

KORFF

THE SCIENCE IN BEAUTY



Bilancio di Sostenibilità
2022

Lettera agli stakeholder	p. 4	5. Valorizzazione delle persone	p. 48
Highlights	p. 6	5.1 Persone	p. 50
1. L'azienda	p. 8	5.2 Diversità e pari opportunità	p. 51
1.1 La bellezza inizia dalla scienza	p. 10	5.3 Formazione	p. 52
1.2 Assetto organizzativo e business model	p. 13	5.4 Benessere aziendale	p. 52
1.3 Paesi di presenza	p. 16	5.5 Obiettivi di miglioramento	p. 54
1.4 Premi e riconoscimenti	p. 16	6. Attenzione verso i clienti e verso le comunità	p. 56
2. Etica e sostenibilità del business	p. 18	6.1 Attività di formazione per i clienti	p. 59
2.1 Visione, missione, valori	p. 20	6.2 Iniziative per la comunità	p. 60
2.2 Gestione responsabile	p. 21	6.3 Obiettivi di miglioramento	p. 62
2.3 Impegno per la sostenibilità	p. 22	7. Tutela dell'ambiente	p. 64
2.4 Analisi di materialità	p. 24	7.1 Energia	p. 66
2.5 Obiettivi di miglioramento	p. 26	7.2 Emissioni in atmosfera	p. 68
3. Creazione di valore economico	p. 28	7.3 Acqua	p. 70
3.1 Generazione e distribuzione di valore	p. 30	7.4 Rifiuti	p. 70
3.2 Obiettivi di miglioramento	p. 32	7.5 Obiettivi di miglioramento	p. 72
4. Innovazione e sicurezza di prodotto	p. 34	Nota metodologica	p. 74
4.1 Rapporto con i fornitori	p. 36	Annex	p. 80
4.1.1 Catena di fornitura	p. 37	GRI content index	p. 90
4.1.2 Fornitori di logistica	p. 37		
4.1.3 Qualifica e valutazione dei fornitori	p. 38		
4.2 Ingredienti e packaging	p. 39		
4.3 Innovazione, ricerca e sviluppo	p. 41		
4.4 Qualità e sicurezza dei prodotti	p. 42		
4.5 Trasparenza nella comunicazione e soddisfazione dei clienti	p. 43		
4.6 Nuovi lanci di prodotto	p. 44		
4.7 Obiettivi di miglioramento	p. 46		



Indice

Lettera agli stakeholder

Cari stakeholder, sono orgoglioso di presentarvi il primo Bilancio di sostenibilità di Korff S.r.l., che illustra le performance dell'azienda in campo economico, ambientale, sociale relative all'anno 2022.

Korff considera la sostenibilità come leva fondamentale per la creazione di valore nel tempo ed è costantemente impegnata a condurre le proprie attività tenendo in considerazione gli interessi di tutti gli stakeholder, nella consapevolezza che il dialogo e la condivisione degli obiettivi siano strumenti attraverso i quali creare valore reciproco.

A testimonianza di questo impegno, nel 2021 Korff ha fatto una scelta importante: modificare lo Statuto per diventare Società Benefit. Si tratta di un passaggio formale che sancisce a livello legale quella che da sempre è la vocazione dell'azienda: perseguire un modello di business sostenibile e in grado di generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente.

L'azienda, per comunicare in modo trasparente con i propri stakeholders, ha deciso inoltre di non limitarsi alla pubblicazione della semplice Relazione d'impatto, documento previsto dalla normativa per le Società Benefit, ma di spingersi oltre e di pubblicare un Bilancio di sostenibilità elaborato secondo gli standard internazionali GRI (Global Reporting Initiative).

La volontà di fare impresa in modo responsabile e sostenibile di Korff trova il suo fondamento sia nel modello di business, sia nel Piano strategico di sostenibilità, che Korff sta sviluppando in collaborazione con Istituto Ganassini SpA di Ricerche Biochimiche, dove è previsto un impegno concreto verso gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030 (SDGs).

Tale approccio intende garantire resilienza nel lungo termine, sviluppando ulteriormente la capacità di Korff di reagire velocemente e con efficacia a fenomeni esogeni significativi, quali pandemie, cambiamenti climatici, guerre, eventi climatici estremi, etc. La capacità, quindi, di essere flessibili e di saper interpretare e reagire ad eventi straordinari, rappresentano il fattore discriminante per assicurare la competitività di un'azienda nel lungo periodo.

Raccontare il nostro 2022 significa essere consapevoli sia della strada già percorsa sia di quella che saremo chiamati a percorrere, con determinazione e lungimiranza, portando avanti la nostra visione, i nostri valori e la nostra missione: creare prodotti efficaci, innovativi, sicuri e di straordinaria piacevolezza per valorizzare la bellezza autentica di ogni individuo, senza mai dimenticare l'impegno nei confronti della società e dell'ambiente.



Giuseppe Ganassini di Camerati
Amministratore unico Korff S.r.l.

Korff considera la sostenibilità come leva fondamentale per la creazione di valore nel tempo





circa **11,5 Mio di euro**
RICAVI



circa **10,4 Mio di euro**
VALORE DISTRIBUITO

LANCI:



13
nuovi prodotti

RICONOSCIMENTI:



2 premi
Elle Beauty Awards

PARI OPPORTUNITÀ:



il 91%
dei collaboratori è donna



COMUNITÀ:
supporto a **7 onlus**



CLIENTI:
formazione per **2.168 clienti**



QUALITÀ E SICUREZZA:
analizzati
319 lotti
di prodotti finiti



CONSUMI ENERGETICI:
-2,2%
RISPETTO AL 2021



PRELIEVI IDRICI:
-6,8%
RISPETTO AL 2021



EMISSIONI CO₂ (SCOPE 1 E SCOPE 2):
-1,8%
RISPETTO AL 2021



RIFIUTI:
88%
DEI RIFIUTI
DESTINATO ALLA
RACCOLTA
DIFFERENZIATA

KORFF
THE SCIENCE IN BEAUTY



01

L'azienda



- 1.1 La bellezza inizia dalla scienza
- 1.2 Assetto organizzativo e business model
- 1.3 Paesi di presenza
- 1.4 Premi e riconoscimenti



L'azienda

La bellezza inizia dalla scienza

Korff S.r.l. Società Benefit è da oltre cinquant'anni il punto di riferimento della cosmetica in farmacia, grazie a soluzioni innovative ad alto contenuto scientifico e tecnico che hanno la bellezza come ispirazione e principio a cui tendere.

Korff crea soluzioni scientifiche innovative caratterizzate da texture, profumi e colori appaganti per una pelle sana e meravigliosa. Garantisce risultati efficaci e comprovati, unendoli ad esperienze estremamente sensoriali.

Per Korff **la bellezza inizia dalla scienza**: da sempre l'azienda offre prodotti efficaci, innovativi, sicuri e di straordinaria piacevolezza.

1.1 La bellezza inizia dalla scienza

La storia di Korff inizia negli anni settanta e da subito i prodotti Korff ottengono grande successo grazie alle performance eccellenti ed alla qualità elevata.

La crescita del brand trova nuova linfa nel 2009, anno in cui Korff viene acquisita dalla famiglia Ganassini ed entra a far parte dell'universo di imprese ad essa legate. Le formulazioni iniziano a beneficiare dell'attività dei laboratori di ricerca del Gruppo Istituto Ganassini, facendo leva sul sapere dermatologico e sull'attenzione alla purezza delle materie prime che hanno sempre caratterizzato l'azienda nella sua lunga storia.

L'intensa attività di ricerca dei laboratori del Gruppo è determinante per giungere, nel 2019, al lancio di Collagen Age Filler, best seller del marchio. Istituto Ganassini S.p.A. di Ricerche Biochimiche Società Benefit è

infatti protagonista nel settore della dermocosmetica nazionale ed internazionale da quasi 90 anni.

Il Gruppo produce e commercializza prodotti per la cura della pelle, dispositivi medici e prodotti per la cura dei capelli, in grado di soddisfare i severi standard dell'industria farmaceutica.

Lo studio di formulazioni inedite e altamente innovative e l'utilizzo di principi attivi ad alta concentrazione, l'impiego di tecnologie d'avanguardia hanno consentito ai prodotti del Gruppo di offrire la miglior risposta alle differenti esigenze dermatologiche ed estetiche, garantendo la massima sicurezza delle formulazioni.

Il successo commerciale decennale di alcune formulazioni, il riconoscimento di medici e farmacisti e la soddisfazione dei consumatori finali hanno consentito al Gruppo Istituto Ganassini di ampliare la propria gamma di prodotti e rafforzare la propria presenza sul mercato.

La lunga storia di successo del Gruppo Istituto Ganassini nasce dalla passione per la ricerca chimica e biochimica del Professor Domenico Ganassini di Camerati, ordinario di Chimica all'Università di Pavia, pioniere nello studio delle applicazioni della Niacina. Nota come Vitamina PP, questa molecola, è capace di svolgere un'azione protettiva della cute favorendone la circolazione sanguigna.

La lunga storia di successo del Gruppo Istituto Ganassini nasce dalla passione per la ricerca chimica e biochimica del Professor Domenico Ganassini di Camerati

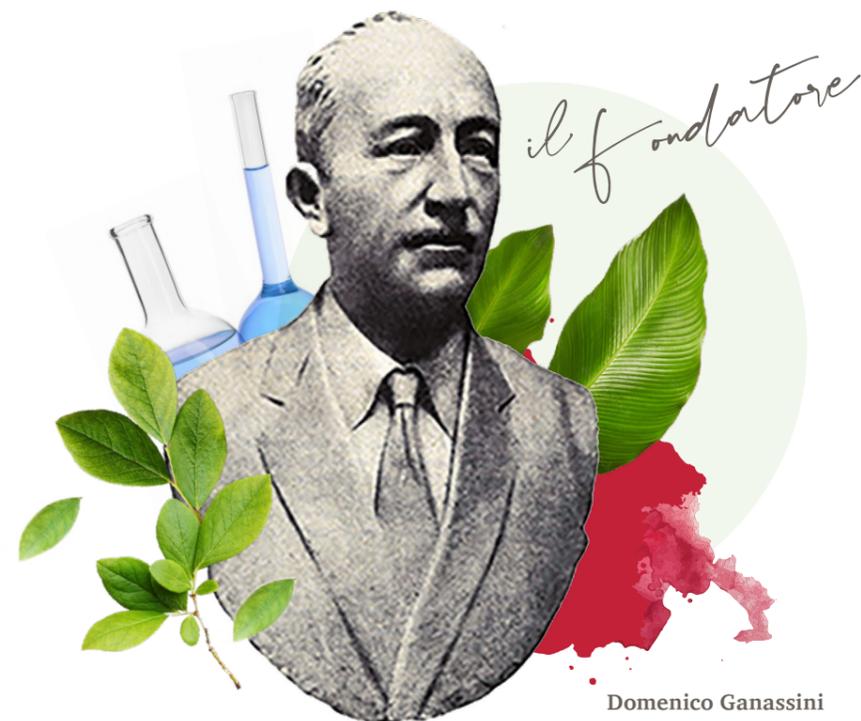
L'ambizione di rivoluzionare il campo e i metodi di ricerca delle cure dermatologiche portano il Professore a fondare nel 1935 nel centro di Milano, **Istituto Ganassini di Ricerche Biochimiche**. Nel 1955 viene inaugurata l'attuale sede direzionale del Gruppo, in Via Pietro Gaggia 16 a Milano.

La prima linea di prodotti realizzata da Istituto Ganassini è **Vitamindermina**, formulata appositamente per trattare le irritazioni da sfregamento. Il prodotto, dopo quasi un secolo di successi, è tutt'ora in commercio.

I buoni riscontri dei primi preparati aiutano il Gruppo Istituto Ganassini a crescere: nel 1960 la famiglia Ganassini acquisisce **Farmagan**, azienda di San Marino che dal 1935 studia la salute e la bellezza dei capelli e del cuoio capelluto.

Nel 1972, due anni dopo essere entrato in azienda, l'attuale Presidente di Istituto Ganassini e nipote omonimo del fondatore, Domenico Ganassini di Camerati fonda il marchio **Rilastil**, applicando per la prima volta le conoscenze e i metodi dell'industria farmaceutica alla cura della bellezza della pelle. Il desiderio di ricercare e sperimentare soluzioni ai problemi di elasticità cutanea - aspetto fino ad allora poco considerato - porta alla nascita di **Rilastil Smagliature**, primo prodotto del marchio, che da 50 anni è il punto di riferimento del mercato in questo segmento.

L'ambizione di rivoluzionare il campo e i metodi di ricerca delle cure dermatologiche portano il Professore a fondare nel 1935 nel centro di Milano, **Istituto Ganassini di Ricerche Biochimiche**



Domenico Ganassini

I successi alimentano la propensione aziendale alla costante innovazione: nel 1990 viene fondato **Bioclin**, marchio che si pone come obiettivo la creazione di nuove ed efficaci sinergie tra tecnologia scientifica, natura e cura della persona. La scelta di Bioclin per una cosmetica sostenibile che sappia integrare ricerca e salvaguardia dell'ambiente, rafforza ulteriormente l'attenzione alla sostenibilità che oggi caratterizza le attività del Gruppo.

Nel nuovo millennio l'universo aziendale Ganassini continua a crescere sia ampliando la gamma dei propri prodotti, sia effettuando acquisizioni esterne.

Nel 2008 viene costituita **Laboratorio di Ricerche Biochimiche**, azienda che si occupa del deposito, della distribuzione e del confezionamento di prodotti per conto delle aziende che fanno parte del Gruppo Istituto Ganassini e per le altre aziende della famiglia Ganassini. Inoltre, oltre a **Korff**, nel 2009 entra a far parte della Gruppo Istituto Ganassini **Dermofarm**, laboratorio farmaceutico leader in Spagna, fondato nel 1972 e

specializzato in ricerca e innovazione nel campo della dermocosmetica.

Nel 2013 Il Gruppo crea **Ganassini Unipessoal** in Portogallo e nel 2014 sbarca in Francia con l'acquisizione di **La Compagnie de Provence**, maison francese fondata nel 1990 e attiva nello sviluppo di prodotti da bagno che offrono, attraverso un packaging iconico, una rivisitazione in chiave moderna dei saponi di Marsiglia.

Nel 2018 viene acquisita dal Gruppo **The Organic Pharmacy** azienda cosmetica inglese fondata nel 2000 che concilia ingredienti organici a tecniche high-tech. Partita da un primo store monomarca a Londra in Kings Road, dopo una rapida crescita la società britannica ha raggiunto ad oggi 36 Paesi e nel 2008 ha fondato **The Organic Pharmacy USA** a Los Angeles.

Presidiati i grandi mercati europei il Gruppo guarda oltre: nel 2019 viene fondata **Shangai Ganassini Trading**, con l'obiettivo di avvicinarsi al mercato asiatico.

La storia di Istituto Ganassini



1935

Il Professor Domenico Ganassini di Camerati, ordinario di Chimica all'Università di Pavia, fonda a Milano **Istituto Ganassini di Ricerche Biochimiche**



1955

Viene inaugurata l'attuale sede direzionale del Gruppo, in Via Pietro Gaggia 16 a Milano.



1960

La famiglia Ganassini acquisisce **Farmagan**, azienda di San Marino che dal 1935 studia la salute e la bellezza dei capelli e del cuoio capelluto.



1972

Domenico Ganassini di Camerati, attuale Presidente e nipote omonimo del fondatore, fonda il marchio **Rilastil**.



1990

Viene fondato **Bioclin**, marchio che si pone come obiettivo la creazione di nuove ed efficaci sinergie tra tecnologia scientifica, natura e cura della persona.



2009

Il Gruppo acquisisce **Dermofarm**, laboratorio farmaceutico leader in Spagna, specializzato in ricerca e innovazione nel campo della dermocosmetica dal 1972.



2009

La famiglia Ganassini acquisisce **Korff**, azienda italiana che dal 1970 crea soluzioni scientifiche innovative con texture, profumi e colori unici per tutte le esigenze di cura della pelle.



2013

Il Gruppo fonda **Ganassini Unipessoal** in Portogallo.



2014

Viene acquisita **La Compagnie de Provence**, maison francese attiva nello sviluppo di prodotti da bagno che offrono, attraverso un packaging iconico, una rivisitazione in chiave moderna dei saponi di marsiglia.



2015

Viene pubblicato il primo Bilancio di sostenibilità di **Istituto Ganassini**, holding del Gruppo.



2018

Viene acquisita **The Organic Pharmacy**, azienda cosmetica inglese fondata nel 2000 che concilia ingredienti organici a tecniche high-tech.



2019

Viene fondata **Shanghai Ganassini Trading**, con l'obiettivo di avvicinarsi al mercato asiatico.



2021

Istituto Ganassini e **Korff** diventano **Società Benefit**.



2022

Viene posta la prima pietra del nuovo hub produttivo e logistico di **Bioclin** a Settala, alle porte di Milano.

L'innovazione che ha alimentato la crescita internazionale del Gruppo e ne ha decretato il successo commerciale, si accompagna da sempre alla gestione responsabile delle attività di business.

Negli ultimi anni il Gruppo Istituto Ganassini ha deciso di rafforzare il proprio impegno nei confronti della responsabilità sociale d'impresa iniziando un ambizioso percorso di sostenibilità. Nel 2015 è stato pubblicato il primo Bilancio di sostenibilità di Istituto Ganassini, holding dell'omonimo Gruppo, al fine di comunicare verso l'esterno l'impegno nei confronti della sostenibilità ambientale e sociale.

Nel 2021 Istituto Ganassini e Korff, società esterna al Gruppo ma appartenente alla famiglia Ganassini, sono diventate Società Benefit. Attraverso una modifica del proprio Statuto societario Istituto Ganassini e Korff si sono formalmente impegnate, nell'esercizio della propria attività economica, a perseguire finalità di beneficio comune, operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti dei propri portatori di interesse, generando impatti positivi sulla società e sull'ambiente.

L'innovazione che ha alimentato la crescita internazionale del Gruppo e ne ha decretato il successo commerciale si accompagna da sempre alla gestione responsabile delle attività di business

La strategia di sviluppo del Gruppo Istituto Ganassini e delle altre aziende della famiglia Ganassini è improntata alla crescita, all'innovazione, alla sostenibilità: nel 2022 è stata posta la prima pietra del nuovo hub produttivo e logistico di Bioclin - società appartenente alla famiglia Ganassini - a Settala, alle porte di Milano. Il polo è stato progettato con tecnologie d'avanguardia e sarà in grado di produrre in modo efficiente, minimizzando gli impatti sull'ambiente.

1.2

Assetto organizzativo e business model

La famiglia Ganassini possiede cinque aziende che operano nel campo della dermocosmesi:

Korff S.r.l. Società Benefit, società di diritto italiano con sede a Milano che si occupa di produzione e del commercio in qualità di rappresentante o commissionaria di prodotti medicinali, cosmetici, profumeria, integratori dietetici e articoli sanitari in genere.

Farmagan S.p.A., società di diritto sanmarinese con sede a Serravalle, che si occupa di produzione, confezione e commercio sia in proprio che per rappresentanza, commissione o concessione di specialità medicinali, di prodotti farmaceutici in genere, di prodotti di profumeria e cosmesi, di prodotti dietetici, alimentari e affini. Farmagan è anche attiva nella fabbricazione di prodotti per toeletta.

Bioclin S.r.l., società di diritto italiano con sede a San Giuliano

Milane (MI) si occupa della produzione di prodotti cosmetici, medicinali, dispositivi medici, profumeria, integratori dietetici e alimentari in conto proprio e/o terzi, nonché del commercio degli stessi articoli ed altri, anche in qualità di rappresentante o commissionaria.

Laboratorio di Ricerche Biochimiche S.r.l., società di diritto italiano con sede a San Giuliano Milanese (MI) che si occupa del deposito, della distribuzione e del confezionamento di prodotti cosmetici, medicinali, dispositivi medici, profumeria, integratori dietetici e alimentari in conto proprio e/o terzi, nonché il commercio degli stessi articoli ed altri, anche in qualità di rappresentante o commissionaria.

Istituto Ganassini S.p.A. di Ricerche Biochimiche Società Benefit, capogruppo del Gruppo omonimo, è una società di diritto italiano con sede a Milano. Opera nel settore farmaceutico-cosmetico e si occupa esclusivamente della direzione strategica, scientifica e commerciale del Gruppo.

Il Gruppo Istituto Ganassini è costituito inoltre dalle controllate:

- **Dermofarm S.A.U.**
- **The Organic Pharmacy Limited**
- **The Organic Pharmacy LLC**
- **S.A.S. La Compagnie de Provence**
- **Shanghai Ganassini Trading Co., Ltd.**

La controllata **Dermofarm S.A.U.** detiene una partecipazione di controllo nella società **Ganassini Unipessoal Lda.**

Nel dettaglio:

- **Dermofarm S.A.U.** è una società di diritto spagnolo, con sede a Rubí, Barcellona, che svolge attività di produzione, elaborazione e commercializzazione di prodotti di cosmetica.

- **Ganassini Unipessoal Lda** è una società di diritto portoghese, con sede a Lisbona, attiva nell'elaborazione e nella commercializzazione di prodotti cosmetici, per l'igiene, la dietetica, e la diagnostica, nonché di specialità e prodotti farmaceutici, l'acquisto e la vendita di materie prime e prodotti correlati, insieme allo sfruttamento di marchi direttamente connessi alle attività descritte.

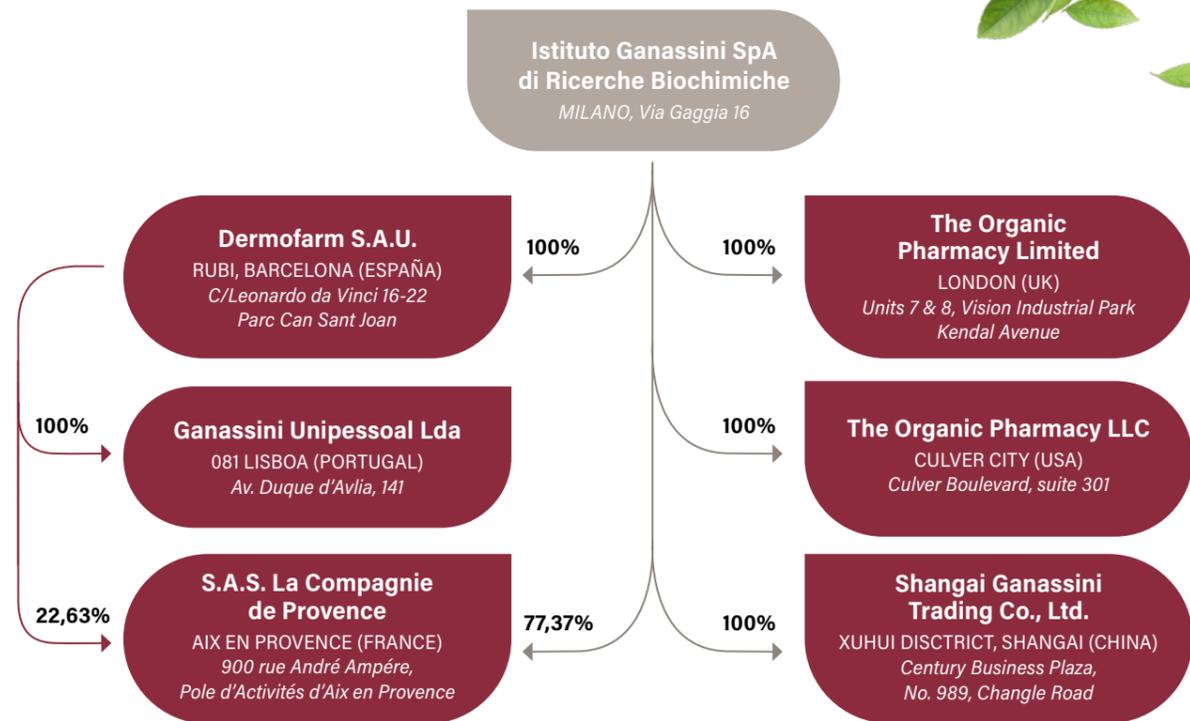
- **S.A.S. La Compagnie de Provence** è una società di diritto francese, con sede ad Aix en Provence, che svolge attività di produzione e commercializzazione di saponi, profumeria, oli essenziali, cosmetici e lozioni per capelli.

- **The Organic Pharmacy Limited** è una società di diritto inglese, con sede a Londra, che svolge attività specializzata in formulazioni fitofarmaceutiche con attivi naturali clinicamente testati realizzati totalmente al suo interno.

- **The Organic Pharmacy LLC** è una società di diritto statunitense, con sede a Culver City, Beverly Hills, (Los Angeles) che svolge attività di commercializzazione di prodotti per la cura del corpo, cosmetica e integratori alimentari.

- **Shanghai Ganassini Trading Co., Ltd** è una società di diritto cinese, con sede a Shanghai, che ha per oggetto il commercio all'ingrosso e al dettaglio di diverse categorie merceologiche dai cosmetici ai prodotti per l'igiene.

LA STRUTTURA SOCIETARIA DEL GRUPPO



La strategia di sostenibilità di Korff è curata dal team di sostenibilità del Gruppo Istituto Ganassini, con l'obiettivo di massimizzare la creazione di impatti positivi per il territorio e la collettività

Il legame con le imprese della famiglia Ganassini si riflette anche a livello di governance: Korff ha sede a Milano, nel quartier generale del Gruppo Istituto Ganassini, e si è costituita, nel 2018, come società a responsabilità limitata, con Giuseppe Ganassini di Camerati come Amministratore unico.

L'Amministratore unico è responsabile delle scelte strategiche dell'azienda, che vengono prese in sinergia con le linee strategiche del Gruppo Istituto Ganassini, di cui Korff condivide l'impegno per la ricerca scientifica, l'innovazione l'elevata qualità dei prodotti e la sostenibilità in tutte le attività di business.

A riprova della volontà di creare le migliori sinergie tra Korff e le aziende del Gruppo, Korff beneficia di alcune delle figure e delle strutture chiave di Istituto Ganassini. La strategia di sostenibilità, in particolare, è curata dal team di sostenibilità del Gruppo Istituto Ganassini, con l'obiettivo di massimizzare la creazione di impatti positivi per il territorio e la collettività.

Giuseppe Ganassini, Responsabile d'impatto, è la figura che ha il compito di monitorare, rendicontare, implementare e migliorare gli obiettivi volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune.

Ideazione, produzione e commercializzazione di prodotti in due diverse aree:



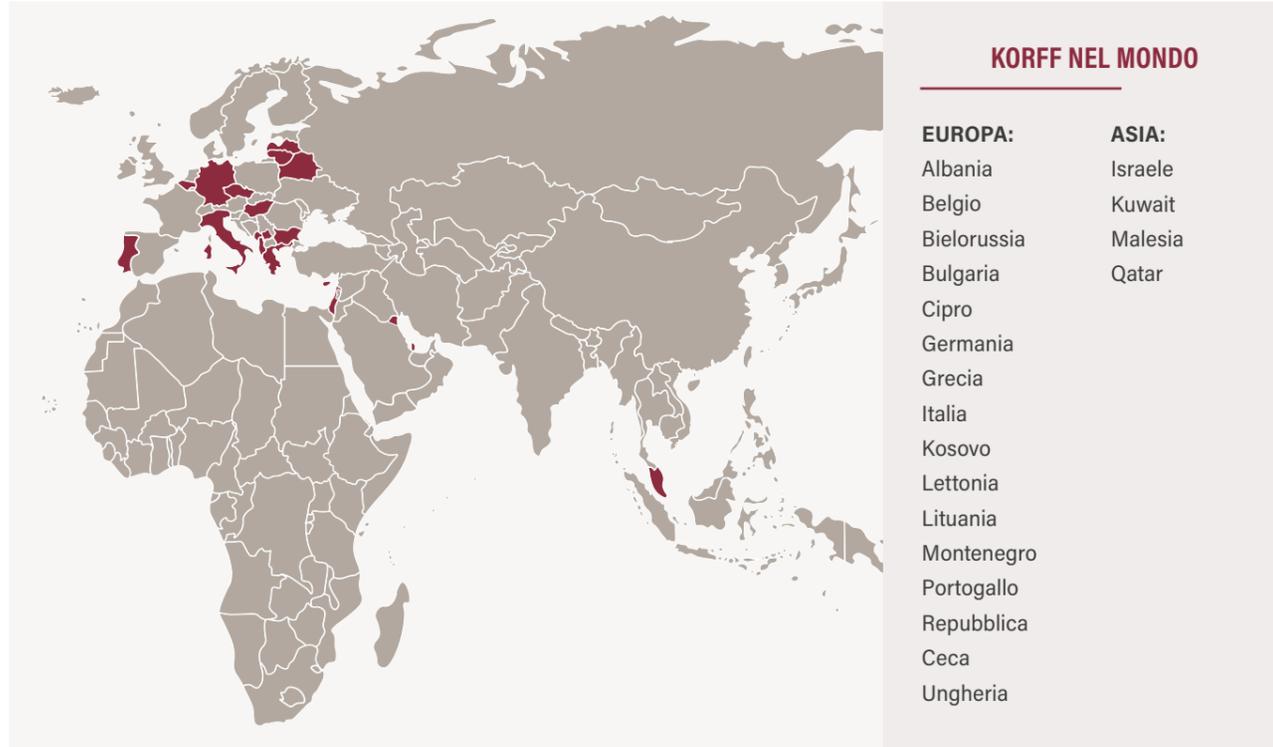
Cura della pelle



Make up

1.3 Paesi di presenza

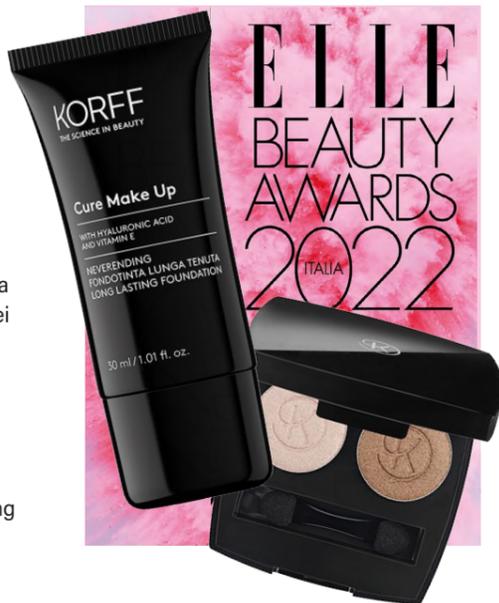
I prodotti Korff sono commercializzati in 19 paesi in Europa ed Asia, grazie ad una rete di distribuzione fortemente radicata nei territori. La fabbricazione dei prodotti Korff è affidata agli stabilimenti di proprietà della famiglia Ganassini, localizzati nell'Unione Europa (Farmagan S.p.A., Serravalle, Repubblica di San Marino e Bioclin S.r.l., San Giuliano Milanese-MI, Italia) ed a terzisti situati nell'Unione Europea.



1.4 Premi e riconoscimenti

Grazie al carattere innovativo dei suoi prodotti e al rigore scientifico delle sue formulazioni, nel 2022 Korff è stata protagonista della decima edizione dei prestigiosi Elle Beauty Awards Italia ed è stata premiata in due categorie:

- Miglior trucco occhi con Ombretto Palette Duo
- Miglior fondotinta con Neverending Fondotinta Lunga Tenuta



Miglior fondotinta
NEVERENDING FONDOTINTA
LUNGA TENUTA



Miglior trucco occhi
OMBRETTO PALETTE DUO

Korff è da oltre cinquant'anni il punto di riferimento della cosmetica in farmacia, grazie a soluzioni innovative ad alto contenuto scientifico e tecnico che hanno la bellezza come ispirazione e principio a cui tendere





Etica e sostenibilità del business



- 2.1 Visione, missione, valori
- 2.2 Gestione responsabile del business
- 2.3 Impegno per la sostenibilità
- 2.4 Analisi di materialità
- 2.5 Obiettivi di miglioramento



Etica e sostenibilità del business

La responsabilità d'impresa è un valore che guida tutte le attività di Korff, nella piena consapevolezza che tra i valori etici e il successo dell'impresa esiste un legame strettissimo. La responsabilità dell'impresa si concretizza dunque nella creazione di valore per tutti gli stakeholder, permettendo di instaurare un rapporto di reciproca fiducia e collaborazione, indispensabile per il perseguimento del bene comune.

Per Korff la responsabilità d'impresa è la capacità di fornire risposte alle istanze dei portatori d'interesse, mentre l'etica costituisce il fondamento ultimo della responsabilità e le conferisce senso. Ecco quindi che il perseguimento del profitto si accompagna alla creazione di valore, che ricomprende l'impatto sociale ed ambientale che l'impresa è in grado di produrre sulla comunità, sul territorio e sulla società più in generale. Korff assume quindi degli impegni verso la collettività, da cui trae risorse, competenze, beni e servizi comuni: diventare fattore di sviluppo economico e sociale, nel rispetto dell'ambiente e delle sue risorse, a difesa degli interessi delle generazioni presenti e future.

La responsabilità d'impresa è un valore che guida tutte le attività di Korff

2.1

Visione, missione, valori

In Korff la **bellezza inizia dalla scienza**. L'obiettivo è creare soluzioni innovative, efficaci e sicure per valorizzare la bellezza autentica di ogni individuo.

La **mission** di Korff è quella di fondere la scientificità del comparto farmacia alle performance del settore cosmetico. Il nostro intento è quello di creare

texture performanti e formulazioni in grado di rispondere alle diverse esigenze della pelle.

I prodotti Korff sono caratterizzati da sensorialità e piacevolezza e sono in grado di assicurare un'esperienza unica e appagante, in linea con le tendenze del momento.

La **vision** di Korff pone al centro la ricerca, l'innovazione e la sostenibilità, valori fondamentali per affrontare il futuro e partecipare con responsabilità e consapevolezza al cambiamento in atto.

SCIENZA

La ricerca scientifica è la nostra fonte di innovazione. Lavoriamo al continuo aggiornamento delle formule per realizzare prodotti che migliorino la qualità della pelle.

EFFICACIA

Lavoriamo per creare prodotti efficaci e affidabili che garantiscano a chi utilizza i nostri prodotti i risultati testati.

QUALITÀ

Sottoponiamo tutti i nostri prodotti ad accurati controlli di qualità chimico-fisici e microbiologici. La soddisfazione del consumatore è una priorità.

SOSTENIBILITÀ

Per noi la sostenibilità è il valore fondamentale con cui condurre il nostro business. Ogni azione è pensata in un'ottica di compensazione.

I VALORI

2.2. Gestione responsabile

I principi e i valori che hanno guidato Korff dal 2009, anno in cui l'azienda è entrata nell'universo Ganassini, trovano una chiara applicazione nel Codice Etico.

Questo documento è non solo una raccolta di principi etici e di comportamento, ma anche uno strumento concreto per promuovere o vietare determinati comportamenti sia nei rapporti interni sia nei rapporti esterni alla società, attraverso norme di condotta ispirate ai principi di legalità, trasparenza e correttezza della società.

Il **Codice Etico** è un documento ufficiale in cui vengono dettagliati i diritti, i doveri e le responsabilità di Korff nei confronti dei propri stakeholder. Per questo motivo il Codice è a disposizione dei clienti, dei fornitori e di tutti gli altri soggetti che interagiscono con l'azienda. Tutti coloro che ricevono incarichi o che hanno rapporti durevoli con Korff sono tenuti a rispettare i principi e i criteri di condotta contenuti nel Codice Etico, nell'ambito dei rapporti che questi soggetti hanno con l'azienda.

Il Codice Etico costituisce parte integrante del **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (Modello 231)** di cui Korff si è volontariamente dotata nel 2019.

Il Modello è finalizzato alla prevenzione dei reati previsti all'interno del D. Lgs 231/2001 sulla responsabilità delle organizzazioni: prevede la predisposizione di procedure e regole di comportamento idonee a evitarne il rischio di commissione, sulla base di un'analisi di rischio di tutti i reati a cui la società è esposta nello svolgimento delle proprie attività e in particolare di quelli "presupposti", che costituiscono cioè la condizione per il concretizzarsi di altri reati. L'ultimo aggiornamento del Modello

I PRINCIPI ETICI DI KORFF

I 10 principi del Codice Etico su cui si fondano il governo e la gestione delle attività aziendali:

- Rispetto di leggi e regolamenti
- Integrità di comportamento
- Ripudio di ogni discriminazione
- Valorizzazione delle risorse umane
- Tutela dell'ambiente
- Correttezza in ambito contrattuale
- Trattamento e protezione dei dati
- Comportamenti professionali
- Lealtà, onestà e correttezza
- Risoluzione dei conflitti di interesse



231 di Korff è stato effettuato a dicembre 2020 e l'azienda è attualmente in fase di valutazione di ulteriori aggiornamenti.

Il compito di verificare l'attuazione e l'applicazione del Codice Etico ricade sui dirigenti della società e sull'Amministratore unico. Quest'ultimo, oltre a monitorare il rispetto del Codice - avendo a tale fine accesso a tutte le fonti di informazione - suggerisce gli opportuni aggiornamenti del testo, anche sulla base delle segnalazioni ricevute dal personale.

L'Amministratore unico ha inoltre il compito di vigilare sull'effettività e sull'efficacia del Modello 231, verificando che questo sia in linea con le attività e i processi sensibili svolti in concreto dall'azienda e di valutare la necessità di un suo aggiornamento in base all'evoluzione e alle modifiche normative.

L'applicazione dell'etica aziendale a tutte le attività si traduce in indirizzi precisi, rivolti a dipendenti e collaboratori. In particolare, chiunque venga a conoscenza, o sia ragionevolmente convinto dell'esistenza di una

violazione del nostro Codice Etico, di quanto previsto dal nostro Modello 231, di una determinata legge o delle procedure aziendali ha il dovere di informare immediatamente il proprio responsabile e l'Amministratore unico.

La segnalazione deve avvenire per iscritto e in forma non anonima: l'azienda pone in essere i necessari accorgimenti, che tutelino i segnalatori da qualsiasi tipo di ritorsione, intesa come atto che possa dare adito a forme di discriminazione o penalizzazione (per esempio interruzione dei rapporti con partner, fornitori, consulenti, ecc.; negazione di promozioni ai dipendenti). Korff si impegna, per questo, ad assicurare la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge.

Nel periodo di rendicontazione non sono pervenute segnalazioni per presunte violazioni al Codice Etico o al Modello di Organizzazione e Controllo di Istituto Ganassini, a riprova dell'efficacia dei sistemi e delle procedure di prevenzione e controllo.

KORFF PER IL BENEFICIO COMUNE



Realizziamo e commercializziamo prodotti dermocosmetici e integratori alimentari che promuovano valori di bellezza naturale, ricerca scientifica, responsabilità sociale e ambientale.



Promuoviamo la bellezza, intesa come fonte di ispirazione e punto di arrivo per la ricerca e la realizzazione di ogni disegno aziendale, attraverso lo sviluppo di prodotti attenti a soddisfare l'esigenza sensoriale del consumatore e progetti dedicati a esaltare il patrimonio culturale italiano.



Promuoviamo la ricerca e l'innovazione tecnico-scientifica per migliorare la qualità delle formule, la sicurezza d'impiego, l'efficacia d'uso e l'esperienza di consumo e per favorire lo sviluppo di pratiche sostenibili e processi di innovazione a tutela dell'ambiente.



Promuoviamo prodotti sviluppati con ingredienti sempre più sostenibili e packaging sempre più riciclabili, valorizzando e comunicando i progressi ottenuti in termini di sostenibilità sociale, economica e ambientale.



Promuoviamo una politica aziendale sempre più inclusiva, attenta al benessere dei nostri collaboratori, attraverso la creazione e il mantenimento di un ambiente di lavoro positivo, agile e stimolante, dove il singolo mette a disposizione conoscenze e competenze per sviluppare il proprio potenziale, crescere professionalmente e diventare parte attiva e partecipe dell'identità aziendale.

2.3 Impegno per la sostenibilità

Per Korff la sostenibilità è il valore fondamentale su cui fondare il proprio business.

La vocazione in questo ambito è stata confermata dalla scelta, avvenuta nel 2021, di modificare lo Statuto per diventare **Società Benefit**. Si tratta di passaggio formale che sancisce a livello legale quello che è da sempre l'impegno dell'azienda: perseguire un modello di business più sostenibile e in grado di generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente. Essere una Società Benefit significa per noi abbracciare un modello di impresa il cui obiettivo è **creare valore per tutti gli stakeholder**.

Korff condivide i principi etici del Gruppo Istituto Ganassini. I rapporti con i portatori di interesse, a tutti i livelli, sono quindi improntati a criteri e comportamenti di assoluta correttezza, collaborazione, lealtà e reciproco rispetto.

L'attenzione dell'azienda nei confronti degli stakeholder vede al primo posto i **consumatori**, che scelgono consapevolmente i prodotti Korff. Ad essi l'azienda propone un'esperienza che coniuga qualità e innovazione, garantendo il massimo delle performance.

Seguono i **clienti** che propongono i prodotti Korff nelle loro farmacie e parafarmacie, a cui l'azienda offre la possibilità, attraverso specifici percorsi

Essere una Società Benefit significa per noi abbracciare un modello di impresa il cui obiettivo è creare valore per tutti gli stakeholder

di formazione, di incrementare le proprie conoscenze e la propria professionalità.

Per Korff rivestono un ruolo fondamentale i **talenti** che collaborano con l'azienda con professionalità e passione. Korff offre alle proprie persone opportunità di sviluppo di competenze e crescita professionale, sposando la filosofia di lavoro "lean", che caratterizza le altre realtà dell'universo Ganassini ed è incentrata sul miglioramento del lavoro di squadra, oltre che sulla valorizzazione delle capacità, dell'imprenditorialità e della creatività individuale.

Fra gli stakeholder cui Korff dedica particolare attenzione ci sono i **fornitori** che, nel loro rapporto con l'azienda, beneficiano di vantaggi relativi alla reputazione e all'acquisizione di know-how. Il loro apporto è fondamentale per sviluppare prodotti sostenibili e dalle performance eccellenti.

Korff entra in relazione con le **istituzioni** e le **comunità**, impegnandosi a creare un circolo virtuoso determinato dalla massimizzazione degli impatti positivi e minimizzazione degli impatti negativi diretti e indiretti della propria attività. Korff supporta iniziative di sostegno nei confronti dei territori e delle comunità sia su scala locale che nazionale e internazionale (come spiegato in dettaglio nel Capitolo 6).

Nell'ottica di comunicare in modo trasparente e rigoroso a tutti i propri stakeholder le proprie performance di sostenibilità, a partire dal 2022 Korff ha deciso di redigere in modo volontario il **Bilancio di sostenibilità annuale**, elaborato secondo gli standard internazionali GRI (Global Reporting Initiative), che attualmente sono gli standard maggiormente utilizzati per la rendicontazione di sostenibilità a livello mondiale.

Dal 2009 la vocazione sostenibile dell'azienda si è concentrata soprattutto su progetti, misure ed azioni nel campo della sostenibilità sociale,

Per Korff rivestono un ruolo fondamentale i talenti che collaborano con l'azienda con professionalità e passione

mirati a supportare le persone di Korff e le comunità (soprattutto attraverso donazioni e attraverso il finanziamento di associazioni non-profit).

Negli ultimi anni Korff ha iniziato ad intraprendere anche azioni di sostenibilità ambientale, come l'utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili, l'utilizzo di materie prime riciclate e riciclabili, l'utilizzo di ingredienti sostenibili, il finanziamento di progetti ed organizzazioni che tutelano l'ambiente e la biodiversità.

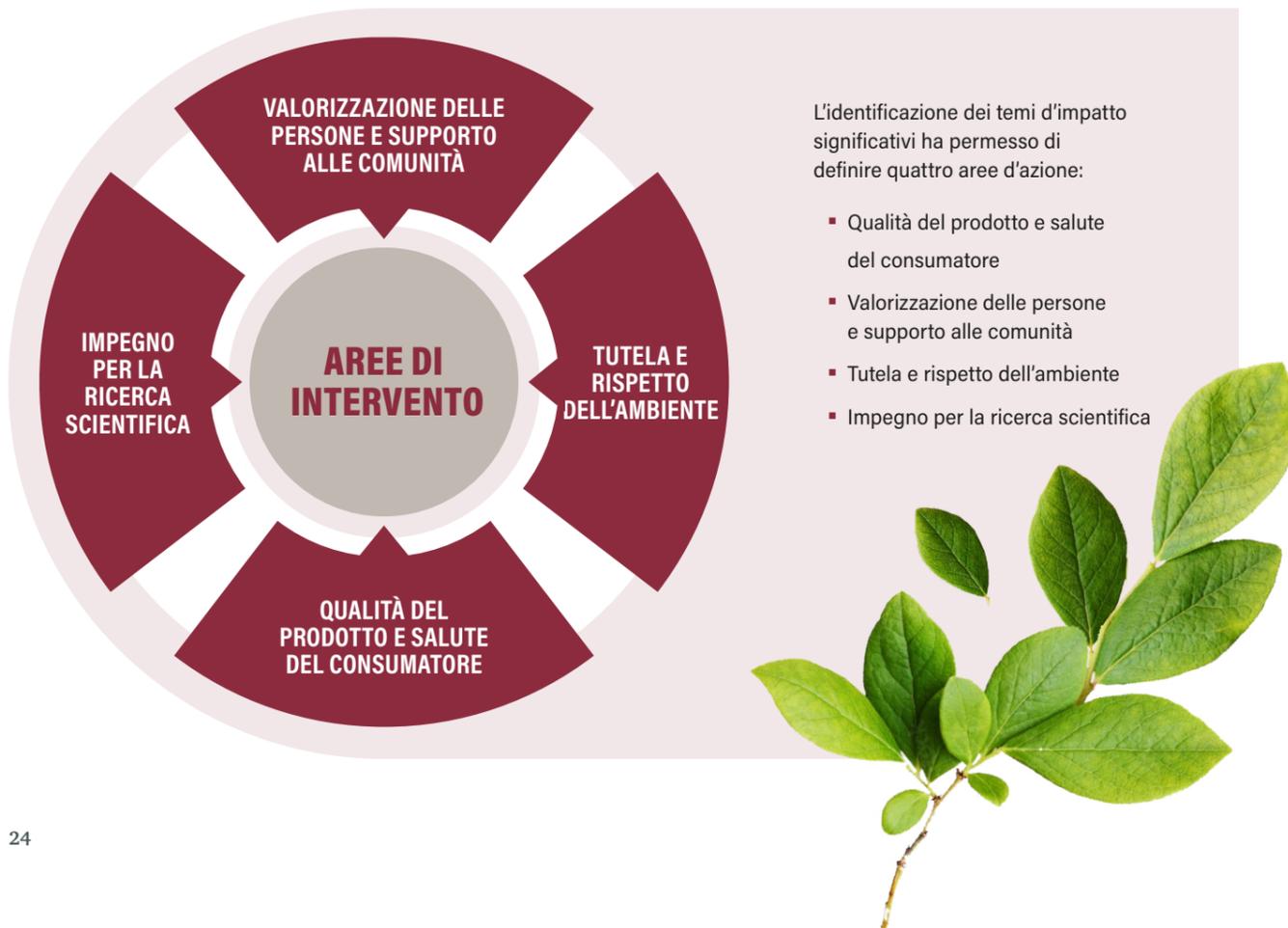
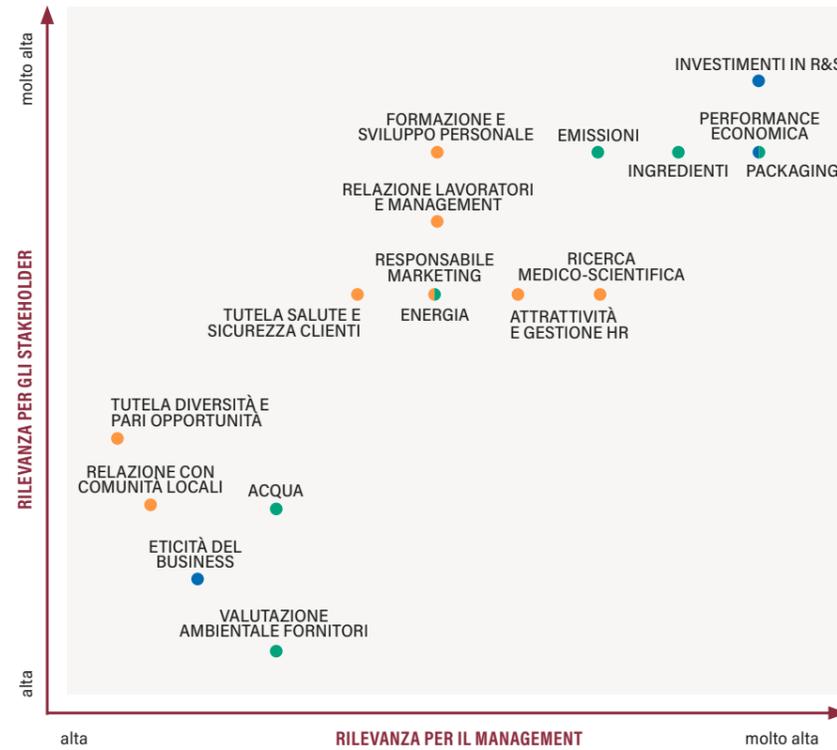
Nel 2016 Korff ha deciso di contribuire in modo concreto al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, identificandone 12.



2.4 L'analisi di materialità

Nel 2022 Korff ha effettuato un'analisi di materialità condotta secondo il principio della doppia materialità (per approfondimenti sulla metodologia si rimanda alla Nota metodologica). Sono stati individuati 16 temi significativi, qui rappresentati nella matrice di materialità.

- Temi Economici e di Governance
- Temi Ambientali
- Temi Sociali



Tali aree rappresentano i pilastri su cui si basa la strategia di sostenibilità di Korff. Il primo pilastro raggruppa i temi attinenti alla qualità del prodotto, all'attenzione al cliente, alla salute e al benessere dei consumatori finali. Il secondo pilastro è incentrato sui temi della valorizzazione delle persone e del supporto alle comunità, che interessano tutti i collaboratori di Korff ed i territori in cui l'azienda investe costantemente attraverso il finanziamento

e le partnership con enti non-profit. Consapevole del proprio ruolo di cittadinanza attiva, Korff ambisce a portare il proprio impatto ben oltre i confini dell'Organizzazione. Il terzo pilastro è dedicato al tema della tutela e al rispetto dell'ambiente, incentrato sulla gestione responsabile di energia e acqua, sulla riduzione dei rifiuti, sull'utilizzo di materie prime (packaging) e ingredienti (formule) sostenibili. Anche in questo caso l'impatto

non si ferma ai confini interni, ma ricade su tutta la catena del valore, coinvolgendo in primis i fornitori e i partner fondamentali per trasferire il valore dei prodotti ai clienti finali. Infine, l'ultimo pilastro rappresenta il DNA che contraddistingue Korff: l'Impegno per la ricerca scientifica, intesa sia come mezzo per migliorare le performance e la sicurezza dei propri prodotti, sia come fonte di progresso e di conoscenza per l'intera collettività.

TEMA MATERIALE	AREA DI AZIONE	SDGs
INGREDIENTI	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE	12 14 15
	TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	
PACKAGING	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE	12
	TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	
MARKETING RESPONSABILE ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE	12
	TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA DEI CLIENTI	12
INVESTIMENTI IN RICERCA E SVILUPPO DI PRODOTTO	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE	9
	IMPEGNO PER LA RICERCA SCIENTIFICA	
SOSTEGNO ALLA RICERCA MEDICO-SCIENTIFICA	IMPEGNO PER LA RICERCA SCIENTIFICA	4 9
ATTRATTIVITÀ E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE	VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITÀ	3
FORMAZIONE E SVILUPPO DEL PERSONALE	VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITÀ	4
TUTELA DELLA DIVERSITÀ E DELLE PARI OPPORTUNITÀ	VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITÀ	5 10
RELAZIONE TRA LAVORATORI E MANAGEMENT	VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITÀ	3 5
RELAZIONE CON LE COMUNITÀ LOCALI	VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITÀ	1 2 3 4 5 9 10 14 15
ENERGIA	TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	7
EMISSIONI IN ATMOSFERA	TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	13
ACQUA	TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	12
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI	TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	13
ETICITÀ DEL BUSINESS	\	10
PERFORMANCE ECONOMICA	\	9

I temi di Performance economica ed Eticità di business non sono incasellati all'interno di una specifica area d'azione in quanto elementi fondanti ed essenziali per l'esistenza del business.

2.5 Obiettivi di miglioramento

PILLAR	SDG	OBIETTIVI	AZIONI PREVISTE	STATUS
<p>QUALITA' DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE</p> <p>IMPEGNO PER LA RICERCA SCIENTIFICA</p> <p>VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITA'</p> <p>TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE</p>	 	<p>Integrare la sostenibilità in tutte le attività di business</p>	<p>Definizione di un Piano strategico di sostenibilità, individuando obiettivi, azioni necessarie per il loro conseguimento, indicatori di monitoraggio e le rispettive figure interne responsabili</p>	 <p>In corso</p>
		<p>Rendicontare in modo responsabile e trasparente le proprie performance di sostenibilità a tutti gli stakeholder</p>	<p>Ampliamento del perimetro del Bilancio di sostenibilità, fino a ricomprendere tutte le società del Gruppo, e verifica da parte di un ente terzo indipendente</p>	 <p>In corso</p>

Dal 2009 la vocazione sostenibile dell'azienda si è concentrata soprattutto su progetti, misure ed azioni nel campo della sostenibilità sociale, mirati a supportare le persone di Korff e le comunità

Creazione di valore economico



- 3.1 Generazione e distribuzione di valore
- 3.2 Obiettivi di miglioramento

03

Creazione di valore economico

Korff si impegna a promuovere la sostenibilità in tutte e tre le sue dimensioni: economica, ambientale, sociale. Dal punto di vista economico, l'azienda ha l'obiettivo di creare valore, sia per gli azionisti sia per le persone che vi lavorano, i fornitori, la collettività.

Per Korff essere economicamente sostenibili significa dunque non solo generare valore, ma distribuirlo a tutti i propri stakeholder, creando benefici per la società e per l'ambiente. In altre parole, l'azienda persegue l'obiettivo di creare profitto, integrando però gli impatti sociali e ambientali nelle proprie attività di business.

Korff si impegna a promuovere la sostenibilità in tutte e tre le sue dimensioni: economica, ambientale, sociale

3.1 Generazione e distribuzione di valore

Nonostante le difficili condizioni economiche e sociali in cui le aziende si sono trovate ad operare nel triennio 2020-2022 a causa della pandemia, Korff ha dimostrato capacità di resistere, adattarsi e reagire.

Nel 2022 le performance economiche dell'azienda sono addirittura in crescita rispetto ai livelli del 2019. Korff ha infatti registrato un significativo incremento di fatturato rispetto al 2021 e, anche attraverso una gestione efficiente degli acquisti e nuove campagne di marketing, è riuscita ad ottenere utili in netta crescita, attestandosi sui livelli del 2020 (+137,9% nel 2022 rispetto al 2021).

Il 2022 è stato inoltre caratterizzato da un aumento dei costi. Tale incremento è dovuto in particolare all'aumento delle spese per attività di marketing e pubblicità (soprattutto quella online), all'incremento dei costi legati alla forza lavoro e all'aumento dei prezzi delle materie prime e dei trasporti, che hanno avuto un forte impatto su tutta l'economia mondiale.

Nonostante l'aumento dei costi, nel 2022 Korff ha generato 11,5 milioni di

euro di valore economico, con una crescita dell'11,4% rispetto all'esercizio precedente, dimostrando la propria resilienza e capacità di reazione, attraverso un adeguamento della propria offerta e investimenti in nuovi canali di vendita e tecnologie digitali.



11,5 Mio di euro

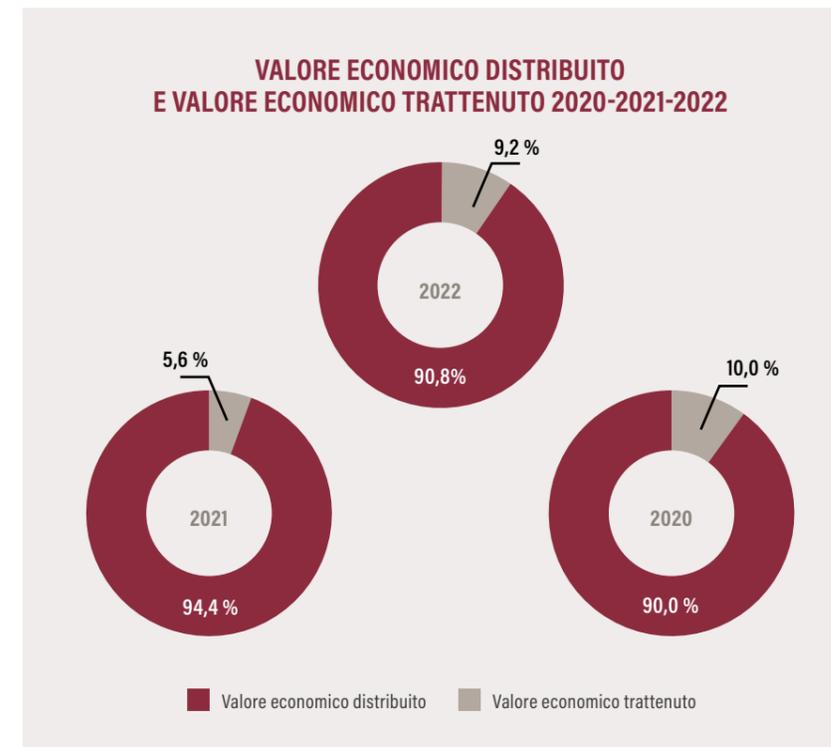
VALORE ECONOMICO GENERATO NEL 2022



+ 11,4%
RISPETTO AL 2021



Valore economico in euro direttamente generato, distribuito e trattenuto da Korff al 31.12 del triennio 2022-2020	2022	2021	2020
Valore economico direttamente generato	11.497.367	10.317.031	10.645.655
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	11.471.977	10.524.237	10.759.359
Variazioni delle rimanenze e dei lavori in corso su ordinazione	-49.692	-250.230	-212.001
Altri ricavi e proventi netti	131.996	42.808	97.563
Proventi / Oneri finanziari	-56.914	216	734
Valore economico distribuito	10.443.485	9.734.959	9.579.486
Costi operativi (per acquisto materie prime, sussidiarie, di consumo, merci, per servizi, per godimento bene di terzi e oneri diversi di gestione)	9.165.472	8.830.994	8.582.506
Stipendi corrisposti a personale dipendente, comprensivi di oneri sociali, TFR e altri costi	848.441	741.653	669.340
Interessi e oneri finanziari	60	0	1
Imposte e oneri tributari	381.712	106.312	315.460
Liberalità e donazioni	47.800	56.000	12.179
Valore economico trattenuto	1.053.882	582.072	1.066.169



Per Korff essere economicamente sostenibili significa dunque non solo generare valore, ma distribuirlo a tutti i propri stakeholder, creando benefici per la società e per l'ambiente

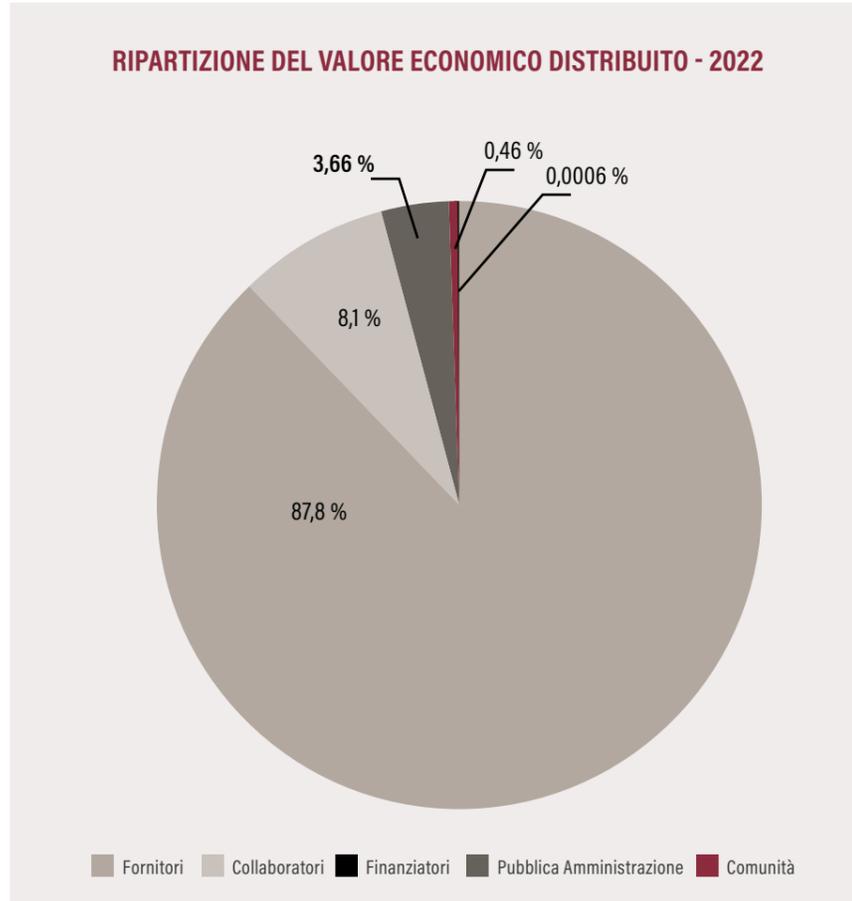


Per quanto concerne la distribuzione del valore economico generato da Korff ai propri stakeholder, nell'esercizio 2022 il valore economico distribuito costituisce l'90,8% del valore economico generato.

La maggior parte del valore economico distribuito (87,8%) è stato destinato ai fornitori; tale categoria include anche gli agenti (le provvigioni degli agenti corrispondono al 10,6% del valore economico distribuito).

L' 8,1% del valore economico distribuito è stato destinato ai collaboratori (costi del personale), lo 0,46% alla comunità e al territorio sotto forma di donazioni e liberalità erogate¹, lo 0,0006% ai finanziatori e il 3,66% alla Pubblica Amministrazione (imposte sul reddito ed oneri tributari).

Il restante 9,2% del valore economico generato è stato trattenuto all'interno dell'azienda per supportare la crescita futura (nel precedente esercizio tale valore era pari al 5,6%).



3.2 Obiettivi di miglioramento

PILLAR	SDG	OBIETTIVI	AZIONI PREVISTE	STATUS
IMPEGNO PER LA RICERCA SCIENTIFICA		Promuovere l'innovazione e la ricerca scientifica	Incrementare la quota di valore economico generato destinato all'innovazione ed alla ricerca scientifica	In corso

¹ La somma complessivamente destinata alle donazioni che compare nel presente capitolo è leggermente inferiore alla cifra indicata nel cap 06 (47.800,00 euro invece di 52.800,00 euro). Questo perché, a causa di un errore amministrativo, la somma corrispondente alla donazione destinata alla onlus Oromuto è stata pagata integralmente da Istituto Ganassini. Korff intende dare visibilità nel proprio Bilancio di sostenibilità ad Oromuto, sottolineando l'importanza delle attività e dei progetti di questa onlus; per questo motivo, nonostante la svista che ha riguardato il pagamento, Korff ha deciso di citare comunque la donazione ad Oromuto nel capitolo 06.

L'azienda persegue l'obiettivo di creare profitto, integrando però gli impatti sociali e ambientali nelle proprie attività di business

Innovazione e sicurezza di prodotto



- 4.1 Rapporto con i fornitori
 - 4.1.1 Catena di fornitura
 - 4.1.2 Fornitori di logistica
 - 4.1.3 Qualifica e valutazione dei fornitori
- 4.2 Ingredienti e packaging
- 4.3 Innovazione, ricerca e sviluppo
- 4.4 Qualità e sicurezza dei prodotti
- 4.5 Trasparenza nella comunicazione e soddisfazione dei clienti
- 4.6 Nuovi lanci di prodotto
- 4.7 Obiettivi di miglioramento

04

Innovazione e sicurezza di prodotto

Per Korff la catena di fornitura ha un ruolo cruciale nella ricerca dell'eccellenza del prodotto, del posizionamento di mercato e del mantenimento della reputazione aziendale. Con questo obiettivo, la nuova **Politica di approvvigionamento responsabile** formalizzata nella primavera 2023 è fondata su alcuni principi base (spiegati in dettaglio nel box seguente).

Come Società Benefit Korff opera inoltre in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di tutti i portatori di interesse, perseguendo finalità di beneficio comune. In quest'ottica nella primavera 2023 l'azienda ha approvato il **Codice di condotta dei fornitori**, chiedendone la sottoscrizione a tutte le imprese fornitrici, come previsto dalle modalità di applicazione della Politica di approvvigionamento responsabile.

Korff, allo scopo di fornire prodotti innovativi e sicuri e di operare in modo sostenibile, pone grande attenzione agli ingredienti delle proprie formule ed alle materie prime del packaging, scegliendo le migliori opzioni che il mercato offre.

LA POLITICA DI APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE

La politica di approvvigionamento responsabile di Korff è ispirata ai seguenti principi generali:

- ricerca di elevati standard qualitativi e tecnici di settore e del migliore rapporto qualità/prezzo del prodotto o servizio;
- selezione di fornitori dotati di elevati requisiti di onorabilità e affidabilità;
- preferenza, a parità di condizioni (qualità, prezzo e altre condizioni commerciali, tempi di consegna, garanzia e servizi post-vendita, ecc.), di fornitori locali al fine di alimentare lo sviluppo socioeconomico dei territori e ridurre gli impatti ambientali legati ai trasporti;
- preferenza, a parità di performance tecniche, di materie prime e ingredienti che generano migliori impatti ambientali e sociali;
- massima attenzione all'analisi e al controllo delle materie prime e delle formule per tutelare la salute e la sicurezza delle persone e la salute degli ecosistemi;
- massima attenzione al rispetto delle norme in materia di salute e sicurezza sul lavoro, diritti umani e diritti dei lavoratori;
- sensibilizzazione dei fornitori sull'importanza di condurre le proprie attività in modo sostenibile, incoraggiando gli stessi a un progressivo miglioramento delle proprie performance ambientali e sociali.

4.1 Rapporto con i fornitori

Il rispetto dei requisiti di sostenibilità sociale e ambientale riconosciuti a livello internazionale è condizione imprescindibile per diventare fornitori di Korff.

A parità di condizioni, l'azienda si impegna a privilegiare le forniture locali e quelle in grado di generare il minor impatto ambientale e il maggior beneficio sociale.

Per questo Korff aggiorna nel tempo i requisiti di sostenibilità e verifica periodicamente che tali requisiti continuino ad essere rispettati dai fornitori, realizzando in parallelo un'opera di sensibilizzazione lungo tutta la catena del valore.

L'azienda punta a costruire collaborazioni di lungo periodo con tutti i propri fornitori, instaurando un dialogo ed uno scambio costante, a vantaggio dell'azienda e dei fornitori.

4.1.1 Catena di fornitura

Korff opera in stretta sinergia con altre realtà dell'universo aziendale creato dalla famiglia Ganassini.

In quest'ottica i principali fornitori diretti da cui acquista prodotti finiti sono due: Dermofarm, società che fa parte del perimetro consolidato del Gruppo Istituto Ganassini e Farmagan, società di proprietà della famiglia (cfr. cap. 1).

Le linee di make-up sono invece realizzate da fornitori terzi prevalentemente localizzati nel distretto lombardo del make-up situato tra Crema, Bergamo, Milano e Monza che per qualità e storia è una vera eccellenza del made in Italy. **Dermofarm** nasce da Laboratorios

Come parte dell'universo della famiglia Ganassini, Korff si affida a Istituto Ganassini per il controllo del processo di fornitura e acquisto. Gli elevati standard di Istituto Ganassini rappresentano per Korff una garanzia sia della qualità dei prodotti, sia dell'efficienza e della sostenibilità dei processi produttivi.

4.1.2 Fornitori di logistica

La logistica riveste un ruolo importante nelle attività di Korff, che ha l'obiettivo di raggiungere il cliente nel rispetto del livello di servizio concordato, garantendo rapidità e puntualità, massimizzando l'efficienza del trasporto e minimizzando i costi.

L'azienda è impegnata costantemente a limitare i possibili impatti ambientali, attraverso una progressiva riduzione dei chilometri percorsi su gomma in favore del trasporto intermodale,



soprattutto verso i mercati esteri. I trasporti sono inoltre gestiti in modo da far viaggiare i mezzi a pieno carico.

Per garantire una gestione più efficiente, la logistica di Korff è prevalentemente esternalizzata: il Gruppo si serve sia dei servizi erogati da Laboratorio di Ricerche Biochimiche S.r.l. (d'ora in avanti "LRB", società di proprietà della famiglia Ganassini ma esterna al perimetro consolidato del Gruppo Istituto Ganassini), sia dei servizi del partner logistico Farma System S.n.c.; una parte residuale dei prodotti viene, infine, movimentata con navette di proprietà aziendale.

Per ridurre gli sprechi e ottimizzare la movimentazione dei prodotti, il prodotto finito viene ritirato presso gli stabilimenti produttivi da LRB, che si occupa del suo stoccaggio e del trasporto all'hub di distribuzione situato a Firenze. L'hub è di proprietà del partner logistico Farma System S.n.c., che si occupa della consegna al cliente finale (il cosiddetto *last mile*). In alcuni casi il prodotto finito

Gli elevati standard di Istituto Ganassini rappresentano per Korff una garanzia sia della qualità dei prodotti sia dell'efficienza e della sostenibilità dei processi produttivi

viene consegnato direttamente a clienti esteri o a clienti particolari senza passare per il centro di distribuzione.

È importante sottolineare che Korff beneficerà della realizzazione di un nuovo hub produttivo e logistico a disposizione dell'universo aziendale della famiglia Ganassini. L'hub, situato a Settala alle porte di Milano, è progettato con tecnologie d'avanguardia e sarà in grado di ottimizzare ed efficientare i processi logistici e produttivi, minimizzando gli impatti sull'ambiente.

4.1.3 Qualifica e valutazione dei fornitori

Korff, in collaborazione con le factory del Gruppo Istituto Ganassini e con le altre aziende della famiglia Ganassini, pone la massima attenzione nella selezione delle forniture nell'ottica di garantire la qualità e promuovere la sostenibilità.

A tal fine i fornitori sono sottoposti ad un processo di qualifica che stabilisce alcune attività di valutazione, differenti a seconda della tipologia di prodotto o di servizio offerto. Queste possono prevedere la richiesta di documentazione relativa alle specifiche tecniche, alle performance e agli impatti di prodotti e di servizi, attestati di certificazioni di prodotto e di sistema, campionature di materie prime, possibilità di effettuare verifiche ispettive in loco.

Sempre nell'ottica di miglioramento costante, dalla primavera 2023 a tutti i fornitori dell'azienda è richiesta la compilazione di un **questionario di autovalutazione ESG** finalizzato a verificare il rispetto dei principi di sostenibilità ambientale, sociale, economica/di governance, come previsto dalle modalità di applicazione della nuova Politica di approvvigionamento responsabile.

Dal punto di vista della gestione, il questionario indaga la struttura di governance societaria, il grado di integrazione della sostenibilità nella gestione aziendale, il livello di compliance normativa e la gestione dei rischi, la presenza di certificazioni di sistema e di prodotto. I quesiti ambientali riguardano la gestione delle risorse energetiche, idriche e delle emissioni in atmosfera, l'approvvigionamento delle materie prime, la produzione e gestione dei rifiuti, la tutela della biodiversità e degli ecosistemi.

Per gli aspetti sociali, la valutazione concerne la composizione, la gestione, il benessere e la sicurezza delle risorse umane, la gestione della catena di fornitura, il rapporto con le comunità locali e gli altri stakeholder esterni.

In base alle risposte, i fornitori sono suddivisi in tre classi: senza criticità, con lievi criticità, con gravi criticità. Al termine del processo l'azienda si riserva la facoltà di non accettare o rinnovare la qualifica al fornitore con gravi criticità, escludendolo quindi dalle attività d'acquisto, oppure concordando misure migliorative.

Un altro aspetto cruciale della catena di fornitura è l'affidabilità. Per questo Korff valuta l'evoluzione del rapporto con i fornitori nel tempo attraverso quattro aspetti:

indicatore delle non conformità rilevate rispetto al numero delle forniture

indicatore delle segnalazioni effettuate al fornitore rispetto al numero delle forniture

capacità di offrire prezzi e condizioni commerciali competitive

capacità di offrire garanzie di assistenza e di tempestività.

Anche in questo caso, il sistema di valutazione prevede la suddivisione in tre classi: idoneo di prima classe, idoneo di seconda classe, non idoneo. Come accade per la valutazione ESG, anche per l'affidabilità Korff può decidere di non rinnovare la qualifica al fornitore "non idoneo" e quindi escludere l'azienda dalle attività d'acquisto, oppure concordare con essa misure migliorative.

A tutti i fornitori dell'azienda è richiesta la compilazione di questionario di autovalutazione ESG finalizzato a verificare il rispetto dei principi di sostenibilità ambientale, sociale, economica/di governance



4.2 Ingredienti e packaging

L'attenzione che Korff ha per la qualità trova applicazione in tutta la filiera, dalle materie prime per la produzione al confezionamento.

Il primo passo è la valutazione degli ingredienti, processo in cui vengono presi in considerazione: le performance della materia prima, la qualità della materia prima (e cioè la corrispondenza al suo certificato di analisi), il rispetto delle regole della categoria di prodotto su cui verrà impiegata, il fornitore da cui provengono le materie prime e quindi la storicità del rapporto e l'affidabilità dell'azienda. Recentemente, inoltre, c'è stato un crescente interesse ed impegno verso l'uso di materie prime sostenibili.

Negli ultimi anni l'olio di palma è stato al centro del dibattito sulla sostenibilità degli ingredienti e la certificazione RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil), nata a seguito di questo dibattito, certifica l'olio di palma proveniente da coltivazioni sostenibili. Korff acquista esclusivamente olio di palma dove almeno il 50% è certificato RSPO (*Mass balance*). L'olio di argan impiegato in molte formulazioni è certificato Ecocert ed è quindi coltivato e raccolto nel pieno rispetto dell'ambiente.

L'azienda, inoltre, vanta tra le sue referenze alcuni solari con formula biodegradabile, contrassegnati dal simbolo della tartaruga. Queste formule, se disperse nell'ambiente, si decompongono ad opera di batteri e microorganismi in composti meno inquinanti.



Olio di argan certificato Ecocert



Solari con formula biodegradabile

SE DISPERSI NELL'AMBIENTE SI DECOMPONGONO IN COMPOSTI MENO INQUINANTI

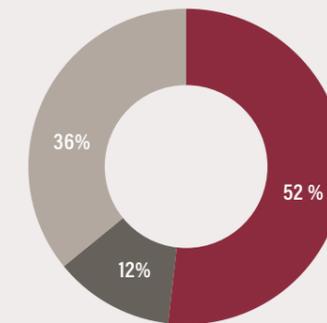
ORIGINE DEGLI INGREDIENTI

Per il controllo delle forniture Korff si affida all'esperienza delle factory del Gruppo Istituto Ganassini e delle altre aziende della famiglia Ganassini, impegnate a privilegiare da tempo ingredienti sostenibili. I dati presentati sono quindi quelli relativi alla produzione complessiva effettuata da Dermofarm e Farmagan, che interessa quindi anche i marchi di altre aziende.

Gli ingredienti contenuti nelle formulazioni dei prodotti finiti si distinguono in tre macrocategorie: ingredienti al 100% di origine naturale, ingredienti al 100% di origine sintetica e ingredienti di origine mista (per semplicità si assume una composizione del 50% di origine naturale e del restante 50% di origine sintetica).

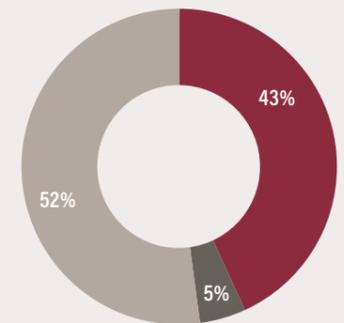
Fra le factory che producono per Korff, Dermofarm è l'azienda che utilizza la maggiore percentuale di ingredienti di origine naturale, con il 52% sul totale degli acquisti effettuati nel 2022. Tale percentuale è in crescita del 14,5% rispetto al 2021.

ORIGINE DELLE MATERIE PRIME (INGREDIENTI) NEL 2022 DI DERMOFARM



■ MP di origine naturale (100%)
 ■ MP di origine sintetica (100%)
 ■ MP miste (50% di origine naturale); 50% di origine sintetica)

ORIGINE DELLE MATERIE PRIME (INGREDIENTI) NEL 2022 DI FARMAGAN



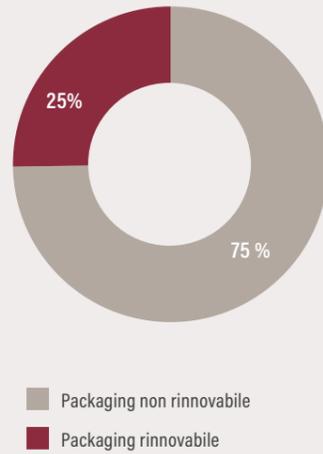
■ MP di origine naturale (100%)
 ■ MP di origine sintetica (100%)
 ■ MP miste (50% di origine naturale); 50% di origine sintetica)

SICUREZZA DEGLI INGREDIENTI

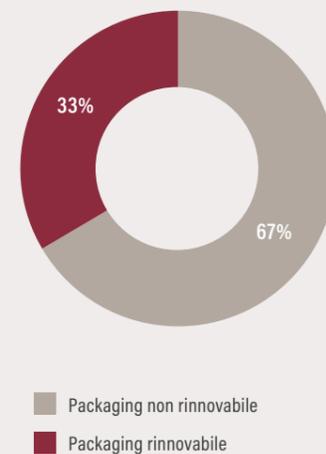
Per ragioni di sicurezza, Korff ha escluso alcune sostanze dalle proprie formulazioni. Tutti i prodotti consigliati alla donna in gravidanza, ad esempio, non contengono bioflavonoidi e caffeina, perché l'assunzione per via orale di tali ingredienti in gravidanza e durante l'allattamento può incrementare il rischio di sviluppare alcune patologie nel feto e nel neonato.

Korff si impegna a non utilizzare parabeni, SLES e SLS. I parabeni sono sostanze impiegate come conservanti principalmente nei prodotti cosmetici, nei farmaci e negli alimenti. Sebbene dalla valutazione del profilo tossicologico vengano considerate sostanze sicure, in alcuni soggetti possono indurre reazioni avverse. Il Sodio Lauril Etere Solfato e il Sodio Lauril Solfato sono due tensioattivi impiegati nelle formulazioni detergenti, al fine di ottenere maggior effetto schiumogeno e possono essere fonte di irritazione cutanea.

ORIGINE DEL PACKAGING DI DERMOFARM NEL 2022



ORIGINE DEL PACKAGING DI FARMAGAN NEL 2022



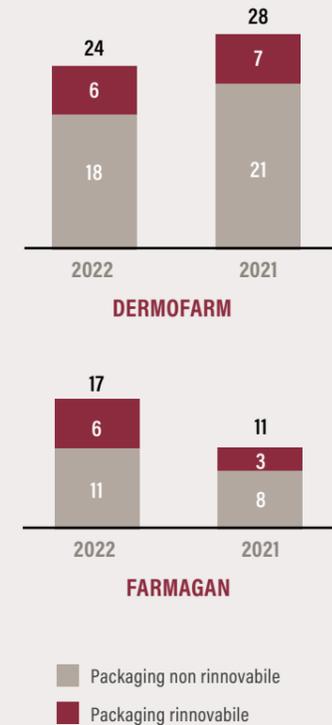
packaging allo standard Food Grade, in modo da fornire una ulteriore garanzia di sicurezza per la salute del consumatore.

Per i packaging primari Korff utilizza plastica (come PE, PET, PP), alluminio e vetro, tutti completamente riciclabili. Ove possibile l'azienda utilizza anche plastica riciclata (R-PET) e bioplastica (GREEN PE, ottenuto dalla canna da zucchero).

L'ORIGINE DEI MATERIALI DEL PACKAGING

Korff, insieme alle fabbriche fornitrici dell'universo Ganassini (Dermofarm e Farmagan), utilizza materiali di origine rinnovabile (carta e cartone) e non rinnovabile (plastica, vetro e alluminio), privilegiando ove possibile i materiali riciclati e sostenibili. Tutti i materiali utilizzati (in prevalenza, vetro, plastica, alluminio, carta e cartone) sono materiali riciclabili.

PACKAGING (TONNELLATE) PER FORNITORE, 2021 E 2022



25% Dermofarm
33% Farmagan

QUOTA DI PACKAGING PROVENIENTE DA MATERIALI RINNOVABILI

Se nel 2022 il packaging acquistato da Dermofarm è diminuito del 15%, quello di Farmagan è invece aumentato del 57%. In entrambi i casi si è assistito a un incremento della quota di packaging proveniente da materiali rinnovabili: dal 24% al 25% nel caso di Dermofarm e dal 27% al 33% nel caso di Farmagan.

4.3 Innovazione, ricerca e sviluppo

Per Korff le attività di Ricerca e Sviluppo (R&S) svolgono un ruolo fondamentale.

L'azienda ha deciso quindi di affidarsi all'esperienza dell'universo Ganassini, con **due laboratori R&S e altrettanti laboratori microbiologici** situati presso Istituto Ganassini e Dermofarm. All'interno dei laboratori un'affiatata squadra di ricercatori si occupa della creazione dei prodotti, in stretta collaborazione con gli Uffici Marketing ed Acquisti.

Le sinergie generate fra le diverse realtà e l'impegno della squadra dell'universo Ganassini offrono a Korff una garanzia in termini di valore aggiunto e qualità dei prodotti.

L'ATTENZIONE ALL'ECO-DESIGN E ALLA SOSTENIBILITÀ DEL PACKAGING

Korff pone grande attenzione, in sede di progettazione, ai principi dell'eco-design, impegnandosi a:

- Impiegare solamente il quantitativo minimo di plastica richiesto per contenere e proteggere il prodotto
- Utilizzare per il packaging primario solo materiali riciclabili
- Utilizzare, per le confezioni esterne in cartone, carta certificata FSC (che garantisce l'impiego di materiali provenienti da foreste gestite correttamente)
- Ridurre al massimo l'impiego di materiali compositi in quanto difficilmente riciclabili, scegliendo tra quelli agevolmente separabili con processi automatici, o meglio ancora, realizzare imballaggi mono-materiale

Nella scelta degli ingredienti di derivazione naturale, inoltre, l'azienda dà sempre la precedenza a fornitori virtuosi nei confronti del pianeta, che si impegnano ad attuare un approvvigionamento sostenibile.

L'inizio del processo di laboratorio avviene con la recezione del *project brief*: si tratta di un documento contenente l'insieme delle informazioni necessarie per andare a sviluppare il prodotto finito, elaborato dall'Ufficio Marketing che studia i bisogni del consumatore, identificando le strategie di comunicazione e gli obiettivi di mercato.

All'interno dei tempi di sviluppo (*time to market*), il team R&D si concentra sulla formulazione del prodotto, andando a selezionare le materie prime e gli ingredienti più adeguati, nonché garantendo tutti gli aspetti di efficacia, qualità e sicurezza. Dopo aver svolto le prime prove ed analisi, il team R&D sottopone il campione all'Ufficio Marketing, che effettua una valutazione su piccola e più larga scala.

Se i feedback sono positivi, il prototipo è sottoposto alle verifiche di stabilità della formula. Successivamente vengono effettuati dei test (ad es. il *challenge test*, finalizzato alla verifica dell'efficacia del sistema conservante e test di irritazione cutanea).



Se tutti i test danno esito positivo si può procedere con la verifica della compatibilità del packaging (volta a indagare la stabilità della formula col contenitore primario).

Il passo successivo è la realizzazione del prodotto pilota, utilizzando macchinari che hanno le stesse geometrie di quelli di produzione, in modo tale da consentire il passaggio dal laboratorio alla scala industriale (*scale-up* produttivo). Durante questa fase, si comprendono le eventuali criticità che si potrebbero manifestare in sede di produzione e viene definito e formalizzato il corretto metodo produttivo. L'ultimo stadio prevede che il prodotto pilota venga nuovamente sottoposto a verifiche di stabilità, fondamentali per la determinazione della *shelf-life del cosmetico*.

Quando il prodotto entra in produzione nei diversi stabilimenti produttivi, vengono effettuati dei controlli a campione su ogni lotto prima del rilascio, ossia prima che il prodotto sia messo in commercio.

Ulteriori controlli sono successivamente effettuati sui prodotti commercializzati, come illustrato in dettaglio nel paragrafo dedicato a "Qualità e sicurezza dei prodotti". Per garantire la sicurezza e la qualità dei propri prodotti, Korff si avvale delle collaborazioni di Istituto Ganassini con diverse **università e centri di ricerca**.

Per garantire la sicurezza e la qualità dei propri prodotti, Korff si avvale delle collaborazioni di Istituto Ganassini con diverse università e centri di ricerca

Questo rapporto, sviluppato grazie al finanziamento di borse di studio e alla partecipazione in importanti studi clinici permette all'azienda di beneficiare del know-how dell'universo della famiglia Ganassini nella realizzazione di formule innovative.

4.4

Qualità e sicurezza dei prodotti

Analogamente a quanto previsto per la Ricerca e Sviluppo, anche per la valutazione della qualità e della sicurezza dei preparati Korff si affida ai laboratori di Istituto Ganassini, impegnato a garantire un presidio costante lungo tutta la filiera produttiva: i ricercatori del centro di controllo qualità verificano le materie prime, i semilavorati e i prodotti finiti, testati sia a produzione ultimata, sia in itinere a commercializzazione avviata.

Istituto Ganassini garantisce un sistema di procedure costantemente revisionate, aggiornate e garantite da certificazioni di enti esterni indipendenti.

Come visto in precedenza, l'attenzione per la qualità include anche il confezionamento del prodotto. Per il packaging, in particolare per quello primario, vengono effettuate dai laboratori verifiche documentali, ne viene testata la compatibilità con la formula e vengono acquistati esclusivamente imballaggi che abbiano la conformità allo standard Food Grade.

Per ogni materia prima viene redatto un piano di controllo analitico dal team di Controllo Qualità, sulla base del certificato di analisi del produttore della materia prima. Tale piano di controllo ha lo scopo di fornire le indicazioni per

analizzare un campione analitico di ogni lotto, al fine di verificare che sia conforme a quanto dichiarato dal produttore. I controlli possono essere semplici - come quelli che riguardano il PH, la viscosità e altre analisi di tipo chimico-fisico più attinenti alla verifica delle performance della materia prima - oppure più complessi e attinenti alla salute e sicurezza del consumatore - come le analisi microbiologiche per identificare possibili contaminazioni batteriche, di lieviti e muffe o i test volti all'identificazione e alla quantificazione di ingredienti all'interno della materia prima.

Anche in questo campo Korff, in collaborazione con Istituto Ganassini, evidenzia il proprio impegno per ottenere la massima qualità. Le factory a cui si affida l'azienda, con un'azione ben più incisiva rispetto agli obblighi normativi, effettuano controlli a campione per ogni lotto ricevuto di ogni materia prima, a prescindere dal fatto che la materia prima e il produttore siano conosciuti e consolidati.

Nel 2022 sono stati sottoposti a test 432 lotti di materie prime. I controlli proseguono anche sui prodotti finiti prima che vengano immessi sul mercato. Nel 2022 sono stati infatti analizzati oltre 319 lotti di prodotti finiti.



QUALITÀ E SICUREZZA: I TEST SUI PRODOTTI COMMERCIALIZZATI

Korff, in collaborazione con Istituto Ganassini, monitora la sicurezza di ogni prodotto commercializzato in tutto il mondo, in conformità con i propri rigorosi standard interni. Tali standard prevedono una serie di test in diversi ambiti:



Oftalmologico - Il test oftalmologico viene effettuato per valutare il grado di tollerabilità dei preparati cosmetici da utilizzare nella zona perioculare. Il prodotto viene utilizzato quotidianamente per un periodo di tempo determinato. La tollerabilità cosmetica viene definita in base alla valutazione clinica di un medico oculista, che considera eventuali anomalie a livello oculare e registra eventuali reazioni avverse segnalate dai volontari.



Ipoallergenico - Il prodotto viene sottoposto al "Repeated Insult Patch Test" (HRIPT), ovvero un test allergologico ripetuto nel tempo. Attraverso il supporto di un cerotto, il prodotto viene applicato occludendo una zona cutanea circoscritta. L'applicazione viene ripetuta per 9 volte nell'arco di tre settimane consecutive sotto controllo dermatologico.



Non comedogenico - Il test consente di valutare se l'utilizzo quotidiano di un prodotto sia responsabile della formazione di comedoni, la cui comparsa può causare occlusione del follicolo sebaceo, con la possibile formazione di inestetismi cutanei.



5 metalli (Nickel, Cromo, Cobalto, Mercurio e Palladio) - Si tratta di un test per verificare il grado di presenza nei prodotti dei principali metalli responsabili di sensibilizzazione cutanea, con strumentazioni aventi limiti di rilevabilità pari ad una parte per bilione (1ppb, 3 ordini di grandezza inferiore).

4.5

Trasparenza nella comunicazione e soddisfazione dei clienti

Korff si impegna a fornire a tutti i propri interlocutori in modo chiaro, completo e tempestivo le informazioni relative all'azienda, ai suoi processi ed ai suoi prodotti.

Per una corretta comunicazione di prodotto, condotta nel pieno rispetto della normativa vigente, tutte le proprietà e le caratteristiche dichiarate nelle etichette dei propri prodotti sono testate e dimostrabili.

Oltre a fornire informazioni accurate e trasparenti, l'azienda è attenta a mantenere un dialogo costante con i propri clienti ed i propri consumatori, nell'ottica di utilizzare ogni feedback ricevuto per migliorare i propri prodotti.

Korff prevede delle procedure apposite per la gestione dei reclami da parte di clienti e consumatori. Ricevuto il reclamo, l'azienda indaga la natura del problema che ha portato alla segnalazione e, successivamente, contatta direttamente il consumatore o il soggetto che ha inoltrato il reclamo secondo uno schema proceduralizzato.

I clienti ed i consumatori hanno a propria disposizione diversi canali per effettuare i propri reclami: le segnalazioni arrivano ai contatti evidenziati sul sito oppure attraverso chiamate da parte dei clienti (farmacisti) su segnalazione dei

consumatori. In caso di non conformità accertate l'azienda può decidere di ritirare l'intero lotto di produzione. Ad oggi Korff può affermare che non sono stati ritirati prodotti dal mercato nel 2022.

L'azienda è attenta a mantenere un dialogo costante con i propri clienti ed i propri consumatori, nell'ottica di utilizzare ogni feedback ricevuto per migliorare i propri prodotti

4.7 Nuovi lanci di prodotto

Grazie alla collaborazione con i laboratori di Istituto Ganassini, Korff è in grado di creare ogni anno nuovi prodotti per rispondere al meglio alle esigenze dei consumatori. Nel 2022 sono stati lanciati 13 nuovi prodotti, caratterizzati dall'unione di estetica e salute della pelle, descritti in dettaglio nella seguente tabella:

LINEA PRODOTTO	NOME PRODOTTO	DESCRIZIONE
SUN SECRET	FLUIDO VISO UNIFORMANTE CON PIGMENTI MICROINCAPSULATI SPF 50+	Sun Secret Fluido viso uniformante con pigmenti microincapsulati SPF 50+ (PROTEZIONE MOLTO ALTA) ha un'efficacia idratante. È arricchito con DNA Safe complex, Acido ialuronico e Vitamina PP, contrasta il processo di fotoinvecchiamento e previene la formazione delle rughe.
CURE MAKEUP	CORRETTORE EFFETTO LIFTING	Correttore cremoso che abbina un'azione correttiva delle imperfezioni ad un effetto lifting. Per la presenza dell'estratto della pianta di Sorgo, dona un effetto tensore e leviga le microrughe del contorno occhi. La formula è arricchita con Acido ialuronico e Vitamina E.
CURE MAKEUP	TERRA ABBRONZANTE ANGELICA - LIMITED EDITION	Korff celebra l'Italia con questa terra in edizione limitata, omaggiando il celebre pittore e architetto del Rinascimento, Raffaello Sanzio, a 540 anni dalla sua scomparsa. La terra si ispira ai famosi angioletti raffigurati nella sua celebre opera, la Madonna Sistina.
CURE MAKEUP	BALSAMO LABBRA IDRATANTE E RIPARATORE	Trattamento nutriente per le labbra con Acido ialuronico e Vitamina E. La formula, arricchita con Olio di semi di Lampone, ricco in Omega 6 e 3, idrata e ripara le labbra ripristinando la naturale barriera idrolipidica. Nel 2022 sono state lanciate due nuove nuances nude e rose.
LIFTING 40-76	CREMA VISO GEL	La Crema viso gel Lifting 40-76 contiene Lift Up Complex e Niacinamide che distendono i tratti del viso, li rassodano ed esercitano un effetto lifting duraturo. Il packaging primario è composto da un vaso in vetro e un tappo in plastica, entrambi 100% riciclabili.
LIFTING 40-76	CREMA VISO RICCA	La Crema viso ricca Lifting 40-76 contiene Lift Up Complex e Niacinamide che distendono i tratti del viso, li rassodano ed esercitano un effetto lifting duraturo. Il packaging primario è composto da un vaso in vetro e un tappo in plastica, entrambi 100% riciclabili.



LINEA PRODOTTO	NOME PRODOTTO	DESCRIZIONE
LIFTING 40-76	LOZIONE 7 GIORNI EFFETTO URTO LEVIGANTE	La Lozione 7 giorni effetto urto levigante contiene Lift Up Complex e Vitamina PP che distendono i tratti del viso ed esercitano un effetto lifting testato in soli 7 giorni. Il viso appare naturalmente ringiovanito e levigato.
SIERO VISO	BIOREVITALIZING HA SIERO VISO	Siero ridensificante e ristrutturante che contrasta i principali segni dell'invecchiamento: perdita di tono e compattezza, colorito spento, disidratazione. Arricchito con 5 fattori di crescita e Acido ialuronico ristruttura la cute e la rende più idratata, luminosa e compatta.
SIERO VISO	PURIFYING NC-DG	Trattamento mirato che unisce il 4% di Niacinamide al Dipotassio Glycyrrhizate per ridurre la produzione di sebo in eccesso e l'effetto lucido. Minimizza la visibilità dei pori e contrasta la formazione di impurità. Attenua la visibilità di discromie uniformando l'incarnato.
SIERO VISO	DEPIGMENTING AA-PE	Trattamento urto intensivo per la correzione dell'iperpigmentazione cutanea. Formulato con il 2% di Alpha-Arbutin e il 4,9% di Lactobacillus/Pomegranate Extract riduce efficacemente le macchie, migliora la luminosità della pelle e riduce la profondità delle rughe in 4 settimane.
SUPREME PRO	CREMA VISO	Supreme Pro crema viso grazie all'azione combinata di Acido ialuronico cross linkato, Niacinamide e Amminoacidi distende, rimpolpa e leviga le rughe. Ideale per preparare la pelle ai trattamenti di dermatologia estetica e chirurgia estetica non invasiva.
SUPREME PRO	CREMA RICCA VISO	Supreme Pro crema ricca viso, grazie all'azione combinata di Acido ialuronico cross linkato, Niacinamide e Amminoacidi distende, rimpolpa e leviga le rughe. La sua texture ricca unita alla presenza di Olio di Babassu ed estratto di Riso viola le conferiscono un'efficacia idratante. Ideale per preparare la pelle ai trattamenti di dermatologia estetica e chirurgia estetica non invasiva.
SUPREME PRO	CREMA MATT VISO	Supreme Pro crema matt viso grazie all'azione combinata di Acido ialuronico cross linkato, Niacinamide e Amminoacidi distende, rimpolpa e leviga le rughe. La formula è inoltre arricchita con uno specifico attivo che riduce efficacemente la secrezione sebacea.



4.7 Obiettivi di miglioramento

Gli obiettivi strategici nell'ambito della catena di fornitura e del packaging sono in fase di revisione rispetto a quanto pubblicato nella Relazione d'impatto 2021.

Per quanto concerne la catena di fornitura, in merito all'obiettivo indicato nella Relazione d'impatto 2021 "Incoraggiare i nostri fornitori ad adottare energia rinnovabile nelle loro sedi", si constata che tale obiettivo non è stato raggiunto nel 2022, perché è stato posticipato al 2023, in quanto Korff, in coerenza con il percorso di sostenibilità iniziato nel 2022 al fianco di Istituto Ganassini, si è impegnata ad elaborare un Piano strategico di sostenibilità, che porterà a identificare degli obiettivi e dei KPI di misurazione coerenti con la nuova strategia.

Korff ha infatti predisposto nei primi mesi del 2023 un questionario di valutazione ESG dei propri fornitori in cui l'approvvigionamento di energia elettrica da fonte rinnovabile è uno degli indicatori utilizzati per valutare il fornitore. Tale questionario può essere quindi considerato come una prima azione di sensibilizzazione in merito ai temi della sostenibilità ambientale nei confronti dei propri fornitori.

Per quanto concerne il packaging, Korff si era impegnata a "Incrementare il numero di packaging di plastica riciclata e di origine vegetale o sostenibili". Tale obiettivo è stato raggiunto, in quanto la plastica R-Pet è invece stata utilizzata per numerose referenze.

Di seguito si riportano le azioni di miglioramento previste per il 2023.

PILLAR	SDG	OBIETTIVI	AZIONI PREVISTE	STATUS
QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO		Promuovere una filiera attenta alla sostenibilità sociale e ambientale	Definizione di una politica degli acquisti responsabile	
			Strutturazione di un questionario ESG per classificare i fornitori	
		Migliorare il sistema di classificazione delle materie prime (ingredienti e packaging)	Definizione delle categorie di classificazione delle materie prime, sia per quanto concerne le formule che per quanto concerne il packaging	 In corso

Korff, nell'ottica di fornire prodotti innovativi e sicuri e di operare in modo sostenibile, pone grande attenzione agli ingredienti delle proprie formule ed alle materie prime del packaging, scegliendo le migliori opzioni che il mercato offre



Valorizzazione delle persone



- 5.1 Persone
- 5.2 Diversità e pari opportunità
- 5.3 Formazione
- 5.4 Benessere aziendale
- 5.5 Obiettivi di miglioramento

05

Valorizzazione delle persone

Le persone rappresentano la risorsa più importante di Korff

Le persone rappresentano la risorsa più importante di Korff, che da sempre pone grande attenzione alla valorizzazione del singolo e alla sua crescita umana e professionale, puntando a premiare il merito ed a garantire un ambiente di lavoro sereno e collaborativo.

All'interno di Korff tutte le persone vengono inoltre trattate con lo stesso rispetto e dignità ed hanno diritto alle stesse possibilità di sviluppo professionale e di carriera, così come previsto dalle finalità di beneficio comune, che sono alla base dello Statuto della Società Benefit.

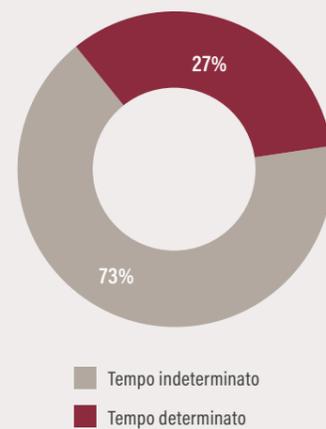
5.1 Le persone

Al 31 dicembre 2022 Korff poteva contare su 11 dipendenti, un numero rimasto costante rispetto all'anno precedente.

Nel 2022 il 73% dei collaboratori aveva un contratto a tempo indeterminato. Korff investe da sempre sui giovani: nel 2021 l'azienda ha attivato un percorso di stage e nel 2022 sono stati assunti due dipendenti, entrambi under 30.

Tutti i dipendenti di Korff sono impiegati a tempo pieno e inquadrati secondo il Contratto Collettivo Nazionale (CCNL) dell'Industria Chimica e

CONTRATTI A TEMPO INDETERMINATO E A TEMPO DETERMINATO NEL 2022

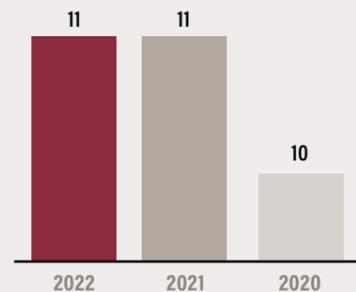


Farmaceutica. Questo permette loro di aderire al fondo di assistenza sanitaria integrativa di categoria FASCHIM.

Per raggiungere in modo capillare i propri clienti, Korff si avvale della collaborazione della rete di agenti di vendita di Istituto Ganassini.

Gli agenti sono complessivamente 152 e si interfacciano con farmacie, parafarmacie e distributori esteri (per approfondimenti, si veda il capitolo 5 del Bilancio di Sostenibilità 2022 di Istituto Ganassini di Ricerche Biochimiche).

DIPENDENTI NEL TRIENNIO 2020-2022



Korff si avvale della collaborazione della rete di agenti di vendita di Istituto Ganassini

5.2 Diversità e pari opportunità

Korff si impegna a **tutelare l'integrità morale delle persone**, garantendo un ambiente di lavoro salubre e sicuro.

Il Documento di Valutazione dei Rischi è puntualmente monitorato e aggiornato, nel pieno rispetto della normativa vigente.

In conformità con i valori espressi dal Codice Etico, Korff **ripudia e contrasta ogni discriminazione** in base all'età, al genere, all'orientamento sessuale, alla condizione fisica, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle origini etniche, al colore, all'orientamento politico o sindacale, alla religione, all'ideologia o altre convinzioni personali dei suoi interlocutori.

A tal fine, nel 2019 Korff si è dotata di un'apposita procedura per la prevenzione e il contrasto a ogni forma di discriminazione, che impegna tutto il personale e quanti a vario titolo collaborano con esso (fornitori, consulenti, clienti, ecc.).

L'obiettivo è mantenere un ambiente e un'organizzazione del lavoro fondati su principi di correttezza e lealtà, evitando qualsiasi comportamento o azione contraria al Codice Etico.

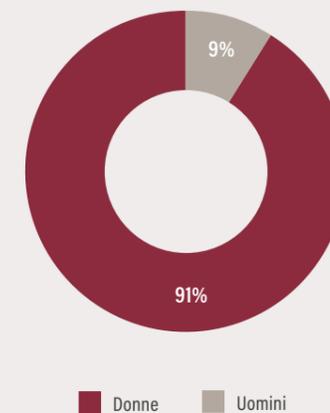
Korff promuove l'occupazione femminile: il 91% della forza lavoro è composta da donne.

Più in dettaglio, la quasi totalità dei dipendenti è costituita da impiegati (9), cui si aggiungono 1 quadro e 1 dirigente, entrambe donne.

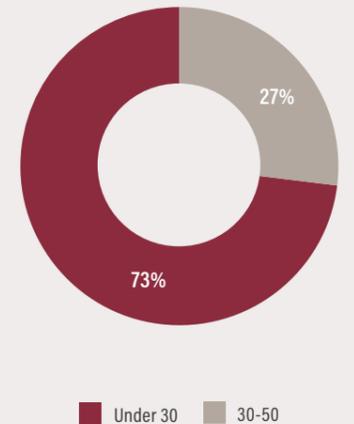
Nel 2022 il rapporto tra le retribuzioni mediane degli impiegati donne e uomini è stato pari a 1,47. All'interno di Korff non è quindi presente alcun divario retributivo di genere.



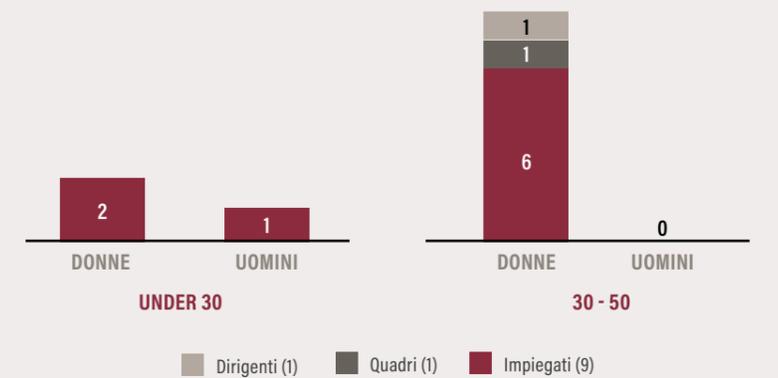
ORGANICO PER GENERE NEL 2022



ORGANICO PER FASCIA D'ETÀ NEL 2022



ORGANICO PER FASCIA D'ETÀ, GENERE E INQUADRAMENTO NEL 2022



5.3 Formazione

Korff, al fine di garantire un elevato standard delle prestazioni professionali, di valorizzare le attitudini e di sviluppare le competenze dei propri collaboratori, **investe** con determinazione **nella formazione dei collaboratori**.

Durante il 2022 ai dipendenti sono state erogate complessivamente 71 ore di formazione, con incremento dell'87% rispetto all'anno precedente.

Questo incremento è in larga parte dovuto alle ore di formazione commerciale erogate ai nuovi dipendenti attraverso il training on the job e l'affiancamento.

La formazione su temi commerciali ha infatti costituito il 69% delle ore totali, cui si aggiunge il 31% di ore di formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza sul lavoro. In media, ciascun dipendente ha dunque usufruito di 6,5 ore di formazione annue.

Korff svolge inoltre un'intensa attività di formazione a beneficio della propria rete di agenti di vendita, perché possano essere sempre adeguatamente informati in merito alle caratteristiche

Korff svolge inoltre un'intensa attività di formazione a beneficio della propria rete di agenti di vendita, perché possano essere sempre adeguatamente informati in merito alle caratteristiche e alle performance dei prodotti per assistere e consigliare al meglio i clienti

ORE DI FORMAZIONE PER ARGOMENTO NEL 2022



e alle performance dei prodotti per assistere e consigliare al meglio i clienti (farmacie e distributori all'estero).

Nel corso del 2022 sono state erogate 733 ore di formazione commerciale agli agenti, per una media di circa 2 ore di formazione per ciascun agente.

L'attività di formazione svolta da Korff si rivolge anche ai clienti, affinché possano conoscere le performance dei prodotti e le modalità con cui utilizzarli per consigliare i clienti finali (per approfondimenti, si veda il capitolo 6).



71 ore di formazione

EROGATE COMPLESSIVAMENTE AI DIPENDENTI



+ 87% RISPETTO AL 2021

5.4 Benessere aziendale

In qualità di Società Benefit Korff si pone un preciso obiettivo di **creazione di beneficio per i propri dipendenti** in particolare la creazione di un ambiente di lavoro positivo, agile e stimolante, che valorizzi le capacità del singolo e che consenta ad ogni collaboratore di crescere.

Per questo motivo l'azienda garantisce ai propri dipendenti benefit come la possibilità di acquistare prodotti a prezzi scontati e l'accesso gratuito al servizio mensa.

Quest'ultimo è affidato a una società esterna specializzata nella ristorazione collettiva che, tramite un'apposita applicazione, raccoglie in anticipo gli ordini al fine di ridurre gli sprechi nella preparazione dei pasti, secondo un menù che rispetta la stagionalità.

Il servizio mensa privilegia, ove possibile, l'utilizzo di stoviglie lavabili e/o compostabili. Sempre nell'ottica della sostenibilità, ai dipendenti viene regalata una borraccia per potersi rifornire di acqua presso gli erogatori presenti nelle aree ristoro dell'headquarter.

In seguito all'emergenza Sars-Cov-2 è stato introdotto lo smart working, che è stato mantenuto (1 giorno a settimana) anche dopo la fine della pandemia, con lo scopo di garantire una miglior conciliazione tra la vita privata e lavorativa.

L'azienda organizza ogni anno una serie di iniziative che mirano a rafforzare il senso di appartenenza, a diffondere la cultura aziendale, a far conoscere ai dipendenti temi o problematiche rilevanti.

INIZIATIVE PER I DIPENDENTI 2022

Mini corso sulla Biodiversità tenuto dall'Azienda Agricola Ape su Ape (6 ottobre 2022).

Iniziativa Orto in azienda (12 maggio 2022, vedi box).

Corso di formazione su Microbiota e Topici tenuto dalla Prof.ssa Rescigno, prof. Ordinario di Patologia generale Humanitas University (29 aprile 2022).

Cooking game: il 1 aprile 2022 i collaboratori si sono trasferiti per una giornata nella campagna brianzola, nell'agriturismo La Camilla e si sono cimentati in una gara culinaria incentrata sulla preparazione dei ravioli. Questa esperienza era finalizzata al team building.

Iniziativa La Venere di Botticelli: Nicola Vitale, poeta, saggista e pittore italiano ha incontrato presso la sede milanese di Istituto Ganassini tutti i dipendenti ed i loro famigliari per illustrare il quadro "La Nascita di Venere" di Botticelli. Al termine dell'incontro a tutti i dipendenti è stato regalato il volume: *Femme Fatale* di Pieter Schut, Armando Curcio Editore (14 giugno 2022).

Radioimmaginaria: degli speaker radiofonici di Radioimmaginaria sono stati invitati al 4 piano (terrazza e sala conferenze) per parlare insieme a numerosi Ospiti delle iniziative di sostenibilità di Istituto Ganassini.



ORTO IN AZIENDA

Con l'aiuto di due esperti giardinieri i collaboratori si sono impegnati a trasformare lo spazio presente sulle ampie terrazze della sede meneghina di Istituto Ganassini in orti rigogliosi, che diventano luoghi di aggregazione per i dipendenti e spazi di incontro per le attività dell'azienda.

L'iniziativa coinvolge tutti i dipendenti e ha l'obiettivo di sviluppare strategie finalizzate al team building e alla diffusione della cultura aziendale.

"Ogni dipartimento ha persino il suo innaffiatoio griffato con il nome" - spiega Vittoria Ganassini, responsabile CSR - "l'orto è simbolo di aggregazione, ci si parla, si danno consigli, ci si confronta, si sperimenta. Si coltivano gli orti a fine giornata o durante la pausa pranzo: grazie agli orti in azienda, i nostri dipendenti svolgono, nelle pause di lavoro, un'attività rilassante, che permette anche di socializzare e conoscere meglio i propri colleghi e allo stesso tempo di mangiare sano!".

5.5 Obiettivi di miglioramento

Korff, in qualità di Società Benefit, si pone il preciso obiettivo di creazione di beneficio per i collaboratori. Agendo, secondo lo statuto, in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti delle persone e dei territori in cui opera, l'azienda ha deciso di avviare una riflessione sugli obiettivi strategici nei confronti della comunità all'interno del Piano strategico di sostenibilità 2023-2025.

Tale riflessione ha inevitabilmente portato a degli scostamenti rispetto agli obiettivi dichiarati nella Relazione d'impatto 2021, dove, per quanto riguarda le risorse umane, erano stati indicati due target, ovvero "arrivare all'80% dei lavoratori a tempo indeterminato" e "aumentare le ore di formazione (10) per ogni dipendente".

Tali obiettivi non sono stati raggiunti, in quanto la percentuale di lavoratori dipendenti a tempo indeterminato si attesta a un livello leggermente inferiore (73%), mentre le ore medie di formazione erogate sono state 6,5. Tuttavia, attraverso la ridefinizione della propria strategia di sostenibilità, Korff intende adottare un approccio più strutturato ed organico, con obiettivi ancora più ambiziosi.

Già nel 2023, ad esempio, sono state erogate delle ore di formazione nell'ambito della sostenibilità a tutto il management di Korff.

Di seguito si riportano le azioni di miglioramento previste per il 2023.

PILLAR	SDG	OBIETTIVI	AZIONI PREVISTE	STATUS
VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITA'		Promuovere la crescita delle persone attraverso l'acquisizione di competenze e la definizione di percorsi di sviluppo	Formazione in ambito ESG rivolta alla prima linea	
		Promuovere il benessere lavorativo attraverso l'ascolto e il dialogo con i propri collaboratori	Lancio di un'indagine di clima e dei bisogni, al fine di valutare l'attivazione di nuove iniziative nell'ambito del welfare	
	 	Promuovere un ambiente di lavoro inclusivo che valorizzi l'unicità e la diversità di ogni singolo collaboratore	Raccolta di dati e informazioni per ottenere una certificazione sulla parità di genere	 In corso

Korff, in qualità di Società Benefit, si pone un preciso obiettivo di creazione di beneficio per i collaboratori

Attenzione verso i clienti e verso le comunità



- ↓
- 6.1 Attività di formazione per i clienti
 - 6.2 Iniziative per la comunità
 - 6.3 Obiettivi di miglioramento

06

Attenzione verso i clienti e verso le comunità

Per Korff le persone rivestono un ruolo fondamentale nella promozione della sostenibilità. L'azienda guarda oltre i confini strettamente aziendali con l'obiettivo di valorizzare il ruolo della comunità in cui opera e rafforzare le relazioni con i clienti, coinvolgendo le farmacie ed i distributori esteri, che sono partner fondamentali nel percorso di qualità e innovazione di Korff.

Korff ha instaurato un canale di dialogo costante con i propri clienti, alimentato attraverso un percorso formativo ad hoc, necessario a garantire a chi accompagna quotidianamente i consumatori nelle loro scelte d'acquisto un'adeguata conoscenza delle caratteristiche dei prodotti e delle migliori modalità per il loro utilizzo. La formazione dei clienti è quindi il naturale proseguimento delle attività di ricerca e sviluppo ed è fondamentale per gestire gli aspetti legati alla qualità e alla sicurezza, che caratterizzano i prodotti di Korff fin dalla loro ideazione nei laboratori (come illustrato in dettaglio nel Capitolo 4).

Per quanto concerne le comunità, Korff offre il proprio supporto ad enti ed associazioni no profit che operano in diversi campi, quali l'aiuto ai più deboli e fragili, la promozione dell'inclusione, la prevenzione e la ricerca in campo medico, la protezione dell'ambiente, la promozione della cultura, dell'arte e dello sport. L'azienda ha finanziato numerosi interventi, iniziative, progetti finalizzati a migliorare la vita delle comunità, vicine e lontane, nella consapevolezza che, in quanto società benefit, Korff debba impegnarsi concretamente per creare valore condiviso e generare benefici per le comunità.

Per Korff le persone rivestono un ruolo fondamentale nella promozione della sostenibilità



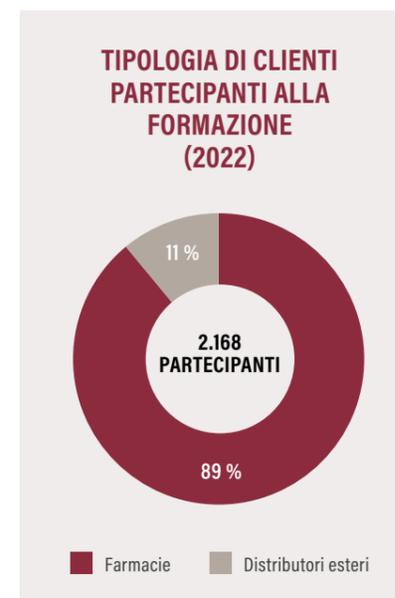
6.1 Attività di formazione per i clienti

Per Korff formare i clienti significa trasmettere loro tutte le conoscenze sui prodotti e sul loro utilizzo, affinché possano essere comunicate al meglio ai consumatori finali.

Il parere informato di professionisti esperti rappresenta infatti una garanzia ulteriore per chi acquista e una leva competitiva per un'azienda che ha fatto di bellezza, innovazione e qualità caratteri distintivi della propria attività.

La formazione non riguarda solo le caratteristiche e le tecniche di utilizzo dei prodotti, ma verte anche sulle modalità comunicative necessarie a consigliare e assistere nel migliore dei modi i consumatori finali.

All'inizio di ogni anno viene definito un piano formativo, sulla base delle caratteristiche dei partecipanti e dei prodotti (a seconda dei marchi, della stagionalità, delle novità e delle promozioni).



Per Korff formare i clienti significa trasmettere loro tutte le conoscenze sui prodotti e sul loro utilizzo, affinché possano essere comunicate al meglio ai consumatori finali

L'impegno di Korff in questa attività è ben evidenziato dai numeri. In totale, nel corso del 2022, l'azienda ha erogato 339 ore di lezione attraverso 162 incontri formativi che hanno complessivamente registrato la presenza di 2.168 partecipanti.

Di questi la quasi totalità (89%) sono farmacisti provenienti da tutta Italia e afferenti a diversi gruppi o a punti vendita indipendenti. Gli altri (11%) sono invece distributori esteri attivi sui mercati europei e asiatici.

In media, ogni singolo partecipante ha dunque ricevuto circa 2 ore e 20 minuti di formazione.

Nel 2022 il 26% delle lezioni si è svolto in presenza, in occasione di incontri territoriali organizzati in tutta Italia, mentre il 74% si è realizzato a distanza. Si tratta di una modalità introdotta con successo in seguito all'emergenza pandemica e che rimarrà prevalente anche in futuro, ampliando la platea di destinatari e il loro coinvolgimento.



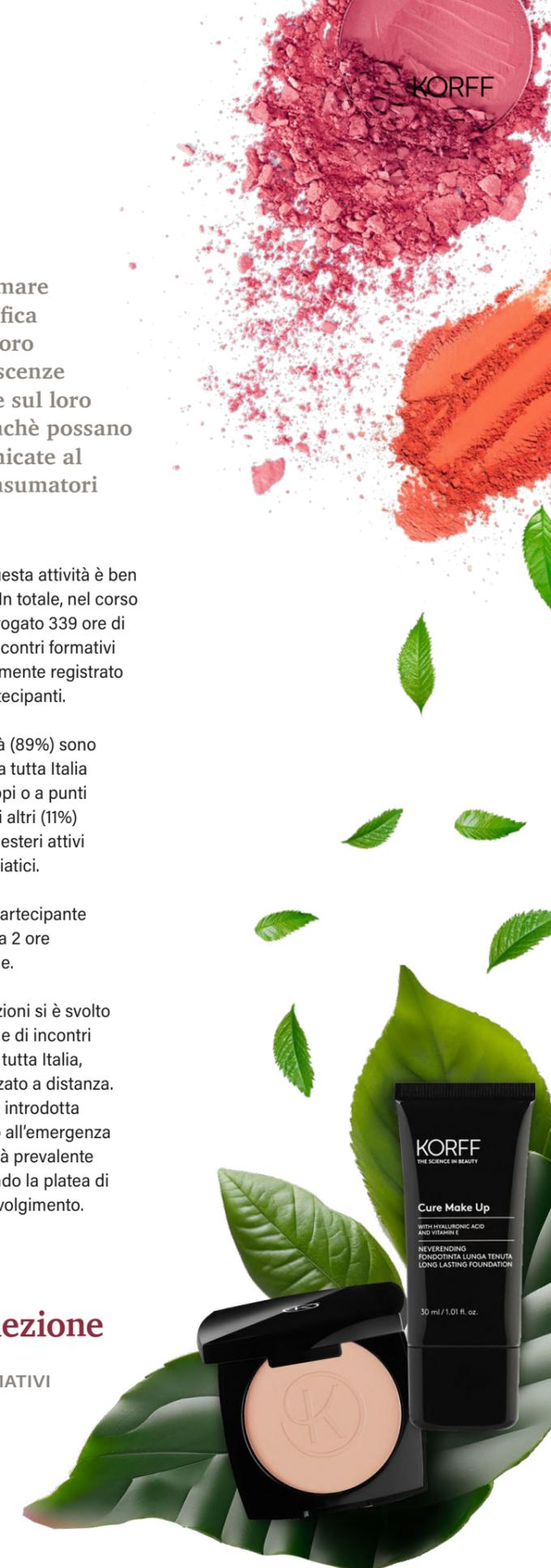
339 ore di lezione

ATTRAVERSO
162 INCONTRI FORMATIVI



2.168

PARTECIPANTI



6.2 Iniziative per la comunità

L'impegno nei confronti della collettività è da sempre uno degli ambiti di intervento privilegiati della strategia di Corporate Social Responsibility di Korff.

L'azienda è impegnata a sostenere progetti per diverse comunità, da quelle con cui interagisce ogni giorno e/o situate in prossimità della sua sede operativa, fino ad altre in territori più lontani, in Italia o all'estero.

Korff finanzia organizzazioni non profit che si dedicano sia ad attività di volontariato in campo ambientale e sociale, sia alla ricerca scientifica e alla tutela della salute, riconoscendole come attori fondamentali per la promozione dello sviluppo sostenibile dei territori.

Nella primavera 2023 Korff ha approvato ed adottato la **Politica di sponsorizzazioni e donazioni** che formalizza l'impegno dell'azienda a sostegno delle comunità.

La politica prevede che l'azienda possa effettuare donazioni solo a realtà dotate di regolari statuti e atti costitutivi, dopo averne verificato i requisiti di onorabilità, trasparenza, responsabilità e affidabilità.

Korff valuta, inoltre, la coerenza tra il partner, l'iniziativa e i valori aziendali. Una volta selezionati il partner e l'iniziativa da

sostenere, Korff monitora costantemente, mediante visite sul campo e incontri con i referenti dell'organizzazione supportata, l'efficacia della collaborazione e l'effettiva realizzazione dell'iniziativa stessa.

Per garantire la trasparenza nei confronti dei propri portatori di interesse Korff si impegna inoltre a fornire informazioni periodiche in merito alle iniziative sostenute e ai relativi risultati raggiunti tramite i propri canali di comunicazione (a titolo esemplificativo: sito internet, social media e Bilancio di Sostenibilità).

Korff si impegna a creare un legame duraturo con le organizzazioni supportate, così da garantire la stabilità necessaria per massimizzare l'impatto sui beneficiari finali. L'azienda promuove tal fine un dialogo continuo, con l'obiettivo di cogliere bisogni emergenti e individuare soluzioni condivise nell'interesse della collettività, favorendo un approccio "bottom up".

In generale, l'azienda si impegna a fornire aiuto concreto a persone, a gruppi o a categorie in condizioni di fragilità economica, sociale, culturale e psicologica e in parallelo a tutelare l'ambiente, inteso come bene collettivo e di interesse per le generazioni presenti e future.

Sulla base di tali principi, le attività di Korff si concentrano prevalentemente, anche se non esclusivamente, in ambiti quali: istruzione, salute, cultura, ambiente, tutela degli animali, sport, arte e spettacolo.

Nel 2022 Korff ha donato complessivamente 52.800,00 euro, sostenendo 7 associazioni, in lieve calo rispetto ai 56.000,00 euro donati nel 2021.

Korff ha finanziato progetti che hanno avuto un focus particolare nell'aiuto e nel supporto locale ai poveri e ai carcerati, nel sostegno alimentare e all'educazione nel Sud-Est asiatico, nelle risorse per la ricerca, le cure mediche e psicologiche in ambito oncologico. I progetti sono illustrati in dettaglio nel seguente box:

L'impegno nei confronti della collettività è da sempre uno degli ambiti di intervento privilegiati della strategia di Corporate Social Responsibility di Korff



7 associazioni
SUPPORTATE NEL 2022



52.800,00 euro
DONAZIONI COMPLESSIVE

I PROGETTI PER LE COMUNITÀ



Korff sostiene l'**Associazione Sesta Opera San Fedele Onlus**, una realtà del volontariato penitenziario che opera a Milano e provincia negli Istituti Carcerari di San Vittore, Opera, Bollate, nel Carcere minorile Beccaria e nel reparto speciale dell'Ospedale San Paolo. L'obiettivo di questa associazione è prestare assistenza morale e materiale ai carcerati e alle loro famiglie, promuovendone la dignità e attivandosi per la rimozione delle cause di emarginazione, facilitandone il reinserimento nella società.



A partire dal 2021 Korff ha realizzato una campagna social a sostegno di un'associazione benefica e di un centro di ricerca medica, grazie a un progetto che ha unito empowerment femminile e responsabilità sociale di impresa. La campagna era incentrata sull'importanza delle donne nelle discipline STEM (scienza, tecnologia, ingegneria, matematica). Per questo le protagoniste del messaggio sono state tre scienziate: Serena Giacomini, fisica specializzata in meteorologia e climatologia; Paola Martinoni, medico chirurgo specialista in chirurgia generale oncologica e Livia Archibugi, gastroenterologa endoscopista e ricercatrice. L'ente benefico destinatario dei fondi è stato l'**Associazione Libellule Onlus**.



Nata da un'idea della Dottoressa Paola Martinoni, l'associazione milanese ha la mission di cancellare il cancro dal corpo, ma anche dalla mente delle donne, accompagnandole nel loro percorso di cura con un sostegno fisico e psicologico. Il centro di ricerca destinatario dei fondi è stato il **Pancreas Center dell'IRCCS Ospedale San Raffaele di Milano**, uno dei centri italiani di eccellenza sulle patologie del pancreas.



Korff sostiene anche D.D.I., **Donne Dermatologhe Italia**, l'Associazione delle Dermatologhe Italiane, istituzionalizzata nel giugno 2003. Questo gruppo è nato dall'esigenza di avere tra le colleghe una rete più stretta di informazione, di collegamento e di aggiornamento, con la finalità di valorizzare l'attività dermatologica specialistica "al femminile" in campo medico, scientifico e culturale.



Sempre a Milano, Korff sostiene **Opera San Francesco**, un'associazione fondata nel 1959 dai Frati Cappuccini di Viale Piave che si impegna a soddisfare i bisogni primari e reali di persone in grave difficoltà. Offre ogni giorno un pasto caldo, la possibilità di lavarsi e di avere vestiti puliti a centinaia di senzatetto. La onlus garantisce a queste persone anche la possibilità di effettuare visite mediche e di avere medicinali gratuiti. Opera San Francesco assiste inoltre i senzatetto nella ricerca di una casa e di un lavoro.



L'impegno verso le comunità internazionali si concretizza, invece, nel supporto a **Una goccia per il mondo**, Onlus riminese che opera in Cambogia da oltre 15 anni, sostenendo progetti umanitari, educativi ed alimentari per i bambini. All'interno del progetto umanitario Saat School - e grazie al contributo di Korff - sono stati costruiti una biblioteca, un dormitorio e dei filtri di depurazione dell'acqua per 32 famiglie all'interno del Villaggio galleggiante di Tonle Sap. La scuola fornisce, inoltre, corsi gratuiti di inglese e informatica a oltre 300 ragazzi di età compresa tra 6 e 22 anni, con l'obiettivo di poter accogliere i più poveri e trasmettere loro quelle nozioni e competenze fondamentali per un futuro migliore.



Korff finanzia inoltre **Oromuto Onlus**, associazione nata da un'idea di tre ragazzi che con impegno e passione si sono posti come obiettivo l'uguaglianza delle persone sotto tutti i punti di vista, realizzando un ponte tra coloro che hanno maggiori possibilità economiche, sanitarie e personali e coloro che vivono situazioni di degrado.



Korff, in qualità di società benefit, si pone un preciso obiettivo di creazione di beneficio per le comunità locali

6.3 Obiettivi di miglioramento

Korff, in qualità di Società Benefit, si pone un preciso obiettivo di creazione di beneficio per le comunità locali.

Agendo, secondo lo statuto, in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti delle persone e dei territori in cui opera, l'azienda ha deciso di avviare una riflessione sugli obiettivi strategici nei confronti della comunità all'interno del Piano strategico di sostenibilità 2023-2025.

Tale riflessione ha inevitabilmente portato a degli scostamenti rispetto agli obiettivi dichiarati nella Relazione d'impatto 2021. Nel caso delle donazioni l'obiettivo definito nella Relazione d'impatto è stato infatti solo parzialmente raggiunto: sono state coinvolte 7 realtà associative ma non sono stati raggiunti i 70.000,00 euro di donazioni effettuate.

Tuttavia, attraverso la ridefinizione della propria strategia di sostenibilità, Korff intende adottare un approccio più strutturato ed organico, con obiettivi ancora più ambiziosi: grazie alla nuova politica delle donazioni e sponsorizzazioni, ad esempio, a partire dal 2023

A partire dal 2023 l'ammontare delle donazioni di Korff sarà pari al 2% del fatturato

l'ammontare delle donazioni di Korff sarà pari al 2% del fatturato.

Nella tabella sotto si riporta lo stato di avanzamento delle iniziative previste nell'ambito della comunità per il 2023.

PILLAR	SDG	OBIETTIVI	AZIONI PREVISTE	STATUS
VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITA'		Promuovere ulteriormente l'ascolto attento e attivo delle esigenze delle comunità	Formalizzazione di una politica per le sponsorizzazioni e donazioni	
		Promuovere l'ascolto e la consapevolezza sui temi di sostenibilità dei clienti	Coinvolgere maggiormente i clienti nella definizione della matrice di materialità	 In corso



Korff intende adottare un approccio più strutturato ed organico con obiettivi ancora più ambiziosi



07

Tutela dell'ambiente



- 7.1 Energia
- 7.2 Emissioni in atmosfera
- 7.3 Acqua
- 7.4 Rifiuti
- 7.5 Obiettivi di miglioramento

Tutela dell'ambiente

L'attenzione di Korff alla sostenibilità inizia dalla sede aziendale. Con l'obiettivo di raggiungere una riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di CO₂ in atmosfera, sono state attuate diverse iniziative di efficientamento dei consumi e di miglioramento - in generale - della gestione energetica complessiva.

Un altro impegno di Korff riguarda l'aumento dell'efficienza idrica, attraverso misure finalizzate a risparmiare acqua. Korff presta grande attenzione anche alla produzione e gestione dei rifiuti. Quest'ultima è controllata in tutte le fasi amministrative, produttive e post-produttive, comprese quelle relative al trasporto e allo smaltimento ed è svolta in conformità alla normativa vigente.

E' importante sottolineare che gli interventi di Korff nei settori energia, acqua e rifiuti ricalcano quelli di Istituto Ganassini, dal momento che tutti gli uffici di Korff si trovano all'interno della sede di Istituto Ganassini.



7.1 Energia

Per quanto concerne l'efficienza energetica, Korff è intervenuta in particolar modo sull'illuminazione, attraverso l'installazione di luci LED in tutto l'edificio, ottenendo un risparmio dei consumi di elettricità di circa il 75% rispetto all'illuminazione tradizionale; sono state inoltre introdotte luci con sensori di movimento per l'accensione lo spegnimento automatici in bagni, scale, corridoi e parcheggio.

Un altro accorgimento ha riguardato l'installazione di caldaie a condensazione che consentono un risparmio dei consumi di gas di circa il 30% e una riduzione delle emissioni inquinanti del 20% rispetto agli impianti tradizionali.

E' stato implementato in parallelo un software dedicato al monitoraggio dei consumi di energia elettrica e gas in tempo reale, che permette la produzione di report mensili.

La promozione dell'elettificazione e della mobilità sostenibile ha portato, inoltre, a posizionare 4 colonnine di ricarica per le auto elettriche presso la sede. Un altro fronte di azione riguarda



75%
RISPARMIO ENERGIA ELETTRICA
GRAZIE ALL'ILLUMINAZIONE LED



30%
RISPARMIO DEI CONSUMI DI
GAS GRAZIE ALLE CALDAIE A
CONDENSAZIONE

la sostenibilità degli approvvigionamenti energetici.

Per ridurre il proprio impatto, dal 2019 Korff acquista tutta l'energia elettrica da fonte rinnovabile. Nel 2022 l'energia acquistata è stata prodotta dagli impianti idroelettrici di Grosio e Premadio, situati in provincia di Sondrio.

L'impegno dell'azienda nei confronti della sostenibilità ha coinvolto attivamente tutti i dipendenti. Per incrementare la consapevolezza ed incentivare comportamenti più responsabili, ad esempio, Korff ha realizzato un programma di Educazione sostenibile con la finalità di promuovere e diffondere,

Korff ha realizzato un programma di Educazione sostenibile per promuovere e diffondere tra tutti i dipendenti buone pratiche ambientali attuabili quotidianamente

tra tutti i dipendenti, buone pratiche ambientali attuabili quotidianamente per un risparmio delle risorse e dell'energia e un miglioramento della qualità della vita. A tal fine sono state esposti, all'interno della sede, materiali informativi (chiamati il Consiglio di Sosty) sui gesti quotidiani che contribuiscono a migliorare la qualità della vita e dell'ambiente attraverso un comportamento responsabile e un corretto utilizzo delle risorse ambientali a disposizione.

I consumi energetici nel 2022 sono complessivamente diminuiti rispetto al 2021 (-2,2%). In particolare, il consumo di metano per alimentare le caldaie a condensazione che producono acqua calda per il riscaldamento dell'edificio e per gli usi sanitari è la principale fonte di energia utilizzata (32,5%), seguita dall'energia elettrica (29,5%). Sia il consumo di gas sia il consumo di elettricità sono diminuiti nel 2022 rispetto al 2021 (-27,4% e -14,7% rispettivamente). Il consumo di carburanti per auto ha invece subito un incremento (+66,4%). Tale aumento può essere influenzato dal fatto che nel 2021, a causa della pandemia, gli spostamenti in auto sono stati limitati.

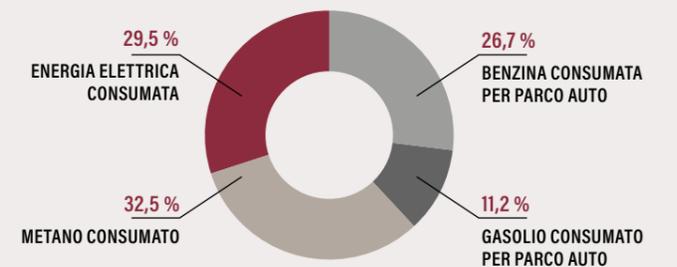
Non si dispone dei dati relativi ai consumi delle auto aziendali del 2020.

Consumi energetici	u.m.	2022	2021	2020	Δ % 2022-2021
Benzina consumata per parco auto	GJ	109,54	0	\	\
Gasolio consumato per parco auto	GJ	46,10	93,56	\	-50,7%
Metano consumato per impianti di riscaldamento	GJ	133,23	183,63	165,66	-27,4%
Energia elettrica da fonti rinnovabili consumata	GJ	121,13	142,03	130,16	-14,7%
Totale consumi energetici	GJ	410,01	419,22	295,81	-2,2%

I CONSIGLI DI SOSTY IN AMBITO ENERGETICO

- Privilegiare la luce solare a quella artificiale. Aumentare l'esposizione alla luce naturale ha effetti benefici sulla salute e comporta un risparmio energetico!
- Quando si esce dagli ambienti di lavoro, ricordarsi di spegnere sempre le luci e anche le apparecchiature elettriche.
- Spegnere le apparecchiature elettroniche quando non si usano per lungo periodo e non mantenerle in modalità stand-by. Un PC in stand-by può consumare anche oltre i 20 Wh!
- Spegnere fotocopiatrici e stampanti se non vengono utilizzate per oltre mezz'ora. Tali apparecchiature consumano fino a 1 kWh e non si danneggiano nell'azione ripetuta di accensione/spegnimento.
- Mantenere una temperatura non superiore a 20° d'inverno e non inferiore a 25° d'estate e controllare l'apertura delle finestre.
- Utilizzare il riscaldamento o i condizionatori solo in caso di necessità e ricordarsi di spegnerli ogni volta che si aprono le finestre per il ricambio dell'aria. Ogni grado in meno di riscaldamento corrisponde ad un risparmio energetico del 7%.
- Comprare PC e periferiche a risparmio energetico.

CONSUMI ENERGETICI PER FONTE 2022



Per ridurre il proprio impatto, dal 2019 Korff acquista tutta l'energia elettrica certificata al 100% da fonte rinnovabile

7.2 Emissioni in atmosfera

Korff ha come scopo la costante riduzione delle emissioni CO₂ e per raggiungere questo obiettivo ha messo in atto una serie di misure ed azioni.

L'azienda ha deciso di acquistare solo energia elettrica da fonti rinnovabili e sta progressivamente sostituendo le auto aziendali a diesel con auto ibride.

Korff ha inoltre adottato un sistema automatizzato per la gestione da remoto degli impianti di riscaldamento e raffrescamento per ridurre al minimo gli sprechi.

Ogni anno l'azienda calcola e monitora costantemente le proprie emissioni di gas a effetto serra Scope 1 e Scope 2. Tali emissioni sono da attribuire esclusivamente ai consumi energetici diretti (Scope 1), perché le emissioni indirette (Scope 2, Market based)

EMISSIONI IN ATMOSFERA

Emissione Scope 1

Emissioni di gas serra generate direttamente dall'organizzazione (la fonte è di proprietà o controllata operativamente dalla stessa). Appartengono a questa classe le emissioni legate al riscaldamento dei locali e quelle generate dai veicoli di proprietà dell'organizzazione.

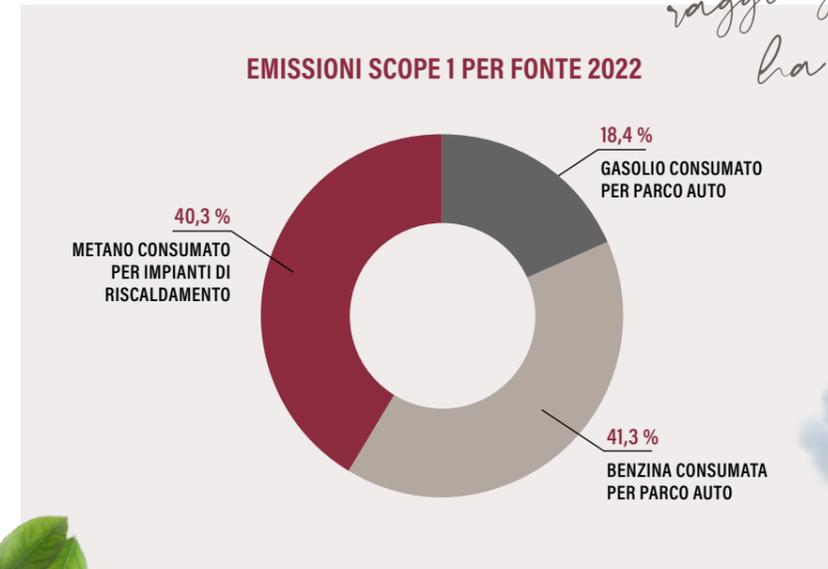
Emissioni Scope 2

Emissioni di gas serra generate indirettamente dall'organizzazione, derivanti dalla produzione di energia acquistata. Le emissioni Scope 2 possono essere calcolate con due diverse metodologie:

- Location based**
 Secondo questa metodologia le emissioni di gas serra sono calcolate applicando un fattore di emissione medio, relativo all'insieme di fonti energetiche primarie utilizzate a livello nazionale per la produzione dell'energia elettrica (il cosiddetto mix energetico).
- Market based**
 Questa metodologia richiede di calcolare le emissioni utilizzando specifici fattori di emissione relativi ai fornitori da cui proviene l'energia acquistata. Per gli acquisti di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili si attribuisce un fattore emissivo nullo. Questa metodologia è premiante per quelle aziende, come Istituto Ganassini, che attuano delle politiche di acquisto di energia elettrica virtuose.

Non si dispone dei dati relativi ai consumi delle auto aziendali del 2020.

Emissioni	2022	2021	2020	Δ % 2022-2021
Scope 1 emissioni energetiche dirette				
tCO ₂ da consumi di benzina per parco auto	7,74	0	\	\
tCO ₂ da consumi di gasolio per parco auto	3,45	7	\	-50,7%
tCO ₂ da consumi di metano per impianti di riscaldamento	7,54	10,43	9,32	-27,7%
tCO₂e totale emissioni SCOPE 1	18,73	17,43	9,32	7,5%
Scope 2 emissioni energetiche indirette				
tCO ₂ totale emissioni SCOPE 2 da energia elettrica acquistata (Location based)	10,6	12,43	12,15	-14,7%
tCO ₂ totale emissioni SCOPE 2 da energia elettrica acquistata (Market based)	0,0	0,0	0,0	\
Totale emissioni energetiche (Scope 1 + Scope 2)				
tCO ₂ e totale emissioni SCOPE 1 e SCOPE 2 (Location based)	29,33	29,86	21,46	-1,8%
tCO ₂ e totale emissioni SCOPE 1 e SCOPE 2 (Market based)	18,73	17,43	9,32	7,5%



Korff ha come scopo la costante riduzione delle emissioni CO₂ e per raggiungere questo obiettivo ha messo in atto una serie di misure ed azioni

Nel 2022 le emissioni Scope 1 e Scope 2 Location based sono diminuite

sono pari a zero in quanto l'approvvigionamento di energia elettrica si basa su fonti 100% rinnovabili.

Nel 2022 le emissioni di gas a effetto serra sono aumentate del 7,5% rispetto all'anno precedente. Le emissioni Scope 1 sono legate per la maggior parte al consumo di benzina per alimentare il parco auto aziendale (41,3%) e alla combustione di gas metano per alimentare gli impianti di riscaldamento degli uffici della sede (40,3%).

Nel 2022 l'utilizzo di energia elettrica acquistata sul mercato proveniente da fonti rinnovabili ha evitato l'emissione di un totale di 15,4 tonnellate di CO₂.



Sistema automatizzato

GESTIONE DA REMOTO DEGLI IMPIANTI DI RISCALDAMENTO E RAFFRESCAMENTO



15,4 tCO₂

EMISSIONI EVITATE GRAZIE ALL'UTILIZZO DI ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI



7.3 Acqua

Un altro impegno di Korff riguarda l'aumento dell'efficienza idrica.

L'acqua utilizzata da Korff all'interno della sede è prevalentemente impiegata per usi sanitari, potabili e antincendio.

Tutta l'acqua utilizzata è prelevata dall'acquedotto comunale e viene interamente scaricata nelle fognature pubbliche, secondo le indicazioni di legge.

In ogni caso Korff riesce a ottenere risparmi d'acqua a monte dai propri fornitori, grazie a una sensibilizzazione sulle tecniche che abbattano le quantità di utilizzo della risorsa nei diversi processi produttivi.

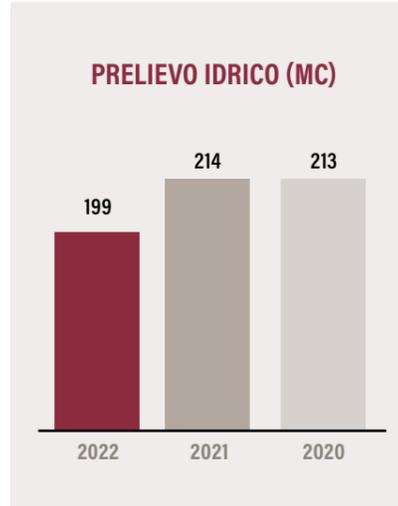
L'acqua prelevata nel 2022 è stata pari a 199 litri, facendo registrare una diminuzione del 7,0% rispetto al 2021.

È importante notare che la sede di Korff, a Milano, si trova in un'area geografica a basso stress idrico.



- 7,0%

PRELIEVI IDRICI RISPETTO AL 2021



7.4 Rifiuti

Un impegno analogo rispetto a quello sviluppato su temi del risparmio energetico e dell'efficienza idrica viene messo da Korff nella gestione dei rifiuti.

La gestione dei rifiuti è controllata in tutte le fasi amministrative, produttive e post-produttive, comprese quelle relative al trasporto e allo smaltimento ed è svolta in conformità alla normativa vigente.

Korff ha implementato diverse procedure per migliorare il processo, a partire dall'identificazione delle diverse tipologie di rifiuti, dislocando negli stabilimenti

e negli uffici contenitori dedicati per la raccolta differenziata, oltre che formando e sensibilizzando il personale.

Inoltre, Korff, per ridurre la quantità di rifiuti prodotti e favorirne la riciclabilità, sta puntando sulla trasformazione in azienda plastic-free: negli uffici sono state sostituite, ad esempio, le tazzine da caffè e le palette di plastica con tazzine di carta e palette di legno e a partire dalla primavera 2023 nella mensa aziendale sarà eliminato l'utilizzo di plastica monouso.

Un altro accorgimento realizzato riguarda la progressiva sostituzione di tutte le batterie monouso delle apparecchiature elettriche ed elettroniche utilizzate presso gli uffici, come mouse e tastiere, con batterie ricaricabili.

La gestione dei rifiuti è controllata in tutte le fasi amministrative, produttive e post-produttive, comprese quelle relative al trasporto e allo smaltimento ed è svolta in conformità alla normativa vigente.

I CONSIGLI DI SOSTY IN AMBITO IDRICO



Evitare di far scorrere l'acqua a lungo senza utilizzarla: lasciare il rubinetto aperto anche solo un minuto comporta uno spreco di acqua che va dai 2 ai 6 litri.



Segnalare la presenza di eventuali perdite: un rubinetto che gocciola o un water che perde acqua non vanno trascurati, possono sprecare anche 100 litri d'acqua al giorno.

I CONSIGLI DI SOSTY IN AMBITO DI PRODUZIONE DI RIFIUTI



Effettuare la raccolta differenziata utilizzando gli appositi contenitori per la carta, vetro, lattine, plastica, pile, farmaci, batterie esauste. Non gettare assieme agli altri rifiuti le pile, le lampade fluorescenti, le cartucce, i toner, i contenitori di prodotti tossici e/o infiammabili, i PC e i loro accessori (stampanti, monitor, ecc.).



Utilizzare prodotti riciclati e rigenerati (carta, nastri e cartucce).



Riutilizzare gli imballaggi.



Sostituire l'uso di pennarelli, evidenziatori e bianchetti che possiedono solventi (sostanze tossiche e inquinanti che permangono nell'ambiente) con cancelleria realizzata da materiali solubili in acqua, oppure impiegare matite fluorescenti al posto degli evidenziatori.



Evitare prodotti "usa e getta" preferendo, quando possibile, penne ricaricabili, batterie ricaricabili, fazzoletti e tovaglioli di stoffa, ecc.



Comprare materiale riciclato (carta).



Acquistare prodotti con certificazioni ambientali come ad esempio Ecolabel, certificazione europea che attesta il ridotto impatto ambientale del prodotto.



Far rigenerare nastri per stampanti e cartucce inkjet.

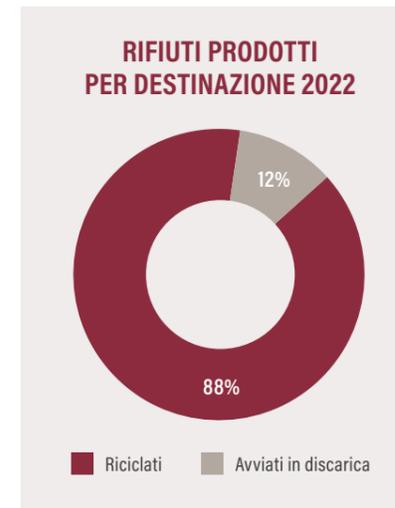


88%

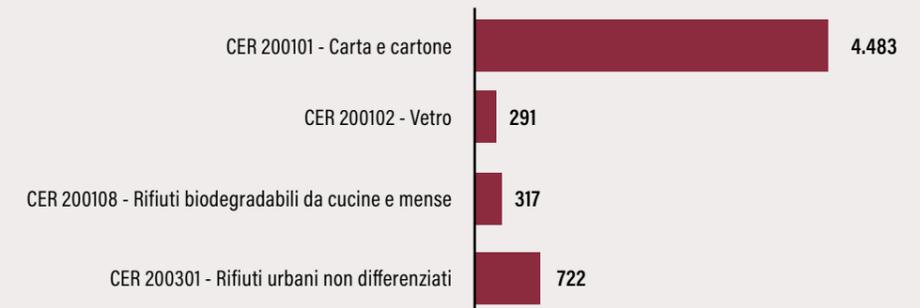
DEI RIFIUTI DESTINATO ALLA RACCOLTA DIFFERENZIATA

Nel 2022 sono stati prodotte complessivamente 5,8 tonnellate di rifiuti non pericolosi, prevalentemente carta e cartone, generate dal personale amministrativo impiegato negli uffici.

In tutti gli uffici sono presenti appositi bidoni per la raccolta differenziata e nel 2022, grazie alle attività di sensibilizzazione dei dipendenti, l'88% dei rifiuti prodotti è stato differenziato e solo il 12% avviato in discarica.



RIFIUTI PRODOTTI PER TIPOLOGIA IN KG 2022



7.5 Obiettivi di miglioramento

In qualità di Società Benefit Korff si pone l'obiettivo di tutelare e proteggere l'ambiente, impegnandosi a rendere le proprie attività quanto più possibile sostenibili, minimizzando il proprio impatto negativo.

Nella seguente tabella si riportano gli obiettivi strategici per la tutela e il rispetto dell'ambiente che saranno oggetto di riflessione del Piano strategico di sostenibilità 2023-2025 con una serie di azioni di miglioramento previste per il 2023 e di seguito riportate:

PILLAR	SDG	OBIETTIVI	AZIONI PREVISTE	STATUS
TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE		Formalizzare l'impegno dell'azienda nei confronti della tutela dell'ambiente	Elaborare, adottare ed implementare una Politica per la tutela dell'ambiente	
		Efficientare i consumi e ridurre gli sprechi di energia	Implementazione di un sistema automatizzato per la gestione da remoto degli impianti di riscaldamento e raffrescamento Installazione di un impianto di condizionamento/raffrescamento alimentato da una pompa di calore nel nuovo magazzino	 
		Ridurre la propria Carbon footprint	Approvvigionamento di gas con emissioni 100% compensate	
		Migliorare la gestione dei rifiuti	Implementazione di un sistema di misurazione e monitoraggio della quantità di rifiuti prodotti	 In corso
		Efficientare i consumi e ridurre gli sprechi di acqua	Implementazione di un sistema di misurazione e monitoraggio della quantità di acqua prelevata, consumata e scaricata	 In corso

In qualità di Società Benefit Korff si pone l'obiettivo di tutelare e proteggere l'ambiente, impegnandosi a rendere le proprie attività quanto più possibile sostenibili, minimizzando il proprio impatto negativo

Nota metodologica



Il Bilancio di sostenibilità è il documento attraverso cui Korff comunica in modo trasparente ai propri stakeholder gli obiettivi prefissati e gli impatti sociali, economici e ambientali generati dalla propria attività

Scopo e perimetro del Bilancio di sostenibilità

Il Bilancio di sostenibilità è il documento attraverso cui Korff comunica in modo trasparente ai propri stakeholder gli obiettivi prefissati e gli impatti sociali, economici e ambientali generati dalla propria attività.

Dal 2021 Korff è diventata Società Benefit, un passaggio importante che rafforza ulteriormente l'impegno dell'azienda nel perseguire un modello di business sostenibile.

Il Bilancio di sostenibilità diventa, quindi, uno strumento prezioso per assolvere all'obbligo di trasparenza previsto dalla L. 28-12-2015 sulle Società Benefit.

Gli standard di valutazione utilizzati per valutare e rendicontare l'impatto di Korff nel perseguire il beneficio comune sono gli standard Global Reporting Initiative (GRI) nella versione 2021.

Il perimetro delle informazioni riportate al 31.12.2022 interessa Korff S.r.l. Società Benefit per tutte le aree di impatto rendicontate; ove si verificassero delle eccezioni queste sono specificate come nota di commento alle tabelle riportate nella sezione Annex.

Gli impatti generati da Korff sono misurati grazie ad indicatori per i quali si riporta il trend, ove possibile, per il triennio 2020-2022, così da evidenziare eventuali variazioni rispetto agli anni precedenti.

Il Bilancio di sostenibilità è uno strumento che consente di prendere coscienza delle opportunità di crescita e sviluppo nell'ambito della sostenibilità, in

un'ottica strategica. In questo senso il Bilancio e il lavoro di raccolta dati che lo precede diventano il primo passo per identificare obiettivi concreti di medio-lungo termine e strutturare un Piano strategico di sostenibilità allineato ai Sustainable Development Goals dell'Agenda 2030 dell'ONU. Proprio per questo ogni capitolo del Bilancio, ad eccezione del primo di carattere introduttivo, riporta un paragrafo specificatamente dedicato agli Obiettivi di miglioramento previsti per il 2023.

Il coinvolgimento degli stakeholder nel Bilancio di sostenibilità

Per il Bilancio di sostenibilità 2022, in linea con le migliori prassi di rendicontazione e con quanto suggerito dagli standard GRI, è stato effettuato il coinvolgimento degli stakeholder interni per identificare gli impatti più rilevanti (materiali) di Korff.

Il processo ha previsto la realizzazione di un workshop con il management, in cui si è spiegato il concetto di "materialità"; in tale sede i 6 responsabili di funzione presenti hanno compilato il questionario di materialità in cui ciascun tema di sostenibilità è stato valutato su una scala di rilevanza 1-5 in merito a due dimensioni: l'impatto sulla capacità di generare/distuggere valore economico-finanziario per Korff (impatto finanziario) e l'impatto dell'azienda sugli stakeholder esterni (clienti, dipendenti, fornitori, comunità e ambiente).

E' stato dunque adottato l'approccio della doppia materialità, in linea con quanto proposto dalla prima bozza degli European Sustainability

Reporting Standards (ESRS) elaborati dall'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) in seguito alla pubblicazione della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), la nuova Direttiva europea in materia di rendicontazione di sostenibilità.

La lista dei temi di sostenibilità materiali e le aree di azione

I temi rilevanti («temi materiali»), oggetto di rendicontazione nel presente Bilancio hanno ricevuto una valutazione da parte del management superiore alla media delle valutazioni per almeno una delle due dimensioni indagate (dimensione economico-finanziaria e dimensione degli impatti sugli stakeholder).

L'identificazione dei temi materiali ha permesso di individuare 4 aree di azione, ovvero i pilastri su cui si basa la strategia di sostenibilità di Korff; ciascun pilastro a sua volta è stato collegato alle finalità di beneficio comune esplicitate nello Statuto aziendale. La strategia di sostenibilità di Korff si muove in parallelo con quella di Istituto Ganassini SpA di Ricerche Biochimiche (cfr. Bilancio di sostenibilità 2022 di Istituto Ganassini SpA di Ricerche Biochimiche).

Di seguito si riportano due tabelle: la prima con la lista dei temi materiali, la descrizione degli impatti associati a ciascun tema, la corrispondenza con le aree di azione (i 4 pilastri) e le informative specifiche GRI associate. La seconda con la descrizione delle finalità di beneficio comune e le aree d'azione associate. La matrice di materialità che rappresenta graficamente i temi materiali è riportata nel capitolo 2 del Bilancio.

TEMA MATERIALE	DESCRIZIONE DEGLI IMPATTI	AREA DI AZIONE	GRI RENDICONTATI
INGREDIENTI	Impatti generati dalla produzione di rifiuti nelle attività produttive/realizzative e dagli ingredienti utilizzati per la realizzazione dei prodotti dell'organizzazione.	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE - TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume; 306-3 Rifiuti prodotti in base alla composizione; 306-4 Rifiuti destinati a riciclo, recupero o riuso; 306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento
PACKAGING	Impatti generati dalla produzione di rifiuti nelle attività produttive/realizzative e dal packaging utilizzato dall'organizzazione.	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE - TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume; 306-3 Rifiuti prodotti in base alla composizione; 306-4 Rifiuti destinati a riciclo, recupero o riuso; 306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento
MARKETING RESPONSABILE ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI	Impatti generati dall'accesso ai clienti ad informazioni accurate e adeguate sugli impatti positivi e negativi a livello economico, sociale e ambientale dei prodotti e servizi, dal punto di vista sia dell' etichettatura (es: composizione dei prodotti e relativo utilizzo e smaltimento) sia delle comunicazioni di marketing .	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE	417-1 Requisiti per i prodotti e i servizi in materia di informazioni e di etichetta dei prodotti
TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA DEI CLIENTI	Impatti sulla salute e sulla sicurezza dei clienti e degli utilizzatori finali generati dall'utilizzo dei prodotti e/o dei servizi dell'organizzazione.	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti e servizi per i consumatori
INVESTIMENTI IN RICERCA E SVILUPPO DI PRODOTTO	Impatti generati dagli investimenti in ricerca e sviluppo relativi ai prodotti e ai processi produttivi dell'organizzazione.	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE - IMPEGNO PER LA RICERCA SCIENTIFICA	\
SOSTEGNO ALLA RICERCA MEDICO-SCIENTIFICA	Impatti sul benessere della comunità generati dal sostegno e dall'impegno da parte dell'organizzazione per la ricerca medico-scientifica .	IMPEGNO PER LA RICERCA SCIENTIFICA	\
ATTRATTIVITÀ E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE	Impatti sul benessere dei dipendenti generati dalla gestione, dal livello di stabilità/turnover, dai benefit e da tutte le forme di welfare previste dall'organizzazione.	VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITA'	401-1: Nuove assunzioni e turnover
FORMAZIONE E SVILUPPO DEL PERSONALE	Impatti sul potenziamento del capitale umano e sulla soddisfazione dei dipendenti generati dall'implementazione di programmi per accrescerne le competenze e dall'utilizzo di sistemi di valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale da parte dell'organizzazione.	VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITA'	404-1: Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente

TEMA MATERIALE	DESCRIZIONE DEGLI IMPATTI	AREA DI AZIONE	GRI RENDICONTATI
TUTELA DELLA DIVERSITÀ E DELLE PARI OPPORTUNITÀ	Impatti generati dalla promozione della diversità (genere, età, etc.) e delle pari opportunità sul lavoro assicurando in particolare parità di trattamento retributivo e di crescita.	VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITA'	405-1: Diversità tra i dipendenti 405-2: Rapporto tra remunerazione delle donne rispetto agli uomini
RELAZIONE TRA LAVORATORI E MANAGEMENT	Impatti sulla soddisfazione e sulla motivazione dei dipendenti generati da cambiamenti operativi significativi.	VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITA'	3-3 Gestione del tema materiale
RELAZIONE CON LE COMUNITÀ LOCALI	Impatti economici, sociali o ambientali generati dalle attività dell'organizzazione sulle comunità locali .	VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLE COMUNITA'	3-3 Gestione del tema materiale
ENERGIA	Impatti ambientali generati dal consumo di energia dell'organizzazione.	TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	302-1 Energia consumata all'interno dell'Organizzazione
EMISSIONI IN ATMOSFERA	Impatti ambientali delle emissioni climalteranti (CO ₂ - biossido di carbonio, CH ₄ - metano, N ₂ O - protossido d'azoto e gas fluorurati) dirette e indirette dell'organizzazione.	TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	305-1 Emissioni energetiche dirette 305-2 Emissioni energetiche indirette
ACQUA	Impatti ambientali generati dal prelievo, scarico e consumo di acqua dell'organizzazione.	TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	303-3 Prelievo idrico 303-4 Scarichi idrici 303-5 Consumi idrici
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI	Impatti ambientali generati dalla catena di fornitura .	TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	3-3 Gestione del tema materiale
ETICITÀ DEL BUSINESS ¹	Impatti generati da potenziali episodi di corruzione collegati all'organizzazione e da comportamenti anticoncorrenziali e pratiche monopolistiche da parte dell'organizzazione.	\	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese
PERFORMANCE ECONOMICA ¹	Impatti economici derivanti dal valore economico generato, distribuito ai portatori di interesse (azionisti, dipendenti, finanziatori, Stato, fornitori, comunità, ecc.) e trattenuto dall'organizzazione.	\	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito

FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE	AREA D'AZIONE
1. Commercio di prodotti dermocosmetici e integratori alimentari che promuovano valori di bellezza naturale, ricerca scientifica, responsabilità sociale e ambientale.	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE IMPEGNO PER LA RICERCA SCIENTIFICA TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE
2. Promozione della bellezza, intesa come fonte di ispirazione e punto di arrivo per la ricerca e la realizzazione di ogni disegno aziendale, attraverso lo sviluppo di prodotti attenti a soddisfare l'esigenza sensoriale del consumatore e progetti dedicati a esaltare il patrimonio culturale italiano.	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE
3. Promozione della ricerca e dell'innovazione tecnico-scientifica per migliorare la qualità delle formule, la sicurezza d'impiego, l'efficacia d'uso e l'esperienza di consumo, e per favorire lo sviluppo di pratiche sostenibili e processi di innovazione a tutela dell'ambiente.	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE IMPEGNO PER LA RICERCA SCIENTIFICA
4. Promozione di prodotti sviluppati con ingredienti e packaging, rispettivamente, sempre più sostenibili e riciclabili, valorizzando e comunicando i progressi ottenuti in termini di sostenibilità sociale, economica e ambientale.	QUALITÀ DEL PRODOTTO E SALUTE DEL CONSUMATORE TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE
5. Promozione di una politica aziendale sempre più inclusiva, attenta al benessere del collaboratore, attraverso la creazione e il mantenimento di un ambiente di lavoro positivo, agile e stimolante, dove il singolo mette a disposizione conoscenze e competenze per sviluppare il proprio potenziale, crescere professionalmente e diventare parte attiva e partecipe dell'identità aziendale.	VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE E SUPPORTO ALLA COMUNITÀ

Per maggiori informazioni sui contenuti del presente documento è possibile contattare l'azienda ai seguenti riferimenti:



Korff S.r.l., Via C. Boncompagni 63, 20139 Milano (MI), Italy
socialresponsibility@ganassini.it

¹ I temi "Eticità del business" e "Performance economica" sono considerati da Korff dei prerequisiti essenziali per la realizzazione degli impatti; pertanto, non sono ricompresi nelle 4 aree di azione.

Annex



Tabelle delle informative GRI per capitolo

Capitolo 4

GRI I 301-1 MATERIALI UTILIZZATI PER PESO O VOLUME

L'informativa GRI chiede di suddividere il peso/volume totale dei materiali utilizzati in "rinnovabili e non rinnovabili".

Nelle tabelle relative al packaging le materie prime di origine naturale (100%) sono da considerarsi come materiali rinnovabili mentre le materie prime di origine sintetica (100%) sono da considerarsi materiali non rinnovabili.

Nelle tabelle relative al packaging sono stati classificati come materiali rinnovabili carta, cartone e viscosa in quanto materie prime di origine naturale mentre sono stati classificati come materiali non rinnovabili l'alluminio, la plastica e il vetro.

Per materiale rinnovabile si intende "Materiale derivante da risorse abbondanti che si ricostituiscono rapidamente tramite cicli ecologici o processi agricoli così che i servizi forniti da queste e da altre risorse correlate non vengano compromessi e restino disponibili per le generazioni future."

Le referenze viso e corpo di Korff sono prodotte negli stabilimenti Dermofarm e Farmagan. Si ricorda che Dermofarm fa parte del perimetro del Bilancio consolidato del Gruppo Istituto Ganassini mentre Farmagan è una società esterna a tale perimetro appartenente alla famiglia Ganassini. Per maggiore completezza si è deciso di includere i dati delle materie prime (ingredienti e packaging) di entrambe le aziende nel Bilancio di sostenibilità di Korff.

Le referenze make up, invece, sono prodotte da terzisti esterni sia al perimetro del Gruppo Istituto Ganassini sia alla famiglia Ganassini. Per questo motivo non è stato possibile ottenere i dati relativi all'utilizzo di materie prime (ingredienti e packaging) per le referenze make up di Korff.

FARMAGAN	UM	2022	2021	2020
Materie prime di origine naturale (100%)	Kg	360.960	343.600	306.894
Materie prime di origine sintetica (100%)	Kg	39.575	35.505	23.597
Materie prime miste (50% di originale naturale e 50% di origine sintetica)	Kg	435.863	416.831	337.828
Totale Materie prime acquistate	Kg	836.398	795.936	668.318

DERMOFARM	UM	2022	2021	2020
Materie prime di origine naturale (100%)	Kg	363.294	145.643	44.452
Materie prime di origine sintetica (100%)	Kg	87.126	58.875	17.496
Materie prime miste (50% di originale naturale e 50% di origine sintetica)	Kg	254.548	188.027	59.255
Totale Materie prime acquistate	Kg	704.968	392.546	121.203

FARMAGAN	UM	2022	2021	2020
Packaging non rinnovabile	Kg	11.552	7.813	7.156
Plastica	Kg	10.224	7.813	5.079
Vetro	Kg	1.328	0	2.077
Packaging rinnovabile	Kg	5.813	2.897	4.027
Carta e cartone	Kg	5.813	2.897	4.027
Totale Packaging acquistato	Kg	17.365	10.710	11.184

DERMOFARM	UM	2022	2021	2020
Packaging non rinnovabile	Kg	17.667	21.160	12.624
Alluminio	Kg	310	314	0
Plastica	Kg	8.725	16.102	10.127
Vetro	Kg	7.568	4.027	1.752
Misto plastica ed altro	Kg	1.063	716	745
Packaging rinnovabile	Kg	5.963	6.512	3.982
Carta e cartone	Kg	5.963	6.512	3.982
Viscosa	Kg	0	0	0
Totale Packaging acquistato	Kg	23.630	27.672	16.607

Capitolo 5

GRI 2-7 DIPENDENTI	2022	2021	2020	Variazione 2022-2021
Totale dipendenti	11	11	10	0%
Donne	10	11	9	-9%
Uomini	1	0	1	-
Tempo indeterminato	8	10	9	-20%
Donne	8	10	8	-20%
Uomini	0	0	1	-
Tempo determinato	3	1	1	200%
Donne	2	1	1	100%
Uomini	1	0	0	-
Full time	11	11	10	0%
Donne	10	11	9	-9%
Uomini	1	0	1	-
Part time	0	0	0	-
Donne	0	0	0	-
Uomini	0	0	0	-

GRI 2-8 LAVORATORI NON DIPENDENTI	2022	2021	2020	Variazione 2022-2021
Totale collaboratori non dipendenti	0	1	1	-100%
Totale donne	0	0	1	-
Totale uomini	0	1	0	-100%
Stagisti	0	1	1	-100%
Donne	0	0	1	-
Uomini	0	1	0	-100%

Totale organico dipendenti e collaboratori	2022	2021	2020	Variazione 2022-2021
Totale organico	11	12	11	-8%
Totale donne	10	11	10	-9%
Totale uomini	1	1	1	0%

GRI 2-30 CONTRATTI COLLETTIVI	2022	2021	2020
Numero di dipendenti inquadrati in contratti collettivi	11	11	10
Percentuale di dipendenti inquadrati in contratti collettivi	100%	100%	100%

GRI 401-1 NUOVE ASSUNZIONI E TURNOVER

NUOVO PERSONALE ASSUNTO A TEMPO DETERMINATO E INDETERMINATO, PER ETÀ E GENERE, AL 31.12	2022	2021	2020
Totale nuovo personale assunto (tempo det. e indet.)	2	2	2
Totale donne	1	2	2
Totale uomini	1	0	0
Sotto i 30 anni	2	2	2
Donne	1	2	2
Uomini	1	0	0
Tra i 30 e i 50 anni	0	0	0
Donne	0	0	0
Uomini	0	0	0
Oltre i 50 anni	0	0	0
Donne	0	0	0
Uomini	0	0	0

PERSONALE CHE HA INTERROTTO O TERMINATO IL RAPPORTO DI LAVORO A TEMPO DETERMINATO E INDETERMINATO, PER ETÀ E GENERE, AL 31.12	2022	2021	2020
Totale personale che ha interrotto o terminato il rapporto di lavoro (tempo det. e indet.)	2	1	2
Totale donne	2	0	2
Totale uomini	0	1	0
Sotto i 30 anni	1	0	1
Donne	1	0	1
Uomini	0	0	0
Tra i 30 e i 50 anni	1	0	0
Donne	1	0	0
Uomini	0	0	0
Oltre i 50 anni	0	1	1
Donne	0	0	1
Uomini	0	1	0

TASSI DI TURNOVER (ESPRESSO IN %) PER ETÀ E GENERE	2022	2021	2020
Tasso turnover complessivo	36,4%	27,3%	40,0%
Tasso di turnover in entrata	18,2%	18,2%	20,0%
Donne	10,0%	18,2%	22,2%
Uomini	100,0%	-	0,0%
Sotto i 30 anni	18,2%	18,2%	100,0%
Donne	50,0%	66,7%	100,0%
Uomini	100,0%	-	-
Tra i 30 e i 50 anni	0,0%	0,0%	0,0%
Donne	0,0%	0,0%	0,0%
Uomini	-	-	-
Oltre i 50 anni	-	0,0%	0,0%
Donne	-	0,0%	-
Uomini	-	-	0,0%
Tasso di turnover in uscita	18,2%	9,1%	20,0%
Donne	20,0%	0,0%	22,2%
Uomini	0,0%	-	0,0%
Sotto i 30 anni	33,3%	0,0%	50,0%
Donne	50,0%	0,0%	50,0%
Uomini	0,0%	-	-
Tra i 30 e i 50 anni	12,5%	0,0%	0,0%
Donne	12,5%	0,0%	0,0%
Uomini	-	-	-
Oltre i 50 anni	-	100,0%	100,0%
Donne	-	0,0%	-
Uomini	-	-	0,0%

Tasso di turnover complessivo: (Numero nuovi ingressi nell'anno + Numero usciti nell'anno/organico a tempo indeterminato e determinato al 31/12) *100;
Tasso di turnover in entrata: (Numero nuovi ingressi/organico a tempo indeterminato e determinato al 31/12) *100;
Tasso di turnover in uscita: (Numero usciti nell'anno/organico a tempo indeterminato e determinato al 31/12) *100

GRI 404-1 NUMERO MEDIO DI ORE DI FORMAZIONE ALL'ANNO PER DIPENDENTE

ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER CATEGORIA E GENERE DI DIPENDENTE	2022	2021	2020
Totale	6,5	3,5	\
Totale donne	6,5	3,5	\
Totale uomini	6,0	0,0	\
Dirigenti	0,0	0,0	\
Donne	0,0	0,0	\
Uomini	0,0	0,0	\
Quadri	0,0	6,0	\
Donne	0,0	6,0	\
Uomini	0,0	0,0	\
Impiegati	7,9	3,6	\
Donne	8,1	3,6	\
Uomini	6,0	0,0	\
Operai ed equiparati	0,0	0,0	\
Donne	0,0	0,0	\
Uomini	0,0	0,0	\

GRI 405-1 DIVERSITÀ TRA I DIPENDENTI

PERSONALE A TEMPO DETERMINATO E INDETERMINATO, PER CATEGORIA, FASCIA D'ETÀ E PER GENERE	2022			2021			2020		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Totale	10	1	11	11	0	11	9	1	10
età inferiore ai 30 anni	2	1	3	3	0	3	2	0	2
tra i 30 e i 50 anni	8	0	8	7	0	7	7	0	7
età superiore ai 50 anni	0	0	0	1	0	1	0	1	1
Dirigenti	1	0	1	1	0	1	1	0	1
età inferiore ai 30 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
tra i 30 e i 50 anni	1	0	1	1	0	1	1	0	1
età superiore ai 50 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quadri	1	0	1	1	0	1	1	1	2
età inferiore ai 30 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
tra i 30 e i 50 anni	1	0	1	1	0	1	1	0	1
età superiore ai 50 anni	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Impiegati	8	1	9	9	0	9	7	0	7
età inferiore ai 30 anni	2	1	3	3	0	3	2	0	2
tra i 30 e i 50 anni	6	0	6	5	0	5	5	0	5
età superiore ai 50 anni	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0
età inferiore ai 30 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
tra i 30 e i 50 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
età superiore ai 50 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0

GRI 405-2 RAPPORTO TRA REMUNERAZIONE DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI

RAPPORTO TRA REMUNERAZIONE COMPLESSIVA DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI	2022	2021	2020
Dirigenti	1	1	1
Quadri	1	1	0,73
Impiegati	1,47	1	1
Operai	0	0	0

Calcolato come il rapporto tra le mediane delle remunerazioni complessive (stipendio base e bonus vari) annuali di donne e uomini dirigenti, quadri, impiegati e operai

Capitolo 7

GRI 302-1 ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

I dati dei consumi di energia elettrica di Korff sono ottenuti attraverso una stima. Prendendo i consumi totali di energia elettrica dell'edificio dove opera Korff è stato calcolato il consumo medio a persona. Tale valore è stato poi moltiplicato per il numero dei collaboratori di Korff. Nella ripartizione delle quote di consumo tra le aziende non sono stati inclusi i consumi di energia elettrica dei laboratori in quanto imputabili esclusivamente a Istituto Ganassini di Ricerche Biochimiche SpA.

Per convertire i consumi di benzina e gasolio da litri in Giga Joule (GJ), i consumi di metano da metri cubi in GJ e i consumi di energia elettrica da kWh in GJ sono stati utilizzati i fattori di conversione forniti dal Dipartimento dell'ambiente, dell'alimentazione e degli affari rurali (DEFRA) del governo del Regno Unito, per i rispettivi anni di riferimento.

Non si dispone dei dati relativi ai consumi della auto aziendali del 2020.

CONSUMI ENERGETICI	u.m.	2022	2021	2020
Totale consumi energetici	GJ	410,01	419,22	295,81
Benzina consumata per parco auto	GJ	109,54	0	\
Gasolio consumato per parco auto	GJ	46,10	93,56	\
Metano consumato per impianti di riscaldamento	GJ	133,23	183,63	165,66
Energia elettrica da fonti rinnovabili consumata	GJ	121,13	142,03	130,16

GRI 305-1 EMISSIONI ENERGETICHE DIRETTE

I dati delle emissioni di CO₂ derivanti dai consumi di benzina, gasolio e metano sono calcolati sulla base di fattori emissivi riportati dal Dipartimento dell'ambiente, dell'alimentazione e degli affari rurali (DEFRA) del governo del Regno Unito, per i rispettivi anni di riferimento.

EMISSIONI ENERGETICHE DIRETTE - SCOPE 1	2022	2021	2020
Totale emissioni SCOPE 1	18,73	17,43	9,32
tCO ₂ da consumi di benzina per parco auto	7,74	0	\
tCO ₂ da consumi di gasolio per parco auto	3,45	7	\
tCO ₂ da consumi di metano per impianti di riscaldamento	7,54	10,43	9,32

Non si dispone dei dati relativi ai consumi della auto aziendali del 2020.

GRI 305-2 EMISSIONI ENERGETICHE INDIRECTE

Il calcolo delle emissioni per l'acquisto dell'energia elettrica con il metodo Location based si basa sui fattori emissivi pubblicati da Terna SpA ("Confronti internazionali") al 31.12.2019 per i dati 2020, al 31.12.2020 per i dati 2021 e 2022. Le emissioni Scope 2 Market based sono pari a zero in quanto la totalità dell'energia elettrica acquistata proviene da fonti rinnovabili certificate con Garanzia d'Origine. Il dato delle emissioni Scope 2 ottenuto secondo il metodo Market based è calcolato sulla base dei fattori emissivi pubblicati dall'Association of Issuing Bodies (AIB) "European Residual Mixes" 2019 per l'anno 2020, "European Residual Mixes" 2020 per l'anno 2021 e "European Residual Mixes" 2021 per l'anno 2022.

EMISSIONI ENERGETICHE INDIRECTE - SCOPE 2	2022	2021	2020
tCO ₂ emissioni SCOPE 2 da energia elettrica acquistata (Location based)	10,6	12,43	12,15
tCO ₂ emissioni SCOPE 2 da energia elettrica acquistata (Market based)	0,0	0,0	0,0

GRI 303-3 PRELIEVO IDRICO

I dati dei prelievi idrici di Korff sono ottenuti attraverso una stima. Prendendo i prelievi idrici totali dell'edificio dove opera Korff, è stato calcolato il prelievo medio a persona; tale valore è stato poi moltiplicato per il numero dei collaboratori di Korff.

PRELIEVI IDRICI	u.m.	2022	2021	2020
Totale prelievi idrici	Mc	199	214	213
di cui da acquedotto	Mc	199	214	213

GRI 306-3 RIFIUTI PRODOTTI IN BASE ALLA COMPOSIZIONE (CER)

I dati sui rifiuti generati e smaltiti da Korff nel 2022 sono stati ottenuti attraverso una stima. La stima è stata effettuata considerando il numero di bidoni per ciascuna tipologia di rifiuto presente nell'edificio che ospita Korff, la capacità di ciascun bidone, il numero di settimane di attività lavorativa dell'azienda durante l'anno e il numero di ritiri settimanali per ciascuna tipologia di rifiuto assumendo che ogni bidone fosse pieno all'80% al momento del ritiro. Dopo aver ottenuto il peso totale annuo di ogni tipologia di rifiuto prodotta nell'edificio è stato calcolato il peso medio di rifiuti prodotto da ciascuna persona che lavora nell'edificio. Successivamente tale valore è stato moltiplicato per il numero dei collaboratori di Korff. Per gli anni 2021 e 2020 non sono disponibili i dati relativi.

RIFIUTI PRODOTTI PER TIPOLOGIA DI RIFIUTO (CER)	u.m.	2022	2021	2020
Totale	kg	5.813	\	\
CER 200101 - Carta e cartone	kg	4.483	\	\
CER 200102 - Vetro	kg	291	\	\
CER 200108 - Rifiuti biodegradabili da cucine e mense	kg	317	\	\
CER 200301 - Rifiuti urbani non differenziati	kg	722	\	\

GRI 306-4 RIFIUTI DESTINATI A RICICLO, RECUPERO O RIUSO

RIFIUTI DESTINATI A RICICLO	u.m.	2022	2021	2020
Totale rifiuti destinati a riciclo	kg	5.091	0	0
Non pericolosi	kg	5.091	\	\
Pericolosi	kg	0	0	0

GRI 306-5 RIFIUTI DESTINATI ALLO SMALTIMENTO

RIFIUTI DESTINATI ALLO SMALTIMENTO	u.m.	2022	2021	2020
Totale rifiuti destinati allo smaltimento	kg	722	\	\
<i>di cui avviati in discarica</i>	kg	722	\	\
Non pericolosi	kg	722	\	\
Pericolosi	kg	0	0	0

GRI content index



Dichiarazione d'uso	Korff Srl SB ha presentato una rendicontazione con riferimento agli Standard GRI per il periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2022
Utilizzato GRI 1	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
Standard di settore GRI pertinenti	Non presenti al momento dell'approvazione del presente Bilancio

INFORMATIVA	UBICAZIONE
GRI 2 - INFORMATIVA GENERALE - VERSIONE 2021	
L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione	
2-1 Dettagli organizzativi	Cap. 1 paragrafi 1.2 <i>Assetto organizzativo e business model</i> , 1.3 <i>Paesi di presenza</i>
2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	<i>Nota metodologica</i>
2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	<i>Nota metodologica</i>
2-4 Revisione delle informazioni	Nessuna
2-5 Assurance esterna	Il presente report non è stato sottoposto ad assurance esterna.
Attività e lavoratori	
2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Cap. 1 paragrafi 1.2 <i>Assetto organizzativo e business model</i> , 1.3 <i>Paesi di presenza</i> Cap. 4 paragrafo 4.1 <i>Il rapporto con i fornitori</i>
2-7 Dipendenti	Cap. 5 paragrafi 5.1 <i>Persone</i> , 5.2 <i>Diversità e pari opportunità</i> Annex, sezione cap. 5
2-8 Lavoratori non dipendenti	Cap. 5 paragrafi 5.1 <i>Persone</i> , 5.2 <i>Diversità e pari opportunità</i> Annex, sezione cap. 5
Governance	
2-9 Struttura e composizione della governance	Cap. 1 paragrafo 1.2 <i>Assetto organizzativo e business model</i>
2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	L'Amministratore unico è stabilito dalla governance del Gruppo Istituto Ganassini
2-11 Presidente del massimo organo di governo	Korff S.r.l. Società Benefit non ha un Presidente ma un Amministratore unico che non è un dirigente della medesima società Cap. 1 paragrafo 1.2 <i>Assetto organizzativo e business model</i>
2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Cap. 1 paragrafo 1.2 <i>Assetto organizzativo e business model</i>
2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	L'Amministratore unico è il Responsabile di impatto designato in ottemperanza alle leggi nazionali sulle Società Benefit Cap. 1 paragrafo 1.2 <i>Assetto organizzativo e business model</i>
2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	L'Amministratore unico è responsabile della revisione e dell'approvazione delle informazioni
2-15 Conflitti d'interesse	Cap. 2 paragrafo 2.2 <i>Gestione responsabile del business</i>
2-16 Comunicazione delle criticità	Non sono emerse criticità rilevanti nel corso dell'anno 2022 Cap. 2 paragrafo 2.2 <i>Gestione responsabile del business</i>
2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	Al 31/12/2022 l'Amministratore unico e il management non hanno effettuato una formazione specifica nell'ambito dello sviluppo sostenibile; tuttavia, Korff nei primi mesi del 2023 ha realizzato due incontri formativi relativi a tali tematiche a cui hanno partecipato l'Amministratore unico e il management
Strategia, politiche e prassi	
2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	<i>Lettera agli stakeholder</i> ; paragrafo "Obiettivi di miglioramento" collocato in chiusura di ogni capitolo

INFORMATIVA	UBICAZIONE
2-23 Impegno in termini di policy	Cap. 2 paragrafo 2.3 <i>Impegno per la sostenibilità</i>
2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	Al 31.12.2022 non vi sono politiche che esplicitino gli impegni in termini di sostenibilità; tuttavia, Korff insieme a Istituto Ganassini, ha intrapreso un percorso di formalizzazione di tali obiettivi, in parte esplicitati nel paragrafo "obiettivi di miglioramento", collocato in chiusura di ogni capitolo
2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	Al 31.12.2022 non sono presenti processi formalizzati per rimediare a eventuali impatti negativi, tuttavia Korff insieme a Istituto Ganassini, ha intrapreso un percorso di sostenibilità che porterà a mappare in maniera più strutturata i potenziali impatti negativi sugli stakeholder e ad attivare meccanismi di mitigazione degli stessi
2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Chiunque venga a conoscenza, o sia ragionevolmente convinto dell'esistenza di una violazione del Codice Etico, di quanto previsto dal Modello 231, di una determinata legge o delle procedure aziendali, ha il dovere di informare immediatamente il proprio responsabile e l'Amministratore unico tramite segnalazione scritta
2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Nel corso del 2022 non sono stati segnalati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti, né sanzioni monetarie significative pagate da parte della società
2-28 Appartenenza ad associazioni	La società è membro di Confindustria, Cosmetica Italia, Federchimica, Federfarma, Assolombarda
Coinvolgimento degli stakeholder	
2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	<i>Nota metodologica</i>
2-30 Contratti collettivi	Cap. 5 paragrafo 5.1 <i>Persone</i> Annex, sezione Cap. 5
GRI 3 - TEMI MATERIALI - VERSIONE 2021	
Informative sui temi materiali	
3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Cap. 2 paragrafo 2.4 <i>Analisi di materialità</i>
3-2 Elenco di temi materiali	Cap. 2 paragrafo 2.4 <i>Analisi di materialità</i> <i>Nota metodologica</i>
201: Performance economica - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 3 paragrafo 3.1 <i>Generazione e distribuzione di valore</i>
201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	Cap. 3 paragrafo 3.1 <i>Generazione e distribuzione di valore</i>
203: Impatti economici indiretti - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 6 paragrafo 6.2 <i>Iniziativa per la comunità</i>
203-1 Investimenti in infrastrutture e servizi supportati	Cap. 6 paragrafo 6.2 <i>Iniziativa per la comunità</i>
205: Anticorruzione - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 2 paragrafo 2.2. <i>Gestione responsabile del business</i>
205-3 Atti di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel corso del 2022 non si sono verificati episodi di alcun genere legati alla corruzione che coinvolgessero direttamente o indirettamente la società
301: Materiali - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4 paragrafo 4.2 <i>Ingredienti e packaging</i>
301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	Cap. 4 paragrafo 4.2 <i>Ingredienti e packaging</i> Annex sezione cap. 4
302: Energia - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 7 paragrafo 7.1 <i>Energia</i>
302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Cap. 7 paragrafo 7.1 <i>Energia</i> Annex sezione cap. 7

INFORMATIVA	UBICAZIONE
302-3 Intensità energetica	Cap. 7 paragrafo 7.1 <i>Energia</i> Annex sezione cap. 7
303: Acqua e scarichi idrici - 2018	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 7 paragrafo 7.3 <i>Acqua</i>
303-3 Prelievo idrico	Cap. 7 paragrafo 7.3 <i>Acqua</i> Annex sezione cap.7
303-4 Scarico di acqua	Cap. 7 paragrafo 7.3 <i>Acqua</i>
303-5 Consumo di acqua	Cap. 7 paragrafo 7.3 <i>Acqua</i>
305: Emissioni - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 7 paragrafo 7.2 <i>Emissioni in atmosfera</i>
305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Cap. 7 paragrafo 7.2 <i>Emissioni in atmosfera</i> Annex sezione cap. 7
305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Cap. 7 paragrafo 7.2 <i>Emissioni in atmosfera</i> Annex sezione cap. 7
305-4 Intensità delle emissioni di GHG	Cap. 7 paragrafo 7.2 <i>Emissioni in atmosfera</i> Annex sezione cap. 7
306: Rifiuti - 2020	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 7 paragrafo 7.4 <i>Rifiuti</i>
306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	Cap. 7 paragrafo 7.4 <i>Rifiuti</i>
306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Cap. 7 paragrafo 7.4 <i>Rifiuti</i>
306-3 Rifiuti prodotti	Cap. 7 paragrafo 7.4 <i>Rifiuti</i> Annex sezione cap. 7
306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento	Cap. 7 paragrafo 7.4 <i>Rifiuti</i> Annex sezione cap. 7
306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	Cap. 7 paragrafo 7.4 <i>Rifiuti</i> Annex sezione cap. 7
308: Valutazione ambientale dei fornitori - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4 paragrafo 4.1 <i>Rapporto con i fornitori</i>
308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	Al 31.12.2022 non è stato possibile indicare la percentuale di nuovi fornitori valutata secondo criteri ambientali. Dall'esercizio 2023, avendo predisposto un questionario ESG da far compilare ai fornitori, sarà possibile raccogliere il dato
401: Occupazione - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 5 paragrafo 5.1 <i>Persone</i>
401-1 Nuove assunzioni e turnover	Annex sezione cap. 5
402: Gestione del lavoro e delle relazioni sindacali - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 5 paragrafo 5.1 <i>Persone</i>
404: Formazione e istruzione - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 5 paragrafo 5.3 <i>Formazione</i>
404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Cap. 5 paragrafo 5.3 <i>Formazione</i> Annex sezione cap. 5
405: Diversità e pari opportunità - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 5 paragrafo 5.2 <i>Diversità e pari opportunità</i>
405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Cap. 5 paragrafo 5.2 <i>Diversità e pari opportunità</i> Annex sezione cap. 5
405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Cap. 5 paragrafo 5.2 <i>Diversità e pari opportunità</i> Annex sezione cap. 5
416: Salute e sicurezza dei clienti - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4 paragrafo 4.4 <i>Qualità e sicurezza dei prodotti</i>

INFORMATIVA	UBICAZIONE
416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	Nel corso del 2022 non si sono verificati episodi di non conformità dei prodotti che mettesero a rischio la salute e la sicurezza di clienti e consumatori. Cap. 4 paragrafo 4.4 <i>Qualità e sicurezza dei prodotti</i>
417: Marketing ed etichettatura - 2016	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4 paragrafo 4.5 <i>Trasparenza nella comunicazione e soddisfazione dei clienti</i>
417-1 Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	I prodotti commercializzati dalla società presentano un'etichettatura trasparente e conforme alle norme nazionali ed europee che disciplinano il settore di appartenenza. Cap. 4 paragrafo 4.5 <i>Trasparenza nella comunicazione e soddisfazione dei clienti</i>
417-2 Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	Nel corso del 2022 non si sono verificati episodi di non conformità relativamente all'etichettatura dei prodotti. Cap. 4 paragrafo 4.5 <i>Trasparenza nella comunicazione e soddisfazione dei clienti</i>
417-3 Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing	Nel corso del 2022 non si sono verificati episodi di non conformità relativamente alle comunicazioni di marketing. Cap. 4 paragrafo 4.5 <i>Trasparenza nella comunicazione e soddisfazione dei clienti</i>

INFORMATIVA NON GRI	UBICAZIONE
Investimenti in ricerca e sviluppo di prodotto	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4 paragrafo 4.3 <i>Innovazione, ricerca e sviluppo</i>
Sostegno alla ricerca medico-scientifica	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4 paragrafo 4.3 <i>Innovazione, ricerca e sviluppo</i>

KORFF

THE SCIENCE IN BEAUTY

Korff S.r.l.

Via C. Boncompagni 63
20139 Milano (MI)
Italy

socialresponsibility@ganassini.it
www.korff.it

Con il supporto di:

ALTIS
advisory
Spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore