9 celui de nos fournisseurs (les fournisseurs certifiés en 2020 étaient au nombre de 7 et non 8 comme nous l'avons communiqué par erreur). Ce résultat a été obtenu grâce à trois actions conjointes : un dialogue constant avec les fournisseurs sur l'importance de la durabilité, notamment pour garantir la prospérité et la longévité de l'entreprise ; l'ouverture d'appels d'offres réservés aux seuls fournisseurs B Corp ; un investissement pour l'amélioration des compétences en matière de durabilité, à travers des ateliers consacrés à de grands thèmes tels que la décarbonisation ou la certification B Corp.

22,9 % d'achats (en valeur facturée) issus de fournisseurs locaux

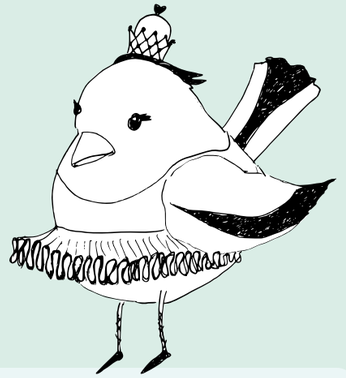
Conformément aux objectifs établis en 2020, dans les appels d'offres organisés pour la sélection de fournisseurs, nous avons privilégié, à égalité de conditions, ceux dont la maison-mère se situe dans un rayon de 80 km autour du siège de Parme. Ainsi nous avons non seulement augmenté les achats (en valeur facturée) issus de fournisseurs locaux, mais nous avons également bénéficié de retombées stratégiques positives, liées à cette proximité géographique.

Actions 2022

Augmenter le nombre de membres de la B Corp Beauty Coalition et récolter les premiers fruits du travail effectué par les groupes de travail sur les emballages, les ingrédients et la logistique.

Accroître de 6 % (en valeur) le nombre de fournisseurs ayant signé notre code de conduite ou disposant de leur propre code.

Augmenter le nombre de fournisseurs certifiés B Corp.



Légende :

- Groupe
- Italie
- Objectif atteint
- [Objectif partiellement atteint]
- Objectif pas atteint

Impact sur la communauté locale

Nous avons foi dans les personnes et dans l'importance de rendre de la valeur aux communautés au sein desquelles nous sommes présents à travers nos filiales, nos distributeurs et nos clients, car c'est en mettant en œuvre des changements localement que l'on a un impact positif sur le monde.

1 019 807 € consacrés à des dons et sponsorings à des fins sociales et environnementales

Comment nous soutenons les communautés au sein desquelles nous sommes présents, quelques exemples :

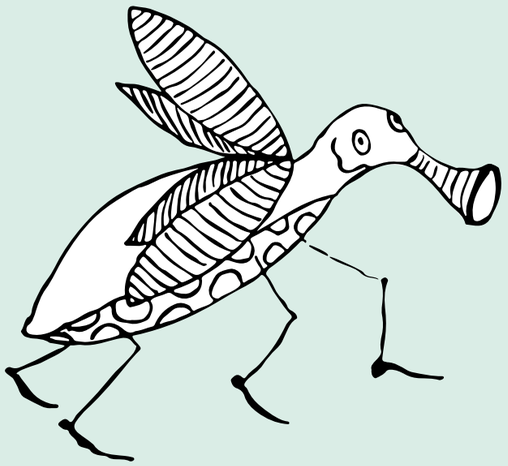
MENTORAT LE VILLAGE

Depuis 2020 nous adhérons à Le Village by Crédit Agricole, un réseau consacré au monde de l'innovation, né dans le but de créer un pont entre les start-up les plus innovantes et les entreprises du territoire. En 2021 nous avons participé à leur projet de mentorat, nous engageant à accompagner deux start-up dans leur parcours d'innovation et d'accélération.

Italie.

Collaborateurs, start-up italiennes, communauté locale.

24 heures de mentorat, 2 start-up soutenues.



GIVE A SMILE

« Prendre soin de soi aide à se sentir mieux », tel est le principe qui a inspiré notre filiale de Deventer à lancer une édition spéciale de l'initiative Give a Smile. En collaboration avec la fondation Look Good Feel Better, les personnes ayant combattu le cancer ont eu la possibilité de recevoir un traitement [comfort zone].

Pays-Bas.

Centres [comfort zone], personnes ayant combattu le cancer.

47 centres [comfort zone] participants.

SOUTIEN DES SANS-ABRI

Grâce à notre filiale britannique, nous avons lancé deux projets pour soutenir les sans-abri. Pour le premier, nous avons fait don de produits [comfort zone] à Winter Night Shelter, association caritative qui offre un refuge aux personnes sans domicile fixe de Milton Keynes. Pour le second, nous avons fait don de produits Davines au Crisis Shelter, pour soutenir les sans-abri de Londres en période de Noël.

Royaume-Uni.

Collaborateurs, Winter Night Shelter, Crisis Shelter, sans-abri.

4 408 livres sterling de produits [comfort zone] donnés au Winter Night Shelter, 16 litres de produits Davines donnés au Crisis Shelter.

WORLD WIDE HAIR TOUR

Un événement à haute durabilité locale et au retentissement mondial.

L'édition 2022 du plus grand événement consacré à la communauté des coiffeurs Davines dans le monde a été organisée conformément à la norme de durabilité ISO 20121:2012. Un objectif important, atteint en collaboration avec les participants. En outre, les émissions de CO2eq des principales activités de l'événement seront neutralisées.

Italie.

Collaborateurs, clients professionnels, distributeurs, communauté locale.

3 170 visites du Davines Village et de l'EROC, 810 repas sauvés du gaspillage et offerts à l'association à but non lucratif Caritas, 50 % d'eau économisée sur les lave-tête en coulisse.

B Corp Advocacy

Promotion de B Corp

L'interdépendance nous tient à cœur, indispensable pour mettre en œuvre le changement vers un modèle régénérateur. Nous nous faisons donc porte-parole du modèle B Corp auprès de nos parties prenantes, notamment de nos partenaires.

Depuis 2016 nous nous mobilisons en faveur du mouvement B Corp.

À ce jour, nous sommes fiers d'avoir encouragé à obtenir la certification :

12 fournisseurs, dont 3 sont encore en phase de certification

2 distributeurs

1 salon

Un exemple de notre fierté :

HAIRJAMM DEVIENT B CORP

Hairjamm est distributeur Davines en Australie depuis plus de 10 ans. Cette entreprise familiale détient aujourd'hui la certification B Corporation, obtenue en août 2021 avec une note de 80,7. Ce prestigieux accomplissement est le fruit de son engagement constant pour réduire son impact environnemental.

Australie.

Distributeur Davines.

Entreprise neutre en carbone, plus de 700 000 plantes amies des abeilles et 30 000 arbres autochtones plantés en Australie.

Comment nous soutenons et diffusons les valeurs de B Corp.

B CORP BEAUTY COALITION

En 2020, avec d'autres B Corp nous avons créé cette alliance afin d'améliorer les pratiques environnementales et sociales de l'industrie de la beauté et en 2021, nous avons établi les bases pour la faire prospérer. Nous avons défini un cadre de gouvernance provisoire, le manifeste, le communiqué de presse et la procédure de recrutement de nouveaux membres.

B Beauty
B Corp™ Beauty Coalition

Monde.

Entreprises B Corp membres de l'alliance.

27 membres actifs dans 8 pays et 3 continents, 3 groupes de travail ouverts sur les thèmes des emballages, des ingrédients et de la logistique.

#UNLOCKTHECHANGE

En 2021, les B Corp italiennes ont proposé à nouveau cette campagne avec pour thème central l'économie régénératrice, le climat et l'égalité des sexes. Les valeurs de B Corp ont été racontées à travers les modèles à impact positif des entreprises qui les ont choisies, pour inciter d'autres entreprises à suivre leur exemple.

Italie.

Communautés, B Corp italiennes.

Plus de 3 millions de personnes atteintes, 217 articles dans la presse papier et web, réalisation de la plus grande éco-fresque d'Italie du Sud.

B THE CHANGE

Cette campagne sensibilise à la valeur de nos choix d'achat en tant qu'instrument de création d'un avenir plus durable. Elle explique ce que signifie être des entreprises B Corp et pourquoi il est avantageux de les choisir, reconnaissant également l'avantage économique que procure le fait de les essayer. Enfin, elle implique les jeunes générations en soutenant le projet de formation #UnlockEducation.

Italie.

Salons Davines, clients finaux, 12 entreprises B Corp.

1 184 salons impliqués, 29 421 € versés au projet #UnlockEducation.

Partenariats pour la réalisation des objectifs

Pour obtenir des résultats importants, l'engagement de chacun est essentiel ; nous voulons donc offrir notre contribution à l'atteinte des 17 Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies.

Notre contribution aux ODD selon SDG Action Manager

1 Pas de pauvreté

2 Faim « zéro »

3 Bonne santé et bien-être

4 Éducation de qualité

5 Égalité entre les sexes

6 Eau propre et assainissement

7 Énergie propre et d'un coût abordable

8 Travail décent et croissance économique

9 Industrie, innovation et infrastructure

10 Inégalités réduites

11 Villes et communautés durables

12 Consommation et production durables

13 Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques

14 Vie aquatique

15 Vie terrestre

16 Paix, justice et institutions efficaces

ODD 17 – Partenariats pour la réalisation des objectifs

Cet objectif n'est pas associé à un module en raison de sa nature transversale : les actions importantes pour les entreprises sont intégrées dans les 16 autres modules.

SDG Action Manager

SDG Action Manager est une solution destinée aux entreprises engagées pour la progression des ODD. Mis au point par le Pacte Mondial des Nations Unies avec B Lab, cet instrument évalue les performances d'entreprises en matière de durabilité, en cartographiant leur contribution à chacun des ODD.

EN SAVOIR PLUS

Quelques-uns des projets spécifiques par lesquels nous contribuons à l'atteinte des ODD :

ODD 9 – COMMUNAUTÉS ACTIVATRICES D'INNOVATION

Cette communauté a pour but de promouvoir la culture de l'innovation au sein de notre entreprise, en ayant un impact direct sur nos habitudes de travail. Elle se compose d'un groupe de personnes, représentatives de différents départements, formées à l'utilisation de techniques innovantes à diffuser parmi les collaborateurs.

Italie.

Collaborateurs du siège de Parme.

17 départements représentés, 14 rencontres de formation, 2 pôles thématiques : gestion des réunions et pratiques agiles.

ODD 12 – [comfort zone] MASTER CLASS PROGRAMME

Le [comfort zone] Education Team a lancé un programme gratuit de Master Class en ligne pour les professionnels des SPA. Les rencontres proposées ont porté sur la durabilité, le style de vie et le bien-être, pour transmettre l'approche holistique de [comfort zone] basée sur une régénération complète de la peau, de l'esprit et du corps.

Monde.

Collaborateurs, clients professionnels de [comfort zone].

1 200 participants, 90 % de satisfaction.

ODD 12 – GREEN FRIDAY

Notre Green Friday 2021 a été sous le signe du « 100 % pour la Planète ». La filiale nord-américaine a fait don de 100 % des recettes de ventes en ligne du 26 novembre à CSA Coalition ; le siège Italien, de 100 % de ses profits du jour à la Sentinelle Slow Food de l'abeille noire ; la filiale du Royaume-Uni, de 100 % de ses profits du 26 au 29 octobre à la National Forest.

Italie, Amérique du Nord, Royaume-Uni.

Clients finaux de l'e-commerce, associations locales.

3 pays impliqués.

ODD 12 – CODE QR

Depuis avril 2022, tous nos produits portent une étiquette avec un code QR permettant au client d'accéder à des informations complémentaires sur la marque et sur notre engagement pour la durabilité. De plus, conformément à notre obligation d'étiquetage en matière environnementale, pour les utilisateurs situés en Italie, le code QR fournit des instructions sur l'élimination de l'emballage.

Monde.

Clients finaux.

BUEN FIN

À l'occasion de la semaine du Buen Fin, équivalent mexicain du Black Friday, la filiale Davines Mexique a fait don de 40 % des recettes de ses ventes en ligne à la fondation John Langdon Down qui soutient les personnes porteuses du syndrome de Down. La fondation œuvre pour leur santé, leur éducation et leur intégration sociale à travers la Down Art School et ses 321 cantines.

Mexique.

Collaborateurs, clients en ligne, communauté.

51 clients finaux adhérents.

ODD 17 – REGENERATIVE SOCIETY FOUNDATION

Cette alliance mondiale vise à développer un nouveau paradigme économique avec pour éléments centraux les thèmes de l'économie régénératrice, l'action pour le climat, et le bonheur et le bien-être à travers le monde. Avec le soutien d'un groupe de partenaires publics et privés, la fondation promeut des actions concrètes, en prenant des engagements spécifiques et mesurables.

Monde.

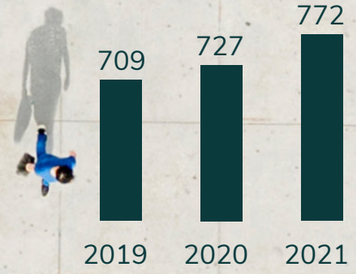
Communauté, environnement.

7 projets actifs : 3 d'agriculture régénératrice, 2 de régénération urbaine et 1 dans le domaine éducatif.

38
ANS
D'ACTIVITÉ

2
MARQUES
DE SOINS DE LA PEAU
ET DES CHEVEUX

772
COLLABORATEURS

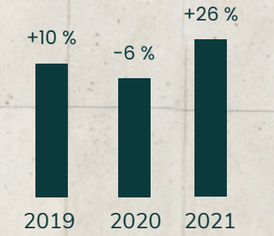


DE **46**
NATIONALITÉS

7
BUREAUX
DANS LE
MONDE

PARME
LONDRES
NEW YORK
PARIS
DEVENTER
VILLE DE MEXICO
HONG KONG

192€
MILLIONS
CHIFFRE
D'AFFAIRES TOTAL



117,4
SCORE
B CORP

86 PAYS
DANS LESQUELS
NOUS SOMMES
PRÉSENTS

41
FORMULES
CONÇUES

30,7
MILLIONS
DE PRODUITS VENDUS

davines
sustainable beauty

Nous créons des produits professionnels pour les cheveux, dans lesquels se combinent la qualité et le plus grand respect pour la planète et ses ressources.
Nous utilisons l'entreprise comme force positive en promouvant un modèle régénérateur de Beauté Durable.

[comfort zone]
conscious skin science

Nous créons des produits et des traitements régénérateurs, en alliant compétence professionnelle, innovation constante et grand respect pour la peau et pour la planète.
Nos formules, avec de hauts pourcentages d'ingrédients bioactifs d'origine naturelle, garantissent efficacité et résultats cliniquement testés.

2021 Naissance de notre partenariat avec le Rodale Institute, pour créer à Parme le premier centre européen de formation et de recherche dans le domaine de l'agriculture biologique régénératrice.

2020 Nous regagnons la certification B Corp avec 117,4 points. Le Groupe Davines devient partenaire du World Happiness Report et la Regenerative Society Foundation est créée, dont Davide Bollati est cofondateur et vice-président.

2019 Le siège italien et la filiale nord-américaine modifient leur statut légal en celui d'Entreprise à mission, réaffirmant leur engagement à œuvrer non seulement pour le profit mais également pour le bien commun. Le Groupe Davines s'engage à atteindre l'objectif Net Zero d'ici la fin 2030.

2018 Nous inaugurons le Davines Village, nouveau siège du Groupe à Parme, en Italie. Nous devenons une entreprise neutre en carbone : nous neutralisons toutes les émissions de CO2eq sous notre contrôle direct.

2016 Le Groupe Davines devient une B Corp, la garantie que nous satisfaisons aux plus hauts niveaux de transparence, de gouvernance et de durabilité.

2011 Création de la Charte pour la Recherche sur les Emballages, notre guide de conception d'emballages plus durables.

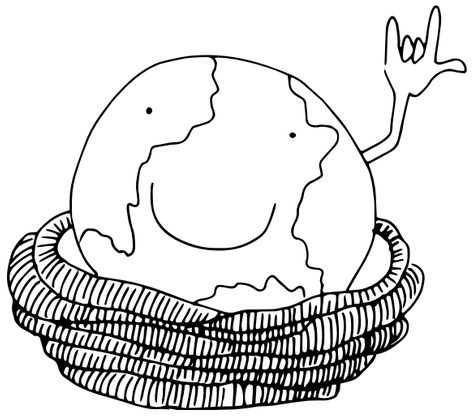
2009 Création de la Charte pour la Recherche Durable afin d'orienter notre laboratoire vers la maximisation de la durabilité et de la performance de nos formules.

2006 Nous amorçons notre parcours de décarbonisation en investissant dans notre premier projet d'absorption des émissions de CO2. Le siège de Parme commence à utiliser de l'électricité provenant de sources renouvelables.

2005 Création de la Charte Éthique, carte des valeurs que nous voulons voir prospérer dans l'entreprise, rédigée avec tous les collaborateurs du Groupe.

1994 L'entreprise se développe et commence à distribuer à l'international.

1983 La famille Bollati ouvre à Parme un petit laboratoire de recherche et de production de produits capillaires pour le compte de tiers. La marque Davines est créée en 1992 et la marque [comfort zone] en 1996.



Certified
B
Corporation

DAVINES GROUP

www.davinesgroup.com