

DAVINES GROUP

RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2023



davines
sustainable beauty



[comfort zone]
conscious skin science



Introduction et points marquants

- Lettre du Président
- Lettre du Directeur Exécutif
- Notre parcours vers la régénération
- Le 40^e anniversaire de Davines Group
- Nos points marquants



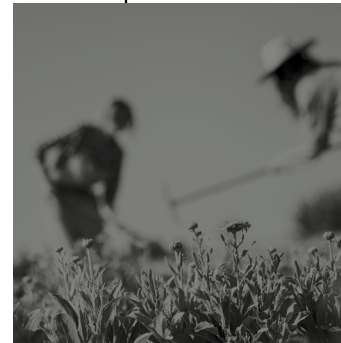
Gouvernance

- Propriété
- Les organes de gouvernance
- Modèle 231, Charte Éthique et Code de conduite, Procédure de dénonciation
- Nous sommes une B Corp depuis 2016
- Nous sommes une Entreprise à mission depuis 2019
- L'analyse de matérialité
- Nos thèmes stratégiques de durabilité
- Notre vision stratégique



Davines Group Qui nous sommes

- Nos chiffres
- Notre purpose
- Nous sommes une stakeholder company
- Comment nous créons de la valeur
- Où nous sommes
- Notre chaîne de valeur



Notre performance

- Soutenir nos collaborateurs et la communauté
- Régénérer notre planète
- B responsible



“

Croître de manière organique, tout en réduisant notre impact : notre manière de créer un bien vivre pour tous.

Davide Bollati
Président de Davines Group

Lettre du Président

Le chemin parcouru en 2023 et début 2024 représente la consolidation d'un engagement pris par Davines Group dès sa création il y a plus de 40 ans : croître de manière responsable, en créant un bien vivre pour tous. Pour résumer les efforts et les résultats de ces derniers mois, les mots clés sont « découplage » et « régénération ». Le premier terme permet d'expliquer notre capacité à croître de manière organique à un rythme soutenu, qui nous a permis d'entrer dans le classement mondial des 100 Top Beauty Companies 2024 de WWD, tout en réduisant nos émissions de CO₂. Pour atteindre l'objectif Net Zero, nous définissons un projet reposant sur de solides bases scientifiques, qui nous a amené à signer en 2022 notre engagement auprès de SBTi (Science-Based Targets initiative).

En 2023, nous avons obtenu la certification B Corp pour la troisième fois avec un score en hausse, rendu possible notamment par notre collaboration avec nos parties prenantes. Ce résultat est lié aux progrès de notre performance environnementale, en particulier la réduction des substances chimiques et de l'eau utilisée dans le processus de production. L'eau est devenue pour nous un nouveau front d'engagement essentiel, qui s'ajoute aux piliers de notre stratégie de durabilité environnementale, au même titre que la décarbonisation, la circularité et la biodiversité.

Concernant la circularité, nous poursuivons notre partenariat fructueux avec Plastic Bank, grâce auquel pour chaque produit vendu, nous collectons une quantité équivalente de déchets plastiques dans les zones côtières en Indonésie, au Brésil, aux Philippines et, depuis 2024, en Thaïlande. Concernant la biodiversité, nous avons récemment lancé deux nouvelles campagnes de marque qui représentent notre engagement pour valoriser le pouvoir des plantes et associer

beauté et agriculture régénératrice. Au centre de notre engagement sur la biodiversité se trouve l'activité de l'European Regenerative Organic Center (EROC), en partenariat avec le Rodale Institute, pierre angulaire de notre travail de R&I, avec lequel nous avons développé cette année 14 nouveaux ingrédients actifs biologiques. L'EROC vise à promouvoir la recherche et démontrer les avantages de l'agriculture biologique régénératrice sur la santé du sol et la qualité des ingrédients. Ce centre accueillera un projet agrivoltaïque avec lequel nous comptons obtenir une production d'énergie pour alimenter le Davines Group Village, tout en respectant la beauté du paysage. Ce projet nous aide également à renforcer notre approche scientifique et intersectorielle, qui nous a amenés à conclure différents partenariats avec d'importantes entreprises du secteur alimentaire. C'est ainsi que nous procédons car nous sommes convaincus que, conformément à notre approche axée sur les parties prenantes, que nous ne pourrions faire la différence qu'en unissant nos forces.

En ce sens, nous avons tiré d'importantes et nombreuses leçons du festival Green Week de Parme, consacré à l'économie verte, auquel a participé une communauté de protagonistes allant bien au-delà du secteur de la beauté et qui s'est avéré un important laboratoire d'idées pour entamer ensemble le chemin vers un avenir meilleur pour tous. Cet engagement, Davines Group l'honore également dans le cadre de la B Corp Beauty Coalition, où nous travaillons à des objectifs importants en termes de filière et d'industrie, pour le bien des communautés.

Pour la suite, nous visons de nouveaux objectifs audacieux mais réalisables, fidèles à l'idée que nous voulons continuer de « mériter » notre croissance.

Un grand merci à tous pour votre soutien jusqu'à présent.



Davide Bollati
Président de Davines Group

Lettre du Directeur Exécutif

Nous avons célébré nos 40 ans en restant fidèles à nos objectifs et en en fixant de plus ambitieux. En ce sens, je suis fier de dire que 2023 a non seulement confirmé une fois encore notre forte croissance obtenue par le seul développement organique, mais également d'autres progrès importants en matière de développement durable du Groupe, au cœur de notre philosophie d'entreprise. Nous sommes ravis des excellents résultats obtenus : la croissance de notre chiffre d'affaires de 14 % à 263 millions d'euros (deux fois plus qu'il y a cinq ans) et la poursuite de notre expansion internationale, marquée par un renforcement sur les marchés d'Asie du Sud-Est et d'Amérique du Sud et par l'ouverture d'un nouveau siège en Allemagne. Ces résultats sont également la conséquence de nos engagements : la poursuite d'un modèle de développement régénérateur reposant sur la décarbonisation, la circularité, la biodiversité et l'eau ; notre investissement constant dans la Recherche et le Développement pour trouver de nouvelles formules, ingrédients et processus de production durables, sur lesquels nous investissons plus de 3 % de notre chiffre d'affaires annuel ; notre stratégie des questions matérielles à l'horizon 2030, c'est-à-dire tous les aspects ayant un impact significatif sur nos performances économiques, sociales et environnementales, en phase avec les Objectifs de développement durable de l'Agenda 2030 des Nations Unies.

En 2023, nous avons consolidé nos efforts pour réduire l'impact environnemental de nos produits, processus et activités. Depuis 2019, nous avons adopté l'analyse du cycle de vie (LCA) pour évaluer la durabilité de nos produits et nous avons investi pour améliorer notre efficacité en termes de consommation d'eau et d'énergie : sur ce plan, nous avons réservé un investissement de

8 millions d'euros pour une nouvelle installation de production et de stockage. Outre une augmentation de la capacité de production, celle-ci garantit une économie de 3 500 litres d'eau par cycle de lavage.

Nous avons poursuivi notre collaboration avec Plastic Bank pour réduire notre impact sur le plastique et nous avons continué nos efforts constants pour améliorer la durabilité de notre packaging. Et ce n'est pas tout : pour établir une roadmap fondée sur la science de nos engagements, nous avons adhéré à la campagne lancée par SBTi (Science-Based Targets initiative) visant à limiter le réchauffement climatique à 1,5 °C par rapport aux niveaux préindustriels.

En décembre 2023, nous avons obtenu pour la troisième fois la certification B Corp avec un score de 123,5, en hausse et bien supérieur à la moyenne du secteur, qui témoigne de notre engagement constant pour promouvoir un développement durable et régénérateur, y compris sur le plan social. Cette responsabilité, nous l'assumons également à travers l'advocacy, en impliquant nos parties prenantes dans notre chemin vers la durabilité. Des fournisseurs aux clients, des collaborateurs aux salons et centres esthétiques, nous pensons que seule la collaboration nous permettra d'entamer un véritable changement systémique et d'affirmer un modèle de croissance régénératrice, équitable et durable. Nous sommes fiers de dire que grâce à ces efforts, 25 de nos partenaires, dont des fournisseurs, distributeurs internationaux et salons, ont obtenu la certification B Corp. Dans cette optique, nous avons fondé en 2021 la B Corp Beauty Coalition, un réseau mondial d'entreprises B Corp du secteur de la beauté engagées pour améliorer les normes de durabilité. Et nous poursuivons notre collaboration active avec le Rodale Institute, avec lequel nous avons créé l'European Regenerative Organic Center (EROC) pour promouvoir l'agriculture régénératrice, au profit de toute la communauté.



Ce fut une année à la fois chargée et stimulante, qui nous incite à poursuivre notre chemin. Nous vous sommes reconnaissants pour votre soutien continu et nous avons hâte de partager avec vous des résultats toujours plus encourageants dans notre voyage vers un développement durable et régénérateur.

Anthony Molet

Directeur Exécutif de Davines Group

Notre parcours vers la régénération

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.

2005

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

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**.

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.

2011

Création de la **Charte pour la Recherche sur le Packaging**, notre guide de conception de packagings toujours plus durables, constamment mis à jour.

2016

Davines Group devient une **B Corp**, la garantie que nous répondons à de hauts niveaux de transparence, de gouvernance et de durabilité.

2018

Nous inaugurons le **Davines Group Village**, notre nouveau siège à Parme, en Italie. Nous réduisons et neutralisons toutes les émissions résiduelles de CO₂eq sous notre contrôle direct.

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.

2020

Notre score B Corp atteint 117,4. Création de la **Regenerative Society Foundation**, dont Davide Bollati est cofondateur et vice-président.

2021

Naissance de notre partenariat avec le **Rodale Institute**, pour créer le premier centre européen de formation et de recherche sur l'agriculture biologique régénératrice. Avec d'autres B Corp, nous fondons la **B Corp Beauty Coalition**, une alliance pour améliorer les normes de durabilité dans l'industrie cosmétique.

2022

Nous signons notre engagement avec **SBTi** et commençons à travailler à la formulation d'objectifs de réduction des émissions. Nous établissons notre première **matrice de matérialité**, à l'origine de notre stratégie de durabilité à l'horizon 2030.

2023

Nous célébrons le **40^e anniversaire** de la création du Groupe. Notre score B Corp s'améliore encore et atteint 123,5.

2024



Le 40^e anniversaire de Davines Group

En 1983, Gianni Bollati et sa femme Silvana démarrent à Parme une activité de production sur licence de produits de soin capillaire.



Tandis qu'elle crée les formules dans le sous-sol, il les commercialise à travers l'Italie. Ils choisissent de nommer leur entreprise Davines, en référence aux prénoms de leurs enfants Davide et Stefania. En l'espace d'un an, l'activité prospère au point qu'ils achètent un entrepôt et, en 1987, embauchent leurs premiers employés.

En 2023, nous avons célébré le 40^e anniversaire de cette histoire qui raconte les progrès réalisés avec des actes quotidiens d'amour pour les personnes, la communauté et la planète. Pour lui rendre hommage, nous avons créé une exposition-musée qui retrace les étapes et les valeurs qui nous ont conduits jusqu'ici et qui continuent d'alimenter notre envie de croître, encore et encore.



Exposition-musée créée à l'occasion du 40^e anniversaire auprès du Davines Group Village.

1983 - 2023

Nos points marquants

INTRODUCTION ET POINTS MARQUANTS | NOS POINTS MARQUANTS

Impact sur la communauté locale

+ de 600 collaborateurs pour le premier Activation Day

En une seule journée, nous avons récolté plus de 5,4 tonnes de déchets.

[En savoir plus.](#)

Nouvelles générations au travail

45 % des nouveaux employés qui ont rejoint l'entreprise ont moins de 30 ans

[En savoir plus.](#)

Soutenir nos collaborateurs et la communauté

Diversité et inclusion

- **68 % de femmes au sein du Groupe**
- **63 % de femmes sur le total des responsables**
- **30 % de femmes dans la Leadership Team**

[En savoir plus.](#)

Biodiversité

6 ingrédients cultivés issus de l'agriculture biologique régénératrice

Nous enrichissons nos formules avec des ingrédients naturels cultivés selon les principes de l'agriculture biologique régénératrice, que nous appliquons à l'EROC (European Regenerative Organic Center).

[En savoir plus.](#)

Régénérer notre planète

Net Zero d'ici 2050

Nous avons défini nos objectifs de réduction des émissions de CO₂eq sur la base du Corporate Net-Zero Standard de SBTi (Science Based Targets initiative).

[En savoir plus.](#)

Décarbonisation

Circularité

823 tonnes de déchets plastiques collectés dans l'environnement

Nous collectons des déchets plastiques à hauteur de 100 % de la quantité de matériaux que nous mettons sur le marché à travers nos produits.

[En savoir plus.](#)

Eau

3 500 litres économisés par cycle de lavage de la machine de fabrication principale

Grâce à l'optimisation du temps et des cycles, nous avons réduit le nombre de litres d'eau nécessaires au nettoyage de la machine.

[En savoir plus.](#)

25 partenaires devenus B Corp depuis 2016

Nous avons encouragé 19 fournisseurs de notre siège de Parme, 2 distributeurs internationaux et 4 salons internationaux à devenir B Corp.

[En savoir plus.](#)

B Corp advocacy

Marketing responsable

B Corp depuis 2016

Nous faisons partie d'un mouvement d'entreprises qui utilisent leur activité comme une force positive.

[En savoir plus.](#)

B Responsible

DAVINES GROUP
Qui nous sommes



Nos chiffres

40
ans d'activité
en 2023

2
marques
skincare et
haircaire



Employés de
37
nationalités

9
bureaux à travers
le monde

- Parme
- Londres
- New York
- Paris
- Deventer
- Hong Kong
- Mexico
- Düsseldorf
- Shanghai

42
chercheurs

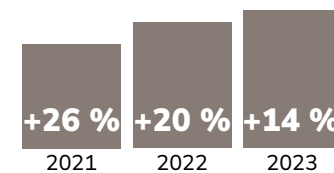
136
formules
conçues

123,5
score B Corp

88
pays dans lesquels
nous sommes
présents

823
tonnes de déchets plastiques
retirés de l'environnement

263 €
millions de chiffre
d'affaires total



Notre purpose

Le purpose de l'entreprise englobe notre vision et notre mission.

Il explicite ce qui inspire nos actions et notre projet, c'est-à-dire ce que nous poursuivons au quotidien à travers notre engagement.

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

 davines

[comfort zone]

Nous sommes une stakeholder company

Nous avons conscience d'être liés à nos parties prenantes par une relation de dépendance mutuelle et d'avoir une responsabilité vis-à-vis des générations futures. Ainsi, nous croyons en l'interdépendance et nous la cultivons à travers nos actions.

Pour représenter la multitude d'engagements que nous prenons, nous avons créé la « **stakeholder wheel** » ci-contre, un outil qui nous aide à tenir le cap et à trouver le bon équilibre entre les intérêts de toutes les parties.

Fidèles à cette volonté, pour identifier nos questions matérielles ([voir page 26](#)), c'est-à-dire nos thèmes prioritaires, nous avons initié un projet choral auquel ont participé les représentants de chaque catégorie de parties prenantes.



Au sein de Davines Group, nous œuvrons tous les jours en vue de garantir la « longévité prospère » de l'entreprise, qui passe par un engagement concret en faveur des individus directement ou indirectement impliqués dans l'activité de l'entreprise: nos parties prenantes ou porteurs d'intérêt. La « stakeholder wheel » résume les engagements que nous prenons à leur rencontre.

Comment nous créons de la valeur

Nos marques

HAIRCARE

davines
sustainable beauty

Nous créons des produits capillaires professionnels 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.



Comment nous créons de la valeur

Nos marques

SKINCARE

[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 des résultats efficaces et cliniquement testés.



Où nous sommes

Les sièges de Davines Group à travers le monde



Italie

Via Calzolari Don Angelo
55, 43126 Parme



Amérique du Nord

61 North 11th Street,
Fl 2, Brooklyn, 11249
New York



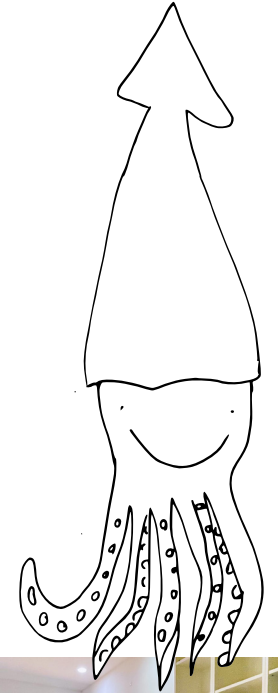
France

3 Rue Moncey,
75009 Paris



Royaume-Uni

1 Britannia St., Londres
WC1X 9JT



Pays-Bas

Boreelplein 67/68/69,
7411 EH Deventer



Mexique

Av Colonia del Valle 420
Col del Valle Centro,
Mexico



Hong Kong

2/F Teng Fuh Commercial
Building, 333 Queen's
Road Central, Sheung
Wan, Hong Kong



Allemagne

Plange Mühle 6,
Düsseldorf 40221



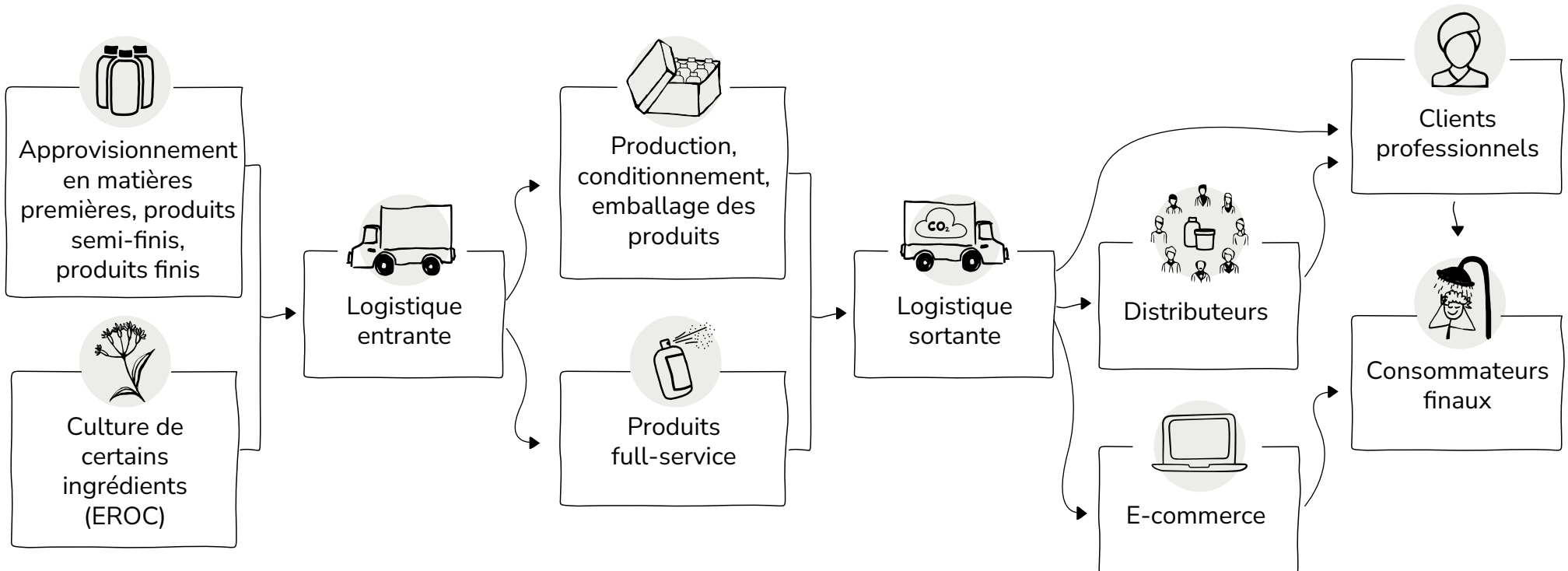
Shanghai

3F, No.709 Jiaozhou
Road, Shanghai, Chine

Notre chaîne de valeur

Notre modèle d'entreprise est basé sur l'objectif de générer une valeur partagée, c'est-à-dire des résultats directs et indirects positifs, mesurables et ayant un impact significatif sur toutes les parties prenantes de l'entreprise.

Cette vision implique, par conséquent, que toute activité entreprise pour réduire et améliorer notre impact tienne compte de l'ensemble de notre chaîne de valeur. Notre engagement ne concerne donc pas seulement nos activités directes mais va plus loin, en incluant également tous les processus en amont et en aval de la chaîne de valeur du Groupe.



GOUVERNANCE

davines

[comfort zone]

Propriété

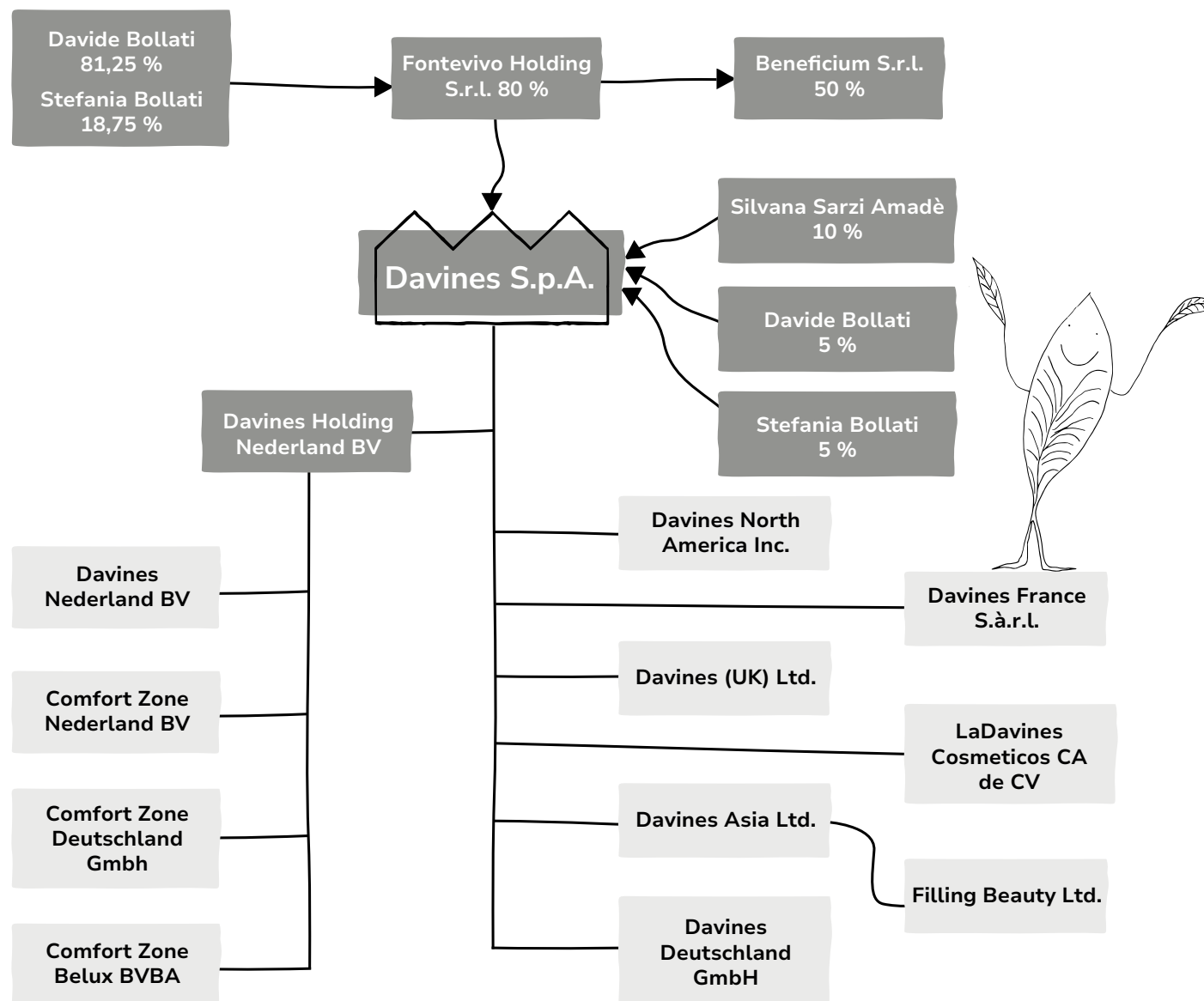
Comme le montre l'organigramme ci-contre, la **famille Bollati** détient, directement ou indirectement à travers Fontevivo Holding, **100 % de Davines Group**.

Ce contrôle familial, ainsi qu'une solide structure managériale, ont permis au fil des années de préserver et d'intégrer dans la stratégie du Groupe ce noyau initial de valeurs à la base de la vision de l'entreprise axée sur la **création de valeur partagée**.

Cette volonté d'une création de valeur partagée se reflète également dans l'important investissement de **Fontevivo Holding** qui, outre ses activités liées aux participations dans Davines S.p.A., détient aujourd'hui 50 % des parts d'Immobiliare Beneficium S.r.l.

Cette société immobilière a été créée dans le but spécifique de créer le **Palazzo Parma**, projet visant à développer à Parme l'un des premiers **hôtel B Corp** d'Italie. Ce défi ambitieux vise à contribuer à la revitalisation du centre historique de la ville, en l'élevant au rang de destination symbole de régénération urbaine, avec le rêve de lui redonner l'importance qu'elle mérite y compris sur le plan international.

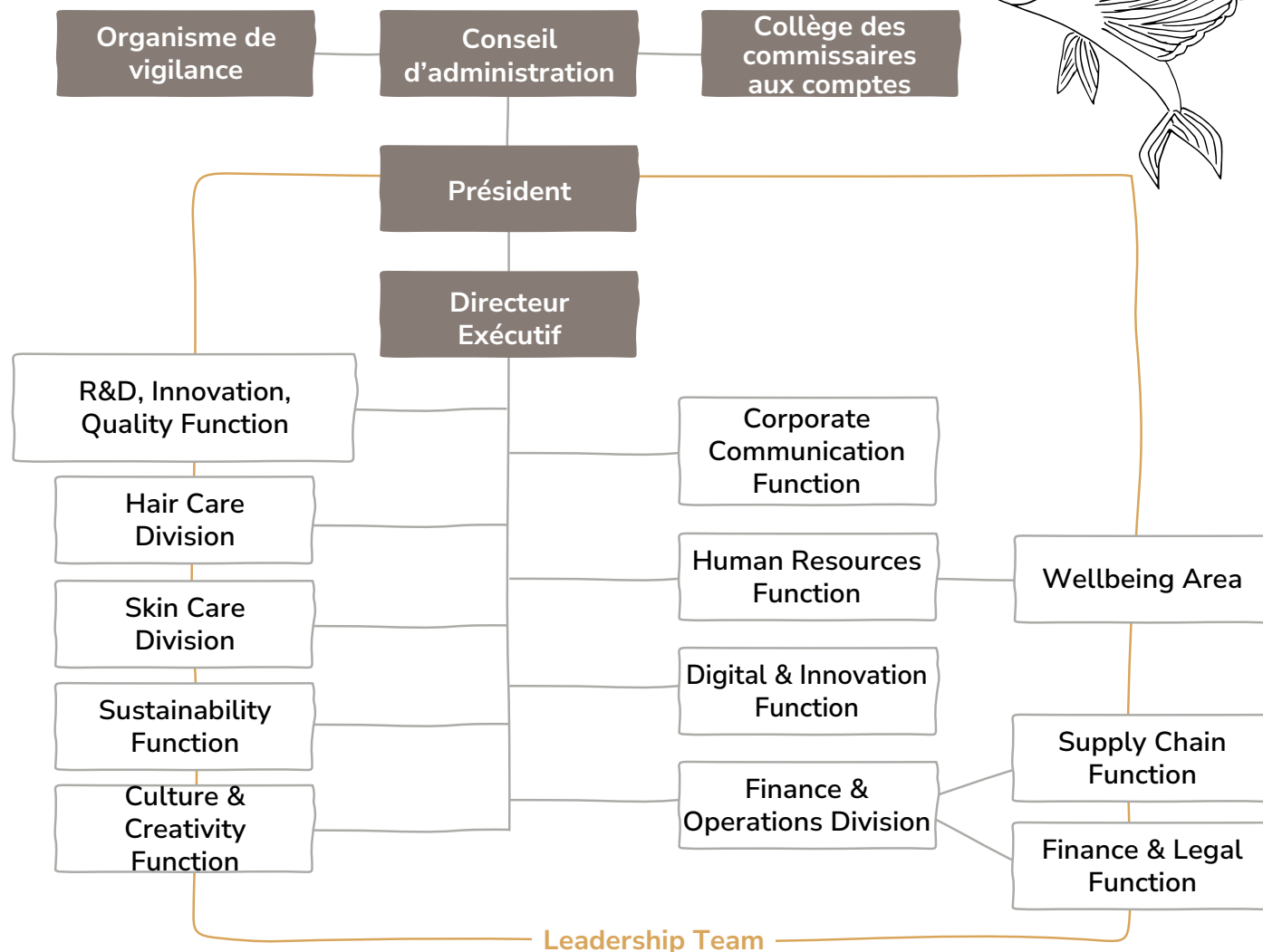
La structure organisationnelle de Davines Group au 31 décembre 2023 :



Les organes de gouvernance

Notre modèle d'entreprise est ancré dans un système de gouvernance d'entreprise de type traditionnel, défini conformément aux principes et aux valeurs à la base de notre travail quotidien, c'est-à-dire de l'engagement de toutes les personnes qui agissent au nom ou pour le compte des sociétés du Groupe.

Davines S.p.A. détient la propriété de toutes les filiales, constituées et enregistrées en tant qu'**entités juridiques autonomes**, pour lesquelles elle exerce des activités de coordination. Bien qu'indépendante et dotée de son propre Conseil d'administration, chaque filiale adopte et applique la stratégie, les principes et la policy de l'entreprise définie par la société mère, au profit du Groupe.



Conseil d'administration de Davines S.p.A.

- Davide Bollati - Président
- Anthony Molet - Directeur Exécutif
- Stefania Bollati - Conseillère
- Paolo Braguzzi - Conseiller
- Marco Guardati - Conseiller
- Stefano Raddi - Conseiller
- Silvana Sarzi Amadè - Conseillère
- Giorgio Ziemacki - Conseiller

Collège des commissaires aux comptes de Davines S.p.A.

- Alberto Righini - Président
- Alessandro Baga - Commissaire aux comptes
- Paolo Cevolani - Commissaire aux comptes

Organisme de vigilance

- Adalberto Costantini
avec le soutien de
 - Fabrizio Bianchimani
 - Mariangela Pellegrino

Leadership Team

Cet organe de gouvernance interne est constitué de toutes les personnes occupant des postes à responsabilité dans la définition de la stratégie globale et du Groupe. Il est donc composé de cadres dirigeants à la tête des fonctions stratégiques au siège italien, c'est-à-dire de ceux qui sont également les premiers ambassadeurs de notre modèle de leadership.

- Davide Bollati - Président
- Anthony Molet - Directeur Exécutif
- Stefano Benetti - Finance & Operations
- Stefania Bollati - Wellbeing
- Arnaud Goullin - Skin Care Division
- Mark Giannandrea - Hair Care Division
- Laura Gilieri - Human Resources
- Paolo Goi - R&D, Innovation, Quality
- Maria Vittoria Mangiarotti - Culture & Creativity
- Marco Mazzucco - Digital & Innovation
- Andrea Mussi - Finance & Legal
- Paolo Penocchio - Supply Chain
- Alessandra Sabellico - Corporate Communication
- Sonia Ziveri - Sustainability



Le Modèle 231

Davines S.p.A. a adopté le Modèle d'organisation, de gestion et de contrôle prévu par le Décret législatif n° 231/2001,

dont l'objectif principal est la mise en place d'un système structuré et organique de procédures internes et d'activités de contrôle pour prévenir, dans la mesure du possible, les infractions pour lesquelles elle pourrait être tenue responsable.

Bien que l'adoption du Modèle ne soit pas obligatoire selon le Décret, nous avons fait ce choix convaincus qu'il peut s'agir d'un outil valable pour sensibiliser tous ceux qui agissent au nom et pour le compte de l'entreprise, dans l'espoir que chacun puisse se comporter conformément aux critères de correction et de respect de la loi, comme le rappelle d'ailleurs notre Charte Éthique.

La Charte Éthique et le Code de conduite

Nous avons intégré à notre Modèle d'organisation, de gestion et de contrôle la **Charte Éthique**, un document contenant l'ensemble des règles que Davines, en tant que Groupe et non en tant qu'entreprise isolée, a choisi d'adopter.

Ce document définit les responsabilités éthiques et sociales ainsi que les principes auxquels sont tenus d'adhérer tous les collaborateurs de l'entreprise.

Pour renforcer les principes fondamentaux de notre modèle d'entreprise, nous avons également créé le **Code de conduite**, un document destiné à nos fournisseurs et/ou partenaires.

Né de la synthèse de la Charte Éthique, ce document est une invitation à adhérer aux principes et aux valeurs qui nous caractérisent et à les partager.

La Procédure de dénonciation

Notre Modèle d'organisation, de gestion et de contrôle contient et régit également la Procédure de dénonciation.

Cette procédure permet à tous les employés de signaler des conduites illicites tenues par l'entreprise ou en son sein, pertinentes en vertu du Décret législatif n° 231/2001, les violations du Modèle d'organisation ou les violations de la Charte Éthique. Les signalements parviennent à l'Organisme de vigilance, un organe tiers appelé à les traiter de façon anonyme conformément à la réglementation en vigueur.

Pour en savoir plus :

<https://davinesgroup.com/en/davines-group/governance>

Nous sommes une B Corp depuis 2016

Être une B Corp signifie croire en un modèle d'entreprise alternatif et plus évolué que le modèle traditionnel, où le respect et l'impact positif sur les personnes et l'environnement sont au cœur des activités quotidiennes.

En tant que Davines Group, nous mesurons notre **impact positif** sur les personnes et sur l'environnement et nous poursuivons des objectifs qui vont au-delà du profit, à partir d'un **modèle socio-économique régénérateur**, inclusif et durable qui crée et redistribue la valeur entre toutes les parties prenantes.



En 2023, nous avons réobtenu la certification

En novembre, nous avons encore amélioré notre score B Corp. Après 99 points en 2016 et 117,4 en 2020, nous avons obtenu en 2023 le score le plus élevé : 123,5 points !



Gouvernance **19**



Collaborateurs **24,4**



Communauté **23,1**



Environnement **51,7**



Clients **5,2**

Score total
123,5

2015 Début du processus de certification

2016 Première certification, score :
→ **99,3**

2020 Deuxième certification, score :
→ **117,4**

2023 Troisième certification, score :
→ **123,5**

Voici un récapitulatif des actions concrètes qui nous ont permis d'améliorer notre impact au moment de la recertification :



GOVERNANCE

- 100 % des responsables à tous les niveaux de l'organisation (dirigeants, cadres et employés de direction) du siège de Parme possèdent un énoncé de mission contenant une référence à la durabilité et des objectifs spécifiques à cet égard.
- Analyse de matérialité : effectuée avec la participation de nos parties prenantes.
- Déclaration publique des dons financiers et en nature et de la politique de lutte contre la corruption.



COLLABORATEURS

- Élargissement de l'offre de formation pour le développement de compétences transversales, des aptitudes de la vie courante et des compétences basées sur les aptitudes, et de la plateforme interne Learning Hub ([voir page 39](#)), destinée à la formation des collaborateurs.
- Certification Great Place To Work : mesure et suivi de la satisfaction et de l'implication des employés.



COMMUNAUTÉ

- Augmentation du nombre de fournisseurs (72 % en valeur d'achat) et d'intérimaires (100 %) ayant adhéré à notre Code de conduite.
- Évaluation des fournisseurs et de la chaîne d'approvisionnement à travers notre questionnaire de durabilité sociale et environnementale, EcoVadis et B Impact Assessment.
- Workshops sur la durabilité, formation de nos fournisseurs et appels d'offres exclusivement réservés aux fournisseurs B Corp.
- Actions sur les thèmes de la Diversité, de l'Équité et de l'Inclusion (DEI) : formation interne et respect du langage et des exigences d'élaboration des descriptions de postes pour garantir inclusion et équité.



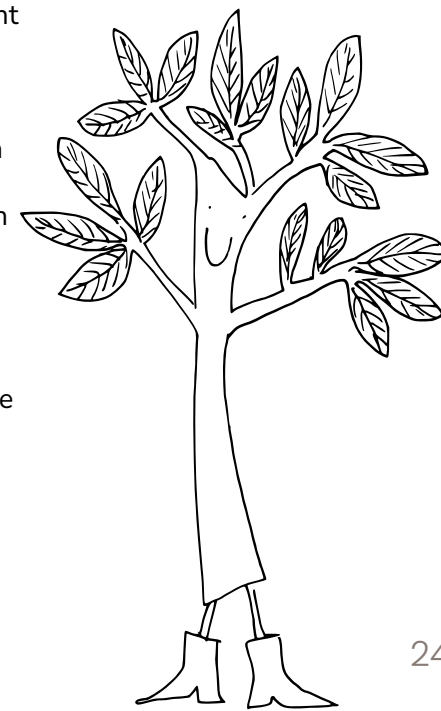
ENVIRONNEMENT

- Certification Leed du Davines Group Village, qui surveille l'impact environnemental et social du site de production.
- Mise en place du système de gestion environnementale, qui permet de réduire l'impact environnemental et d'augmenter l'efficacité opérationnelle.
- Pratiques environnementales : assainissement chimique remplacé par un assainissement à la vapeur et un système de refroidissement en circuit fermé ; énergie renouvelable produite sur place ; installation de traitement des eaux résiduaires ; zéro déchet mis en décharge.
- Mesure de l'empreinte carbone de l'organisation et neutralisation des émissions scope 1 et 2 à travers l'achat de crédits carbone certifiés Plan Vivo.
- Engagement auprès de SBTi pour atteindre l'objectif Net Zero d'ici 2050.



CLIENTS

- Opportunités de formation, pour offrir un développement professionnel continu et améliorer les connaissances (ex. : formation sur le développement durable, la santé et le bien-être, etc.).



[Lire le communiqué de presse](#)

Nous sommes une Entreprise à mission depuis 2019

En plus d'être certifiés B Corp, le siège de Parme (Davines S.p.A.) et la filiale de New York sont également des Entreprises à mission depuis 2019.

Être une Entreprise à mission signifie adopter une **forme juridique spécifique** et réaffirmer ainsi, dans ses propres statuts, son engagement à agir non seulement dans un but lucratif, mais également pour le bien de la planète et de la communauté.

Les autres filiales du Groupe qui ne sont pas des Entreprises à mission ou qui n'ont pas encore effectué la transition ont tout de même formalisé leur engagement dans leurs statuts, à l'exception de la filiale de Hong Kong.












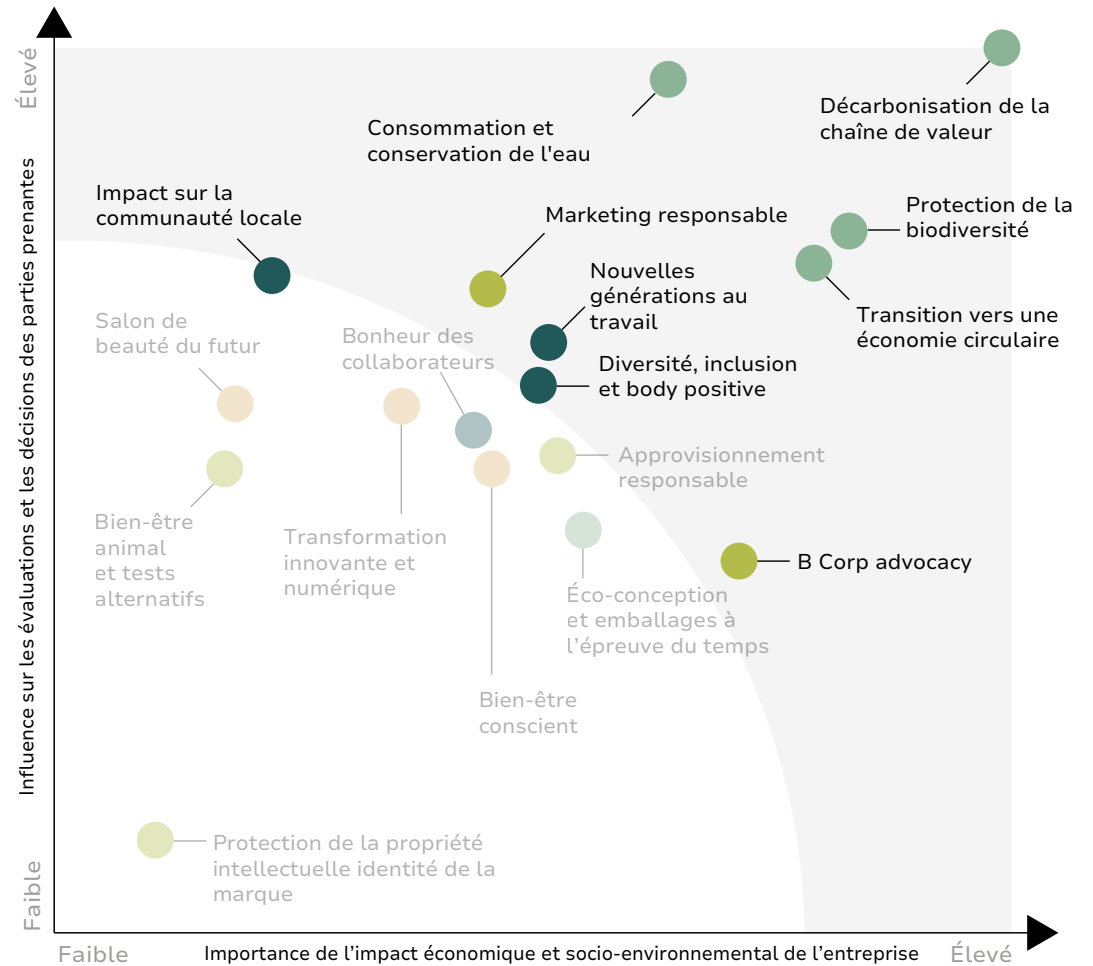
L'analyse de matérialité du Groupe





Au cours de l'année 2022, nous avons impliqué un échantillon représentatif de parties prenantes internes et externes dans un parcours de six mois visant à définir notre première matrice de matérialité. Cette matrice identifie tous les aspects qui ont un impact significatif sur nos performances économiques, sociales et environnementales, et qui sont susceptibles d'influencer substantiellement les évaluations et décisions de nos parties prenantes.

La zone grise du graphique contient les enjeux matériels sélectionnés, dont chacun s'est vu attribuer une priorité d'action.

Enjeux matériels pour Davines Group :

-  Nouvelles générations au travail
-  Diversité, inclusion et body positivity
-  Impact sur la communauté locale
-  Décarbonisation de la chaîne de valeur
-  Consommation et conservation de l'eau
-  Protection de la biodiversité
-  Transition vers une économie circulaire
-  B Corp advocacy
-  Marketing responsable



-  Soutenir nos collaborateurs et la communauté
-  Régénérer notre planète
-  B Responsable
-  Marché

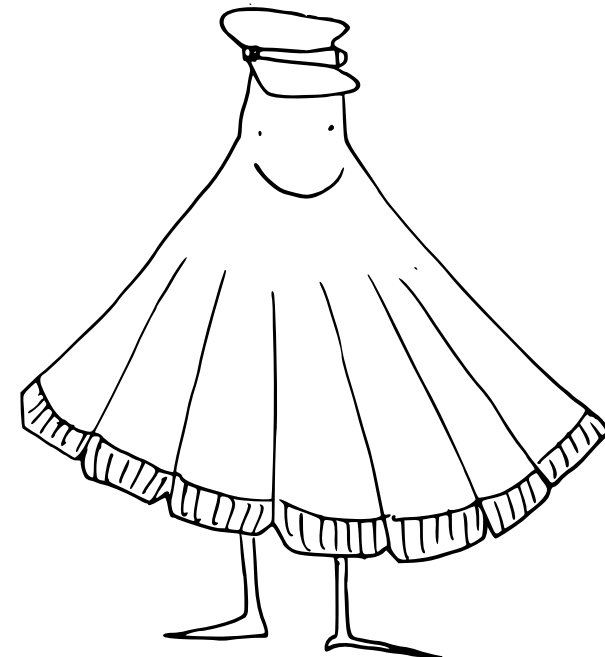
Nos thèmes stratégiques de durabilité

Le travail de définition des enjeux matériels du Groupe a conduit à l'évolution de notre **vision et de notre stratégie de développement durable** qui, dès le départ, s'est caractérisée par une **approche intégrée donnant la priorité à une participation active** de tous les départements du Groupe.

Cette évolution repose sur une conscience profonde : la nécessité d'abandonner l'approche basée sur l'exploitation, qui a appauvri la planète au fil des années, en faveur d'une **approche régénératrice**, à même de garantir un avenir aux prochaines générations.

Nous avons regroupé les 9 questions matérielles en trois domaines d'impact :

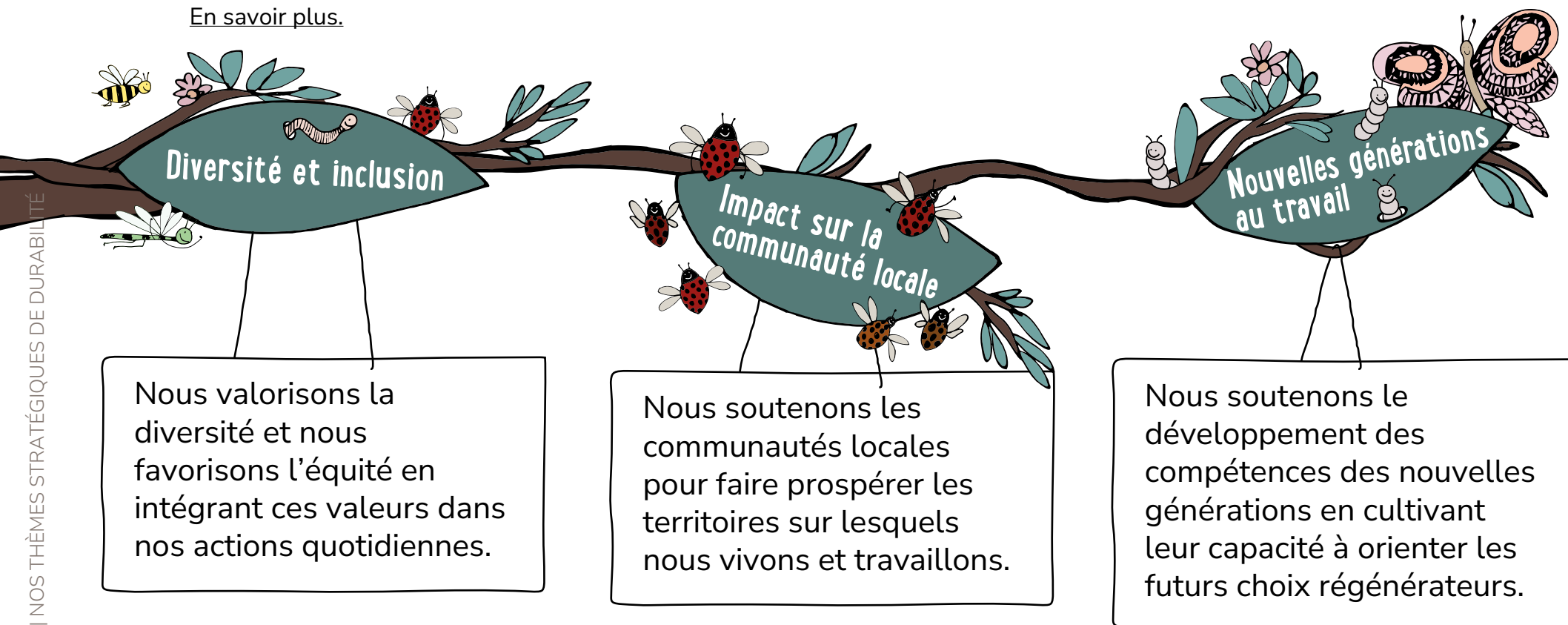
1. Soutenir nos collaborateurs et la communauté
2. Régénérer notre planète
3. B responsable



1. Soutenir nos collaborateurs et la communauté

Nous sommes attentifs et nous nous engageons concrètement sur le plan social à la fois en interne, vis-à-vis de nos collaborateurs, et en externe, vis-à-vis des communautés locales et mondiales de nos parties prenantes. Nous favorisons le développement professionnel et une qualité de vie élevée en soutenant des projets territoriaux et des initiatives locales à travers des actions de solidarité.

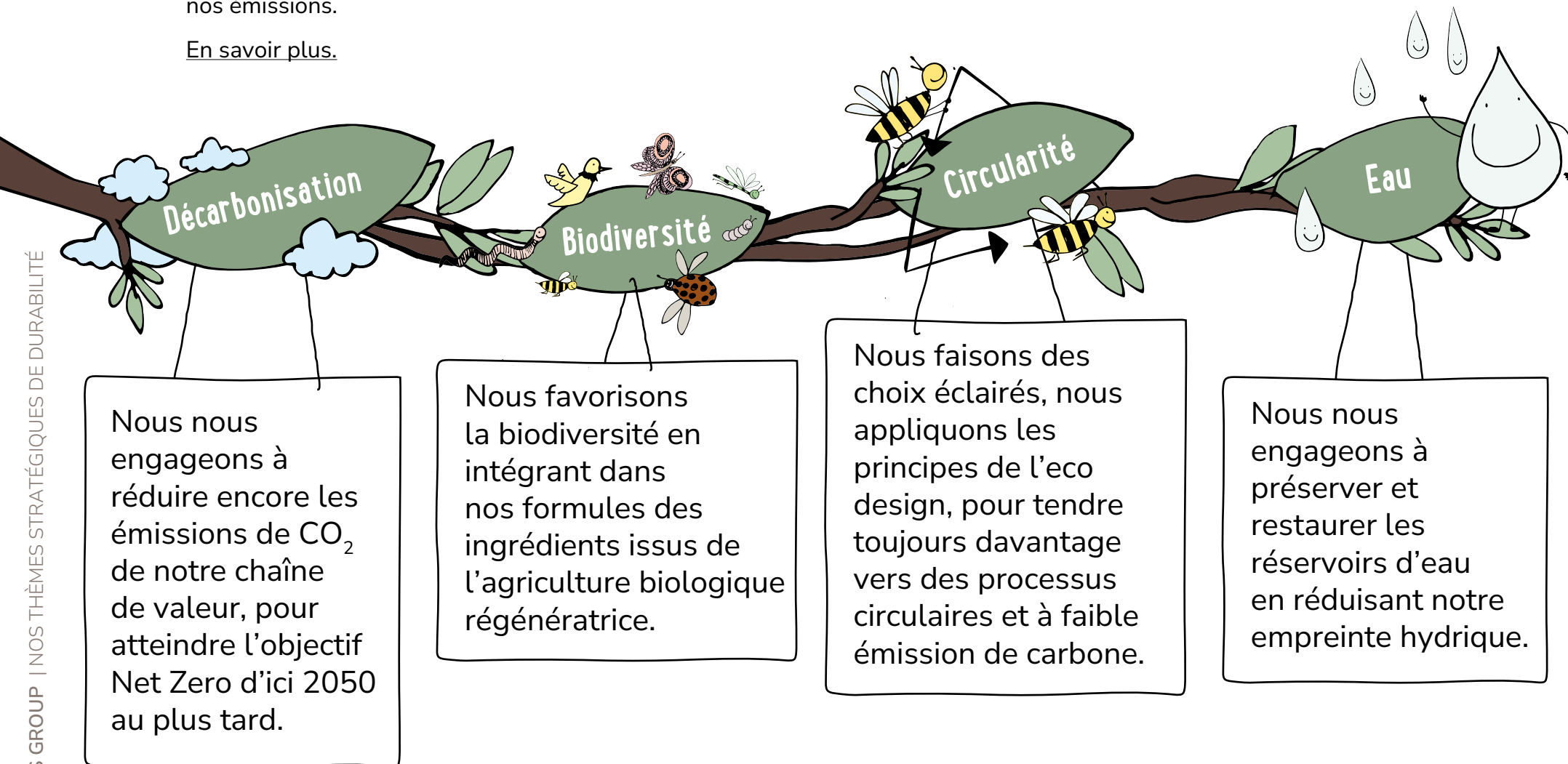
En savoir plus.



2. Régénérer notre planète

Nous mesurons l'impact environnemental de notre travail et de nos produits tout au long de leur cycle de vie. Nous nous efforçons donc de le réduire au minimum, en préservant et en optimisant les ressources disponibles et en limitant au maximum nos émissions.

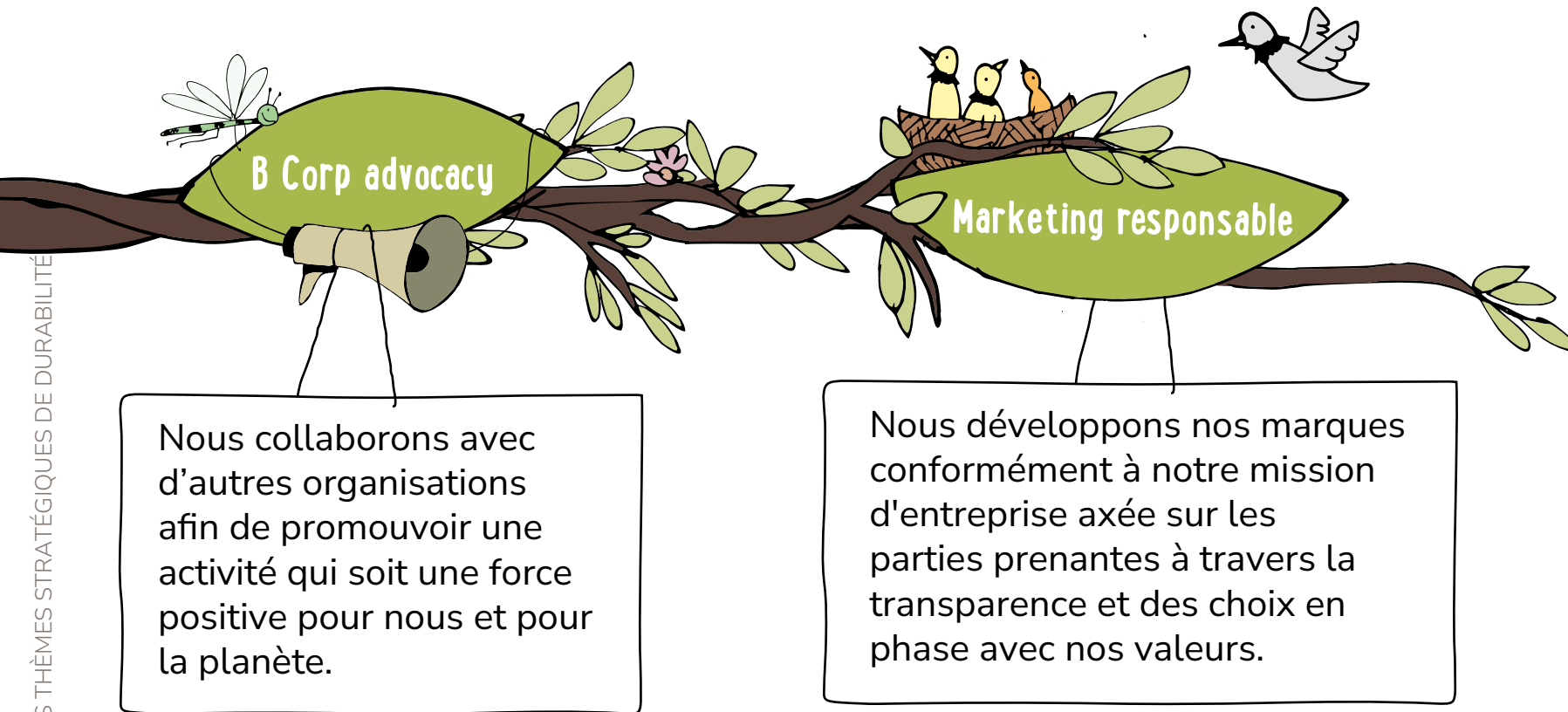
En savoir plus.



3. B responsable

Nous travaillons quotidiennement pour nourrir notre activité d'advocacy et notre responsabilité en matière de durabilité, en partageant l'expérience et les valeurs du mouvement B Corp et en communiquant notre engagement pour une amélioration continue.

En savoir plus.



Nous collaborons avec d'autres organisations afin de promouvoir une activité qui soit une force positive pour nous et pour la planète.

Nous développons nos marques conformément à notre mission d'entreprise axée sur les parties prenantes à travers la transparence et des choix en phase avec nos valeurs.

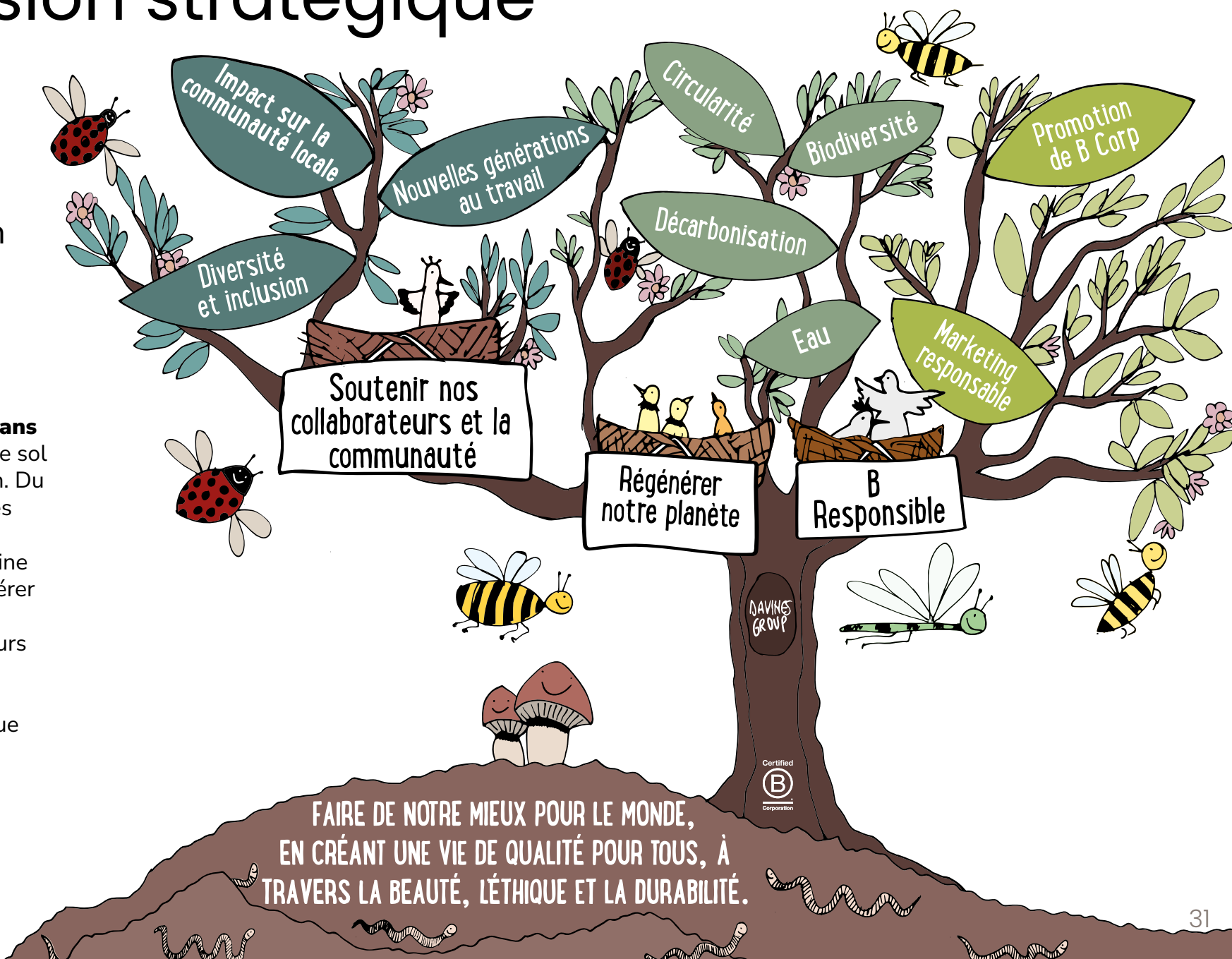
NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Les chapitres suivants présentent nos performances concernant des thèmes stratégiques de durabilité et les trois domaines d'impact qui les regroupent. Nous avons notamment explicité les objectifs atteints/non atteints/partiellement atteints pour chaque domaine d'impact, du 1^{er} janvier 2023 au 31 décembre 2023, par rapport aux objectifs fixés l'année précédente, en 2022. Concernant les ambitions futures, nous avons explicité les objectifs relatifs à chaque thème stratégique. Le périmètre des données quantitatives est celui du Groupe (siège de Parme et filiales), sauf indication contraire.

Notre vision stratégique

Notre vision stratégique s'exprime à travers l'évolution régénératrice.

Nous avons choisi de la représenter **sous forme d'arbre avec des racines profondément ancrées dans le sol** : notre purpose est le sol dont se nourrit notre vision. Du tronc partent trois branches primaires qui symbolisent nos trois thèmes. Le domaine environnemental, « Régénérer notre planète », le social, « Soutenir nos collaborateurs et la communauté », et la gouvernance, « B Responsable ». Enfin, chaque domaine se ramifie à son tour avec nos neuf thèmes stratégiques de durabilité (voir page 27).





NOTRE PERFORMANCE

Soutenir nos collaborateurs et la communauté

Nous sommes attentifs et **nous nous engageons concrètement sur le plan social** à la fois **en interne**, vis-à-vis de nos collaborateurs, et **en externe**, vis-à-vis des communautés de nos parties prenantes. Nous favorisons le développement professionnel et une qualité de vie élevée en soutenant des projets territoriaux et des initiatives locales à travers des actions de solidarité.



Résultats 2023

📌 **Poursuite du développement des compétences de leadership au sein de notre entreprise, en commençant par les rôles les plus stratégiques et les profils supérieurs. Le travail commencera avec les membres de la Leadership Team et s'étendra ensuite à d'autres profils.**

Le parcours s'est structuré en workshops, sessions de coaching d'équipes, évaluations et sessions de formation auxquelles ont participé 25 personnes, membres de la Global et de la Local Leadership Team (voir page 20). De plus, à travers notre université d'entreprise, le Learning Hub, nous avons dispensé la troisième édition du programme Coaching Certification Program et deux éditions de First Time Manager.

📌 **Définition des nouvelles lignes directrices de notre politique de rémunération de Groupe, diffusion de ces dernières auprès des collaborateurs et formation de ces derniers, afin d'assurer la transparence, la clarté managériale et de soutenir l'équité interne.**

La nouvelle version de la politique de rémunération du Groupe a été définie début 2023 et établit les critères de rémunération des collaborateurs.

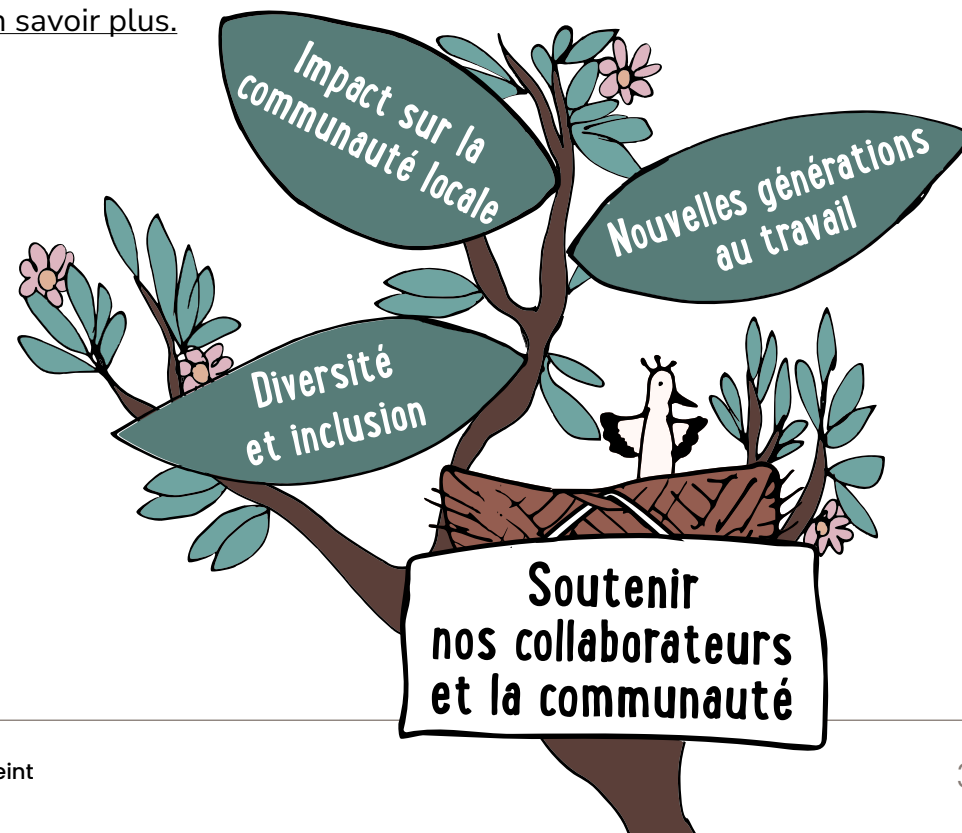
Ce document décrit la structure standardisée des objectifs variables des postes d'encadrement (MBO) et les lignes directrices d'augmentation salariale qui permettent l'équité, tant vis-à-vis du marché extérieur que vis-à-vis de l'intérieur de l'organisation (Matrice de Mérite). Globalement, dans une optique de respect des différentes réglementations nationales, la politique de rémunération prévoit des adaptations et des ajustements aux réglementations locales.

La nouvelle policy a été communiquée à tous les leaders au niveau des fonctions et des pays (Global & Local Leadership Team), à tous les partenaires RH (mondiaux et locaux) et lors des différentes réunions de fonctions où le département des Ressources Humaines a été appelé à intervenir.

📌 **Mise en œuvre de l'analyse du climat d'entreprise Great Place to Work et poursuite de la mise en œuvre des actions d'amélioration identifiées dans le plan d'action de l'année précédente et définies sur la base des retours recueillis en 2021.**

L'enquête, menée en octobre, a impliqué l'ensemble des collaborateurs de Davines Group ayant adhéré à l'initiative, 81 % des personnes, soit 721 collaborateurs. Les résultats nous ont permis de renouveler notre certification Great Place to Work - Italie pour l'année 2023/24. Nous avons atteint ces résultats grâce à la définition de plans d'action (développés pour chaque secteur fonctionnel) et au niveau de la Leadership Team (organe interne de gouvernance).

En savoir plus.



📌 **Renforcement de l'implication des collaborateurs des filiales par la création de sections consacrées aux initiatives locales, aux actualités et aux rencontres avec les équipes et les fonctions du Groupe.**

Nous avons renforcé la participation des business units des filiales aux activités de communication comme aux activités d'implication interne, en particulier :

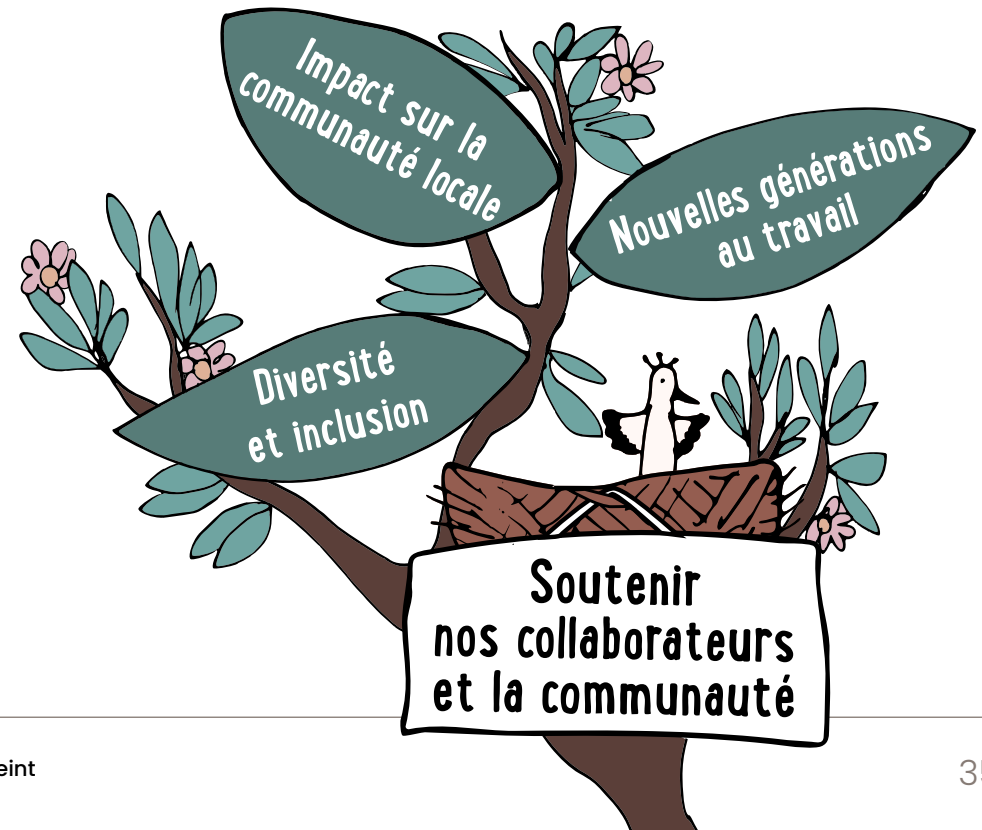
- Pour les nouvelles recrues des filiales, nous avons instauré un processus d'intégration dédié, organisé en présentiel au siège de Parme.
- Nous impliquons les filiales dans les présentations de Plenum et Assembly (rencontres périodiques auxquelles participe l'ensemble du personnel du Groupe) en leur offrant des espaces de visibilité sur les initiatives d'entreprises et de communautés locales.
- À l'occasion des Plenum et Assembly, nous célébrons également les nouveaux arrivants et l'ancienneté des collaborateurs, même au sein des filiales.
- Nous avons repensé notre intranet The Villager pour le rendre visible par toutes les business units et nous avons également mis à disposition la majorité des contenus dans toutes les langues locales.
- Sur The Villager, nous offrons également une visibilité à toutes les nouvelles recrues et aux principaux changements de rôle (rotation des postes).
- Nous avons organisé des initiatives mondiales en matière de durabilité, notamment l'Activation Day (voir page 42).



⊗ **Organiser un workshop pour accroître la durabilité de nos fournisseurs.**

En 2023, conformément à notre stratégie de décarbonisation, nous nous sommes concentrés sur des initiatives visant à augmenter la conscience et le niveau d'engagement de nos fournisseurs dans le parcours de réduction des émissions que nous avons entrepris avec SBTi (voir page 52) et qui les concerne (catégorie d'émission scope 3 de notre empreinte carbone).

Dans le cadre de cette priorité, nous avons reporté l'organisation d'un workshop sur la durabilité en 2024.



Diversité et inclusion

Nous valorisons la diversité et nous favorisons l'équité en intégrant ces valeurs dans nos actions quotidiennes.

Qui nous sommes

964 collaborateurs, dont **756** employés, répartis comme suit :

- ✿ **68%** de femmes
- ✿ **32%** d'hommes

40 ans d'âge moyen, en particulier

- ✿ **20%** de moins de 30 ans
- ✿ **63%** ont entre 30 et 50 ans
- ✿ **17%** de plus de 50 ans

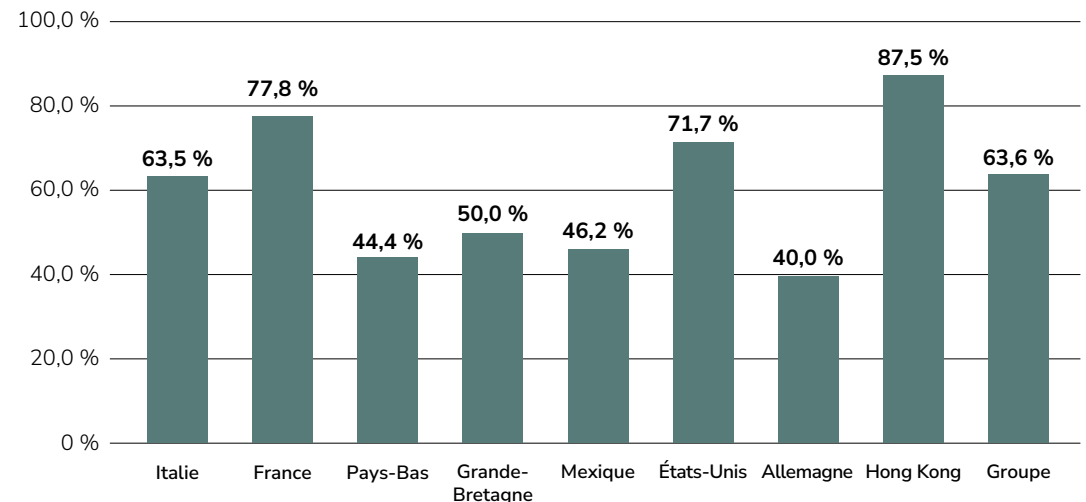
37 nationalités représentées

6,7 années d'ancienneté moyenne dans l'entreprise

Les données de cette section se réfèrent aux employés (756) directs du Groupe, à l'exclusion des stagiaires, intérimaires, agents et consultants.

30 % des postes occupés par des femmes dans la Leadership Team ([voir page 20](#))


63,6 % des postes d'encadrement* occupés par des femmes





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


Nos projets, quelques exemples :

Soutien à la John Langdon Down Foundation

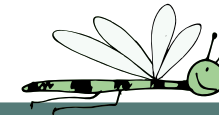
 Pour la troisième année consécutive, la filiale mexicaine de Davines a soutenu financièrement la John Langdon Down Foundation, institution qui s'adresse aux enfants, aux adolescents et aux adultes porteurs de trisomie 21, ainsi qu'à leurs familles, pour offrir des soins médicaux et psychologiques, des services éducatifs et des programmes d'inclusion à travers une école d'art, une cantine et une cafétéria.

 Mexique.

 Collaborateurs Davines, clients e-commerce Davines Mexique, John Langdon Down Foundation, personnes porteuses de trisomie 21 et leurs familles.

 30 000 pesos mexicains versés à la John Langdon Down Foundation.

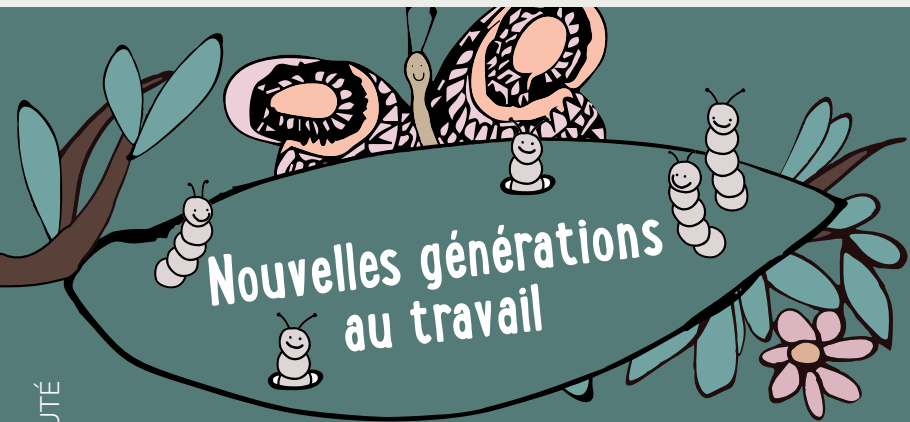




Objectifs 2024

- Poser les bases d'un comité mondial Diversity, Equity and Inclusion (DEI) chargé de travailler à l'identification des besoins et de proposer des initiatives sur ces questions.
- Repenser le processus de recrutement et d'embauche des catégories protégées au sein de notre siège, afin d'offrir le plus grand nombre d'opportunités possible.





Nous soutenons le développement des compétences des nouvelles générations en cultivant leur capacité à orienter les futurs choix régénérateurs.

NOTRE PERFORMANCE | SOUTENIR NOS COLLABORATEURS ET LA COMMUNAUTÉ

Comment nous nous engageons

Le marché du travail connaît une transformation importante liée à la **décentralisation croissante du travail**, à la **polarisation générationnelle**, à l'augmentation de la **fluidité professionnelle** et au besoin d'**indépendance individuelle** des travailleurs.

Pour construire des effectifs solides et à l'épreuve du futur, nous nous engageons à :

- Améliorer les pratiques d'**acquisition et de développement des talents**
- Investir dans des programmes de **développement personnel**, pour valoriser les nouveaux collaborateurs
- Promouvoir la mise à niveau et la **formation professionnelle**
- Promouvoir les nouveaux modèles de **travail flexible**

Notre impact en chiffres

27

stages initiés en 2023

18*

stagiaires embauchés au cours de l'année

61

nouveaux employés de moins de 30 ans ayant rejoint l'entreprise

→ **45 %** des nouveaux employés

23

employés de moins de 30 ans ayant quitté l'entreprise

→ **30 %** des employés ayant quitté l'entreprise

*stages commencés en 2022 et 2023 et convertis en embauches au cours de l'année 2023.

Nouvelles générations au travail



Évolution de notre engagement au fil des années

» Activités d'intégration des nouvelles recrues

The Beginning of Wonder, nouvelles sessions d'intégration dédiées aux nouvelles recrues, ont été lancées en mai 2023.

L'objectif est de leur fournir une vue d'ensemble de l'entreprise et de leur permettre de se familiariser avec ses valeurs et sa culture. Ces moments sont également l'occasion d'interagir entre collègues, d'entrer en relation et de nouer des liens. Le point d'orgue de l'expérience est un apéritif de bienvenue en compagnie des fondateurs, du Directeur Exécutif et de la Leadership Team.

4 sessions organisées, dont une en anglais pour les filiales

+ de 80 participants

» Télétravail

Dans le cadre de Davines New Way, programme créé en 2018 pour favoriser un environnement de travail basé sur la confiance, l'autonomie et la responsabilité, l'un des éléments centraux est le télétravail.

Suite à la pandémie, la politique qui le régit a été actualisée afin de continuer à garantir un bon équilibre entre vie professionnelle et personnelle, tout en recommandant 50 % de travail mensuel en présentiel. Cette actualisation est particulièrement importante pour les nouvelles générations, qui accordent une grande valeur aux modèles de travail flexibles.

» Davines Learning Hub

Parce que nous accordons une grande importance à l'évolution professionnelle de nos collaborateurs, en particulier celle des nouvelles générations, nous investissons constamment dans des cours de formation.

En 2020 nous avons lancé Davines Learning Hub, notre plateforme d'université d'entreprise qui vise à offrir aux collaborateurs des parcours de formation structurés, cohérents avec les objectifs à long terme définis dans le purpose de l'entreprise.

[En savoir plus.](#)

» Service d'assistance psychologique Ri-generarsi

Nous proposons un service de soutien psychologique conventionné, en italien et en anglais, à tous les collaborateurs qui en ressentent le besoin.


L'entreprise prend en charge le coût de la première séance, et les collaborateurs peuvent bénéficier d'un tarif préférentiel pour les suivantes.




Nouvelles générations au travail


Nos projets, quelques exemples :

Durabilité intergénérationnelle


 La campagne Longevity Week, réalisée par [comfort zone] en collaboration avec InVentoLab, a donné lieu à un projet d'échange intergénérationnel qui a impliqué des enfants et des personnes âgées autour des questions de durabilité. C'est dans ce but qu'a été créé Boom, un jeu de cartes revisité en mode expérientiel pour encourager la recherche d'éléments dans la nature.


 Italie.


 Centres [comfort zone], distributeurs, communauté, fournisseurs, InVentoLab.


 20 classes, 35 enseignants et 180 élèves impliqués, 2 500 bénéficiaires indirects, 1 Résidence sanitaire assistancielle locale mobilisée.

Formation pour un avenir meilleur

 La filiale mexicaine de Davines a fait don de produits et instruments de coiffure au foyer pour enfants et adolescents Hogar Cabañas afin de soutenir la mise en place de cours de formation à la coupe, à la coloration et à la barberie. Offrir des compétences professionnelles aux jeunes libère leur potentiel et leur permet d'accéder à l'indépendance économique et à une vie meilleure.


 Jalisco, Mexique.


 Association Hogar Cabañas, jeunes accueillis par la structure.


 189 tubes de couleur, 90 activateurs, 12 décolorants, 10 bols, 16 brosses, 60 capes jetables, 3 litres de shampoing, après-shampoing et masque donnés au foyer d'accueil Hogar Cabañas.



Adoption de l'Accademia I Santini

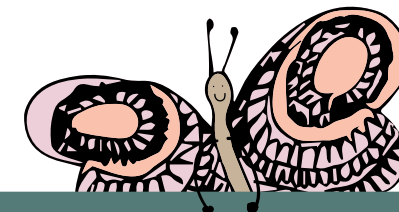
 Nous avons soutenu les élèves de l'Accademia I Santini en leur apportant une formation spécifique et personnalisée dans le cadre du projet « Adotta una Scuola » (Adopte une école), lancé par Altgamma et le Ministère de l'Éducation italien pour construire un rapport vertueux entre écoles et entreprises de luxe italiennes, afin de valoriser la formation du « Made in Italy » d'excellence.

 Empoli, Italie.

 Fondation Altgamma, Ministère italien de l'Éducation et du Mérite, Accademia I Santini et ses élèves.

 16 élèves de licence impliqués, 15 heures de formation supplémentaire dispensées par Davines.





Objectifs 2024

- Activer pour le siège italien la **plateforme Futurely** dédiée à l'orientation scolaire et professionnelle des enfants adolescents de nos collaborateurs et agents.
- Planifier des tables rondes de **rencontre avec les cadres supérieurs**, basées sur des panels intergénérationnels.



[comfort zone]



Nous soutenons les communautés locales pour faire prospérer les territoires sur lesquels nous vivons et travaillons.

538 791,82 €

consacrés à des dons et sponsorings, dont :

396 995,96 € de dons monétaires ou de produits

141 795,86 € de sponsorings monétaires ou de produits

630,5*

heures de travail rémunérées pour le bénévolat d'entreprise

Bénévolat d'entreprise « 4+4 »

Inauguré en 2017, ce programme interne permet aux collaborateurs du Groupe d'effectuer chaque année jusqu'à 32 heures de bénévolat pendant leurs heures de travail, à condition de consacrer le même nombre d'heures au bénévolat durant leur temps libre.

*Ce chiffre exclut les heures consacrées au bénévolat d'entreprise pendant l'Activation Day (voir page 42).

Nos fournisseurs locaux

Nous choisissons des fournisseurs qui partagent nos valeurs et entendent utiliser leur activité comme une force positive.

En outre, nous sommes constamment à la recherche de pratiques d'approvisionnement moins impactantes et plus transparentes à partager avec eux.

À ce jour, 20,3 %** des achats effectués au sein de notre siège de Parme proviennent de fournisseurs indépendants, situés dans un rayon de 80 km autour du site.

Comment nous sélectionnons nos fournisseurs de Parme

Tout d'abord, nous tenons compte de leur **score EcoVadis**, une plateforme d'évaluation de la durabilité qui fournit des évaluations et des scores basés sur des normes internationales.

Ensuite, nous leur soumettons un **questionnaire interne**, basé sur les questions du B Impact Assessment, questionnaire d'évaluation de B Corp, visant à surveiller les pratiques durables, et nous suivons année après année l'évolution du score EcoVadis.

45,3 % offrent des avantages supplémentaires à leurs collaborateurs (outre ceux imposés par la loi)

45,3 % utilisent de l'énergie issue de sources renouvelables

44,3 % ont réduit leur consommation totale d'énergie

25,6 % ont réduit leur consommation totale d'eau

49,8 % ont réduit leurs déchets non triés

37,9 % n'utilisent pas de plastique à usage unique au bureau

Données calculées sur la base des déclarations des fournisseurs ayant complété notre questionnaire annuel sur la durabilité. Par rapport à 2022, ces fournisseurs sont passés de 195 à 203 mais, en termes de chiffre d'affaires correspondant, ils ont diminué de 38,7 % à 34,3 %.

** (par rapport à la valeur d'achat).

Impact sur les communautés locales

Nos projets, quelques exemples :

Davines Group Activation Day

#ACTIVATIONDAY

Le 22 septembre 2023, à l'occasion du 40^e anniversaire du Groupe, nous avons inauguré l'Activation Day, une journée mondiale du bénévolat d'entreprise organisée avec le soutien d'ONG locales, consacrée à la collecte des déchets et en particulier du plastique. Il s'agit d'un moyen concret de renforcer notre engagement en matière de circularité, à travers des activités de nettoyage visant à restaurer l'état d'origine des environnements dans lesquels nous vivons, mais également d'une occasion de se souvenir de l'importance de la contribution de chacun à la construction d'un environnement plus sain et plus sûr, dans une optique d'interdépendance entre territoire, entreprise et organisations à but non lucratif.

Cette première édition pilote, créée dans le but d'être reproduite les années suivantes, a impliqué l'ensemble de la communauté interne de Davines Group. Grâce à la participation de près de 600 collaborateurs issus des quatre coins du monde, en une seule journée, nous avons récolté plus de 5,4 tonnes de déchets.



Impact sur les communautés locales

Principaux résultats

NOTRE PERFORMANCE | SOUTENIR NOS COLLABORATEURS ET LA COMMUNAUTÉ

Italie

Activité de collecte de déchets sur 9 sites dans la région de Parme avec 4 ONG différentes

340

4 069,97 kg

CSV Emilia



Pays-Bas

Travail au jardin communautaire Plantweerd et collecte de déchets dans une zone suburbaine proche de Deventer

18

24 kg

No More Plastic et d'autres associations locales de résidents



Amérique du Nord

Collecte de déchets sur certaines plages des environs de Rockaway, NYC

51

63,50 kg

Surfrider Foundation NYC



Mexique

Activité de collecte le long des berges de la rivière Tizates, avec une association civile œuvrant à la restauration et à la régénération des écosystèmes mexicains

35

375 kg

Ríos de Ta-rango



France

Activité de collecte de déchets au Jardin de Montmartre et intervention de l'ONG pour expliquer l'impact du plastique de la terre à la mer

26

200 kg

Fondation de la Mer



Allemagne

Opérations de nettoyage du Rhin, du Danube et de la Spree

12

30 kg

Rhine Clean Up



Royaume-Uni

Nettoyage de canaux et de parcs à Londres, à Manchester et en Irlande, pour protéger les océans des déchets et du plastique

38

119,8 kg

Surfers Against Sewage



Hong Kong

Activité de collecte de déchets au parc de Butterfly Beach

44 (11 collaborateurs de la filiale + 33 salons partenaires de Davines)

27 kg


Green council





Impact sur les communautés locales




Don au service d'oncologie

 Nous avons soutenu le service d'oncologie de l'Ospedale Maggiore di Parma et de l'Ospedale di Fidenza en faisant don des fonds nécessaires à l'acquisition de Paxman, une machine permettant de prévenir ou du moins de contenir, chez environ 60 % des patients, l'alopecie induite par les traitements du cancer.

 Parme et Fidenza, Italie.


 Communauté, Ospedale Maggiore di Parma et Ospedale di Fidenza.

 Environ 44 000 € versés, correspondant à la valeur du Paxman acheté.




DAVINES GROUP


Green Week 2023

 Pour la troisième année consécutive, nous avons promu et soutenu Green Week, le festival de l'économie verte qui s'est tenu à Parme du 5 au 7 mai. Notre participation historique est motivée par l'idéal selon lequel la collaboration avec d'autres entités publiques et privées permet la transition vers un modèle économique régénérateur et durable.

Notre Président Davide Bollati, membre du comité scientifique du festival, a participé à trois tables rondes sur des thématiques à large spectre, depuis la transition écologique et les défis actuels pour l'Europe, jusqu'à la rencontre avec Andrej Gejm, prix Nobel de physique 2010. Nous avons également contribué aux thématiques de la régénération et de la biodiversité à travers notre participation à une table ronde consacrée aux développements et à l'avenir de l'agriculture biologique régénératrice à laquelle a participé, outre des personnalités publiques locales et des représentants européens de la FAO, notre collègue Dario Fornara, Research Director d'EROC.


 Parme, Italie.


 Entreprises, institutions, élèves, communauté locale.


 4 panels du festival soutenus à travers la participation de Davide Bollati et Dario Fornara.


DAVINES GROUP

The joy of giving

 En collaboration avec l'association Bucuria Darului, notre distributeur [comfort zone] roumain a soutenu des sans-abri dormant dans les rues ou au centre d'hébergement de nuit Zizin, en leur donnant des biens de première nécessité. Durant le mois de décembre, ces personnes ont notamment reçu un repas chaud, en plus de la chaleur des attentions et dons.


 Roumanie


 Distributeur [comfort zone] roumain, association Bucuria Darului, sans-abri.


 Plus de 10 sans-abri soutenus, 500 € versés en vêtements et nourriture.


[comfort zone]

Bénévolat à la banque alimentaire

 Les collaborateurs de la filiale Davines du Royaume-Uni et le personnel de certains de ses principaux salons partenaires ont passé quatre matinées à la banque alimentaire d'Euston pour préparer et emballer des repas pour les sans-abri locaux. Chaque jour, cette banque alimentaire soutient 1 000 personnes vulnérables à travers la production et la distribution de nourriture.

 Euston, Londres.

 Collaborateurs de Davines UK, salons partenaires, banque alimentaire d'Euston.

 21 collaborateurs Davines et 9 collaborateurs de salons partenaires impliqués.

DAVINES GROUP



Objectifs 2024

- À travers notre collaboration avec Futurely, adopter l'école ITE G.B. Bodoni, opérant sur le territoire de Parme, en lui permettant de bénéficier de la plateforme numérique d'orientation scolaire.
- Pour les collaborateurs de Davines Group situés en Italie :
 - » Favoriser la qualité de vie familiale en offrant des outils permettant de gérer au mieux le rapport parents-enfants, en particulier pour les adolescents, à travers un séminaire destiné aux parents et un laboratoire d'expérience gaming parents-enfants.
 - » Utiliser les services offerts par Futurely pour soutenir leurs enfants dans leur orientation scolaire (également destinés aux agents commerciaux).
- À travers le programme de prévention et d'amélioration de nos habitudes Healthy Habits, favoriser le bien-être psychologique et physique des collaborateurs en soutenant la gestion des problèmes quotidiens et des programmes de prévention et d'amélioration des habitudes.
- Soutenir et renforcer la collaboration avec les associations locales du tiers secteur du territoire de Parme. Avec le réseau WellDone (réseau d'entreprises engagées pour la santé) de Parme, développer un système de santé hybride entre public et privé sur des thématiques telles que la santé et la prévention.
- Promouvoir les activités de bénévolat en entreprise à travers la création d'un calendrier d'initiatives pour les collaborateurs et en soutenant l'Activation Day ([voir page 42](#)).

Plus de données sur notre engagement envers nos collaborateurs et la communauté

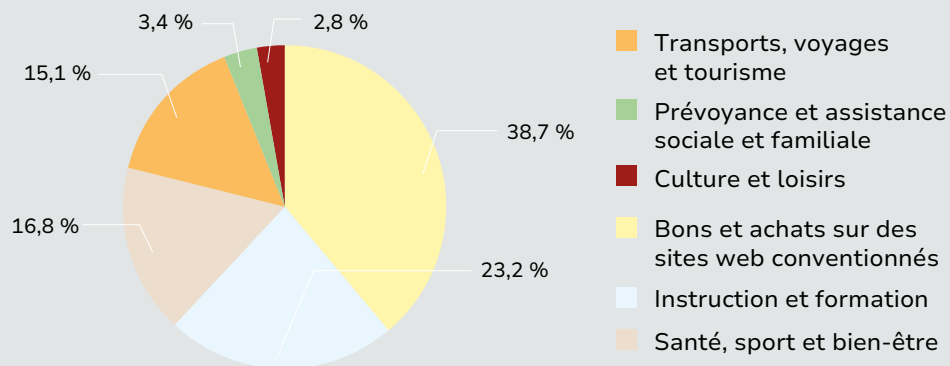
Employés

8,2 % taux de rotation du personnel (démissions volontaires de contrats à durée indéterminée sur le nombre moyen de CDD en 2023)

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

78,1 %* des employés ont accès à notre plateforme de santé Davines Care, destinée au bien-être des collaborateurs et de leurs familles à travers l'offre d'avantages et de services (siège italien)

En 2023, la valeur attribuée à chaque employé s'est élevée à 590 €, répartie comme suit :



*Pourcentage calculé sur la totalité des employés. La plateforme est accessible à tous ceux qui ont passé avec succès la période d'essai et qui sont sous contrat à durée indéterminée au 1^{er} janvier de chaque année, à l'exclusion des dirigeants.

Formation

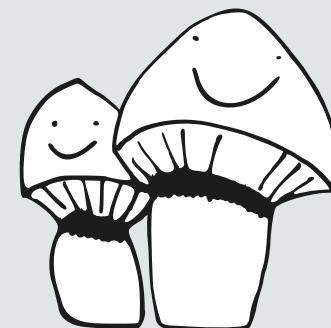
Constamment mise à jour et enrichie, la plateforme **Davines Learning Hub** présente tous les cours de formation proposés par l'entreprise et offre la possibilité de s'y inscrire.

19,5 heures par an et par employé consacrées en moyenne à la formation

84,2 % d'employés ayant suivi au moins une formation

53,3 % d'employés ayant reçu une formation aux aptitudes de la vie courante

51,7 % d'employés ayant reçu une formation de type cross-job



Great Place to Work®

Qu'est-ce que c'est

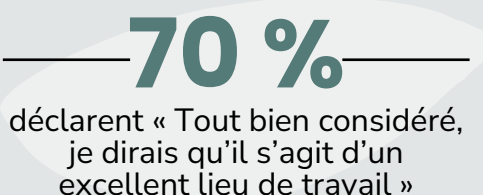
C'est une entité qui analyse les environnements de travail en collectant et en évaluant le ressenti des collaborateurs concernant le **climat au travail** pour offrir aux entreprises des outils de croissance à partir de l'**écoute des opinions** de ceux qui y travaillent. Le sondage est construit autour de 5 dimensions : crédibilité, respect, équité, fierté, cohésion.



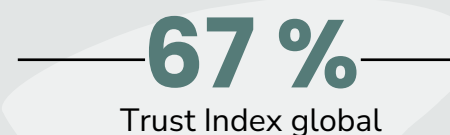
Principaux résultats par rapport à 2021



+1 point %



inchangé



+2 points %

Qu'est-ce que le Trust Index ?

C'est le niveau de confiance interne vis-à-vis de l'entreprise, qui résulte de l'analyse Great Place do Work.

65 %
CRÉDIBILITÉ

communication bidirectionnelle, compétence, intégrité

+1 point %

67 %
RESPECT

évolution professionnelle, implication, soin

+5 points %

63 %
ÉQUITÉ

traitement équitable, impartialité, justice

+2 points %

73 %
FIERTÉ

travail individuel, groupe de travail, image de l'entreprise

+2 points %

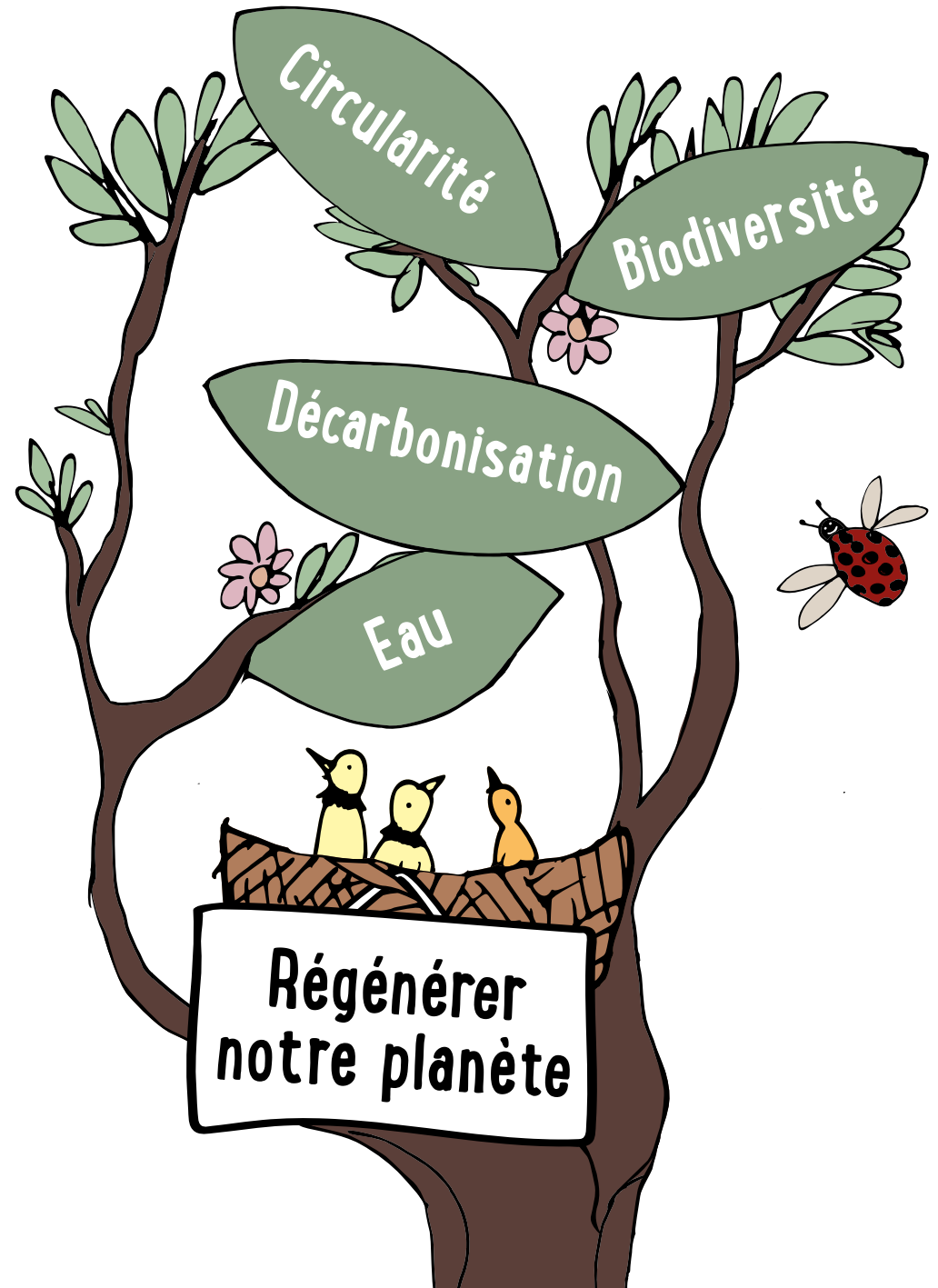
77 %
COHÉSION

confiance, accueil, collaboration

+5 points %

Régénérer notre planète

Nous mesurons l'**impact environnemental** de notre travail et de nos produits tout au long de leur cycle de vie. Nous nous efforçons donc de le réduire au minimum, en préservant et en optimisant les ressources disponibles et en limitant au maximum nos émissions.



Résultats 2023

🟢 Définir la feuille de route du projet pour l'objectif Net Zero, en identifiant les projets que nous devons mettre en place pour atteindre les objectifs de réduction fixés.

La définition d'une feuille de route de projet à l'horizon 2030, étape intermédiaire dans la poursuite de l'objectif Net Zero, a été initiée au dernier trimestre 2023 avec un niveau de détail et d'approfondissement tel qu'elle a nécessité un report de sa livraison à mars 2024.

[En savoir plus.](#)

⊗ Soumettre à SBTi les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre pour atteindre l'objectif Net Zero.

Le report de la définition de la roadmap ci-dessus a entraîné à son tour un retard de présentation des objectifs de réduction des émissions à SBTi, activité reprogrammée pour avril 2024.

🟢 Définir les bases du projet agrivoltaïque, qui combine l'expérimentation et la recherche d'ingrédients actifs biologiques avec la production d'électricité renouvelable à partir de panneaux photovoltaïques.

Nous avons créé un groupe de travail interne pour la gestion de projet et pour collaborer aux côtés d'un cabinet d'architecture en tant que partenaire de soutien au développement de l'étude de conception de notre installation agrivoltaïque.

[En savoir plus.](#)

🟢 Poursuivre notre partenariat avec Plastic Bank pour retirer de l'environnement une quantité de plastique égale à celle que nous mettons sur le marché.

Nous avons renouvelé notre partenariat avec Plastic Bank en 2023 : pour chaque produit avec packaging plastique vendu, une quantité égale de plastique rejeté dans l'environnement a été retirée des zones côtières d'Indonésie, des Philippines et du Brésil.

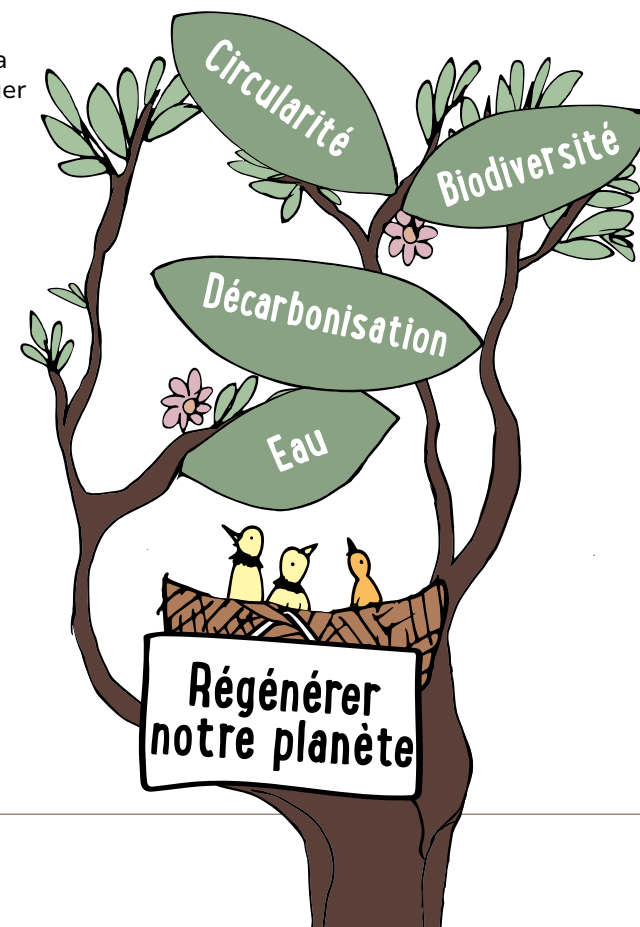
[En savoir plus.](#)



🟢 Appliquer l'analyse LCA à tous nos nouveaux produits.

L'analyse a été appliquée dans trois domaines : réédition de la ligne Hydrmemory de [confort zone], lancement de Heart of Glass Instant Bonding Glow 300 ml et des recharges de la ligne Essential de Davines. Il n'a pas été possible d'appliquer l'analyse aux lignes Naturaltech Tailoring – Brightening de Davines et Sun Soul Extension de [confort zone] en raison d'une replanification du projet en cours d'année.

[En savoir plus.](#)



Renforcer notre engagement pour le soutien de l'agriculture biologique régénératrice par le biais d'EROC, plus précisément :

📍 Réaliser notre deuxième expérience scientifique.

Au sein de l'European Regenerative Organic Center (EROC), nous avons cultivé 6 plantes avec des méthodes biologiques régénératrices, utilisées comme ingrédients actifs dans nos produits : calendula, achillée, mélisse, trèfle et deux variétés de camomille.

📍 Réaliser notre première collaboration avec Barilla sur les pratiques régénératrices.

Bello e Buono est le plan sur trois ans de Barilla et de Davines Group dont l'objectif est un développement commun de systèmes et de pratiques agricoles pour améliorer la santé et la biodiversité des terrains agricoles. À Parme, sur une zone de 10 000 m², les équipes de recherche agronomique des deux entreprises expérimentent la culture de céréales et de plantes destinées à une « bonne » alimentation et à l'industrie cosmétique, le « beau » : blé tendre, blé dur, pois chiches, mélisse, calendula et lavande. Cette expérience est menée en comparant les pratiques agricoles conventionnelles aux pratiques régénératrices.

📍 Participer et organiser des événements de diffusion et de formation sur les activités de recherche du projet EROC et sur l'agriculture biologique régénératrice.

Parmi les nombreux événements auxquels nous avons participé avec le projet EROC, se distingue la Green Week de Parme qui nous a permis d'accueillir et d'inviter à discuter des scientifiques de l'École Sant'Anna de Pise, un scientifique chevronné de la FAO et un représentant de Barilla. Nous avons également présenté EROC dans des institutions et à l'occasion de divers événements thématiques. Nous avons aussi organisé des journées portes ouvertes, parfois dans le cadre d'événements institutionnels, avec des visites guidées pour les étudiants, des publics spécifiques et les citoyens, accueillant environ 4 400 personnes.

Enfin, nous avons organisé le premier cours sur l'agriculture biologique régénératrice avec 12 agriculteurs de la province de Parme. EROC a été cité au total dans 247 articles sur le web et 46 articles dans la presse.

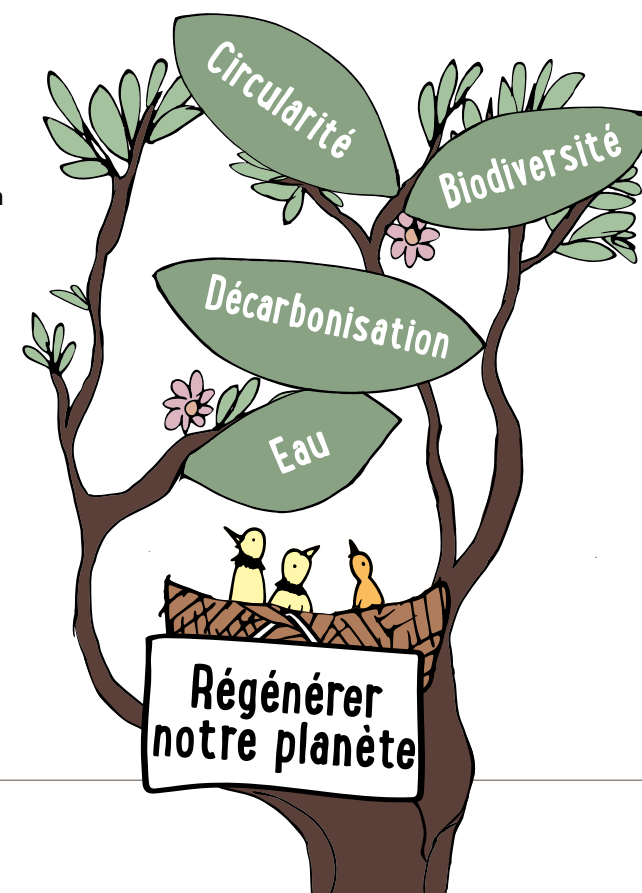
📍 Expérimenter la culture de nouvelles espèces végétales afin d'identifier de nouveaux ingrédients actifs biologiques.

Nous avons validé 14 ingrédients, dont 6 ont été utilisés dans la ligne Naturaltech Tailoring lancée fin 2023, et les 8 autres dans les nouvelles formules qui caractérisent la réédition de la ligne Essential de Davines en 2026.

[En savoir plus.](#)

📍 Soutenir jusqu'à 10 agriculteurs dans le processus de certification biologique régénératrice (Regenerative Organic Certification – ROC).

Nous avons initié le projet de certification ROC avec 12 agriculteurs et pour EROC. La certification ROC d'EROC a débuté en 2023 et se terminera en 2024. Pour faciliter l'obtention de la certification ROC, nous avons choisi de bénéficier du soutien de Bioagricert, l'un des leaders de la certification des productions agroalimentaires biologiques en Italie.





Nous nous engageons à réduire encore les émissions de CO₂ de notre chaîne de valeur, pour atteindre l'objectif Net Zero d'ici 2050 au plus tard.

Les principales étapes de notre parcours

2023

Définition d'une **feuille de route de projet** en phase avec notre stratégie de décarbonisation à l'horizon 2030, pour identifier des actions concrètes à mettre en œuvre.

[En savoir plus.](#)

2022

Le 24 mai, nous signons notre **engagement avec SBTi** (Science Based Targets initiative), afin d'atteindre l'objectif de zéro émission nette d'ici 2050 au plus tard.

2021

Nous mesurons et surveillons 100 % de nos émissions (scope 1, 2 et 3).

2019

Avec 500 autres B Corp, nous nous engageons publiquement à **accélérer la réduction** de nos émissions.

2018

Nos efforts mûrissent, **nous réduisons et nous neutralisons** toutes nos émissions directes (scope 1 et 2).

[En savoir plus.](#)

2006

Nous amorçons notre parcours de mesure, de réduction et de neutralisation partielle de notre empreinte carbone.

Nous réduisons et neutralisons toutes nos émissions directes depuis 2018

Pour atteindre cet objectif, nous avons :

- ☁ **Mesuré toutes nos émissions issues d'activités sous notre contrôle direct** (bureaux et usine), c'est-à-dire celles que le GHG Protocol catégorise comme émissions de scope 1 et 2.
- ☁ **Réduit les émissions de scope 1 et 2**, dans la mesure du possible, à travers l'optimisation énergétique et l'utilisation d'énergie issue de sources renouvelables.
- ☁ **Neutralisé les émissions restantes de scope 1 et 2** à travers l'achat de crédits carbone certifiés Plan Vivo (crédits carbone de haute qualité) liés à des projets de reforestation ou de boisement pour l'absorption de CO₂.



Notre avancée vers Net Zero

Pourquoi agir ?

Avec l'**Accord de Paris** de 2015, les gouvernements du monde entier se sont engagés à contenir la hausse de la température mondiale bien en-deçà de 2 °C par rapport aux niveaux préindustriels et à poursuivre les efforts visant à limiter le réchauffement à 1,5 °C.

En 2018, le **Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat** (GIEC) a averti que **le réchauffement climatique ne devait pas dépasser 1,5 °C** pour éviter les impacts catastrophiques du changement climatique.

Notre adhésion à SBTi

En adhérant au Corporate Net-Zero Standard de SBTi, les entreprises définissent des **objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre basés sur la science**, c'est-à-dire conformes aux engagements internationaux pour limiter le réchauffement climatique établis par l'Accord de Paris et le GIEC.

Les **science-based net-zero targets** sont des objectifs basés sur la science qui montrent aux entreprises dans quelle mesure elles doivent réduire leurs émissions de gaz à effet de serre (GHG) au plus tard d'ici 2050 pour limiter la hausse de la température mondiale à 1,5 °C, maximum 2 °C, et pour prévenir les pires effets du changement climatique.

Notre engagement

En mai 2022, nous avons signé notre engagement avec SBTi pour **atteindre l'objectif Net Zero d'ici 2050 au plus tard**. En 2023, nous avons entrepris une démarche d'identification d'une **feuille de route stratégique**, composée de leviers et de projets à mettre en œuvre dans des domaines clés de notre activité : Énergie, Mobilité, Logistique, Formule et Packaging. Cette feuille de route stratégique nous permettra d'atteindre les objectifs de réduction de moitié des émissions prévus par SBTi pour 2030, en « cassant » ainsi la corrélation directe ayant toujours existé entre croissance économique et augmentation des émissions. Courant 2024, les objectifs de réduction seront présentés à SBTi pour vérifier leur conformité aux critères scientifiques et obtenir leur validation.

Étapes pour atteindre l'objectif Net Zero

1 Définir les objectifs à court terme :

les entreprises doivent réduire de moitié environ les émissions directes et indirectes de la chaîne de valeur d'ici 2030, par rapport à une année choisie comme référence.

2 Définir les objectifs à long terme :

les entreprises doivent réduire toutes les émissions possibles, généralement plus de 90 %, d'ici 2050.

3 Neutraliser les émissions résiduelles :

lorsqu'une entreprise a réduit ses émissions de plus de 90 %, elle doit neutraliser 10 % ou plus de ses émissions résiduelles impossibles à éliminer par la suppression permanente du carbone et le stockage. Une entreprise n'atteint l'objectif Net Zero qu'après avoir atteint son objectif à long terme et neutralisé toutes les émissions résiduelles.

4 Mitigation au-delà de la chaîne de valeur (BVCM) :

à ce stade, les entreprises devraient investir dans des actions visant à réduire et éliminer les émissions en dehors de leur chaîne de valeur.



Source : Corporate Net-Zero Standard de SBTi (Science Based Targets initiative)

L'empreinte carbone du Groupe

En 2023, l'empreinte carbone totale de notre organisation s'élève à 35 290,4 tonnes hors phase d'utilisation*, c'est-à-dire en excluant les émissions dérivées de l'utilisation des produits.

Nous avons choisi de considérer notre empreinte carbone **en excluant la phase d'utilisation**, mais pas seulement parce qu'elle n'est pas obligatoire pour le Protocole GHG (norme internationale de référence pour la déclaration des émissions) par rapport à la définition des objectifs de réduction avec SBTi. Nous l'avons exclue avant tout parce qu'elle génère un impact très significatif dû à l'énergie utilisée par nos clients. Nous n'avons aucun contrôle direct sur cet impact ni, a fortiori, aucun moyen de mesurer son amélioration, malgré toute l'attention et les efforts consacrés à informer, impliquer et mobiliser tous nos clients dans notre parcours de décarbonisation.

*Le calcul inclut néanmoins toutes les émissions liées à la phase d'utilisation des produits en spray, parce que leur utilisation génère des émissions directes dans l'atmosphère. Du fait de cette inclusion, l'empreinte carbone pour 2022 a été recalculée à 43 453 tonnes de CO₂eq.

Les émissions de scope 1 et 2 réunies représentent 5 % du total.

Scope 1

Émissions directes, relatives aux activités sous le contrôle direct de l'entreprise



Sources fixes de combustion
848,9 tonnes de CO₂eq



Sources mobiles de combustion
707,3 tonnes de CO₂eq



Émissions fugitives
186,7 tonnes de CO₂eq

1 742,9 tonnes de CO₂eq

Scope 2

Émissions indirectes, dues à la production d'électricité, de vapeur ou de chaleur par des tiers et dans des lieux différents des lieux d'utilisation



Électricité
36,7 tonnes de CO₂eq

36,7 tonnes de CO₂eq

Scope 3

Émissions indirectes, issues de toute la chaîne de valeur (fournisseurs, distributeurs et clients finaux)



Produits et services achetés
13 346,4 tonnes de CO₂eq



Transport et distribution amont
143,6 tonnes de CO₂eq



Déchets générés par les opérations
268,2 tonnes de CO₂eq



Activités associées à l'énergie et aux combustibles
185,4 tonnes de CO₂eq



Voyages professionnels
1 806,9 tonnes de CO₂eq



Déplacements domicile-travail des employés
805,7 tonnes de CO₂eq



Transport et distribution aval
4 553,2 tonnes de CO₂eq



Utilisation des produits vendus
86,7 tonnes de CO₂eq



Traitement de fin de vie des produits vendus
5 646,9 tonnes de CO₂eq



Phase d'utilisation des produits en spray
6 667,7 tonnes de CO₂eq

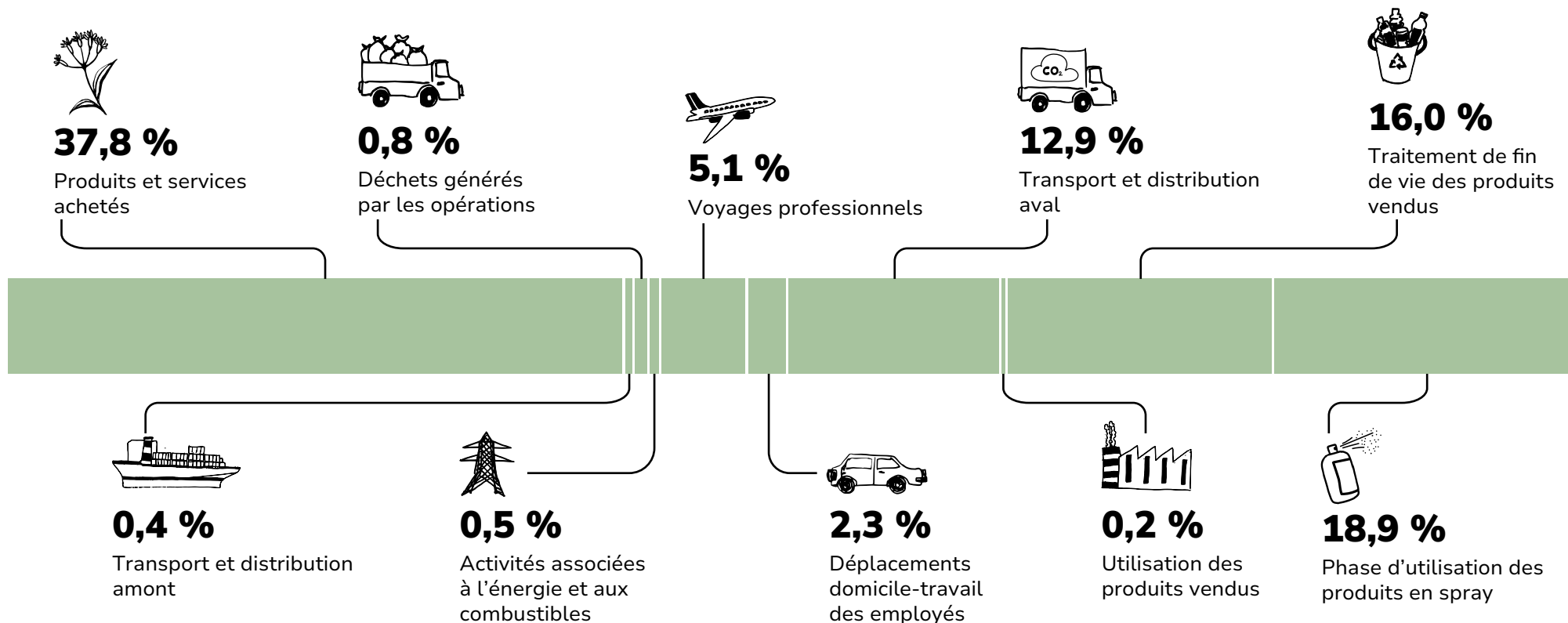
33 510,8 tonnes de CO₂eq

35 290,4 tonnes

Décarbonisation

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 générées par notre chaîne de valeur.

Les émissions de scope 3 représentent 95 % de notre empreinte carbone totale, réparties comme suit :



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 constitueront donc un axe pour l'atténuation de nos impacts, et feront l'objet de notre feuille de route de projet pour la réduction des émissions, afin de trouver également des solutions efficaces et innovantes tout au long de notre chaîne d'approvisionnement.

Électricité utilisée dans nos bureaux et dans notre usine de production

En 2023, 96,5 % de l'électricité que nous consommons au niveau du Groupe (tous sièges confondus, voir page 15) est issue de sources renouvelables, en partie autoproduite, en partie achetée à travers des certificats d'origine garantie.

Pour atteindre l'autosuffisance en matière de production d'électricité renouvelable au sein du Davines Group Village (actuellement 7,4 % du total du site), l'un des projets les plus importants que nous mettrons en œuvre est un système **agrivoltaïque**.

Ce projet sera construit sur le terrain où se trouve actuellement l'EROC (voir page 60) et constitue un exemple caractéristique de durabilité, où la production d'énergie renouvelable et la production agricole selon des méthodes biologiques régénératrice se déroulent simultanément.

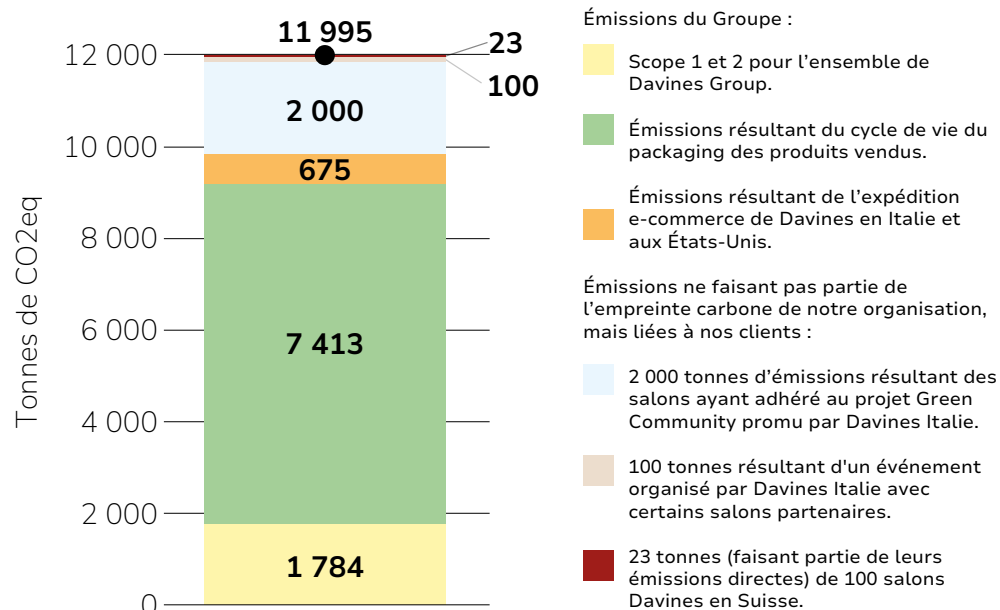


Neutralisation de nos émissions

Pour ne pas nous limiter à la simple neutralisation de nos émissions, nous avons concentré nos efforts sur leur réduction, un choix également en phase avec la démarche entreprise avec SBTi (voir page 52).

Cependant, les actions de réduction jouant un rôle clé dans la lutte contre la crise climatique, nous continuons également à neutraliser une partie des émissions que nous n'arrivons pas à éliminer à ce jour.

En 2023, nous avons neutralisé les émissions suivantes :



Les projets de neutralisation du Groupe

Pour améliorer et compléter notre stratégie de réduction des émissions, **nous soutenons depuis 2021 deux projets** visant à neutraliser nos émissions : EthioTrees et Scolel'te. Tous deux portent sur le boisement et/ou la reforestation pour la séquestration de CO₂ et sont **certifiés Plan Vivo**. Cette certification identifie les projets qui non seulement offrent des avantages en termes de séquestration du carbone et respectent évidemment les garanties sociales et environnementales, mais qui adoptent également une approche holistique en ayant un impact tangible sur les personnes et la biodiversité.

EthioTrees

Ce projet de reboisement soutient la régénération des sols et des forêts dans la région septentrionale du Tigré en Éthiopie ; depuis 2018, grâce à celui-ci, nous achetons 10 000 crédits carbone* par an.



DAVINES GROUP

Scolel'te

Ce projet de boisement, de reboisement et d'agroforesterie est également source d'avantages sociaux pour les communautés locales de la région du Chiapas au Mexique. Depuis 2021, nous avons acheté 28 500 crédits carbone* au total.



DAVINES GROUP

*Un crédit carbone correspond à une tonne de CO₂ éliminée de l'atmosphère en un an, quelle que soit l'année d'achat du crédit.

Nos projets, quelques exemples :

Forest Keeper

À travers cette campagne, nous voulons promouvoir la préservation des écosystèmes forestiers partout dans le monde, en impliquant les populations locales unies par la volonté de faire une différence dans leurs communautés, en prenant des mesures directes pour la protection des arbres et des forêts. Chaque année, nous nous efforçons d'impliquer toujours plus de parties prenantes dans cet effort.

En 2023, nous avons multiplié notre impact positif en fédérant 6 communautés internationales de personnes courageuses et désireuses de faire une différence dans les lieux qui leur tiennent à cœur.

Russie, Pologne, République Tchèque, Lituanie, Croatie, Slovaquie.



DAVINES GROUP

Corridors verts communautaires

En collaboration avec Trees For All Foundation, notre filiale néerlandaise a participé, avec d'autres entreprises, à un projet visant à créer des corridors verts pour restaurer la biodiversité à travers la création d'une zone forestière communautaire. Cette activité a été inaugurée par les entreprises participantes avec la plantation physique des premières plantes.

Overijssel, Pays-Bas.

Collaborateurs de la filiale de Deventer, Trees For All Foundation, association Landschap Overijssel.

4 collaborateurs impliqués pour un total de 20 heures de volontariat rémunéré, 5 personnes de la Trees For All Foundation et 5 personnes de la Landschap Overijssel.

DAVINES GROUP

Parma Carbon Neutral

Avec Florence, Parme a été la première ville d'Italie à signer le Contrat climatique de ville de la Mission de l'UE, auquel a également souscrit Davines Group. Ce document innovant est le fruit d'un processus participatif impliquant institutions, associations et entreprises engagées à réduire leurs émissions de 85 % d'ici 2030, à travers plus de 130 actions identifiées.

Parme, Italie.

Région Émilie-Romagne, Municipalité de Parme, entreprises publiques et privées, communauté.

46 signataires entre institutions, entreprises, associations et organismes publics et privés.

DAVINES GROUP

KilometroVerdeParma

En tant que membres du Consortium KilometroVerdeParma, nous avons planté environ 1 844 plantes à l'EROC, complétant ainsi la couverture arborée déjà présente à travers la création d'un périmètre de haies. Nous avons ainsi créé un véritable bosquet, qui offre des avantages en termes d'atténuation des émissions de CO₂, d'amélioration du paysage et d'augmentation de la biodiversité locale.

Parme, Italie.

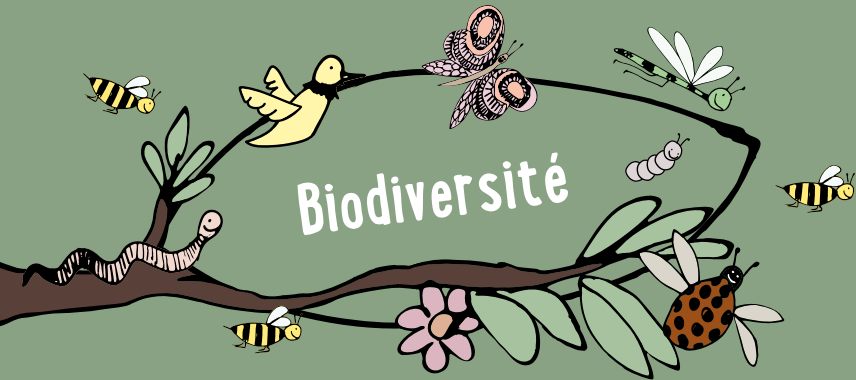
Consortium forestier KilometroVerdeParma, communauté de Parme et du Davines Group Village.

Plantation de 1 844 arbres et arbustes, 2 000 m² de surface couverte.

DAVINES GROUP

Objectifs 2024

- Soumettre à SBTi les objectifs de réduction Net Zero et obtenir leur validation.
- Communiquer notre stratégie de décarbonisation à l'horizon 2030.
- Obtenir notre accréditation sur la plateforme CDP (Carbon Disclosure Project).
- Progresser dans notre élaboration de l'étude de conception de l'installation agrivoltaïque et de son intégration dans le paysage.



Nous promovons la biodiversité en choisissant des ingrédients issus de l'agriculture biologique régénératrice pour nos formules, prenant ainsi soin des sols et de la planète.

Une approche régénératrice

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 l'environnement, en limitant l'empreinte de notre activité, pour arriver au désir d'aller encore plus loin, conscients que **se cantonner à préserver ne suffit plus**.

Nous nous engageons donc à régénérer l'environnement et les communautés qui nous entourent.

Nous exerçons notamment 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.




 Biodiversité



EROC, un projet à l'épreuve du temps

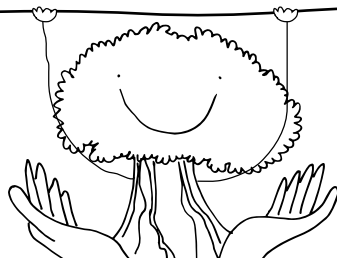
En 2021, grâce à notre partenariat avec l'organisation à but non lucratif Rodale Institute aux États-Unis, nous avons créé l'European Regenerative Organic Center (EROC), le premier centre européen de formation et de recherche dans le domaine de l'agriculture biologique régénératrice, situé à Parme, en face du Davines Group Village.

Adopté à grande échelle, ce type d'agriculture a le potentiel d'**atténuer le changement climatique en améliorant la santé des sols**, en enrichissant la biodiversité et séquestrant dans le sol le CO₂ présent dans l'atmosphère.

EROC est également notre source d'approvisionnement en **Activist Ingredients™**, les ingrédients biologiques régénérateurs que nous utilisons dans nos formules.

Les objectifs d'EROC

- 1** Représenter le **premier centre européen** de recherche, d'éducation et de diffusion de l'agriculture biologique régénératrice.
- 2** Rechercher et **identifier de nouveaux ingrédients** actifs biologiques performants pour l'industrie cosmétique.
- 3** **Promouvoir la recherche** sur des questions telles que la fixation du carbone dans le sol, la biodiversité et la réduction de la consommation d'eau.
- 4** **Sensibiliser les agriculteurs et le public** aux principes de l'agriculture biologique régénératrice.
- 5** **Promouvoir une norme de certification plus stricte** pour la production d'ingrédients actifs biologiques.



EROC en chiffres en 2023



17

hectares de terrain

188

parcelles
expérimentales
où sont cultivées
22 espèces végétales

6

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

14

nouveaux
ingrédients
validés pour nos
formules

1

cours sur l'agriculture
biologique régénératrice
avec 12 agriculteurs de la
province de Parme

+ de 400

visites d'EROC
(environ
4 400 personnes)
entre entreprises
privées, partenaires et
organismes publics



Agriculture biologique régénératrice

Les principes clés



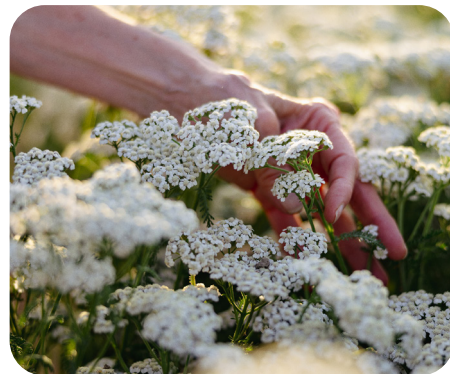
Impact minimal sur les sols



Sauvegarde de la biodiversité



Rotation et couverture des cultures



Aucun produit chimique

Ingrédients biologiques régénérateurs de nos formules

Récoltés de manière éthique par des agriculteurs sélectionnés, qui adhèrent aux principes de l'agriculture biologique régénératrice.



Par la ferme Castriota Stasi
Lecce, Italie



Par la ferme Campana Sermide et Felonica (MN),
Italie



Par le vignoble Cunial Parme, Italie



Par la ferme Aquilani Montaldodi Castro (VT), Italie

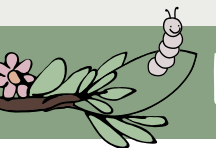


Par la ferme Maietti Bedonia (PR), Italie



Par la ferme Vacca Senorbi (CA), Italie






Biodiversité



Nos projets, quelques exemples :

We Sustain Beauty & Stand For Regeneration

 Davines et [comfort zone] ont lancé deux campagnes mondiales, We Sustain Beauty et Stand For Regeneration, pour sensibiliser aux bienfaits de l'agriculture biologique régénératrice. Les campagnes impliquaient un « gift with purpose », c'est-à-dire un cadeau à finalité supérieure : un sac en coton biologique régénérateur certifié, alimenté par la pluie et produit de manière éthique en Inde. Un véritable manifeste de nos valeurs. Les émissions de CO₂ résultant de sa production et de son transport ont été compensées à travers le projet Degraded Land Reforestation en Inde. De plus, comme chaque année, nous avons soutenu la recherche sur l'agriculture biologique régénératrice à travers des dons monétaires au Rodale Institute.


 Italie, France, Royaume-Uni, Hong Kong, Mexique, Pays-Bas, Allemagne, États-Unis, Canada, Australie, Turquie, Émirats Arabes Unis, Croatie, Slovénie, Russie, Ukraine, Lituanie, Pologne, Estonie, Chypre, Hongrie, Grèce, Slovaquie, Lettonie, Kazakhstan, Finlande, Corée, Japon.




[comfort zone]




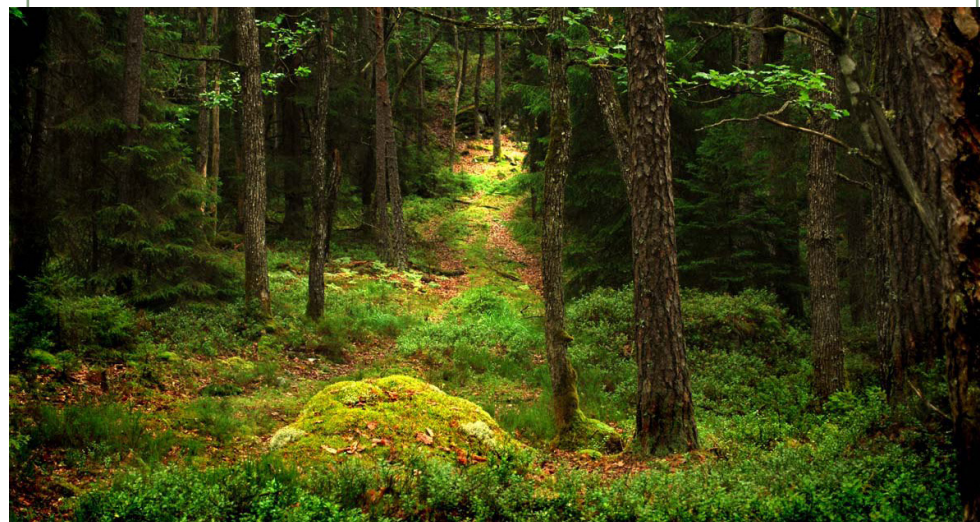
Protection des forêts primaires suédoises

 Pour la cinquième année consécutive, notre distributeur [comfort zone] suédois a soutenu Naturarvet, association à but non lucratif engagée à préserver les forêts primaires de Suède, un écosystème autochtone, patrimoine de biodiversité et d'une beauté inestimable. L'initiative a été rendue possible grâce à l'implication des centres esthétiques suédois et de leurs clients à travers une campagne commerciale.

 Suède.

 Distributeur J Kraft Cosmetics, Naturarvet, centres esthétiques [comfort zone], clients finaux.

 16 000 SEK, soit environ 1 600 €, versés à Naturarvet ; 42 000 m² de forêts primaires protégées ; 20 centres esthétiques adhérents.



[comfort zone]



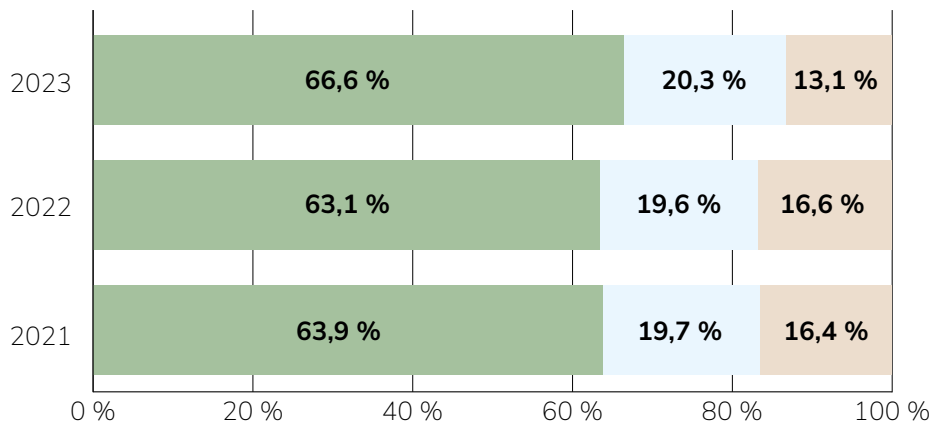
Biodiversité

Formules durables*

Depuis des années, nous œuvrons à augmenter le pourcentage d'ingrédients naturels et, de manière générale, d'ingrédients ayant un impact positif pour l'écosystème.

86,9 % des ingrédients proviennent de la nature

Cela signifie que 100 % de leur structure moléculaire est d'origine naturelle et exclusivement issue de processus de transformation autorisés par le cahier des charges Cosmos (norme de certification biologique et naturelle des cosmétiques).

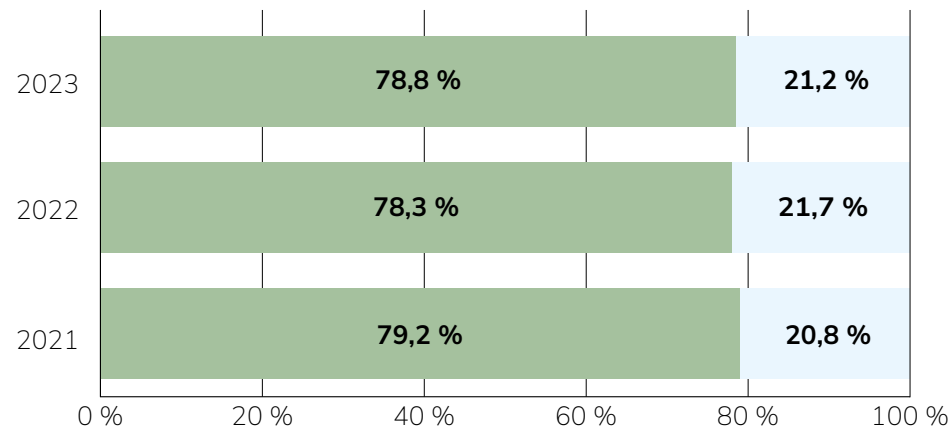


- Ingrédients naturels, y compris biologiques certifiés
- Ingrédients naturels modifiés
- Ingrédients synthétiques

*Données calculées sur la base des kg de matières premières achetés. Les indicateurs relatifs aux formules ne tiennent pas compte des ingrédients des produits fabriqués en dehors de notre usine (full service).

78,8 % des ingrédients contribuent à une réduction de la bioaccumulation dans l'environnement

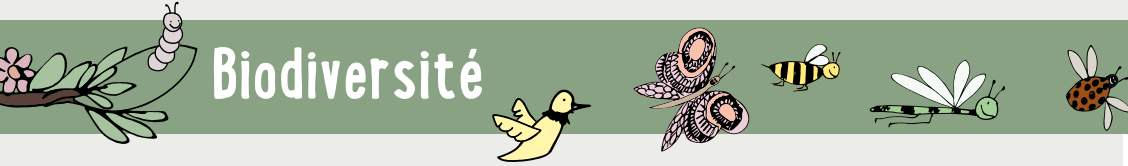
C'est-à-dire qu'ils empêchent l'accumulation de substances toxiques dans les organismes, contribuant ainsi à la préservation des écosystèmes.



- Ingrédients moins bioaccumulables
- Autres ingrédients

Dans ce calcul, nous considérons les matières premières rapidement biodégradables (classées comme telles selon la méthode OCDE 301 (du règlement CE n° 648/2004, c'est-à-dire dont plus de 70 % du composé se dégrade en seulement 28 jours), l'eau et les substances non organiques.

Biodiversité



30,6 % de matières premières

disposant d'une certification sociale ou environnementale, dont 28,6 % une certification environnementale et 2,0 % une certification sociale

Depuis 2014, nous collaborons avec Slow Food pour protéger la biodiversité italienne :

12 ingrédients

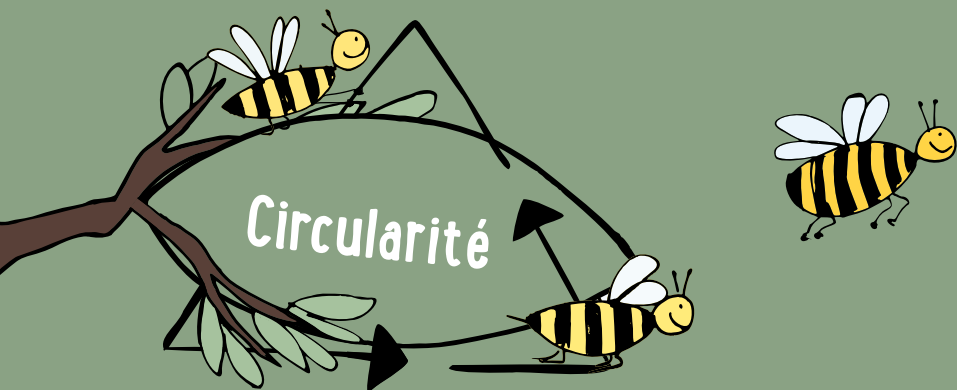
issus de Sentinelles Slow Food utilisés dans nos formules haircare depuis 2014



Objectifs 2024

- Communiquer la stratégie de l'entreprise sur la biodiversité à l'horizon 2030.
- Valider 8 nouveaux ingrédients issus de l'agriculture régénératrice pour nos formules.
- Mettre en place et gérer l'Expérience 3 au sein d'EROC avec un nouveau partenaire international.
- Continuer à participer et organiser des événements de diffusion et de formation sur les activités de recherche du projet EROC et sur l'agriculture biologique régénératrice.
- Obtenir la certification ROC pour EROC et soutenir 14 agriculteurs dans leur obtention de cette certification.
- Participer à au moins 2 demandes de financement pour des projets EROC.





Nous faisons des choix éclairés, nous appliquons les principes de l'eco design, pour tendre toujours davantage vers des processus circulaires et à faible émission de carbone.

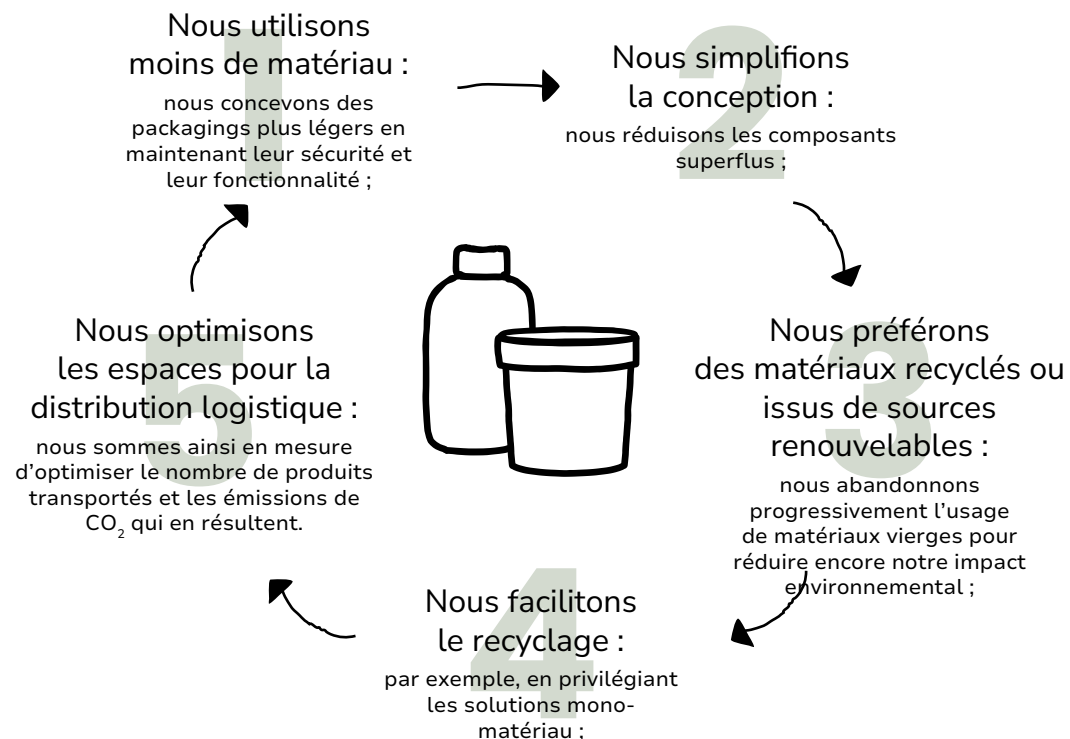
L'eco design préside à la création de nos packagings

Nous développons nos packaging selon les principes du modèle circulaire.

Comme nous l'avons établi dans notre **Charte pour la Recherche sur le Packaging**, nos packagings doivent être : « conçus, produits et commercialisés de manière à permettre leur réutilisation ou leur récupération, y compris leur recyclage, et réduire leur impact sur l'environnement ».

Ainsi, au Davines Group Village, nous disposons d'une équipe dédiée à la recherche et au développement du packaging, qui s'inspire des principes de l'eco design pour étudier des solutions à moindre impact pour tous nos produits, tant en termes d'innovation matérielle que d'efficacité des processus, en préservant toujours la qualité et la sécurité. Ce n'est qu'après cette étude que les produits sont mis en production et commercialisés.

Nos principes d'eco design



Preuves d'application de l'eco design

More Inside Spray

les nouvelles bombes aérosol sont en aluminium recyclé

En 2023, grâce à une étroite collaboration avec nos fournisseurs, nous avons pu atteindre un objectif important pour tous les produits en spray et mousse More Inside : nous avons abandonné les bombes aérosol en aluminium 100 % vierge au profit de bombes en aluminium 100 % recyclé post-consommation. Nous avons ainsi évité de puiser de nouvelles ressources sur la planète et réduit nos émissions de CO₂eq.

100 % aluminium recyclé.



Hydramemory Rich Sorbet Cream

60 ml rechargeable

Nous avons repensé cet emballage pour le rendre systématiquement réutilisable avec l'achat d'une nouvelle recharge. En effet, le pot extérieur en verre et son couvercle sont conçus pour être permanents, tandis que seule la crème contenue dans un mince emballage plastique est retirée et rachetée.

Réduction de 95 % des matériaux utilisés pour le packaging (à l'achat de la recharge par rapport au produit entier initial).



[comfort zone]

The Century Of Light

pot avec recharge

Nous avons repensé le packaging de ce produit pour lancer une campagne de recharge en 2024 : le pot de 800 g est vendu dans un emballage comprenant 2 sachets de recharge, qui peuvent être rachetés ultérieurement. À travers cette stratégie qui incite à la réutilisation du pot et de la mesure, nous avons réduit nos émissions de CO₂ et de près de 40 % l'utilisation de matières premières.

Réduction d'au moins 40 % de la consommation de matières premières, dont :

- Réduction d'au moins 61 % de la consommation de plastique
- Réduction d'au moins 5 % de la consommation de papier



Primés en matière d'eco design

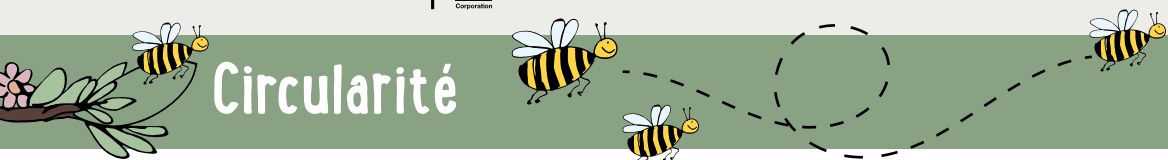
Sublime Skin Intensive Serum rechargeable

Nous avons repensé l'emballage du sérum pour le rendre réutilisable avec l'achat d'une recharge. Le flacon en verre, la pompe et le couvercle sont en effet réutilisables puisqu'il permettent de remplacer uniquement la recharge interne, en plastique. Grâce à ce projet, nous avons remporté le prix 2023 Innovazione Circolare – Riutilizzo (Innovation circulaire – Réutilisation) de Conai.

- Réduction d'au moins 20 % du potentiel de réchauffement climatique
- Réduction d'au moins 25 % de la consommation énergétique
- Réduction d'au moins 10 % de la consommation d'eau
- Réduction d'au moins 91 % des ressources utilisées à l'achat d'une recharge par rapport au flacon entier



[comfort zone]



Les outils de recherche et développement du packaging

Life Cycle Assessment de nos produits

Compte tenu de la somme des émissions générées à chaque phase du cycle de vie du produit, nous appliquons depuis des années l'analyse LCA (Life Cycle Assessment) à la majeure partie de nos produits. La LCA nous permet d'évaluer scientifiquement quels matériaux constituent la meilleure option disponible en termes d'impact environnemental global.

Entre 2019 et 2023, nous avons analysé un total de 351 produits des deux marques, appartenant aux **lignes suivantes** :

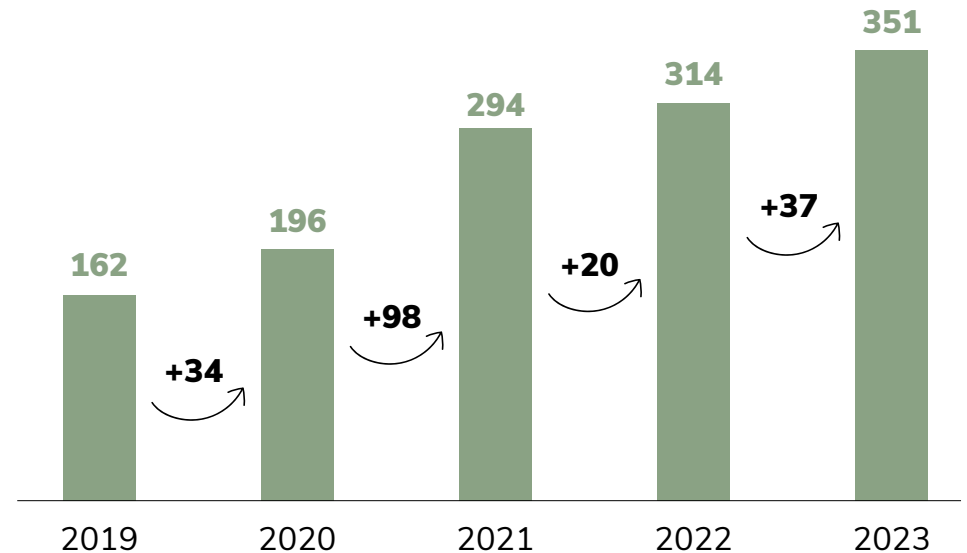
Davines

- Essential Haircare : 57 (shampoing et après-shampoing)
- Heart of Glass : 10*
- Mask : 108
- Naturaltech : 68*
- OI : 20*
- Pasta & Love : 4
- A Single Shampoo : 2*

[confort zone]

- Sacred Nature : 17*
- Sublime Skin : 35*
- Sun Soul : 14
- Hydramemory : 16*

*soit l'ensemble de la ligne.



En 2023, le pourcentage de produits couverts par la LCA, en fonction du chiffre d'affaires, s'élève à 56,7 %.

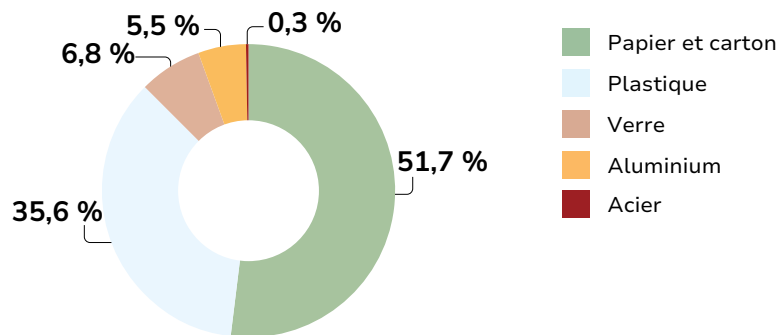


De quoi sont faits nos packagings

Nous calculons depuis 2023 les indicateurs relatifs au packaging, visibles dans les graphiques ci-dessous, en y incluant les produits fabriqués hors de notre usine de production (full service). Par conséquent, **le cadre de déclaration en 2023 est différent de celui de 2021 et 2022.**

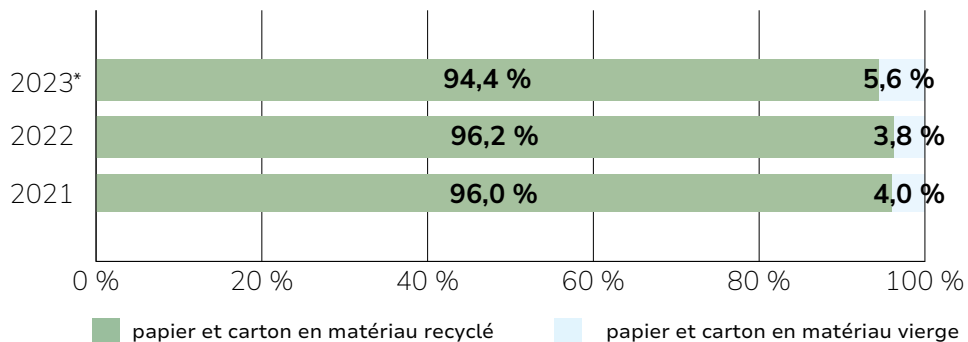
Ventilation des matériaux utilisés en 2023

Sur la quantité totale de matériau de packaging acheté



Packaging en papier et carton

Sur la quantité totale de matériau de packaging en papier et carton secondaire et tertiaire acheté



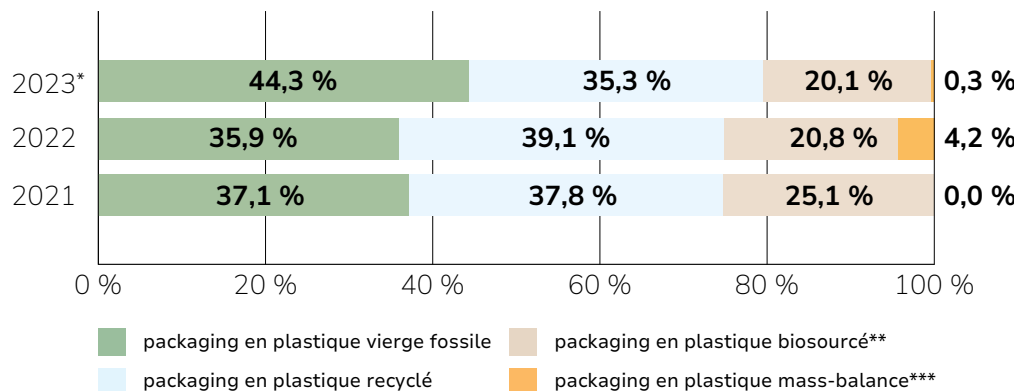
*Hors full service, les valeurs de 2023 sont les suivantes :
 - 98 % de papier et de carton en matériau recyclé
 - 2 % de papier et de carton en matériau vierge

Charte pour la Recherche sur le Packaging

Ce guide, créé il y a 12 ans et constamment mis à jour avec les derniers développements en matière d'innovation, oriente notre Laboratoire dans l'application des principes d'eco design, visant à réduire l'utilisation de matières premières.

Packaging en plastique

Sur la quantité totale de matériaux de packaging en plastique primaire, secondaire et tertiaire achetés

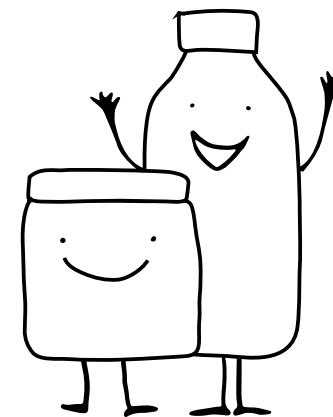


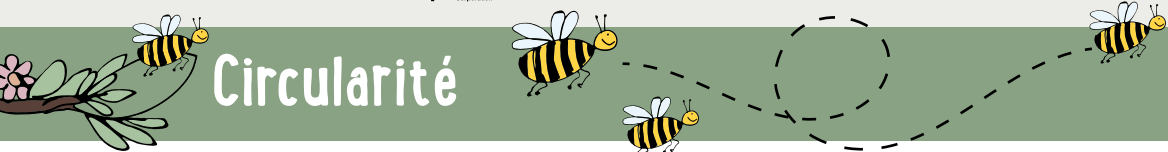
*Hors full service, les valeurs de 2023 sont les suivantes :

- 35,9 % de packaging en plastique vierge fossile
- 40,6 % de packaging en plastique recyclé
- 23,2 % de packaging en plastique biosourcé
- 0,4 % de packaging en plastique mass-balance

**Le plastique biosourcé que nous utilisons est un plastique produit à partir de ressources renouvelables (canne à sucre). Il n'est pas biodégradable mais recyclable comme du plastique.

***Le plastique mass-balance que nous utilisons est un plastique produit à partir de bio naphta dérivé de déchets organiques (huile de cuisson usagée) et de déchets organiques industriels (l'huile de tall, un résidu de la production de papier). Il n'est pas certifié tout au long de la filière.

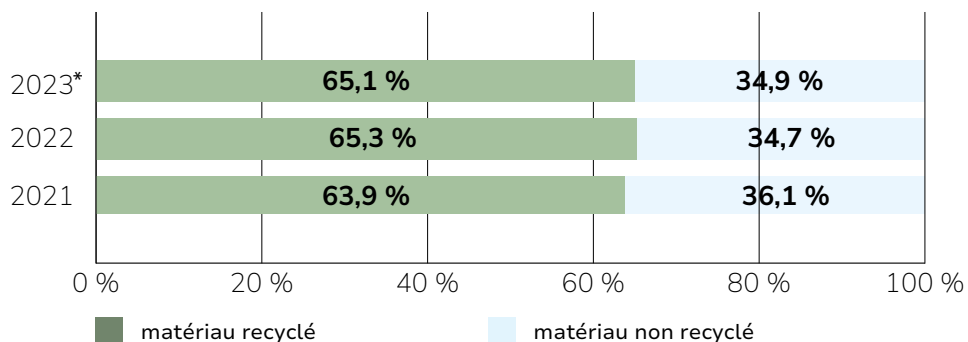




Circularité

Packaging en matériaux recyclés

Sur la quantité totale de matériaux de packaging primaire, secondaire et tertiaire achetés

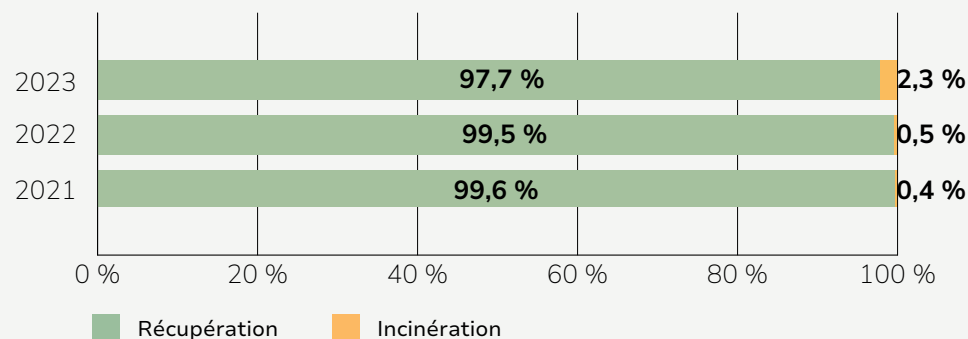


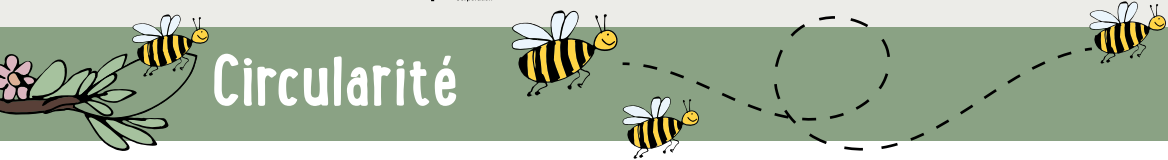
*Hors full service, les valeurs de 2023 sont les suivantes :
- 68 % de matériau recyclé
- 32 % de matériau non recyclé



La récupération de nos déchets solides

Dans une optique d'amélioration continue, nous travaillons depuis 2021 avec un gestionnaire environnemental pour récupérer nos déchets, ceux qui sont recyclés et ceux qui sont envoyés à la valorisation énergétique, dont l'énergie est récupérée. Le schéma illustre le résultat de cet engagement qui nous pousse vers une gestion toujours plus circulaire de nos déchets industriels. La légère augmentation des déchets destinés à l'incinération en 2023 résulte d'une élimination exceptionnelle de substances qui, de par leur nature, ne peuvent pas être récupérées.





Circularité

Nous collectons le plastique dans l'environnement

Nous suivons les principes de l'eco design pour réduire l'impact du packaging au sein de notre chaîne de valeur. Néanmoins, nous sommes conscients que le packaging présente également un certain nombre de défis en dehors de la chaîne elle-même, en particulier lorsqu'il n'est pas correctement éliminé et recyclé et qu'il se retrouve donc dans l'environnement.

Ainsi, **depuis 2021, nous collaborons avec Plastic Bank**, une entreprise spécialisée dans la récupération de déchets plastique dans l'environnement, avant qu'ils ne finissent dans les océans.

Plastic Bank contrôle et suit tout le plastique par blockchain : une fois collecté, le plastique est réinjecté dans la chaîne d'approvisionnement.

La première année, nous avons favorisé la collecte dans l'environnement de 100 tonnes de plastique autrement voué à finir dans l'océan.

Nous avons fait encore plus les années suivantes.

Depuis 2022, nous neutralisons notre impact :

Pour chaque produit en plastique vendu, une quantité équivalente de déchets en plastique est retirée des zones côtières d'Indonésie, des Philippines et du Brésil.



Entre 2021 et 2023, ont été collectées





Nous faisons de notre mieux pour limiter notre impact environnemental, convaincus que si toutes les entreprises du monde entier collectaient « leur » plastique, il n'y aurait plus de plastique rejeté dans l'environnement.




Nos projets, quelques exemples :

Le packaging devient peigne

 Nous avons créé un peigne 100 % plastique récupéré des produits professionnels Davines. Les produits ont été collectés auprès des salons adhérents au Royaume-Uni et recyclés par Handle Recycling. Le peigne ainsi obtenu a été offert aux clients e-commerce en France et au Royaume-Uni au cours des mois d'octobre et novembre.

 Royaume-Uni, France.


 Handle Recycling, salons Davines et clients e-commerce au Royaume-Uni et en France.

 640 peignes fabriqués.






Partenariat Redress

 Nous soutenons le Redress Design Award, le plus important concours de design de mode durable organisé par Redress, ONG environnementale basée à Hong Kong qui promeut une approche circulaire et à faible impact dans le domaine de la mode. En coulisse, notre équipe de coiffeurs a apporté le professionnalisme et les produits nécessaires pour soutenir ce concours et l'affirmation des valeurs qu'il promeut.


 Hong Kong.


 Coiffeurs Davines, Redress.


 11 coiffeurs et 10 stylistes de l'équipe Davines impliqués.




Soutien de Toiletries Amnesty

 L'équipe [comfort zone] du Royaume-Uni a parcouru 42 km à l'occasion du marathon de Londres pour collecter des fonds en faveur de Toiletries Amnesty. Cette organisation vise à promouvoir l'hygiène personnelle tout en réduisant le gaspillage de l'industrie cosmétique, en créant un pont entre donateurs et personnes en difficulté.

 Londres.

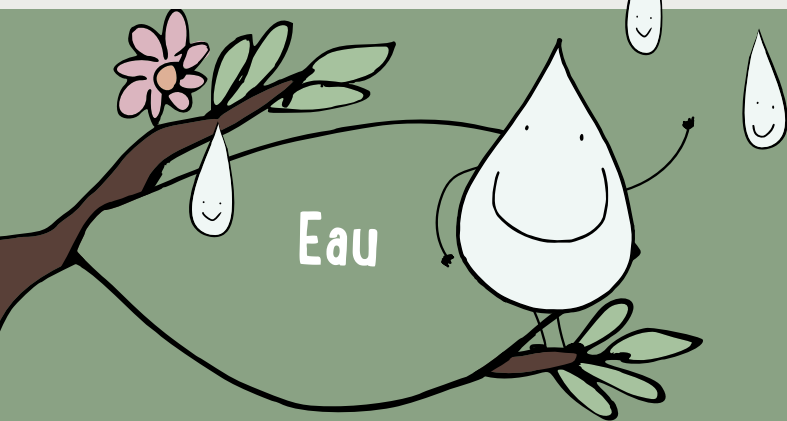
 Collaborateurs [comfort zone] Royaume-Uni, fournisseurs, Toiletries Amnesty.

 7 collaborateurs [comfort zone] et 1 fournisseur ayant participé au marathon, 2 410 £ versés à Toiletries Amnesty.

[comfort zone]

Objectifs 2024

- Communiquer la stratégie de l'entreprise sur la circularité à l'horizon 2030.
- Poursuivre notre partenariat avec Plastic Bank ([voir page 71](#)), en ajoutant la Thaïlande aux pays de collecte des déchets.
- Réduire d'au moins 2 % la quantité de plastique vierge utilisée dans nos packagings par rapport à la quantité de packaging en plastique vierge acheté en 2023.
- Consolider l'analyse LCA en vue d'obtenir la certification de notre méthode, et maintenir notre engagement de réaliser l'analyse sur les nouvelles lignes lancées, tout en achevant celle des lignes de 2023.



Nous nous engageons à préserver et restaurer les bassins d'eau en réduisant notre empreinte hydrique.



La réduction de la consommation d'eau dans nos processus de production

Nous sommes engagés depuis longtemps à réduire notre impact sur les ressources en eau. La conservation de l'eau et la réduction de notre empreinte hydrique tout au long de la chaîne de valeur figurent en effet parmi les principaux objectifs de notre stratégie de durabilité actuelle.

Voici quelques-unes de nos interventions les plus importantes ces dernières années :

2018 – Amélioration de l'efficacité du système de refroidissement/chauffage des machines

Grâce à un système automatisé, l'eau utilisée pour le refroidissement/chauffage est prélevée dans le circuit principal du Davines Group Village. Une fois utilisée, elle est stockée puis réutilisée grâce à un circuit fermé, qui permet de la réintroduire dans la boucle pour l'utiliser dans le cycle suivant, en évitant ainsi le gaspillage. **D'ici la fin 2024, environ 90 % des machines seront équipées de ce système.**

2020 – Rénovation de l'installation de stockage et de distribution de l'eau osmosée

L'osmoseur, qui traite l'eau utilisée dans les recettes ou pour le lavage des machines, a été entièrement rénové, avec tous les avantages qui en découlent pour l'environnement. Le nouvel osmoseur a été conçu pour **éliminer les cas de pollution de l'eau osmosée**, qui nécessitaient des interventions répétées pour le lavage et la désinfection de l'ensemble du système et des réservoirs, avec l'utilisation de grandes quantités de substances chimiques et d'eau pour le rinçage ainsi qu'une surcharge de la station d'épuration.

2021 – Mise en service du nouvel osmoseur à ozone

La mise en service de notre nouvelle installation de production d'ozone nous a permis de remplacer l'usage de substances chimiques pour la phase de désinfection post-lavage.

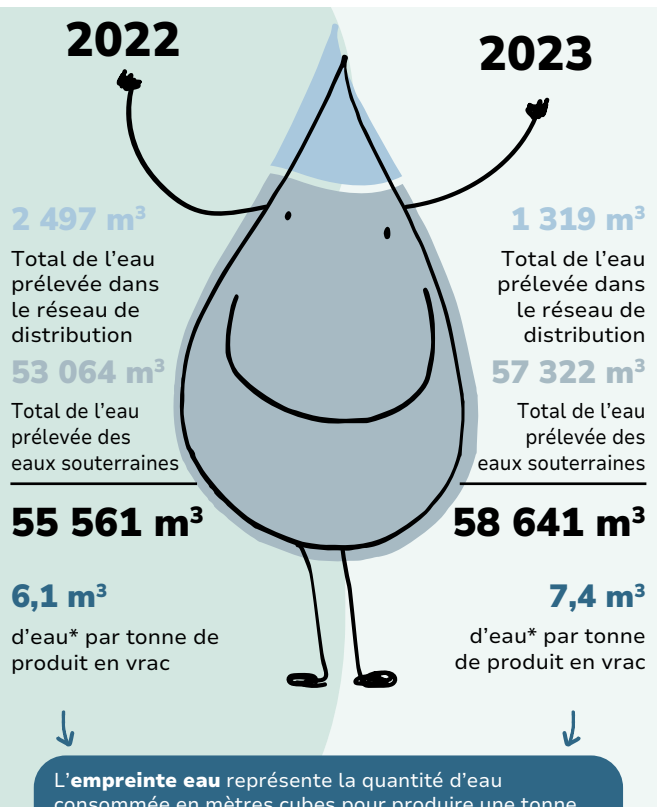
Dans la phase suivante, une simple **procédure à lampes UV** est utilisée pour éliminer l'ozone de l'eau. Cette approche permet d'améliorer l'efficacité, d'éviter la dispersion d'eau et l'utilisation de produits chimiques. Elle représente un engagement tangible pour une gestion responsable des ressources et la réduction de l'impact environnemental.

2023 – Installation d'équipements et de machines économes en eau

Nous avons installé, mais pas encore testé, une nouvelle unité de production permettant d'installer des débitmètres massiques pour la surveillance ponctuelle de la consommation d'eau en phase de lavage des machines. L'unité est également équipée d'un système de lavage à haute pression qui réduit nettement la consommation d'eau. Pour finir, en mai, une optimisation supplémentaire des temps de lavage et une modification des cycles nous a permis de réduire le nombre de litres d'eau nécessaires au CIP (Cleaning In Place, nettoyage en place) de notre unité principale de production. **Pour chaque CIP, nous avons estimé l'économie à plus de 3 500 litres d'eau.**



L'empreinte hydrique du Davines Group Village



L'empreinte eau représente la quantité d'eau consommée en mètres cubes pour produire une tonne de produit (vrac). Elle mesure donc l'efficacité de l'utilisation de l'eau pendant le processus de production.

La consommation et l'empreinte eau ne présentent pas d'amélioration manifeste par rapport à 2022, car des améliorations sont prévues pour 2023 et seront pleinement opérationnelles en 2024. Les progrès seront visibles à partir de 2024.

*Pour calculer l'empreinte eau, seule l'eau utilisée en phase de production a été prise en compte.

Nos projets, quelques exemples :

Eau potable en Équateur

En collaboration avec WAMI, nous avons permis aux salons Davines italiens de faire parvenir de l'eau potable à des familles démunies en Amérique du Sud. Chaque salon adhérent a déclenché le don de 100 000 litres d'eau potable qui ont été distribués à des personnes qui n'y avaient pas accès dans le village de Zhizho, en Équateur.



Village de Zhizho, Équateur.



Salons Davines Italie, WAMI, communauté de Zhizho.



1 023 salons adhérents, 100 000 litres d'eau potable donnés par salon adhérent.



Mare d'Amare 2.0



Grâce à cette campagne, créée en collaboration avec Worldrise ONLUS, les instituts [confort zone] Italie et leurs clients ont soutenu la collecte des filets de pêche abandonnés sur les fonds marins, contribuant ainsi à revitaliser la biodiversité et les prairies de Posidonie de Méditerranée, essentielles à la protection de nombreuses espèces de poissons et à l'absorption du CO₂.



Ligurie, Italie.



Instituts [confort zone] Italie, clients finaux, Worldrise ONLUS.

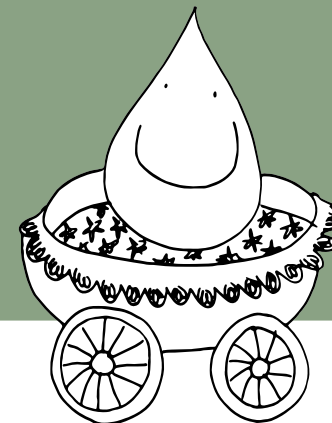


3 filets fantômes collectés dans la Zone de protection marine de Capo Mortola.

[confort zone]

Objectifs 2024

- Communiquer la stratégie de l'entreprise sur l'eau à l'horizon 2030.
- Tester la nouvelle unité de production (voir page 72), qui permet d'installer des débitmètres massiques pour la surveillance de la consommation d'eau.
- Remplacer certaines machines de production par une technologie de lavage permettant d'économiser l'eau en phase de lavage.
- Mettre en service la nouvelle machine à eau osmosée, qui permet d'économiser environ 5 m³ d'eau pour 6 m³ produits.



B Responsible

Nous travaillons quotidiennement pour nourrir notre activité d'advocacy et notre responsabilité en matière de durabilité, en partageant l'expérience et les valeurs du mouvement B Corp et en communiquant notre engagement pour une amélioration continue.



Résultats 2023

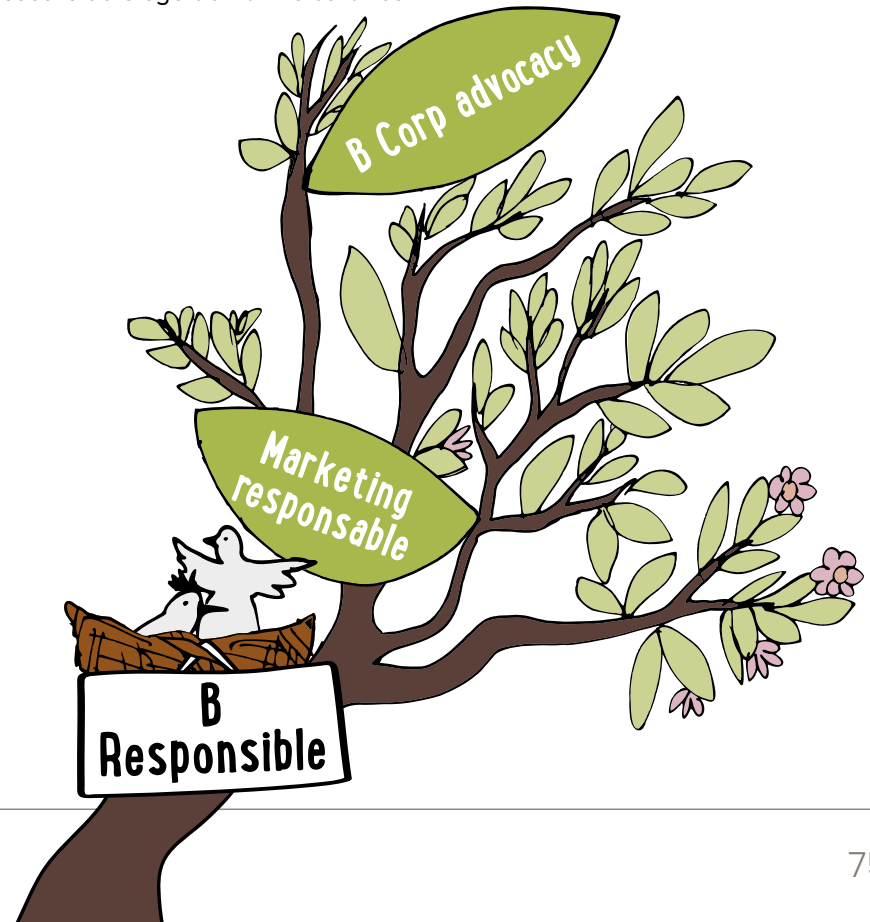
📌 Organiser 2 appels d'offres réservés aux fournisseurs B Corp.

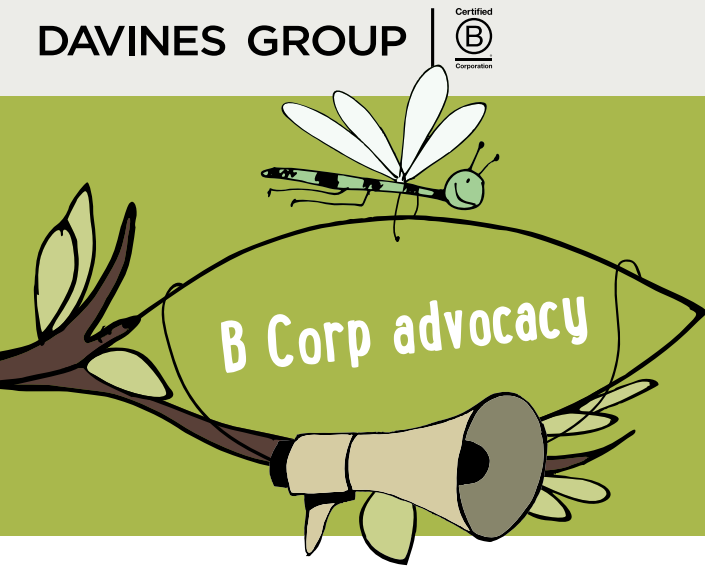
Cette année encore, nous avons réservé l'attribution exclusive des composants de packaging les plus stratégiques en termes de quantité et de valeur aux fournisseurs certifiés B Corp. Il s'agit entre autres de la fourniture des étuis de la ligne de coloration Mask, à laquelle ont participé 4 fournisseurs B Corp, et celle des boîtes des campagnes de Noël, à laquelle ont participé 3 fournisseurs B Corp.



📌 Poursuivre nos efforts d'advocacy et de soutien aux fournisseurs afin qu'ils soient de plus en plus nombreux à obtenir la certification B Corp.

Nous continuons d'encourager et de soutenir nos fournisseurs pour qu'ils obtiennent la certification B Corp, tant à travers notre engagement permanent et notre sensibilisation à l'impact social et environnemental, qu'à travers des incitations commerciales concrètes, telles que les appels d'offres réservés. Ainsi, 2 nouveaux fournisseurs ont obtenu la certification B Corp en 2023, pour un total de 19 fournisseurs du siège de Parme certifiés.





Nous collaborons avec d'autres organisations afin de promouvoir une activité qui soit une force positive pour nous et pour la planète.

Notre advocacy depuis 2016

Depuis que nous participons au mouvement B Corp, nous nous faisons **promoteurs du modèle B Corp** au sein et à l'extérieur de notre communauté, afin que toutes nos parties prenantes, en particulier nos partenaires, visent un modèle régénérateur et à impact positif sur les personnes et l'environnement.

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

19 fournisseurs de notre siège de Parme

2 distributeurs internationaux

4 salons internationaux

B Beauty Coalition

En 2020, nous avons été les initiateurs de cette alliance entre B Corp de l'industrie de la beauté, créée pour améliorer les pratiques environnementales et sociales dans ce secteur.

Officiellement structurée en 2021 avec 7 fondateurs, l'alliance a été inaugurée en 2022 et est aujourd'hui pleinement opérationnelle pour influencer le changement.

Fin 2023, la coalition compte 85 membres.

[En savoir plus.](#)

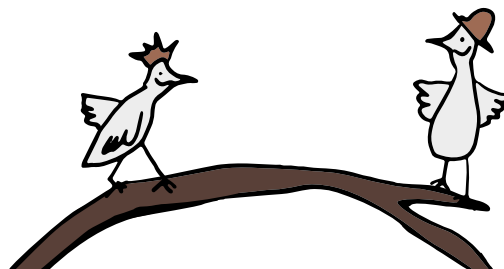
La campagne Davines B THE CHANGE

Créée pour promouvoir les valeurs du mouvement B Corp, cette campagne souligne la nécessité d'unir les forces pour améliorer notre approche vis-à-vis du monde. Les personnes et les entreprises ont en effet le potentiel d'être de précieuses forces bénéfiques, en créant un puissant changement positif et en s'encourageant mutuellement à poursuivre un avenir plus prospère pour la planète et ses habitants.

Italie, France, Australie, Émirats Arabes Unis, Croatie, Slovaquie, Ukraine, Pologne, Estonie, République Tchèque, Pays-Bas




davines





B Corp advocacy


Comment nous soutenons et diffusons les valeurs de B Corp

Encuentro +B

 Davines Group a soutenu activement cet événement de Monterrey, le plus important du mouvement B Corp en Amérique Latine. Notre collègue Sonia Ziveri, Chief Sustainability Officer, a été invitée à présenter la B Corp Beauty Coalition, tandis que notre filiale mexicaine a sponsorisé l'événement avec des produits.

 Amérique Latine.


 Collaborateurs Davines Mexique et Amérique Latine, distributeurs Davines, communauté des B Corp.


 Plus de 850 participants issus de 27 pays, 27 personnes de l'univers Davines impliquées entre collaborateurs de Davines Mexique, Amérique Latine, salons et distributeurs.







Cours Sustainable Salon

 La filiale de Davines au Royaume-Uni a organisé des cours pour aider les salons à devenir plus durables. Le but est de les soutenir dans le développement d'objectifs à impact positif pour la planète, les collaborateurs et leur communauté, tout en améliorant leur image et leur attrait pour les clients qui adhèrent aux valeurs de la marque.


 Londres, Royaume-Uni.


 Salons et distributeurs Davines.


 6 cours Sustainable Salon organisés, 21 personnes impliquées.




Soutien de la communauté B Corp de New York

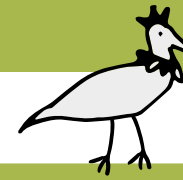
 Davines Amérique du Nord continue à promouvoir le développement de la communauté B Corp de New York, qui a commencé avec la création de la Davines Group House, un espace servant de point de rencontre, d'échange et d'événements avec d'autres B Corp, dans le secteur de la beauté et au-delà. Cette initiative témoigne de notre fort engagement en tant que purpose-driven brand (marque axée sur des objectifs) dans l'univers B Corp.

 New York, Amérique du Nord.

 Collaborateurs Davines Amérique du Nord, salons et distributeurs Davines, salons de beauté, communauté B Corp de New York.

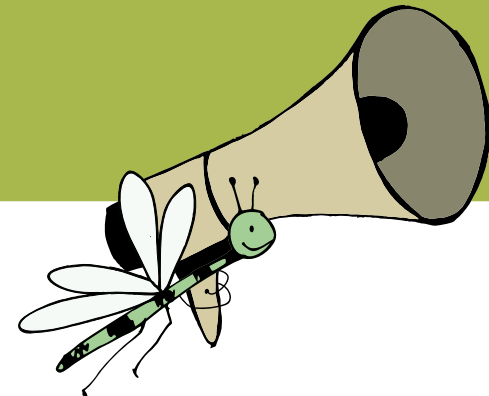
 2 grands événements organisés, 400 personnes impliquées.





Objectifs 2024

- Persévérer dans notre engagement d'advocacy pour qu'un nombre toujours croissant de nos partenaires rejoigne le mouvement B Corp.
- Continuer à réserver chaque année au moins 2 appels d'offres aux seuls fournisseurs B Corp.
- Organiser un workshop avec nos fournisseurs du siège de Parme pour les sensibiliser aux questions de durabilité environnementale et sociale.





Nous développons nos marques conformément à notre mission d'entreprise axée sur les parties prenantes à travers la transparence et des choix en phase avec nos valeurs.

Transparence et responsabilité

Nous croyons qu'il est essentiel de développer des **pratiques de marketing transparentes et responsables** en communiquant sur notre impact pour permettre aux parties prenantes de faire des choix tout aussi responsables. Pour cela, nous œuvrons constamment à :



la transparence et la fiabilité des informations sur l'origine des matières premières et des ingrédients utilisés, les bienfaits, l'impact environnemental et social des produits ;



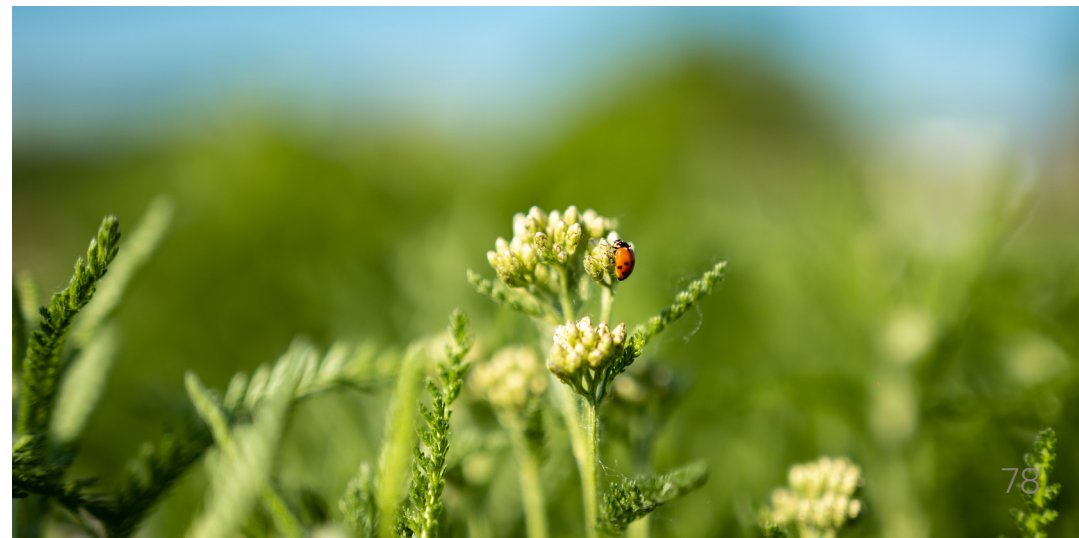
un langage clair et sans ambiguïté dans nos communications.

Pour y parvenir, nous avons mis en œuvre une **Politique de marketing et de communication interne** axée sur l'éthique et la transparence, qui définit les principes, les valeurs et les processus qui orientent les activités de toutes les personnes impliquées dans la création de supports marketing et de communication. Notre approche repose sur une vérification rigoureuse des sources et des informations, afin d'éviter toute forme d'activité susceptible d'être assimilée à du greenwashing.

L'appartenance au mouvement B Corp

B Lab, organisme tiers et indépendant, constitue une source de confirmation extérieure et fiable de nos actions, et donc de ce que nous communiquons. Tous les trois ans, B Lab vérifie la cohérence entre nos paroles et nos actions à travers un contrôle extérieur rigoureux.

La qualification de B Corp consacre notre engagement à mesurer et intégrer notre impact social et environnemental positif tout au long de la chaîne de valeur de l'entreprise.





Gouvernance responsable et transparente

Notre gouvernance transparente se traduit par la communication des décisions de l'entreprise, des processus décisionnels et des politiques de manière **claire et accessible** à toutes les parties prenantes par le biais de différents canaux d'information.

Notre gouvernance responsable inclut l'adoption du Modèle d'organisation, de gestion et de contrôle en vertu du Décret législatif n° 231/2001, de la Charte Éthique, du Code de conduite pour les fournisseurs et/ou les partenaires et, enfin, de la Procédure de dénonciation (voir page 21).

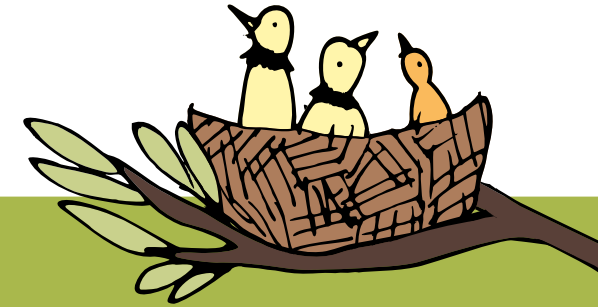
100 %

des dirigeants du siège de Parme et des cadres dirigeants des filiales suivent un programme de performance review contenant des objectifs de durabilité

100 %

des responsables du siège de Parme à tous les niveaux de l'organisation* ont des références à la durabilité dans leur énoncé de mission et des objectifs spécifiques liés à celle-ci

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



Objectifs 2024

- Amorcer un projet pilote pour quantifier et commencer à surveiller les investissements en matière de durabilité de tous les départements de l'entreprise.
- Lancer le projet pilote PDP (Product Detail Page) sur le site e-commerce de Davines, qui fournit des informations plus détaillées sur la durabilité grâce auxquelles le client peut faire des choix plus éclairés.
- Lancer le premier cours mondial sur la durabilité pour les salons Davines.



DAVINES GROUP

davines
sustainable beauty



[comfort zone]
conscious skin science

davinesgroup.com