Certified B Corporation

DAVINES GROUP

Relazione annuale di impatto 2021

davines sustainable beauty

[comfort zone] conscious skin science

Indice

Lettera del presidente

Highlights 2021

Milestones del nostro percorso di sostenibilità

Governance
- → Il nostro scopo
- → Come ci relazioniamo con i nostri stakeholder
- → La trasparenza come responsabilità
- → Ricertificazione B Corp

Lavoratori
- → I nostri Benefit aziendali
- → Formazione e crescita professionale
- → Come comunichiamo internamente
- → Flessibilità e qualità dell'ambiente di lavoro
- → Come gestiamo la sicurezza

Altri Portatori di interesse
- → La relazione con i fornitori
- → Il nostro rapporto con la società ed il territorio
- → Come ci relazioniamo con i clienti
- → I nostri finanziatori

Ambiente
- → Come valutiamo il nostro impatto
- → Progetti trasversali di valutazione e mitigazione degli impatti

Obiettivi 2022

Anche il 2021 è stato un anno segnato da incertezze e sfide senza precedenti a livello mondiale, dettate dagli impatti del contesto macroeconomico globale, politico e sociale. L'approvvigionamento di materie prime, l'incremento dei costi logistici ed energia, la sicurezza dei lavoratori si sono dimostrati elementi di criticità non immaginabili fino ad oggi.

Gli avvenimenti del 2021 hanno mostrato a tutti come il mondo stia cambiando e quanto sia ormai ineludibile affrontare e vincere una delle principali sfide della nostra generazione: la lotta ai cambiamenti climatici. Per riuscire in questo intento è necessario attuale una radicale decarbonizzazione, motivo per cui la collettività sta spingendo a favore dell'espansione e dell'integrazione delle energie rinnovabili.

Nell'introdurvi alla lettura della nostra relazione di impatto mi preme evidenziare i principi e le linee guida: una rendicontazione di sostenibilità non deve accontentarsi di ottemperare a qualche obbligo di legge, ma dovrebbe essere un vero e proprio driver del cambiamento.

In particolare, raccontare i numeri di un mondo, il proprio mondo, oggi non è più sufficiente. È necessario, anche e soprattutto, dare un mondo ai numeri, e questa relazione di impatto intende farlo inscrivendo risultati, impegni, obiettivi e visione del Gruppo Davines in un ampio orizzonte di senso.

Lo scopo è quello di proporre a tutti gli stakeholders, inevitabilmente diversi tra loro, una relazione sempre più chiara e inclusiva, in modo tale che ciascuno possa comprendere, ripensando al proprio specifico ambito, l'attualità e l'urgenza di sfide che, ogni giorno, orientano il lavoro del nostro Gruppo e possano essere di stimolo ed ispirazione per i comportamenti di ciascuno con anche l'ambizione di ispirare quella sorta di "attivismo" che è la fonte di rinnovamento necessario per qualsiasi cambiamento. Se è vero che possiamo migliorare solo ciò che misuriamo è infatti altrettanto vero che nessuna misura rivela la propria importanza fino a che non ne riconosciamo il significato più profondo.

Anche un anno contraddistinto da grande instabilità, ancora più aggravata dal conflitto Russia-Ucraina, ha mostrato ancora una volta il valore del capitale umano del nostro Gruppo guidato dagli stessi valori e da una grande passione e senso di appartenenza che ha permesso di raggiungere risultati straordinari, impensabili fino ad alcuni anni fa, ed ai quali sono profondamente grato.

Per il nostro Gruppo, sostenibilità e strategia sono elementi integrati, guidati dal senso di responsabilità. Per questo motivo dopo che nel corso della 2019, oltre al nuovo assessment ed audit finalizzati al mantenimento della certificazione B Corp, le società Davines S.p.A. e Davines North America Inc. avevano adottato una nuova forma giuridica di impresa diventando "società benefit". Anche altre società del Gruppo Davines, nel corso dell'anno 2021, hanno adottato, modifiche all'oggetto sociale allineandolo a quanto già definito per le società benefit ed altre società del Gruppo stanno lavorando per ultimare le modifiche entro il 2022.

Le società benefit rappresentano una sostanziale evoluzione rispetto al tradizionale modello di società di capitali in quanto sono società che perseguono lo scopo di lucro utilizzando il profitto come mezzo per creare un beneficio che si ripercuote non solo sugli azionisti ma anche su altre categorie di soggetti, quali collaboratori, fornitori, ambiente, società. Le Società Benefit sono infatti una nuova forma giuridica di impresa, introdotta a partire dal 2010 come Benefit Corporation in diversi stati degli USA. L'Italia è stato il primo stato sovrano ad aver introdotto questa nuova forma giuridica d'impresa. Le Società Benefit rappresentano un modello che va oltre il semplice concetto di azienda; infatti, le società tradizionali esistono con l'unico scopo di distribuire dividendi agli azionisti, mentre le Società Benefit, oltre agli obiettivi di profitto, inseriscono nell'oggetto sociale anche lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente.

Una rendicontazione di sostenibilità non deve accontentarsi di ottemperare a qualche obbligo di legge, ma dovrebbe essere un vero e proprio driver del cambiamento.

Le Società Benefit, in quanto tali, mediante questa scelta si impongono di:

» Esplicitare nel proprio statuto lo scopo per il quale l'azienda esiste e bilanciare l'interesse degli azionisti con quello di tutti gli altri portatori di interesse;

» Misurare in maniera completa tutti i propri risultati di impatto e comunicarli con trasparenza attraverso una relazione di impatto che si integra con la tradizionale reportistica dell'azienda.

Tale forma giuridica ha altresì dato origine ad un nuovo ruolo che serve a trasformare l'azienda dal suo interno: il responsabile dell'impatto è quella figura aziendale a cui è affidato, di concerto con il management, il compito di assicurare che la società, nello svolgere le proprie attività, punti anche ad avere un impatto positivo sulle persone, sulla società e sull'ambiente, e persegua gli scopi di beneficio dichiarati dal proprio statuto.

Lo scopo inserito nello statuto della nostra società è il seguente: "La società, nell'ambito delle previsioni di cui alla L. 208/2015 e nell'esercizio della sua attività economica, intende perseguire una o più finalità di beneficio comune ed operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori ed ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti ed associazioni ed altri portatori di interesse, in modo da bilanciare l'interesse degli azionisti con il perseguimento delle finalità di beneficio comune". Nello specifico di seguito si riporta l'integrazione dell'oggetto sociale inserita nello statuto sociale:

Per il raggiungimento dell'oggetto sociale, la Società assume inoltre la forma di Società Benefit, il cui scopo generale è quello di perseguire – oltre agli obiettivi economici propri di una attività imprenditoriale – finalità di beneficio comune e di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse. In questo ambito, la Società ha per oggetto le specifiche finalità di beneficio comune di seguito descritte:

» l'impegno a favore dello sviluppo sostenibile, basato su prodotti, processi e pratiche che minimizzino gli impatti negativi e amplifichino l'impatto positivo sulle persone, sull'ambiente e sul territorio; tale impatto potrà essere generato anche attraverso la collaborazione con altre imprese, istituzioni, associazioni, organizzazioni non profit, fondazioni e simili, il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della Società;

» la promozione di un modo consapevole e sostenibile di condurre l'attività d'impresa.

Questo documento rappresenta la nostra terza Relazione di Impatto, il documento principale attraverso il quale una Società Benefit rendiconta il valore creato per la società e l'ambiente e come questo valore si contestualizza in relazioni agli obiettivi definiti nell'oggetto sociale grazie all'adozione dello "status" giuridico di Società Benefit.

Dall'anno 2019 con impegno, costanza e trasparenza abbiamo deciso di comunicare con la relazione annuale gli obiettivi raggiunti al di là dei risultati di tipo economico e finanziario che, per quanto fondamentali, sempre più dimostrano la loro inadeguatezza per quantificare il ruolo e lo scopo dell'impresa nella società.

Segue la Relazione di Impatto predisposta ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 1 c.392 L. 208/2015 a cura del responsabile nominato, nella persona dell'Amministratore Delegato Anthony Molet.

Davide Bollati

Highlights 2021

Governance

» 5 delle nostre 6 filiali, hanno seguito un percorso di revisione statutaria per allinearsi con i principi espressi nello statuto di Società Benefit della casa madre italiana, Davines Spa. Garantendo cosi una maggiore coerenza nella Governance del Gruppo.

Benessere & work life balance

» Nuove linee guida per lo Smart Working che raccomandano di bilanciare il tempo di lavoro da remoto con quello in presenza;

» Lancio del percorso di supporto psicologico «ri-generarsi» per i collaboratori Davines;

» +77% di ore di formazione per i collaboratori di ogni livello rispetto al 2020.

Fornitori & distributori

» Organizzazione di due workshop per migliorare le performance di sostenibilità dei nostri fornitori, sui temi del cambiamento climatico e del packaging;

» +13% di fornitori che misurano il proprio impatto sul pianeta rispetto al 2020;

» 594 ton di CO_2eq neutralizzate con la call to action «Distributors Challenge».

B Corp advocacy

» +3 nuovi partner diventati B Corp nel corso dell'anno: 1 distributore e 2 fornitori.

Società & territorio

» 3.497 nuove piante piantate con il KilometroVerdeParma

» +13% di ore di volontariato rispetto al 2020;

» 368.143€ devoluto in donazioni e sponsorizzazioni con fini sociali e ambientali;

» Il contratto di finanziamento con Credit Agricole S.p.A. prevede un meccanismo premiante al raggiungimento di determinati parametri di sostenibilità.

Programma di Decarbonizzazione / Net Zero

» Completato a 100% il calcolo dell'impronta carbonica del Gruppo, che ad oggi include tutte le emissioni gas serra a livello di Gruppo (scopo 1, 2 e 3). La nostra impronta carbonica di organizzazione ammonta a 115.261 ton CO_2eq.

Rodale Institute European Regenerative Organic Center

» Apertura del Davines Group - Rodale Institute European Regenerative Organic Center l'avamposto europeo di Rodale Institute;

» 15 ettari in terreno destinati a coltivazione secondo le tecniche dell'agricoltura biologica rigenerativa.

Circolarità

» 0% dei rifiuti della produzione sono stati conferiti in discarica;

» +10% dello share di plastica riciclata, sul totale del packaging in materiale plastico acquistato dal gruppo nel 2021 vs 2020;

» Per ogni prodotto venduto nel 2022, una quantità equivalente di plastica sarà raccolta e rimossa dalle località costiere di Brasile, Indonesia e Filippine, ottenendo da Plastic Bank la Certificazione Plastic Neutral dei nostri prodotti.

Milestones del nostro percorso di sostenibilità

Governance

- Certificazione B Corp: siamo una B Corp dal 2016, un'azienda che certifica il suo impatto positivo sulle persone e sull'ambiente. Persegue obiettivi che vanno oltre il profitto, a partire da un modello socioeconomico rigenerativo, più inclusivo e sostenibile, che crea e ridistribuisce valore tra tutte le parti interessate;
- Governance trasparente: questo valore permea le relazioni con tutti gli stakeholders. Trasparenza nella creazione di un codice etico, nella formazione sull'inclusività e nella comunicazione con i fornitori;
- Governance coerente: 5 delle nostre 6 filiali, hanno seguito un percorso di revisione statutaria per allinearsi con i principi espressi nello statuto di Società Benefit della casa madre italiana, Davines Spa;
- Analisi di Materialità: analisi degli aspetti che hanno un impatto significativo sulle performance economiche, sociali e ambientali del Gruppo e che potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder. L'analisi verrà completata a settembre 2022;
- Responsabilità condivisa: 100% Dirigenti della sede e primi livelli delle filiali con obiettivi legati alla sostenibilità. Attraverso questa scelta, l'azienda vuole assicurarsi che, per le persone che prendono decisioni aziendali, la variabile sostenibilità diventi un indicatore chiave da misurare, al pari del fatturato e della redditività.

Lavoratori

- Smart-working: il remote working è uno degli strumenti fondamentali su cui si fonda il nostro programma "Davines New Way", un programma che ha l'ambizione di costruire un ambiente di lavoro solidamente basato su Fiducia, Autonomia e Responsabilità. In seguito alla pandemia è stato deciso di rilasciare delle nuove guidelines per lo Smart-Working che raccomandano di trascorrere il 50% del tempo lavorativo in presenza;
- Congedo parentale: la normativa sul congedo parentale prevede nei primi 5 mesi una retribuzione integrata al 100% dallo stato; Ai successivi 6 mesi di congedo facoltativo, coperti dall'INPS al 30%, andiamo ad integrare un ulteriore 30% arrivando ad un totale pari al 60% della retribuzione.
- Paternità: ai 10 giorni di paternità previsti dalla normativa 2022, abbiamo voluto fare una integrazione di altri 5, arrivando ad un totale di 15 giorni.
- Cessione ferie: tutti i collaboratori possono cedere le proprie ferie, a titolo gratuito, a colleghi che devono assistere, per le particolari condizioni di salute, il coniuge o convivente in regime di unione civile o presente nello stato di famiglia, i parenti di primo grado e di secondo grado;
- Integrazione economica in caso di malattie oncologiche: al collaboratore affetto da patologia oncologica sarà riconosciuta una retribuzione pari al 100% anche in caso di decurtazione prevista dal contratto nazionale;
- Ri-generarsi: sportello di supporto psicologico, messo a disposizione dall'azienda a tutti i collaboratori che ne facciano richiesta.
- Sviluppo professionale: grande importanza viene data alla crescita professionale dei collaboratori, impegnati in corsi di formazione. Nel 2020 l'azienda ha lanciato, Davines Learning Hub per offrire ai collaboratori percorsi formativi strutturati, in linea con gli obiettivi di lungo termine definiti nel Purpose aziendale. La piattaforma Corporate University, in costante aggiornamento, presenta tutti i corsi di formazione offerti dall'azienda.

Altri Portatori di interesse

- Summit Fornitori: ogni anno organizziamo un summit dedicato alla sensibilizzazione dei fornitori su tematiche legate alla misurazione e valutazione del loro impatto sul pianeta. Nell'ambito del workshop, vengono condivisi esempi di buone pratiche e strumenti utili all'incremento della performance di sostenibilità;
- B Corp Advocacy: a fine 2021, abbiamo supportato 12 partner nell'iter di certificazione B Corp. Nel dettaglio sono 9 fornitori, 2 distributori internazionali e 1 salone;
- Finanziamento credit agricole: Il contratto di finanziamento con Credit Agricole S.p.A. prevede un meccanismo premiante al raggiungimento di determinati parametri di sostenibilità. Il beneficio economico atteso sarà destinato ad alcune iniziative di crowdfunding di Crédit Agricole, in particolare all'incubatore di Startup «Le Village».

Ambiente

- Programma Decarbonizzazione: abbiamo completato al 100% il calcolo dell'impronta carbonica del Gruppo Davines, che ad oggi include tutte le emissioni gas serra a livello di gruppo (scopo 1, 2 e 3). Continuiamo a neutralizzare parte delle nostre emissioni del Gruppo tramite i progetti certificati Plan Vivo EthioTrees (ONG Belga-Etiope) e Scolel'te (ONG messicana AMBIO);
- Carbon Neutrality: il sito produttivo e tutti gli uffici del Gruppo sono carbon neutral e neutralizziamo il 100% delle emissioni di CO_2 del packaging utilizzato per i nostri prodotti;
- LCA: le analisi LCA che applichiamo ai nostri prodotti seguono i principi dettati dalle norme ISO 14040:2006, ISO 14044:2006 e dalle Product Category Rules (PCR) del settore Cosmetico. Analizziamo i potenziali impatti ambientali lungo tutto il ciclo di vita del prodotto, dalla produzione delle materie prime fino al fine vita di prodotto e packaging. Le categorie di impatto valutate sono quelle previste da EPD (Environmental Product Declaration) e comprendono: Global Warming Potential, Biogenic CO_2, Acidification, Eutrophication, Photochemical Ozone Creation, Ozone depletion, Abiotic depletion (fossil fuel). Nel 2021 sono state analizzate le emissioni del ciclo di vita dei prodotti corrispondenti a circa il 43,8% del fatturato prodotti del Gruppo;
- Programma circolarità – packaging : seguiamo i principi dell'eco-design ed analizziamo i materiali per identificare ogni opportunità di minimizzazione dell'impatto ambientale dei packaging. In un'ottica di economia circolare, nel 2021 il 64% della quantità totale di materiale da packaging è composta da materiali riciclati. Il 96% della quantità totale dei materiali in carta e cartone è composta da materiali riciclati ed il 58% della quantità totale di materiale da packaging acquistato dal gruppo è composta da materiali da fonti rinnovabili. La plastica impiegata nel packaging è composta dal 38% plastica riciclata, il 25% plastica bio-based, ottenuta attraverso la lavorazione della canna da zucchero, e al 37% da plastica vergine di origine fossile.
- Gestione dei rifiuti: per lo smaltimento dei rifiuti prediligiamo il riciclo, e, solo se strettamente necessario, la termovalorizzazione ed infine l'incenerimento. Nel 2021 i rifiuti conferiti in discarica sono lo 0%; i rifiuti solidi prodotti infatti sono stati smaltiti nel seguente modo:
- 99,6% riciclo (+45% rispetto al 2020)
- 0% termovalorizzazione (-100% rispetto al 2020)
- 0,4% incenerimento (-13,3% rispetto al 2020)
- Programma Biodiversità e rigenerazione – Rodale Institute: nell'ambito della tutela della biodiversità, il progetto con il Rodale Institute prevede la destinazione di 15 ettari per l'agricoltura rigenerativa, una tipologia di coltivazione che prevede delle tecniche atte a preservare il suolo, l'acqua e a mitigare le emissioni in aria.

Governance

Il nostro scopo

Siamo una società Benefit dal 2019

La nostra ambizione come società Benefit è quella di andare oltre gli obiettivi di ritorno economico, perseguendo finalità di Beneficio comune. Vogliamo farci portavoce di un modo di operare responsabile, sostenibile e trasparente nel rispetto della comunità, dei territori, dell'ambiente e di tutti i nostri portatori di interesse.

Dopo avere cambiato lo statuto di Davines Spa, sede italiana, in Società Benefit e quello di Davines North America, sede americana, in Benefit Corporation nel 2019, abbiamo deciso di avviare un percorso globale di revisione statutaria, affinché tutte le nostre filiali che non dispongono della forma giuridica di Società Benefit nel proprio ordinamento normativo, prevedano una modifica statutaria ad hoc.

Sotto la timeline dei cambiamenti che sono stati fatti, ad oggi l'unica società che non ha ancora intrapreso la transizione è la filiale di Hong Kong.

Settembre 2019
Davines Italia diventa una società Benefit
Davines USA diventa una Benefit Corporation

Ottobre 2020
Davines Francia ha adesso una «raison d'etre»

Aprile 2021
Davines NL e Comfort Zone, NL, BE e DE cambiano la loro forma giuridica per essere in linea con linee guide delle Benefit Corporation

Novembre 2021
Davines Messico cambia forma giuridica

Marzo 2022
Davines UK cambia forma giuridica

Estratto dello scopo aziendale di Davines S.p.A.

Per il raggiungimento dell'oggetto sociale, la società assume inoltre la forma di Società Benefit, il cui scopo generale è quello di perseguire - oltre agli obiettivi economici propri di una attività imprenditoriale – la finalità di Beneficio comune e di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

In questo ambito, la società ha per oggetto le specifiche finalità di beneficio comune di seguito descritte:

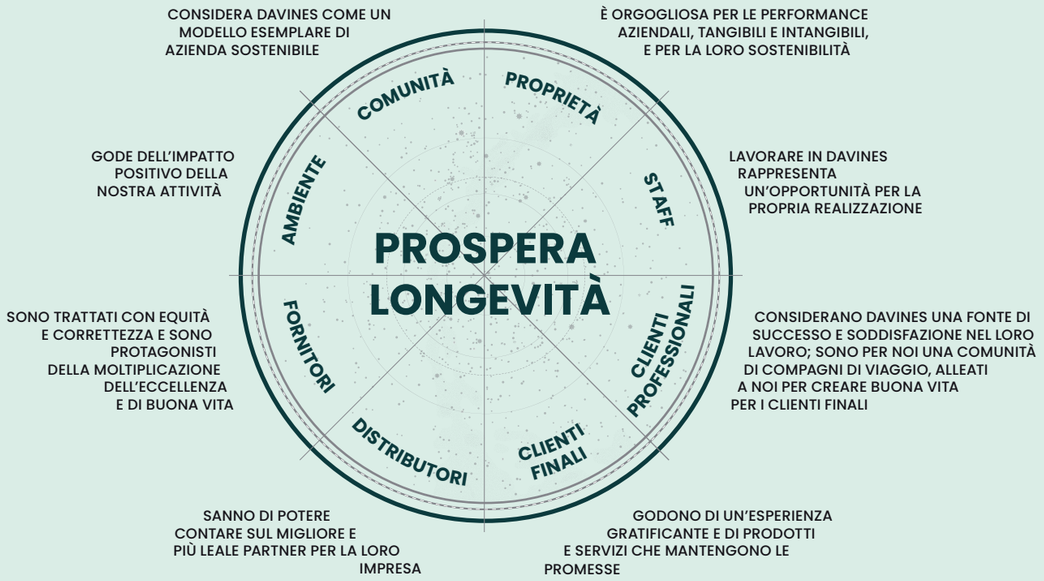
- l'impegno a favore dello sviluppo sostenibile, basato su prodotti, processi e pratiche che minimizzino gli impatti negativi e amplifichino l'impatto positivo sulle persone, sull'ambiente e sul territorio; tale impatto potrà essere generato anche attraverso la collaborazione con altre imprese, istituzioni, associazioni, organizzazioni non profit, fondazioni e simili, il cui scopo sia allineato e sinergico con quello della società;
- la promozione di un modo consapevole e sostenibile di condurre l'attività d'impresa.

Come ci relazioniamo con i nostri stakeholder

Lavoriamo in un’ottica di interdipendenza

Lavoriamo ogni giorno con la consapevolezza che siamo responsabili verso le generazioni future e siamo reciprocamente dipendenti da coloro che, direttamente o indirettamente, sono coinvolti nella nostra attività.

La “stakeholder wheel” riassume gli impegni che ci assumiamo nei loro confronti. Ci aiuta a mantenere la rotta e a trovare il giusto equilibrio tra gli interessi di tutte le parti, con l’obiettivo di condurre ciascuno verso la prospera longevità.



In questo rapporto di interdipendenza si vanno a sviluppare i nostri progetti, in cui gli stakeholder coinvolti hanno un ruolo chiave per il raggiungimento degli obiettivi prefissati, in un’ottica di benessere comune.

Presso la sede di Parma 54,8% dei Manager hanno un riferimento alla sostenibilità nella propria mission (dirigenti, quadri e impiegati direttivi).

Analisi di Materialità

Nel 2022 abbiamo avviato l’analisi di Materialità del Gruppo Davines.

In termini di rendicontazione di sostenibilità, questa analisi consiste nell’individuazione dei temi cosiddetti materiali, ovvero, quegli aspetti che hanno un impatto significativo sulle performance economiche, sociali e ambientali del Gruppo e che potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

Il processo di analisi, che al momento è in corso, vede il coinvolgimento di tutti gli stakeholder Davines, non solo interni ma anche esterni.

L’analisi viene effettuata dal nostro dipartimento di Sostenibilità, con il supporto di una società specializzata, attraverso un processo strutturato che vede coinvolto il leadership team del Gruppo.

Il processo di analisi di materialità si articola in tre macrofasi:

Introduzione al concetto di materialità per il nostro Leadership Team	Ideazione di una lista esaustiva di potenziale temi prioritari e stakeholder esterni da includere	Confronto tra stakeholder interni ed esterni per definire la matrice di materialità
2 meeting di onboarding sui temi: » «Gli orizzonti della sostenibilità»; » «Cosa richiede oggi il mercato in termini di impegno a favore della sostenibilità.»	» Creazione di una lista esaustiva ed una sintetica degli argomenti materiali (attraverso scenari e analisi dei benchmark, conversazioni interne); » Identificazione stakeholder esterni.	» Incontro con gli stakeholder esterni per definire le priorità tra gli argomenti identificati; » Incontro con gli stakeholder interni per definire la matrice di materialità finale.

L’analisi si concluderà a settembre 2022, ed i temi materiali che ne risulteranno costituiranno la base imprescindibile non solo per la definizione della strategia di sostenibilità del gruppo, ma anche per le scelte comunicative che seguiranno e che saranno punto di partenza per la strutturazione di un futuro bilancio integrato.

L’interdipendenza al servizio della sostenibilità

La gestione della sostenibilità è uno degli elementi distintivi del modello organizzativo del Gruppo Davines. L’approccio che abbiamo scelto di privilegiare è stato quello della partecipazione attiva di tutti i dipartimenti aziendali del Gruppo. Fondamentale per la diffusione capillare della sostenibilità è l’esistenza di un team inter-funzionale che la faccia pulsare in ogni funzione aziendale. La missione di questo gruppo è di supportare il team Sostenibilità nel raggiungimento di obiettivi progettuali ma soprattutto di incoraggiare il dialogo ed incrementare la consapevolezza e la sensibilità in merito ai temi di sostenibilità all’interno della nostra comunità aziendale.

Questo team, denominato Attivatori di Sviluppo Sostenibile, si è evoluto nel corso del 2021 nel RegeneraTeam, più strutturato, capillare e numeroso.

L’obiettivo che ci eravamo fissati, di rivedere l’organizzazione del team affinché il suo impatto e la sua visibilità all’interno del Gruppo fosse massimizzata è stato ampiamente raggiunto.

Gli elementi caratterizzanti della nuova organizzazione sono essenzialmente due:

» un approccio più strutturato – ogni membro del team ha obiettivi che vengono concordati ad inizio anno e che si dividono in 3 diverse aree: obiettivi di coinvolgimento dei collaboratori Davines, obiettivi progettuali e obiettivi di certificazione B Corp;

» maggiore capillarità del team - ad oggi il team è composto di 30 persone, ognuna proveniente da un diverso dipartimento aziendale, per favorire un engagement sistematico di tutte le funzioni presenti all’interno del gruppo.

Presso le filiali, lo stesso ruolo è stato ricoperto dai “B Corp team” che, in collaborazione con il dipartimento sostenibilità, definiscono inoltre, ogni anno, un piano di miglioramento ai fini della certificazione triennale che si realizza coinvolgendo tutto il team della filiale.

Grazie a meeting periodici e obiettivi condivisi di Gruppo, questo team ha una funzione fondamentale per la diffusione della nostra cultura della sostenibilità in tutte le sedi Davines del mondo!

La trasparenza come responsabilità

Condividiamo apertamente i risultati di ogni nostro progetto!

La trasparenza è una responsabilità che abbiamo scelto di assumere a tutela dei nostri stakeholders. In quanto B Corp, infatti, condividiamo apertamente l’evoluzione e i risultati di ogni nostro progetto, sia quando genera successo, che quanto evidenzia ambiti di miglioramento. Nel 2021, abbiamo lavorato per massimizzare i nostri sforzi in materia di trasparenza, comunicando in modo più estensivo su temi rilevanti per i nostri stakeholders e per confermare la fiducia che ripongono in noi. Usiamo sia il canale online che offline per condividere con gli stakeholders i nostri progressi.

Comunicazione Online

Sul nostro sito web di gruppo davinesgroup.com si trovano numerosi documenti e materiali di approfondimento che permettano ai nostri stakeholders di avere una chiara visione delle politiche e pratiche adottate da Davines. Alcuni di questi documenti o temi più rappresentativi sono:

» **Rapporto di sostenibilità:** il documento, descrittivo dell’attività dell’azienda, espone i risultati ottenuti nell’ultimo anno e quelli prefissatati ed attesi per il prossimo. Attraverso questo documento illustriamo con la massima trasparenza il nostro impegno nel campo della sostenibilità ambientale e sociale. https://davinesgroup.com/il-nostro-impatto/rapporto-sostenibilita

» **Carta Etica:** Raccoglie il nostro presente etico, reale ed auspicato, e crea le condizioni per generare sempre nuove riflessioni e indirizzi di comportamento in modo corale e condiviso. https://davinesgroup.com/gruppo-davines/nostri-valori

» **Codice etico:** costituisce il punto di riferimento per tutti coloro che svolgono le proprie attività per conto e nell’interesse dell’azienda. https://cdn.shopify.com/s/files/1/0089/7990/6620/files/Codice-Etico.pdf?496202

Comunicazione Offline

Tra i nostri canali offline quelli che preferiamo sono gli eventi!

Organizziamo numerosi momenti per ritrovarci con i nostri clienti, fornitori, distributori e collaboratori. Sono momenti preziosi di condivisione e dialogo aperto.

I nostri eventi più iconici sono:

» **Davines incontra**: La giornata dedicata a fornitori, istituti bancari e istituzioni del territorio per condividere i nostri risultati economici e di sostenibilità;

» **FLP**: Davines Front line preview è il meeting dedicato ai team delle filiali e distributori. L'obiettivo della conferenza è di creare un senso di comunità condividendo in un modo unico, le più importanti iniziative e progetti che arriveranno a breve nei nostri diversi mercati;

» IPC: Il Davines International Partner conference è un incontro dedicato ai principali manager delle filiali, ai nostri distributori, al marketing, education, communication e sales director. L'obiettivo della conferenza è scambiarsi aggiornamenti e informazioni sui progetti e le attività svolte durante l'anno;

» TRIBE EVENT: Incontro annuale riservato ai Partner italiani [comfort zone] in cui condividere ispirazioni e nuovi progetti, per una progressiva evoluzione professionale;

» WWHT: evento internazionale dedicato alla bellezza durante il quale la comunità creativa di Davines si riunisce per far vivere insieme i valori del rispetto della natura.

Ricertificazione B Corp

Il 2022 è l'anno della ricertificazione!

Dal 2016 il Gruppo Davines è una B Corporation certificata! Ci siamo ricertificati per la prima volta nel 2020, raggiungendo un punteggio di 117,4, migliorativo rispetto a quello ottenuto nel 2016 (99,3).

Per quanto la certificazione ufficiale avvenga ogni tre anni, dal 2018 abbiamo deciso di auto-valutarci annualmente integrando la pratica di misurarci con il BIA, il B Impact Assessment, anche per gli anni di non certificazione. Abbiamo verificato che effettuare l'assessment annualmente ci permette di allineare i progetti strategici al piano di sostenibilità e quindi a fornirci una percezione definita e puntuale di cosa sia importante fare e come investire tempo e risorse.

Negli ultimi due anni abbiamo quindi lavorato alla preparazione di questa ricertificazione coinvolgendo tutte le funzioni aziendali in un ampio lavoro congiunto, finalizzato ad accrescere la sostenibilità ambientale e sociale del Gruppo.

Nel 2022 puntiamo a continuare a lavorare sull'insieme delle 5 aree del BIA. Tra le numerose attività di miglioramento pianificate, vorremmo:

» Rafforzare l'ingaggio civico delle nostre filiali, attraverso attività di advocacy che pubblicizzano l'adozione di politiche e buone pratiche di sostenibilità

» Condure un'analisi di materialità per identificare e gestire i temi sociali ed ambientali che sono per noi materiali

» Incrementare il numero di manager con un riferimento alla sostenibilità nel loro job mission

» Incrementare il numero di collaboratori che ricevano delle formazioni su competenze trasversale

» Integrare il nostro attuale codice etico aziendale con una nuova pratica virtuosa che consiste nel pubblicare la lista degli enti destinatari delle donazioni e sponsorizzazioni che facciamo.

Lavoratori

I nostri Benefit aziendali

Come restituiamo valore alla comunità Davines

Smart working
Con l'obiettivo di fornire dei benefit che siano in linea con le nuove esigenze di vita dei nostri collaboratori, abbiamo voluto ridefinire e implementare una nuova policy di smart working "post- COVID". A pagina 22 troverete una sezione dedicata!

Davines Care
È un insieme di iniziative, benefit e servizi dedicati al benessere dei collaboratori e delle loro famiglie. Possono usufruire del benefit tutti i collaboratori assunti a tempo indeterminato a partire da gennaio dell'anno successivo a quello di assunzione.
L'azienda mette annualmente a disposizione un pacchetto di 500 € utilizzabile tramite un'apposita piattaforma per l'acquisto di beni o servizi per sé o per la famiglia, la quota personale rimane valida fino a novembre dell'anno successivo alla maturazione.
Nel 2021 ne ha beneficiato circa l'83,3% della popolazione aziendale.

RI-GENERARSI
Negli ultimi anni abbiamo compreso l'utilità di offrire un servizio di consulenza psicologica alla nostra community aziendale. Da questa consapevolezza è nato a Febbraio 2022, RI-GENERARSI, un progetto di accompagnamento psicologico gratuito per tutta la community Davines.
Ad oggi, il servizio è erogato, sia in lingua italiana che inglese da psicologi qualificati e psicoterapeuti, professionisti facenti capo a IDIPSI e all'Associazione COINETICA.
Prendersi cura di sé e alimentare il benessere del singolo per accrescere il benessere della comunità è sempre una buona pratica che incoraggiamo e accompagniamo.

Davines Village Communiteam
È il team aziendale finalizzato a coltivare il senso di community tra i collaboratori del Davines Village, il quale vive e si evolve grazie all'adesione appassionata di colleghi volontari. Il motto del gruppo è:
"Creare buona vita al Davines Village "
Questo ambizioso obiettivo è perseguito attraverso l'attivazione di servizi utili a favorire l'armonia vita-lavoro, come farmacia e lavanderia interne; iniziative di aggregazione, come corsi di fotografia e degustazioni in azienda; convenzioni con attività commerciali del territorio.
Il gruppo nasce nel contesto ACE (Attivatori Carta Etica) nel 2012, dandosi il nome di "Il Maggiordomo" e ponendosi come obiettivo la creazione di benefici

per le persone.
Nel 2019 il progetto si rinnova e decide di cambiare nome, diventando Village Communiteam, a sottolineare anche nel nome, l'ideale di generare buona vita aziendale, creando una community partecipativa attraverso i valori del coinvolgimento e della condivisione.

Congedo parentale
La normativa sul congedo parentale prevede nei primi 5 mesi una retribuzione integrata al 100% dallo stato; Ai successivi 6 mesi di congedo facoltativo, coperti dall'INPS al 30%, andiamo ad integrare un ulteriore 30% arrivando ad un totale pari al 60% della retribuzione. Dalla fine del congedo fino al secondo anno di età si potrà inoltre richiedere il part-time, che in base ad esigenze specifiche potrà essere esteso fino al terzo anno.

Paternità
Ai 10 giorni di paternità previsti dalla normativa 2022, abbiamo voluto fare una integrazione di altri 5, arrivando ad un totale di 15 giorni.

Cessione ferie
Nello spirito comunitario con cui lavoriamo qui al Village, tutti i collaboratori possono cedere le proprie ferie, a titolo gratuito, a colleghi che devono assistere, per le particolari condizioni di salute, il coniuge o convivente in regime di unione civile o presente nello stato di famiglia, i parenti di primo grado e di secondo grado.

Integrazione economica in caso di malattie oncologiche
Con l'obiettivo di tutelare e supportare la nostra comunità aziendale, ai collaboratori affetti da patologie oncologiche sarà riconosciuta una retribuzione pari al 100%, anche in caso di decurtazione prevista dal contratto nazionale.

Formazione e crescita professionale
Un’offerta formativa ricca e rinnovata.

Davines Learning Hub

Nel 2020 abbiamo lanciato il Davines Learning Hub per offrire dei corsi di formazione di qualità, che potessero contribuire attivamente al raggiungimento degli obiettivi strategici aziendali fissati sul lungo termine.

L’obiettivo per il 2021 era di incrementare l’offerta formativa gratuita per tutti i nostri colleghi ed aumentarne l’accessibilità. Questo importante traguardo è stato raggiunto grazie al lancio di un calendario globale di formazione tramite la corporate university.

I risultati del 2021 sono significativi:

Il 90% dei collaboratori del Gruppo ha partecipato ad iniziative di formazione;

È stato registrato un incremento del 77% delle ore di formazione erogate, rispetto al 2020 (9.432 ore).

Nella sede di Parma sono state erogate 7.583,5 ore di formazione, suddivise nelle diverse categorie delineate dal framework B Corp, il BIA:

33,8% formazione trasversale;

37,2% formazione specifica di ruolo;

29% formazione legata alla sfera personale del collaboratore.

I collaboratori hanno potuto usufruire anche di corsi di formazione forniti da enti terzi all’azienda (212 ore) o di percorsi di formazione specialistica attraverso sussidi aziendali (21 ore).

Il progetto proseguirà anche nel 2022.

Nel 2021 nell’ambito dell’obiettivo strategico di incrementare il benessere delle persone migliorandone il work-life balance, sono state erogate una media di 20,7 ore di formazione a collaboratore sul tema «happiness and wellness», per un totale di 7.817 ore.

Come comunichiamo internamente
Un’offerta formativa ricca e rinnovata.

The Villager

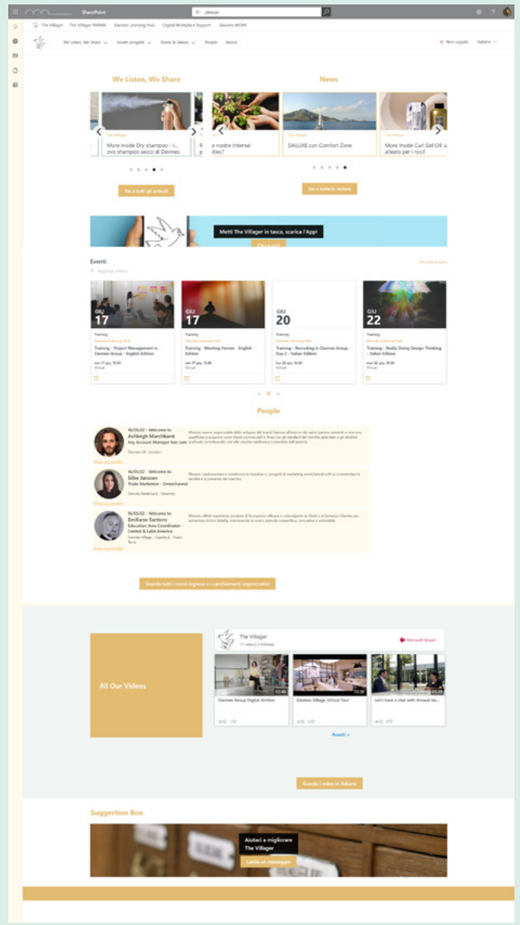
Nel marzo 2020 abbiamo lanciato nel nostro Headquarter a Parma, la nostra piattaforma interna di comunicazione The Villager, con lo scopo di dare vita ad un nuovo modo di comunicare internamente, più coinvolgente, interattivo ed immediato.

Con The Villager puntiamo ad una comunicazione inclusiva, trasversale e trasparente nei contenuti, che sia rappresentativa di tutti i dipartimenti e funzioni aziendali e dia maggiore visibilità a tutte le notizie, i progetti e le iniziative portate avanti dall’azienda.

A novembre del 2021, un anno dopo, abbiamo esteso la piattaforma a tutte le nostri filiali, riuscendo finalmente a rendere la nostra comunicazione inclusiva per tutta la nostra comunità internazionale.

Questo strumento ci ha permesso di rispondere alle esigenze sempre maggiori di informazione e comunicazione interna, rafforzare la coesione tra le filiali e il senso di comunità del Gruppo, coinvolgere e motivare i collaboratori.

Attraverso The Villager inviamo anche periodicamente newsletter con gli ultimi contenuti condivisi, creando così maggiore interazione con la piattaforma, e stimolando l’informazione.



THE VILLAGER

Altri strumenti di comunicazione

Altri due importanti strumenti di comunicazione interna sono rappresentati infine dalle Villager Assembly e dai Plenum aziendali. I primi sono eventi interni digitali, organizzati ogni trimestre, con lo scopo di riunire tutti i collaboratori a livello globale, per condividere importanti aggiornamenti e novità riguardanti la nostra azienda.

I Plenum ricorrono invece due volte all’anno, prima delle vacanze estive ed in occasione del Natale, e a differenza delle Villager Assembly sono eventi tenuti in presenza (per i collaboratori dell’Headquarter) e caratterizzati da un taglio più istituzionale e formale.

Flessibilità e qualità dell'ambiente di lavoro

Le nostre pratiche a favore del Work-life balance

Great place to work

Anche nel 2021 abbiamo ottenuto il riconoscimento «Great place to work» (già ricevuto nel 2019), totalizzando un punteggio Trust Index di 65 .

Rispetto al 2019, l 'analisi di clima ha confermato alcune aree come grandi punti di forza per il nostro Gruppo come l'area tematica «Orgoglio e Coesione»; la "credibilità" invece è rimasta invariata.

Un ultimo elemento molto positivo è stato l'alto grado di partecipazione. L'80% dei collaboratori ha infatti dedicato il proprio tempo sia a rispondere alle 64 domande della survey che a condividere i propri spunti nelle due domande aperte, per un totale di oltre 660 commenti!

Diversità & inclusività

Tra i numerosi obiettivi che ci siamo posti per il 2021, vi era la creazione di un piano strategico aziendale per incrementare il nostro impatto positivo sulla Diversity & Inclusion. Il primo passo è stato compiuto già nel 2020 con il coinvolgimento di 120 colleghi in una formazione specifica su inclusività e diversità e la formazione di 134 manager sulla Carta Etica.

Nel 2021, abbiamo voluto consolidare questo programma, coinvolgendo 274 dei nostri collaboratori, su tutti i livelli (manager e non manager), in un ciclo di incontri e workshop sul tema della Carta Etica e la sua riscoperta.

Remote working

A partire da Gennaio 2022, abbiamo condiviso internamente una nuova policy dedicata al Remote Working, con l'obiettivo di affermare e consolidare un nuovo modo di lavorare, che rappresenti le basi di una nuova normalità, non imposta da una pandemia, bensì rappresentativa dei nostri valori e della nostra capacità di continua evoluzione.

La policy non stabilisce nessun obbligo ma indica piuttosto alcune raccomandazioni e suggerimenti, al fine di accrescere ulteriormente il senso di responsabilità di ogni collaboratore.

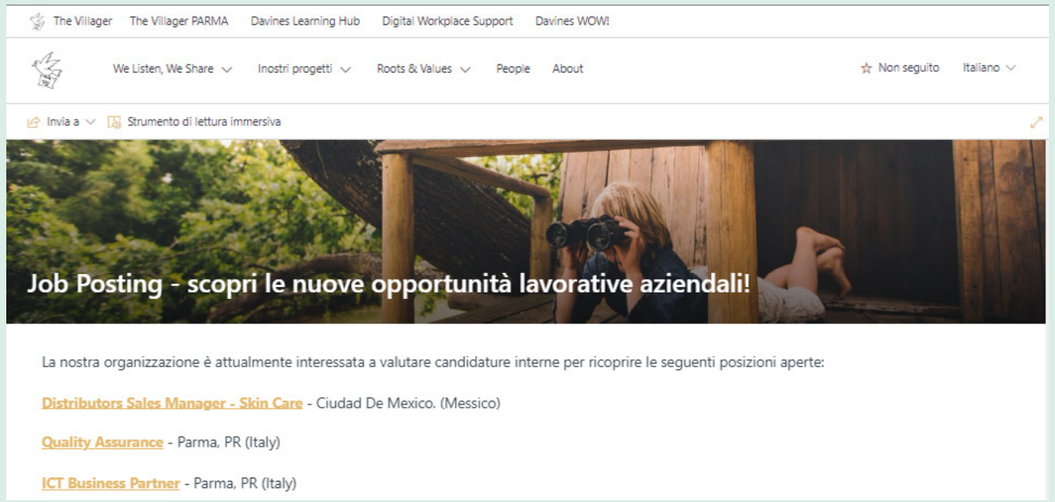
L'azienda raccomanda di trascorrere il 50% del tempo lavorativo mensile in presenza, prevedendo però sempre la possibilità, in base ad un accordo tra manager e collaboratore, di stabilire un numero di presenze differente sulla base di specifiche esigenze organizzative di team e/o individuali.

Perché viene raccomandato di trascorrere il 50% del tempo lavorativo in presenza?

Perché riteniamo cruciale mantenere e proteggere la cultura della nostra Azienda e per farlo le interazioni in presenza fisica con i nostri colleghi sono un elemento chiave. Le relazioni tra persone sono una elemento prezioso che è sempre stato al centro della nostra Carta Etica.

Job Rotation

Pubblichiamo internamente, attraverso la nostra piattaforma di comunicazione The Villager, tutte le nuove opportunità lavorative dell'azienda, dando a tutti la possibilità di candidarsi, anche all'interno di un dipartimento diverso.



Come gestiamo la sicurezza

La sicurezza dei nostri collaboratori è una priorità

La sicurezza in azienda

La sicurezza è un tema importante per ogni azienda, per noi di Davines è però un'area di miglioramento continuo, alla quale poniamo un'attenzione prioritaria e per la quale studiamo metodi e tecnologie ad hoc. Per questo motivo nel corso del 2021, oltre alle normali attività di routine e di adempimento alle normative, è stato inserito un progetto di miglioramento della sicurezza all'interno delle attività Lean.

Oltre ad incrementare formazioni specifiche per rischi specifici, e sopralluoghi continui in produzione, abbiamo incrementato la fase di controllo e monitoraggio con nuove prassi, come ad esempio l'introduzione di moduli per controlli settimanali.

Altre azioni chiave del 2021 sono state:

» **Investimenti sulla sicurezza**
Abbiamo inserito nuovi impianti ed attrezzature atte a migliorare il livello di sicurezza degli operatori nei reparti produttivi, come: Moduli per controlli settimanali preposti per area di competenza o schede specifiche preventive per l'inserimento in sicurezza di impianti e macchinari.

» **Covid-19**
Per tutto il 2021, la situazione pandemica in azienda è stata tenuta sotto controllo con azioni, regole e procedure che hanno coinvolto tutto il personale interno ed esterno. Tra le innumerevoli azioni messe in campo che hanno garantito la continuità delle attività aziendali, oltre al monitoraggio e tracciamento continuo dei positivi, troviamo:
- Revisioni tempestive dei protocolli Anti-Covid 19 in base ad ogni aggiornamento normativo o DPCM;
- Stesura di protocolli anti-Covid nel rispetto delle esigenze di business dell'azienda;
- Rigorosa sorveglianza dell'applicazione delle stesse.

» **Monitoraggio**
Oltre alla prevenzione, anche il monitoraggio della salute dei dipendenti è parte fondamentale dell'area salute e sicurezza. Nel corso dell'anno 2021 sono state effettuate n° 301 visite di idoneità.

Altri portatori di interesse

La relazione con i fornitori

Sosteniamo la partecipazione e l'ingaggio di tutti i nostri partners

La catena di fornitura è un elemento centrale dello sviluppo di prodotti sostenibili. A partire dalla scelta dei fornitori, ci assicuriamo che i nostri partners condividano i nostri valori, come il rispetto di pratiche di approvvigionamento meno impattanti e più trasparenti. Siamo consapevoli del fatto che solo coinvolgendo tutte le figure che ruotano intorno all'azienda potremo ottenere un impatto positivo sull'ambiente e le persone, ed è per questo che dal 2016 incoraggiamo e supportiamo i nostri partner internazionali a certificarsi B Corp.

Dopo ben 6 anni di supporto ai nostri stakeholder possiamo vantare di aver accompagnato nell'iter di certificazione:

- 12 fornitori, di cui 3 in fase di certificazione;
- 2 distributori internazionali;
- 1 salone.

Ci impegniamo inoltre nel monitoraggio delle performance di sostenibilità di tutti i nostri fornitori diretti, ottenendo così un overview dei loro punti di forza e aree di miglioramento.

Chi sono i nostri fornitori

54,6%
di fornitori che possiedono un codice etico aziendale

79,9%
misura il proprio impatto sul pianeta

78,2%
offre benefit aggiuntivi ai propri collaboratori

52,3%
utilizza energia da fonti rinnovabili

69,5%
ha ridotto il proprio consumo totale di energia

46%
ha ridotto il proprio consumo totale di acqua

12,6%
compensa le proprie emissioni di CO2eq

26,4%
ha ridotto le proprie emissioni di CO2eq

54,6%
ha ridotto i propri rifiuti indifferenziati

37,4%
non usa plastica monouso in ufficio

8,1%
implementa buone pratiche di mitigazione del proprio impatto sulla biodiversità

23%
sono fornitori locali, entro gli 80 km dal Davines Village

Dati calcolati sulla base delle dichiarazioni dei fornitori che hanno completato il nostro questionario annuale sulla sostenibilità. Nel 2021, il 44,6% sul totale dei nostri fornitori (in valore) ha collaborato all'indagine completando il questionario.

Un Summit dedicato ai nostri fornitori

Da novembre 2019 organizziamo annualmente al Davines Village un incontro dedicato ai nostri fornitori più sensibili al valore della sostenibilità.

I partecipanti vengono selezionati in funzione dei risultati emersi dall'annuale questionario di sostenibilità e dall'interesse dimostrato nei confronti della certificazione B Corp.

Nell'ambito del workshop, vengono condivisi esempi di buone pratiche e strumenti utili all'incremento della performance di sostenibilità.

2 workshop sono stati realizzati per i nostri fornitori nel 2021

Il primo workshop, a Gennaio 2021 ha visto i dipartimenti Acquisti e Sostenibilità coinvolti in un approfondimento dei temi del cambiamento climatico ed emissioni di CO_2, focalizzato nel diffondere conoscenza e consapevolezza tra i fornitori. A questo workshop hanno partecipato 61 fornitori, di cui:

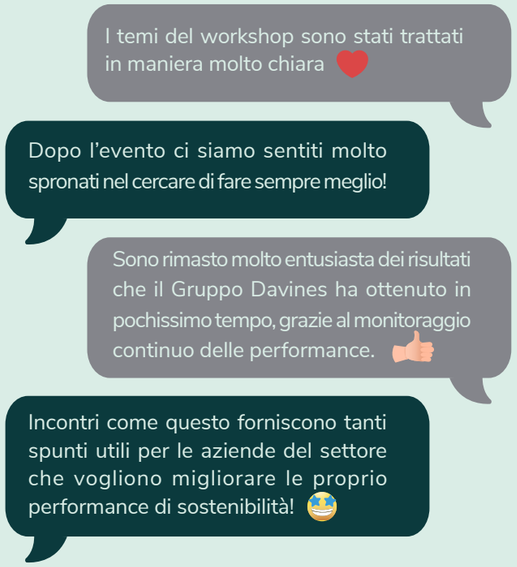
97%
ritiene che gli argomenti siano stati trattati con chiarezza ed efficacia

59%
considera che gli argomenti trattati siano applicabili nel breve/medio periodo nella propria azienda

La valutazione media complessiva del workshop ha raggiunto quota 4.7, in una scala di valutazione da 1 (punteggio più basso) a 5 (punteggio più alto) .

A Novembre 2021, abbiamo animato un secondo workshop, indirizzando gli inviti ai nostri fornitori di packaging, soprattutto di materiale plastico.

Durante l'ora e mezza di workshop digitale, abbiamo illustrato le novità dei regolamenti europei ed italiani in ambito di etichettatura ambientale e condiviso la metodologia per il calcolo dell'impronta di plastica aziendale, ed i relativi risultati del calcolo applicati al Gruppo Davines nell'anno 2020. In quest'ultima edizione, sono state coinvolte 15 aziende che rappresentano circa €7,6 milioni del fatturato acquisti Davines 2021.



Il nostro rapporto con la società ed il territorio

La collaborazione alla base dell'impatto positivo

Come Davines siamo partner di eventi e progetti sul territorio volti alla costruzione di una cultura della sostenibilità ambientale e sociale. I progetti che seguono ci vedono coinvolti in prima persona in attività di valorizzazione del territorio in un'ottica di cooperazione con altre imprese o ente locali.

Il KilometroVerde

Il KilometroVerdeParma è un progetto, che vuole creare aree verdi e boschi permanenti a Parma e nella sua provincia.

L'idea, nata nel 2015, aveva come scopo quello di creare un corridoio alberato lungo gli 11 chilometri dell'autostrada A1 che attraversa Parma per riqualificare l'ambiente di uno dei tratti autostradali più trafficati d'Europa; il progetto si è poi ampliato in un più grande programma di riforestazione.

Oltre al contributo in termini di mitigazione dell'inquinamento, il progetto contribuisce attivamente all'aumento della biodiversità e la resilienza della cintura periurbana di Parma.

Con il KilometroVerdeParma si traccia un segno paesaggistico forte, capace di dare una nuova identità a un paesaggio altamente frammentato.

Dall'avvio del progetto abbiamo piantato:

- **194** piante arboree decidue
- **208** piante arboree sempreverdi
- **490** piante arbustive decidue
- **2605** piante arbustive sempreverdi.

Di cui piantati nel 2021:

- **87** piante arboree decidue
- **175** piante arboree sempreverdi
- **140** piante arbustive decidue
- **605** piante arbustive sempreverdi.

Alleanza Territoriale per la neutralità carbonica

L'Alleanza, nasce per innescare un processo che ha per finalità il raggiungimento dell'obiettivo di neutralità carbonica delle provincia di Parma entro il 2030, questo obiettivo verrà raggiunto tramite il coinvolgimento di enti pubblici, settore privato ed associazioni.

In quanto attore proattivo del suo territorio, la provincia di Parma, Davines ha stimolato nel 2018 la creazione di un piano per la sostenibilità del territorio con l'obiettivo di candidarlo al bando europeo «european green capital».

Questo ampio lavoro di team ha poi costituito le base sulle quale l'Alleanza Territoriale Carbon Neutrality Parma si è successivamente costituita nel 2020.

Il progetto si articola in quattro fasi:

La prima progettuale e organizzativa che produrrà una mappatura delle emissioni sul territorio;

Conclusa

La seconda di scambio di esperienze;

In corso

Durante la terza fase saranno definite le azioni;

Infine saranno intrapresi il monitoraggio e la certificazione del bilancio di carbonio territoriale. Il modello potrà poi essere esportato ad altre realtà.

Da iniziare

"Parma, io ci sto!"

Siamo soci sostenitori dell'iniziativa "Parma io ci sto!", un iniziativa nata nel 2016 che ha l'ambizione di rivalorizzare e rivitalizzare la città di Parma.

Lo scopo è attrarre investimenti, competenze e talenti attraverso il sostegno ad alcuni progetti nei settori Agroalimentare, Cultura, Formazione e Innovazione, Turismo e Tempo Libero e Sostenibilità ambientale. Forte del ricchissimo patrimonio storico, gastronomico e artistico della città, "Parma, io ci sto!" si impegna per sostenere, e realizzare, progetti e iniziative di eccellenza e progresso economico-sociale in sinergia con le istituzioni. La partecipazione è aperta a tutti coloro che condividono gli ideali del progetto, siano essi aziende o singoli cittadini che intendono aderire ai suoi obiettivi, portandoli avanti attivamente.

Regeneration 20/30

È una coalizione di leader indipendenti per rigenerare società e natura. Il progetto è stato fortemente voluto da Davide Bollati, Presidente del Gruppo Davines, che ne è uno dei fondatori. La necessità di formare tale coalizione è nata dalla consapevolezza che restano meno di 10 anni per intraprendere azioni concrete finalizzate allo sviluppo di un nuovo paradigma economico che, coerentemente agli SDGs, sia in grado di creare le condizioni favorevoli alla prosperità della vita per tutti.

Questo richiamo, forse l'ultimo a nostra disposizione, ha ispirato i fondatori di "Regeneration 20/30" a creare un'alleanza rigenerativa globale tra organizzazioni governative e non governative, leader spirituali, mondo accademico e settore privato, al fine di avviare dialoghi, condividere idee e intraprendere azioni concrete.

Tutti i partecipanti devono firmare una "pledge", con impegni specifici e misurabili su queste aree:

- Economia rigenerativa, il cui obiettivo è raggiungere una consistente riduzione delle emissioni nette di gas serra, attraverso una conversione dei modelli di business attuali verso modelli carbon neutral ed economie inclusive.
- Azione per il clima e felicità/benessere globali nel significato più profondo di supporto alla autorealizzazione, altruismo, benessere individuale e sociale e misura reale del progresso umano.

Il Davines Village, una sede aperta alla comunità

Luogo di accoglienza

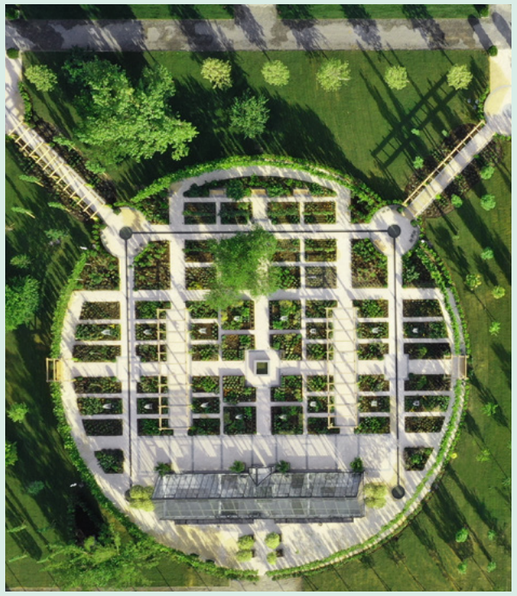
La struttura del Davines Village è stata sviluppata a partire dal concetto di "casa", reinterpreta infatti gli archetipi delle corti tipiche delle zone rurali italiane; I grandi spazi vengono sfruttati per invitare i clienti, i fornitori, i distributori e la comunità locale

Luogo di formazione

All'interno del Davines troviamo l'Accademia Davines e l'Accademia [comfort zone], dedicate rispettivamente alla crescita professionale di acconciatori ed estetiste.

Luogo di celebrazione

La sede del Gruppo è progettata anche per ospitare eventi aziendali e celebrazioni, al fine di riunire la comunità nel luogo che meglio rappresenta i valori del gruppo. Alcuni spazi aziendali sono offerti gratuitamente per ospitare eventi locali al fine di sostenere attivamente la comunità e le associazioni che promuovono valori come cultura, resilienza e sostenibilità.



Attività di volontariato, donazioni e sponsorizzazioni

Crediamo nell'importanza di investire sulle persone e di restituire alle comunità in cui siamo presenti per attivare cambiamenti locali ad impatto positivo globale.

Nel 2021, le ore lavorative dedicate al volontariato sono state 403 (+13,2% rispetto al 2020), interamente dedicate alla donazione di sangue tramite la collaborazione con il gruppo FIDAS/AVIS.

368.143€ devoluti a donazioni e sponsorizzazioni con fini sociali e ambientali.

Come ci relazioniamo con i clienti

Rendiamo i nostri clienti attori del cambiamento

Campagne di marketing sociale per i nostri clienti

Attraverso lo sviluppo di campagne di marketing sociale il gruppo Davines vuole promuovere idee e comportamenti a favore della sostenibilità ambientale e sociale e contribuire così alla risoluzione di alcuni dei problemi collettivi che la società dei nostri giorni sta affrontando. Il marketing sociale è uno strumento potente che ci permette di attivare/incentivare i nostri clienti finali a cambiare dei loro comportamenti individuali e/o di gruppo. Sotto alcuni esempi delle campagne che abbiamo sviluppato nel 2021:

Tuteliamo il mare 2021

Con questo progetto abbiamo scelto di sostenere il progetto di Sea Shepherd di protezione dell'ecosistema marino delle isole Eolie, chiamato Operazione Siso, perché questo arcipelago, patrimonio UNESCO, vanta un'elevata biodiversità minacciate dalla pesca illegale. I volontari di Operazione Siso, in collaborazione con la Guardia Costiera, individuano e rimuovono i FAD (Fishing Aggregative Devices) messi illegalmente dai pescatori. Il consumatore finale veniva coinvolto nel progetto attraverso una campagna di acquisto il cui ricavato viene in parte donato alla Sea Shepherd.

1.767 saloni coinvolti nella campagna, 32.661€ donati a Sea Shepherd per la salvaguardia delle isole Eolie.

Bee strong

L'obiettivo della campagna è la salvaguardia della biodiversità attraverso la tutela delle api. Il cliente finale è stato coinvolto nel progetto attraverso una campagna di acquisto in cui una parte del ricavato è stato utilizzato per finanziare l'adozione di alveari, supportati da tecnologia Hive-Tech di 3Bee e alla ricerca sperimentale sull'impatto degli agrofarmaci sulle api. 3BEE è una start up agritech che ha sviluppato Hive-Tech, un sistema intelligente di monitoraggio e diagnostica per la salute delle api. Questa tecnologia supporta il lavoro quotidiano dell'apicoltore consentendogli di arginare tempestivamente problemi e malattie attraverso il monitoraggio h24 del proprio alveare.

1.826 saloni coinvolti nella campagna, 35.026€ donati per l'adozione degli alveari.

Vuoi scoprire tutti i nostri progetti? Li trovi sul nostro rapporto di sostenibilità:
www.davinesgroup.com/il-nostro-impatto/rapporto-sostenibilita

Accresciamo le competenze dei nostri clienti professionali

Oltre a concepire prodotti di alta qualità, il Gruppo Davines crea per i suoi clienti professionali formazionidi eccellenza che prendono vita nel cuore dell'azienda. Il Davines Village ospita al proprio interno l'Accademia Davines e l'Accademia [comfort zone], dedicate rispettivamente alla crescita professionale di acconciatori ed estetiste.

Sviluppiamo formazioni che permettano l'incremento delle competenze tecniche dei nostri clienti haircare & skincare: colore, massaggi, tagli e ben altro. Inoltre, nel tempo abbiamo anche creato altre tipologie di formazioni per permettere ai nostri clienti di aumentare la sostenibilità dei loro saloni e spa. Un esempio di formazione molte completa è sicuramente il nostro [comfort zone] Master Class Programme.

Master classes programme 2021

Il [comfort zone] Master Class Programme ha l'obiettivo di accrescere le skills dei professionisti del mondo spa attraverso corsi esclusivi. Le lezioni sono tenute dal comfort zone Corporate Education Team ed esperti del settore. Il Corso è gratuito ed aperto ai proprietari di saloni estetici e spa, manager, terapisti, receptionist, educatori. Le lezioni coprono un'ampia gamma di tematiche: dalla sostenibilità alla "Conscious skin science", dal lifestyle al wellness.

1.200 specialisti hanno partecipato alle Master Class nel 2021. Il 90% di loro sono rimasti soddisfatti

Distributor's Challange

All'inizio del 2021, è stata lanciata per la divisione hair care il "Distributori Challenge" a livello Globale. La sfida ha chiamato all'azione tutti i distributori Davines nel calcolare le proprie emissioni di gas serra per gli scopi 1 e 2 dell'anno 2020, secondo il GHG protocol.

La challenge prevedeva che i primi 10 distributori a completare il calcolo e ad inviarci i risultati, avrebbero beneficiato gratuitamente della neutralizzazione delle loro emissioni, attraverso il progetto di riforestazione Ethiotrees.

Inoltre, per facilitare il calcolo e diffondere consapevolezza riguardo ai temi della challenge, sono stati creati internamente dal team sostenibilità i seguenti strumenti:

» Calcolatore excel automatizzato per il calcolo delle emissioni

» Documento di informazione rispetto alle principali nozioni e dati riguardanti il cambiamento climatico, i gas climalteranti ed i protocolli internazionali di rendicontazione e neutralizzazione delle emissioni di anidride carbonica a livello corporate.

Abbiamo raccolto 12 risposte ed i primi 10 hanno ricevuto – come da call to action – l'attestazione di neutralizzazione delle emissioni calcolate. I 10 distributori che hanno partecipato e vinto la sfida sono dei seguenti paesi: Malta, Nuova Zelanda, Messico (2), Svezia, Stati Uniti d'America (5).

In totale, sono state neutralizzate 594 tonnellate di CO_2eq.

I nostri finanziatori

Crescere insieme avendo a cuore il pianeta

Uno degli elementi chiave per lo sviluppo e la crescita di un'azienda sono i partner finanziatori. Garanti di una crescita sana e longeva, preferiamo partner finanziatori che condividono con noi gli aspetti valoriali del fare business, ovvero quello di avere un impatto sempre più positivo e rigenerativo, sul nostro pianeta.

Finanziamento con Credit Agricole

Il 22 dicembre 2020 abbiamo sottoscritto un contratto di finanziamento con Credit Agricole S.p.A. per un importo di 10 milioni di Euro. Il finanziamento è articolato su un periodo di medio lungo termine e con un piano di rimborso, che si conclude dopo cinque anni. Il finanziamento ha incluso un meccanismo premiante al raggiungimento di determinati parametri di sostenibilità. In particolare il recupero del margine, applicato all'Euribor di riferimento, dariconoscere al raggiungimento completo di uno specifico obiettivo KPI ESG.

Contestualmente, Davines SpA si è impegnata a destinare il suddetto beneficio economico atteso ad alcune iniziative di Crowdforlife, la piattaforma di crowdfunding di Crédit Agricole Italia pensata per agevolare enti e associazioni nella promozione dei loro progetti, contribuendo alla realizzazione degli stessi attraverso la raccolta di donazioni online su tutto il territorio nazionale.

DAVINES GROUP | Certified B Corporation

Ambiente

Come valutiamo il nostro impatto

Siamo attivi nel monitoraggio e nella valutazione degli impatti.

Programma di Decarbonizzazione

Il nostro impegno nell'ambito della decarbonizzazione è iniziato nel 2006 e si è articolato e sviluppato nel corso degli anni fino a portarci al raggiungimento della neutralità carbonica (Scopo 1 e 2) nel 2018.

Per rafforzare il nostro impegno, l'11 dicembre 2019, assieme ad oltre 500 B Corp, ci siamo pubblicamente impegnati ad accelerare la riduzione delle nostre emissioni di gas serra per raggiungere il traguardo di emissioni nette zero entro il 2030.

Nel corso degli ultimi anni, abbiamo lavorato alla creazione di un programma strutturato fondato su quattro pilastri principali e, per ciascuno di essi, abbiamo delineato le azioni concrete da intraprendere.

PILASTRO 1

Misurare e Monitorare

Nel corso del 2021 e nei primi mesi del 2022, abbiamo lavorato per estendere e completare al 100% la rendicontazione della nostra impronta carbonica, che ad oggi include tutte le emissioni gas serra a livello di Gruppo (scopo 1, 2 e 3). Continueremo a monitorare e perfezionare la rendicontazione di anno in anno.

La nostra carbon footprint di organizzazione ammonta a 115.261 ton CO2eq. Il 98,3% deriva da emissioni di Scopo 3.

Gli scopi 1 e 2 risultano complessivamente essere 557,5 ton CO2eq. (+14% rispetto al 2020).

Questo rialzo è dovuto al ritorno delle condizioni «business as usual» sia in termini di occupazione degli uffici che di utilizzo di energia e veicoli aziendali.

Carbon Footprint

Scopo 1 » emissioni dirette dell'azienda

Scopo 2 » emissioni indirette dall'energia acquistata

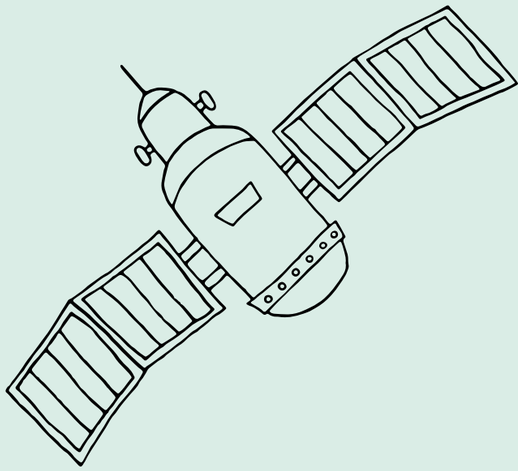
Scopo 3 » emissioni indirette dalla catena del valore

PILASTRO 2

Ridurre

L'obiettivo fissato nel 2021 di condurre studi per comprendere la fattibilità di un percorso di riduzione fino ad emissioni nette zero è stato raggiunto: nei primi mesi del 2022 abbiamo avviato i lavori per definire dei target di riduzione allineati con gli studi scientifici più recenti, riconosciuti e in linea con l'Accordo di Parigi.

Prevediamo nei prossimi mesi di firmare il nostro impegno formale al raggiungimento di target Net Zero aderendo alla campagna SBTi (Science Based Target Initiative) e di formulare e sottomettere i target di riduzione emissioni alla commissione per la validazione ufficiale.



PILASTRO 3

Neutralizzare

Da anni neutralizziamo le nostre emissioni investendo in progetti di alta qualità e certificati Plan Vivo (imboschimento e/o riforestazione) per il sequestro di CO2 dell'atmosfera.

Nel 2021 ci siamo impegnati come gruppo a proseguire la partnership, avviata nel 2018, con l'ONG Belga-Etiope EthioTrees per le attività di neutralizzazione delle emissioni in un momento di forte instabilità nella regione del Tigray, in Etiopia, colpita dal novembre 2020 da una guerra intestina.

Da allora, parte di quanto investito per l'acquisto dei crediti di carbonio è stato destinato, dall'ONG, all'invio di risorse alimentari come aiuti umanitari.

Pur garantendo il nostro supporto al Progetto Ethiotrees, dal 2021 per far fronte alle necessità di assorbimento delle emissioni gas serra tramite soluzioni naturali, abbiamo deciso di investire in un altro progetto di riforestazione, avvalendoci del supporto di un altro partner presente in Messico, la cooperativa AMBIO.

Scolel'te

Scolel'te ("Gli alberi che crescono", in lingua Tzetal) è un programma di cattura di anidride carbonica che include attività di riforestazione e gestione sostenibile delle foreste. Con più di due decadi di attività, è il più longevo programma di riforestazione di questo tipo al mondo.

Attraverso il programma Scolel'te, AMBIO collabora con le comunità rurali nella regione di Chiapas e, con l'obiettivo di contribuire alla mitigazione dei cambiamenti climatici, promuove il welfare sociale attraverso la valorizzazione delle comunità locali. A beneficiare del progetto ci sono più di 2.500 famiglie che hanno ricevuto incentivi economici per proteggere e gestire sostenibilmente le foreste del loro territorio.

PILASTRO 4

Coinvolgere

Continuiamo a ingaggiare e collaborare con i nostri stakeholder interni ed esterni per:

1. accrescere il nostro know-how al fine di trovare soluzioni interne efficaci e innovative;
2. aumentare la consapevolezza sul tema dei cambiamenti climatici e combattere la crisi climatica massimizzando il nostro impegno e i nostri sforzi anche all'esterno della nostra catena di valore.

Programma Circolarità

La circolarità ci sfida a ripensare le nostre azioni e ad abbandonare l'approccio lineare "prendi, usa, smaltisci" a favore di un approccio rigenerativo. Parliamo quindi di quei progetti basati sul ridurre il più possibile l'utilizzo di materiali e, quando ciò non è possibile, riutilizzarli e riciclarli.

Rifiuti

Ci impegniamo in un ottica di circolarità nel minimizzare alla fonte la creazione di rifiuti; Di questi ultimi, si predilige il riciclo, e solo se non sono disponibili alternative per il loro corretto smaltimento, la termovalorizzazione ed infine l'incenerimento.

- Per il quarto anno consecutivo, lo 0% dei rifiuti della produzione sono stati conferiti in discarica quelli prodotti
- La totalità dei rifiuti solidi industriali sono stati smaltiti nel seguente modo:
- 99,6% riciclo (+45% rispetto al 2020);
- 0% termovalorizzazione (-100% rispetto al 2020);
- 0,4% incenerimento (-13,3% rispetto al 2020).

Questi straordinari risultati sono stati raggiunti grazie agli sforzi aziendali per richiedere al partner di gestione dei rifiuti di valutare ed assegnare lo smaltimento dei rifiuti industriali solo ad aziende terze che prediligessero il riciclo.

Packaging

Seguiamo i principi dell'eco-design ed analizziamo i materiali per identificare ogni opportunità di minimizzazione dell'impatto ambientale dei packaging.

L'attenzione è posta su 5 principi fondamentali:

1

Consumiamo meno materiale:

progettiamo packaging più leggero mantenendone le caratteristiche di sicurezza e funzionalità. Un packaging più leggero significa minore consumo di materie prime, che si traduce in una minore estrazione di risorse! La riduzione del peso permette anche di diminuire le emissioni derivanti dal trasporto.

4

Facilitiamo il riciclo del prodotto:

Cerchiamo nuove soluzioni e tecnologie che permettano al cliente di usare il prodotto fino all'ultima goccia e inoltre puntiamo a progettare prodotti mono-materiale così da facilitarne il riciclo.

2

Semplifichiamo il design del prodotto:

quando progettiamo il packaging riduciamo le componenti superflue andando così a ridurre ulteriormente l'utilizzo di materie prime usate.

5

Ottimizziamo il prodotto per la distribuzione logistica:

progettiamo il packaging primario, secondario e terziario in modo tale da ottimizzare gli spazi, così da aumentare il numero di prodotti trasportati, riducendo il consumo di CO_2 del trasporto.

3

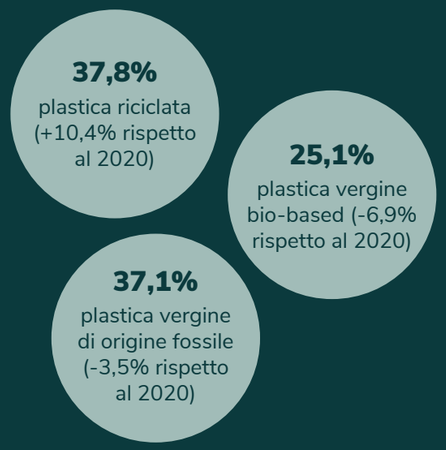
Preferiamo materiali riciclati o da fonti rinnovabili:

per ridurre l'impatto sull'ambiente dei nostri prodotti stiamo progressivamente abbandonando l'uso di materiali vergini preferendo quelle riciclate o da fonti rinnovabili.

Grazie alla continua attenzione posta nei processi di design del packaging, abbiamo ottenuto le seguenti performance:

- 63,9% della quantità totale di materiale da packaging è composta da materiali riciclati (+3,4% rispetto al 2020);
- 96% della quantità totale dei materiali in carta e cartone è composta da materiali riciclati (+0,7% rispetto al 2020);
- 58,5% della quantità totale di materiale da packaging acquistato dal gruppo è composta da materiali da fonti rinnovabili (-5,8% rispetto al 2020).

Plastica acquistata nel 2021 suddivisa per fonte:



Rethinking plastic, un progetto in partnership con Plastic Bank

Quando selezioniamo i materiali per i nostri packaging, siamo consapevoli del fatto che nessun materiale oggi può essere considerato perfetto in relazione alla sua funzione d'uso e all'impatto ambientale. Ogni materiale ha i suoi punti di forza e di debolezza quando viene impiegato nel packaging. Da anni seguiamo i principi di eco-design per minimizzare quanto possibile l'impatto dei nostri packaging. In particolare, ad oggi la plastica è uno dei materiali più performanti per i nostri prodotti e questa considerazione viene da più motivazioni, tra cui la leggerezza per il trasporto, la robustezza per sostenere gli urti, la sterilità per mantenere inalterato il prodotto al suo interno. Ma sappiamo anche che la plastica è ad oggi uno dei materiali più inquinanti se non viene smaltito in modo adeguato. Con l'ambizioso obiettivo di mitigare l'immissione di questo materiale in ambiente, ci siamo resi conto che queste pratiche interne non erano ancora abbastanza; per questo motivo nell'autunno 2021 abbiamo lanciato un progetto per la raccolta della plastica dalle aree costiere di Indonesia, Brasile e Filippine al fine di prevenire l'ingresso nell'oceano di 100 tonnellate di plastica. Il partner con cui abbiamo avviato il progetto è Plastic Bank il quale, grazie alla sua piattaforma blockchain permette di tracciare e geolocalizzare la raccolta ed il riciclo del materiale raccolto (ocean-bound plastic). In tal modo abbiamo contribuito alla costruzione di un'economia più circolare, dando una seconda vita a questi materiali. Non è da dimenticare il beneficio sociale; infatti, Plastic bank contribuisce a migliorare la qualità della vita dei raccoglitori coinvolti, che hanno beneficiato non solo di un salario superiore alla media di mercato, ma hanno ricevuto token digitali che permettono loro di usufruire di beni e servizi ai quali altrimenti avrebbero più difficoltà d'accesso.

I numeri del progetto sono:

- 100 ton plastica raccolta;
- 80 comunità impattate positivamente;
- 865 persone coinvolte.

Per il 2022 abbiamo deciso di rinnovare il nostro impegno e la nostra partnership con Plastic Bank, grazie alla quale raccoglieremo e rimuoveremo dall'ambiente l'equivalente della quantità di plastica derivante dalle vendite dei prodotti dei nostri due brand, Davines e [comfort zone], raggiungendo così la neutralizzazione delle nostre emissioni di plastica derivanti dai packaging e ottenendo da Plastic Bank® la Certificazione Plastic Neutral.

Anche quest'anno, la plastica raccolta, una volta riciclata, sarà reintrodotta nella catena di approvvigionamento globale donandole nuova vita, in ottica rigenerativa.

Programma Biodiversità e rigenerazione

Nel contesto del programma di biodiversità, notevoli sono stati gli sviluppi nel 2021, specialmente legati all'agricoltura rigenerativa.

Agricoltura rigenerativa con Rodale

Nel luglio 2021 è stato pubblicamente annunciato che il Davines Village è diventato la sede di una nuova iniziativa pionieristica nel campo dell'agricoltura, che prevede la destinazione di una superficie di 15 ettari in terreno da coltivazione secondo le tecniche dell'agricoltura biologica rigenerativa; questo tipo di coltivazione permette al terreno di assorbire carbonio, promuove la biodiversità e protegge il terreno, l'aria e l'acqua. Il progetto ci permetterà di ampliare l'offerta di ingredienti biologici rigenerativi a disposizione del settore cosmetico, e di contribuire allo sviluppo della ricerca in materia di sostenibilità.

È nato dunque il Davines Group - Rodale Institute European Regenerative Organic Center, il primo avamposto europeo di Rodale Institute.

Il Rodale Institute è una realtà con sede in Pennsylvania (USA) che sin dagli anni Ottanta ha introdotto il termine "rigenerativo biologico" per definire un tipo di agricoltura che va oltre il concetto di sostenibilità. Rodale Institute, fondato nel 1947 da JI Rodale, è stato pioniere in campo ed è tuttora leader di questo movimento grazie ad attività di ricerca, formazione degli agricoltori ed educazione dei consumatori.

Achillea Millefolium

All'interno del nostro giardino scientifico è stato studiato un estratto dell'Achillea millefolium: L'acido clorogenico; un attivo naturale che stimola la produzione di collagene che è diventato uno degli attivi principali dei prodotti della linea Sublime Skin. Le piante impiegate nella nostra produzione sono coltivate secondo le tecniche dell'agricoltura rigenerativa.

Progetti trasversali di valutazione e mitigazione degli impatti

Come gestiamo il miglioramento

Certificazione LEED

Nel corso del 2021 il Gruppo Davines ha deciso di intraprendere il percorso di certificazione LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) per il Davines Village. La certificazione LEED è ad oggi il protocollo di certificazione più diffuso e conosciuto al mondo in materia di sostenibilità degli edifici nuovi e/o esistenti.

Il protocollo di certificazione scelto è il LEED EB:OM (certificazione specificatamente concepita per edifici esistenti).

La scelta dell'ottenimento della certificazione è stata guidata da più fattori, tra i quali voler valutare le performance ambientali secondo criteri riconosciuti a livello globale, contribuire positivamente alla brand reputation e individuare opportunità di miglioramento sinergiche agli sforzi necessari nell'ambito della certificazione B Corp.

Processo per l'ottenimento della certificazione

Fase di Assessment	Fase di Establishment	Fase di performance
Raccolta e armonizzazione dei principali dati di performance ambientale, misurazione approfondita degli impatti e individuazione di criticità e opportunità di miglioramento.	Verifica dei prerequisiti relativi ad attività di gestione; integrazione delle metriche necessarie alla misurazione delle prestazioni energetiche e idriche; adozione di sistemi di tracciamento dei rifiuti e pratiche di valutazione indoor quality; creazione di politiche di gestione green o integrazione criteri green alle politiche esistenti.	Raccolta dati (consumi energia e acqua, rifiuti e benessere dei dipendenti) ed evidenze; sottomissione della documentazione all'ente certificatore tramite specifica piattaforma digitale

Alla data del 30/04/22 abbiamo concluso le tre fasi sopra riportate e ci prepariamo alla ricezione del feedback dell'ente certificatore.

Linda

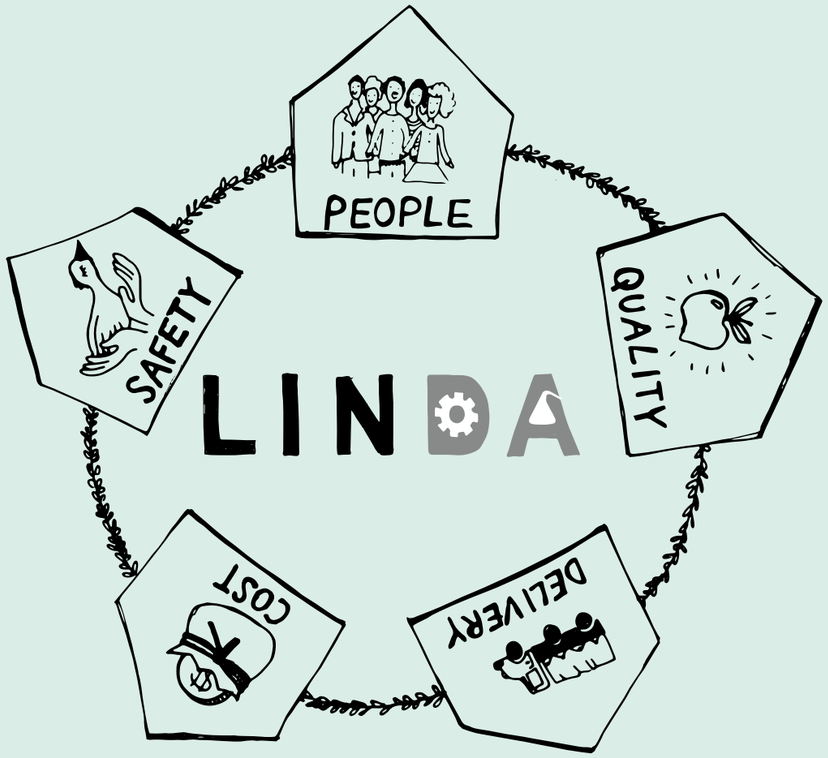
Il nome Linda nasce dall'unione di due Parole: Lean in Davines. Il termine Lean deriva da Lean Transformation, un modello produttivo che si pone l'obiettivo di minimizzare gli sprechi fino ad eliminarli completamente, e che si ispira al sistema produttivo Toyota, famoso per essersi posto per primo come un'alternativa alla tradizionale produzione di massa. Secondo la filosofia Lean, la sicurezza delle persone viene prima di tutto; efficienza e sicurezza sono possibili solo grazie all'organizzazione e al rispetto rigoroso dell'ordine e della pulizia degli ambienti di lavoro, un aspetto che distinguerà sempre di più la nostra fabbrica.

Nel contesto Linda, In particolare nel 2021 è stato attivato il progetto «una produzione per turno» con lo scopo principale di ridurre i tempi produttivi nel reparto di miscelazione, incrementando così l'efficienza della fabbrica.

Il lavoro è partito osservando tutti i tempi e le parti della lavorazione che non davano valore aggiunto al prodotto. Da questa analisi sono state ricavate alcune misure, finalizzate alla riduzione e/o annullamento di queste inefficienze, come per esempio:

- la riduzione di tempi morti, con un particolare risparmio da un punto di vista di energia elettrica;
- l'introduzione della sanitizzazione a vapore a sostituzione della sanitizzazione chimica con un conseguente risparmio di acqua e una riduzione dell'utilizzo di reagenti chimici.

Tutto questo ha portato ad un decremento medio del 37% del tempo produttivo per ordine di produzione che si può tradurre, in termini di sostenibilità, in una riduzione delle spese energetiche.



Obiettivi 2022

Governance

- Completare l'analisi di materialità aziendale per definire la strategia di sostenibilità del Gruppo;
- Integrare il nostro attuale codice etico con una nuova pratica virtuosa che consiste nel pubblicare la lista degli enti destinatari delle donazioni e sponsorizzazioni che facciamo;
- Pubblicare annualmente un resoconto sulla gestione e l'applicazione del nostro programma anti-corruzione.

Lavoratori

- Costruire e poi fornire ai collaboratori un piano definito di crescita e sviluppo di carriera.
- Raggiungere una quota superiore al 75% dei collaboratori che ricevono training di tipo «cross-job»;
- Assumere un Addetto a supporto del Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione e un Responsabile del Sistema di Gestione Sicurezza che seguirà tutta la parte relativa alla futura certificazione ISO 45001.
- Migliorare ulteriormente la nostra comunicazione, rendendo The Villager anche disponibile sull'applicazione mobile Telegram.
- Consolidare il programma di formazione Learning Hub, con l'obiettivo di coinvolgere un numero sempre maggiore di persone attraverso interventi formativi utili allo sviluppo delle persone stesse e con un forte collegamento alla strategia.
- Avviare il primo pilota di Talent Management con il Leadership Team.

Community

- Accrescere del 6% (in valore) il numero di fornitori che hanno firmato il nostro codice di condotta o ne possiedono uno.

Ambiente

- Certificare il Davines Village con la certificazione LEED;
- Aumentare la % di fatturato prodotti coperta dall'analisi LCA e raggiungere una quota compresa tra il 50% e 74%;
- Fornire ai nostri fornitori documentazione e risorse utili per adottare pratiche di salvaguardia della biodiversità;
- Istituire il nostro primo esperimento che mira a confrontare le pratiche agricole rigenerative e convenzionali;
- Firmare la committement letter SBTi (science based target initiative) per impegnarsi formalmente a raggiungere emissioni nette zero;
- Sottomettere i target di riduzione emissioni gas serra a SBTi (science based target initiative) per loro validazione.

Certified
B
Corporation
DAVINES GROUP