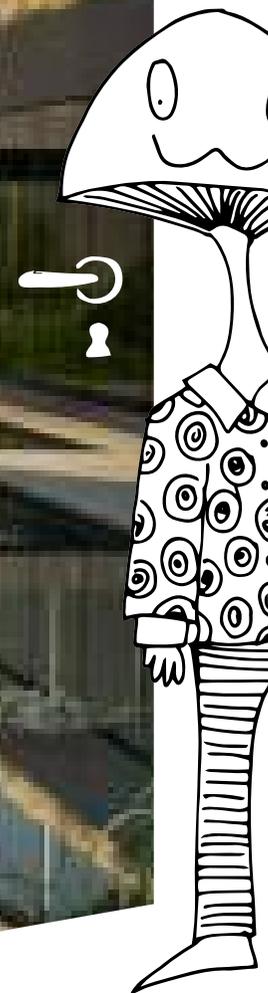


40
DAVINES
GROUP

DAVINES GROUP

RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2022/2023



A modern glass building with a gabled roof and a pond in the foreground. The building has large glass windows and a dark metal frame. The pond is in the foreground, reflecting the building and the sky. There are some plants and trees around the building.

« Dans les nouveaux locaux, prenez soin de l'entreprise car cette maison est à vous, pas à moi. »

Gianni Bollati

Fondateur du Groupe Davines



DAVINES
GROUP
VILLAGE

A white daisy flower is in the bottom right corner of the image.



LE GROUPE DAVINES

- Qui sommes nous
- Notre vision
- Notre parcours vers la régénération
- Points marquants



NOTRE GOUVERNANCE

- Stakeholder wheel
- Matrice de matérialité
- Sustainability Ecosystem
- Évolution régénératrice



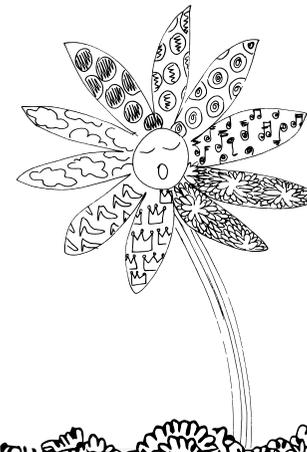
NOS PERFORMANCES

- Personnes
- Planète
- Communauté



40 ANS

- Notre histoire
- Nos marques





40
ANS
D'ACTIVITÉ
EN 2023

2

**MARQUES DE
SOINS DE LA PEAU
ET DES CHEVEUX**

9

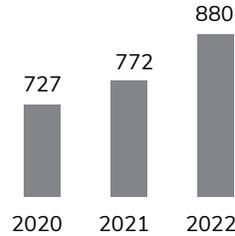
**BUREAUX
DANS LE
MONDE**

PARME
LONDRES
NEW YORK
PARIS
DEVENTER
HONG KONG
VILLE DE MEXICO
DÜSSELDORF
SHANGHAI

89

**PAYS DANS
LESQUELS NOUS
SOMMES
PRÉSENTS**

880
EMPLOYÉS



**DE 40
NATIONALITÉS**



1

**USINE DE PRODUCTION
À PARME
NEUTRE EN
CARBONE
DEPUIS 2018**



47

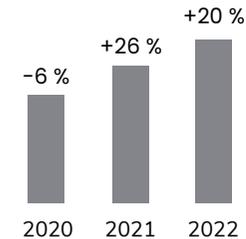
**FORMULES
CONÇUES**

41

CHERCHEURS

**230 €
MILLIONS
CHIFFRE D'AFFAIRES
TOTAL**

**117,4
NOTE
B CORP**



« Pour un avenir meilleur, il faut une approche collaborative »

Quarante ans après sa naissance, l'élément fondamental qui définit aujourd'hui le Groupe Davines est sa vision d'une « durabilité régénératrice », au cœur de sa stratégie durable, adoptée avec une approche intégrée et dans une optique de collaboration. Davide Bollati, président du Groupe, retrace les valeurs fondatrices du parcours entrepris il y a 16 ans, qui a conduit l'entreprise à obtenir la certification B Corp en 2016 et à devenir une Entreprise à mission en 2019. Elles visent non seulement à atteindre des objectifs durables de plus en plus ambitieux, mais aussi à collaborer et à partager les connaissances, afin de maximiser les efforts pour conduire le changement. Dans ce domaine, le Groupe Davines développe un grand nombre d'initiatives, notamment la fondation, avec d'autres B Corp, de la B Corp Beauty Coalition ; la participation à la fondation de la Regenerative Society Foundation ; le partenariat avec le Rodale Institute pour la gestion mutuelle du nouvel European Regenerative Organic Center (EROC) ; et la signature d'engagements avec la Science Based Targets initiative pour définir une stratégie en vue de l'objectif Net Zero.

Quelles sont les valeurs fondatrices de la philosophie de durabilité du Groupe Davines ?

Depuis sa création il y a 40 ans, notre entreprise se base sur un objectif : faire de son mieux pour le monde en assurant une bonne qualité de vie pour tous grâce à la beauté, à l'éthique et à la durabilité. Cette vision durable est basée sur ce que nous avons appelé le Davines Group Sustainability Ecosystem, reparti en trois domaines stratégiques : Planète, Personnes et Communauté, basés à leur tour sur des piliers spécifiques ; pour l'environnement, en particulier, il s'agit de la décarbonisation, de la circularité, de la conservation et de la valorisation de la biodiversité. Cette idée de durabilité régénératrice vise à réduire l'empreinte écologique sur plusieurs axes, par exemple sur l'eau, question sur laquelle nous avons commencé à explorer des solutions pour améliorer le cycle de l'eau tout en régénérant la planète.



Quel est, selon vous, le rôle des entreprises dans la sensibilisation à la durabilité et dans le traitement de défis mondiaux tels que le changement climatique et la perte de biodiversité ?

Le rôle des entreprises doit être exemplaire, pour impliquer les autres et les faire adhérer à cette transition, en favorisant la diffusion d'une culture durable, pragmatique, pour produire des solutions concrètes. Dans cette optique, notre idée de la durabilité est basée sur la collaboration, dans une perspective non compétitive, pour travailler ensemble à la diffusion des valeurs nécessaires à la construction d'un avenir meilleur. Nous sommes très heureux qu'en 2023, le Festival de la Green Economy, qui s'est déroulé au début du mois de mai, ait de nouveau eu lieu à Parme : l'objectif de cette Green Week est en effet d'apprendre et de partager, en favorisant une « cross-fertilization » qui nous permet de mettre en commun les connaissances, les expériences et de nous inspirer pour faire toujours mieux.

Quels objectifs poursuivez-vous aujourd'hui ?

L'un de nos objectifs concrets est notre projet agrivoltaïque, que nous voulons clore dans les prochains mois pour produire sur place 100 % de l'énergie nécessaire au Davines Group Village : nous sommes déjà neutres en carbone, mais cela ne nous suffit pas. Nous avons un projet de jardinage paysager qui prévoit l'installation de panneaux solaires orientables et surélevés, en dessous desquels les cultures agricoles sont possibles. Et avec EROC, nous voulons produire de plus en plus de matières premières, collaborer sur cet axe avec d'autres secteurs et aider d'autres entreprises à entreprendre des initiatives similaires. Pour le reste, nous entendons affiner notre stratégie et notre feuille de route en matière de décarbonisation, qui sera en grande partie guidée par notre collaboration avec Science Based Targets initiative.

Davide Bollati
Président du Groupe Davines

« Nous voulons un futur Net Zero et sans plastique »

Un futur sans émissions et avec l'abolition complète du plastique vierge, favorisant la biodiversité et une nouvelle conception de l'eau qui donne un nouvel élan aux engagements de durabilité du Groupe : tels sont les objectifs concrets que le Groupe Davines s'est fixés en faveur de la planète, comme l'explique le CEO Anthony Molet

Quels sont les éléments essentiels qui caractérisent l'approche de durabilité du Groupe et comment sont-ils implémentés ?

En tant que Groupe Davines, nous sommes engagés en matière de durabilité depuis plus de 16 ans, avec une implication croissante, de plus en plus holistique et intégrée, basée sur trois piliers d'engagement pour la planète. Le premier est la décarbonisation : la lutte contre le changement climatique est la pierre angulaire sans laquelle aucune autre action n'aurait de sens. Nous avons fait des progrès incroyables sur cet axe et aujourd'hui, notre usine de production de Parme est entièrement neutre en carbone. En 2022, nous avons signé un engagement avec Science Based Targets initiative (Sbti) pour définir nos objectifs en vue d'un futur à émissions Net Zero.

Le deuxième pilier est la circularité. Nous voulons passer d'une économie linéaire à une économie circulaire, et nous avons commencé à agir en ce sens en mettant en œuvre les principes de l'éco-conception pour simplifier et réduire l'utilisation des matériaux. Grâce à nos engagements, nous avons réussi à réduire notre utilisation de plastique vierge fossile de 903 tonnes depuis 2014, en le remplaçant par du plastique recyclé ou issu de sources renouvelables. De plus, nous avons établi des partenariats avec des organisations telles que Plastic Bank, avec lesquelles nous nous sommes engagés à collecter la même quantité de plastique pour chaque produit que nous vendons. Mais notre objectif est d'éliminer complètement l'utilisation de plastique vierge dans nos produits.



Le troisième pilier est la biodiversité, qui joue un rôle crucial dans nos efforts de durabilité. En 2014, nous avons entamé un partenariat avec Slow Food pour préserver la biodiversité : chaque produit de la gamme contient un ingrédient des Sentinelles Slow Food cultivé dans différentes régions en Italie.

Mais nous sommes en train d'ajouter une nouvelle question fondamentale : celle de l'eau. Nous sommes en train d'étudier une nouvelle conception de l'eau, un élément également essentiel pour la séquestration du carbone.

Quelles sont les initiatives en préparation pour renforcer votre engagement ?

L'une des initiatives sur lesquelles nous nous concentrons pour renforcer la biodiversité est le projet European Regenerative Organic Center ou EROC, en collaboration avec le Rodale Institute, dont nous commençons à voir les résultats positifs et que nous voulons porter à un niveau supérieur. Le plan prévoit l'introduction de systèmes agrivoltaïques dans le projet, en combinant l'agriculture régénératrice et l'énergie renouvelable. Cette initiative pourrait ouvrir de nouvelles portes, de nouveaux marchés et de nouvelles opportunités pour l'Italie et pour d'autres pays, en particulier à une époque où l'énergie est à la fois nécessaire et difficile à gérer.

Il est fondamental de garantir la durabilité de la chaîne d'approvisionnement. Comment le Groupe Davines relève-t-il ce défi ?

La durabilité de la chaîne d'approvisionnement est un défi majeur. Nous nous efforçons de garantir une transparence totale de chaque ingrédient et, même si cela peut être difficile, nous sélectionnons soigneusement nos fournisseurs et essayons de les encourager à privilégier le développement durable. Nos efforts ont d'ailleurs donné de bons résultats, puisque 15 de nos fournisseurs sont devenus des B Corp comme nous.

Anthony Molet
 PDG du Groupe Davines

Notre parcours vers la régénération

1983

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

2005

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

2006

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

2009

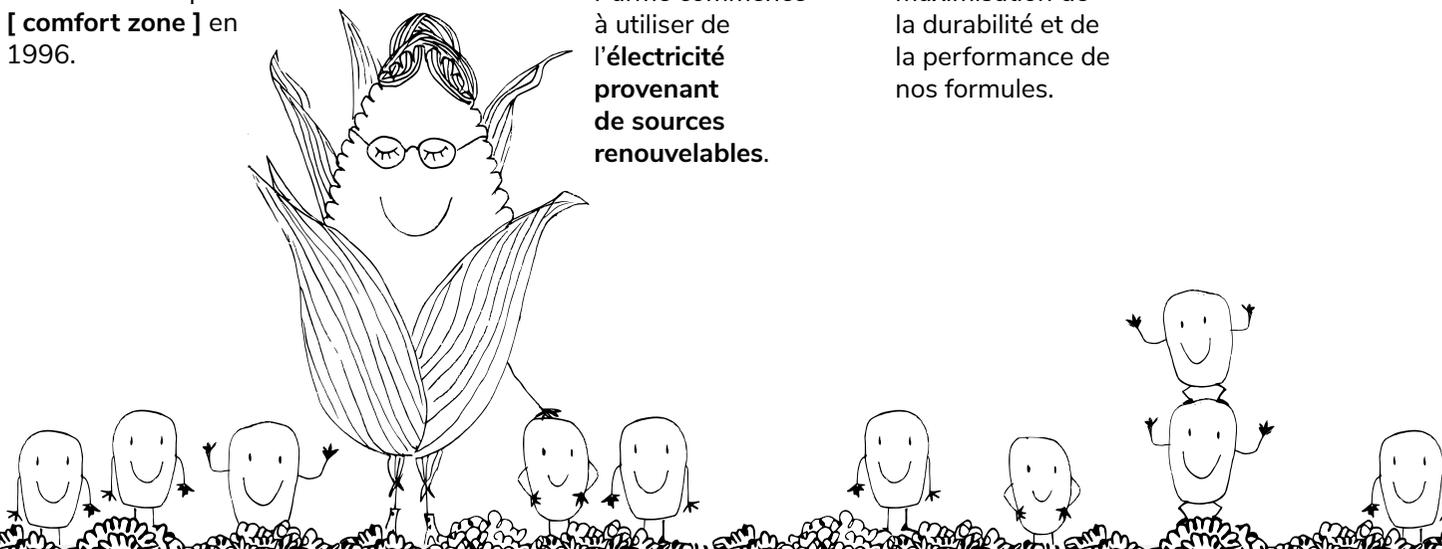
Création de la **Charte pour la Recherche Durable** afin d'orienter notre laboratoire vers la maximisation de la durabilité et de la performance de nos formules.

2011

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

2016

Le Groupe Davines devient une **B Corp**, une certification qui garantit les plus hauts niveaux de transparence, de gouvernance et de durabilité pour l'entreprise.





LE GROUPE DAVINES | NOTRE PARCOURS VERS LA RÉGÉNÉRATION

2018

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

2019

Le siège italien et la filiale nord-américaine modifient leur statut légal en celui d'**Entreprise à mission**, réaffirmant leur engagement à œuvrer non seulement pour le profit mais également pour le bien commun.

2020

Nous renouvelons notre certification B Corp avec 117,4 points. Création de la **Regenerative Society Foundation**, dont Davide Bollati est cofondateur et vice-président.

2021

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

2022

Nous signons notre engagement avec **SBTi** et commençons à travailler à la formulation d'objectifs de réduction des émissions.



NOS POINTS MARQUANTS

Décarbonisation

Notre engagement pour Net Zero

Nous avons signé notre engagement pour atteindre zéro émission nette d'ici 2050 au plus tard. En effet, nous avons rejoint la campagne lancée par SBTi (Science Based Targets initiative) pour limiter le réchauffement climatique à 1,5 °C par rapport aux niveaux préindustriels.

[En savoir plus.](#)

Notre usine de production est neutre en carbone

Tout comme notre siège et nos filiales, notre usine de production de Parme est neutre en carbone depuis 2018, un objectif atteint en mesurant et en réduisant les émissions sous notre contrôle direct et en neutralisant les émissions restantes à travers des projets de reforestation.

[En savoir plus.](#)



Biodiversité

Nous expérimentons de nouvelles pratiques agricoles avec EROC

À Parme, en face du Davines Group Village, nous avons créé l'European Regenerative Organic Center (EROCC), le premier centre européen de formation et de recherche dans le domaine de l'agriculture biologique régénératrice, en partenariat avec le Rodale Institute aux États-Unis.

[En savoir plus.](#)

82,7 %

d'ingrédients dérivés de la nature

Pour nous, un ingrédient est défini comme dérivé de la nature seulement si 100 % de sa structure moléculaire est d'origine naturelle et s'il provient de procédés de transformation durable.

[En savoir plus.](#)

78,3 %

d'ingrédients rapidement biodégradables

Pour nous, un ingrédient peut être qualifié de biodégradable seulement selon les normes les plus strictes, c'est-à-dire si plus de 70 % du composé se dégrade en 28 jours.

[En savoir plus.](#)



Circularité

779

tonnes de plastique collectées : 100 % de celui des produits vendus

En collaboration avec Plastic Bank, pour chaque produit avec emballage plastique que nous avons vendu en 2022, une quantité égale de plastique rejeté dans l'environnement a été retirée des zones côtières en Indonésie, aux Philippines et au Brésil. Ce partenariat a également été confirmé pour 2023.

Nous faisons de notre mieux pour limiter notre impact environnemental, convaincus que si chaque entreprise collectait le plastique qu'elle produit, il n'y aurait plus de plastique rejeté dans l'environnement.

[En savoir plus.](#)

64,1 %

d'emballages en plastique recyclé, biosourcé et mass-balance

Chaque année, nous réduisons la part de nos emballages en plastique vierge fossile en trouvant des alternatives plus compatibles avec nos principes d'éco-conception.

[En savoir plus.](#)

903,3

tonnes de plastique vierge fossile évitées depuis 2014 à ce jour

Grâce à l'utilisation de plastique recyclé ou issu de sources renouvelables.

[En savoir plus.](#)



B Corp advocacy

19 (+ 4 en 2022)
partenaires certifiés B Corp

Nous soutenons le mouvement B Corp en encourageant nos fournisseurs, nos distributeurs et nos clients à obtenir la certification.

[En savoir plus.](#)

58

membres de la B Corp Beauty Coalition

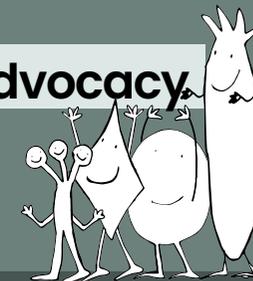
Nous faisons partie des 7 fondateurs de l'alliance créée pour améliorer les normes environnementales et sociales de l'industrie de la beauté. Créée en 2021, la B Corp Beauty Coalition se développe rapidement et comptera 70 membres d'ici mars 2023.

[En savoir plus.](#)

Nous impliquons plusieurs partenaires dans la recherche expérimentale d'EROCC

Nous avons conclu nos premières expérimentations comparant les pratiques agricoles régénératrices et conventionnelles et nous avons planifié de nouvelles études, des événements de vulgarisation et de formation en collaboration avec de nouveaux partenaires.

[En savoir plus.](#)



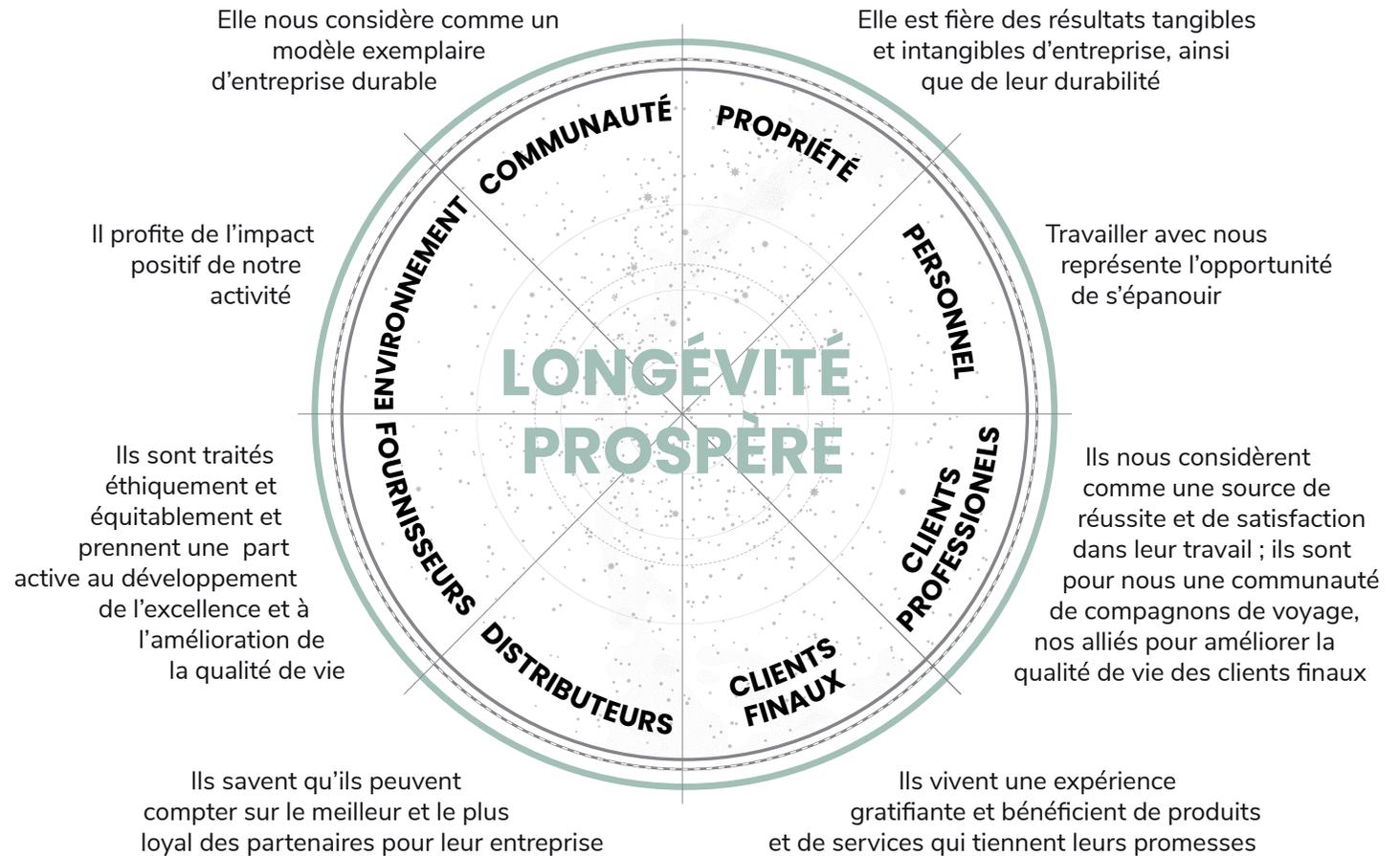
NOTRE GOUVERNANCE

Nous sommes une entreprise citoyenne

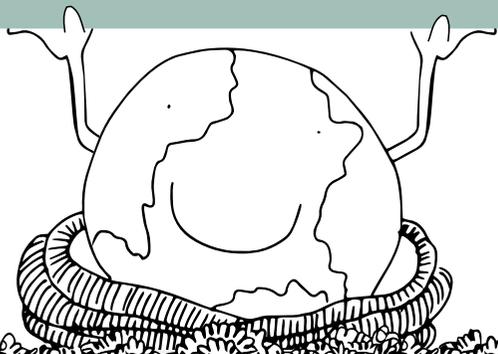
Nous croyons à l'interdépendance, nous sommes conscients de notre responsabilité mutuelle vis-à-vis des générations futures et de notre dépendance mutuelle vis-à-vis de ceux qui sont directement ou indirectement impliqués dans notre activité.

La « **stakeholder wheel** » ci-contre résume les engagements que nous prenons à leur encontre. Cet outil nous aide à garder le cap et à trouver le bon équilibre entre les intérêts de toutes les parties, dans le but de conduire chacun vers une longévité prospère.

Pour traduire la valeur de l'interdépendance par des actes, nous avons également décidé d'impliquer nos parties prenantes dans un processus important : la définition de notre **matrice de matérialité** (cf. p. 12).



NOTRE GOUVERNANCE | NOUS SOMMES UNE ENTREPRISE CITOYENNE



Création de notre matrice de matérialité

Au cours de l'année 2022, nous avons impliqué un groupe représentatif de parties prenantes internes dans un parcours commun, d'une durée de six mois et auquel tous ont participé activement, visant à définir notre première **matrice de matérialité**.



En plusieurs étapes, les collègues Activateurs du Développement Durable, promoteurs de la durabilité dans l'entreprise et puis les directeurs généraux des filiales, ont identifié une sélection de sujets parmi les 200 proposés.

Cette sélection a ensuite été soumise au Leadership Team (cf. p. 18) le 15 septembre, date à laquelle s'est tenue la Journée des Parties Prenantes. Il s'agissait d'un atelier d'une journée auquel ont participé des membres du Leadership Team du Groupe, ainsi que les représentants des principales catégories de parties prenantes externes présentées ci-dessous. À cette occasion a eu lieu la sélection finale : les questions matérielles définitives ont été choisies et classées par ordre de priorité.

Regardez la vidéo !



Cristiano Suzzi



Sandra Papst



Robert Persson Kraft



Francesco Guadagno



Marco Brandalesi



Stefan Homeister



Kristen Anderson



Lucy Brialey



Raimondo Orsini



Luca Cenci



Armando Cipelli



Marco Arcidiacono



Lorenzo Agrati



Francesco Pintucci



Antonio Longo



Matteo Locatelli

Création de notre matrice de matérialité

En termes de reddition de comptes et de rapports de durabilité, les « **questions matérielles** » ont été identifiées. Il s'agit de tous les aspects qui ont un impact significatif sur nos performances économiques, sociales et environnementales, et sont susceptibles d'influencer substantiellement les évaluations et les décisions de nos parties prenantes.

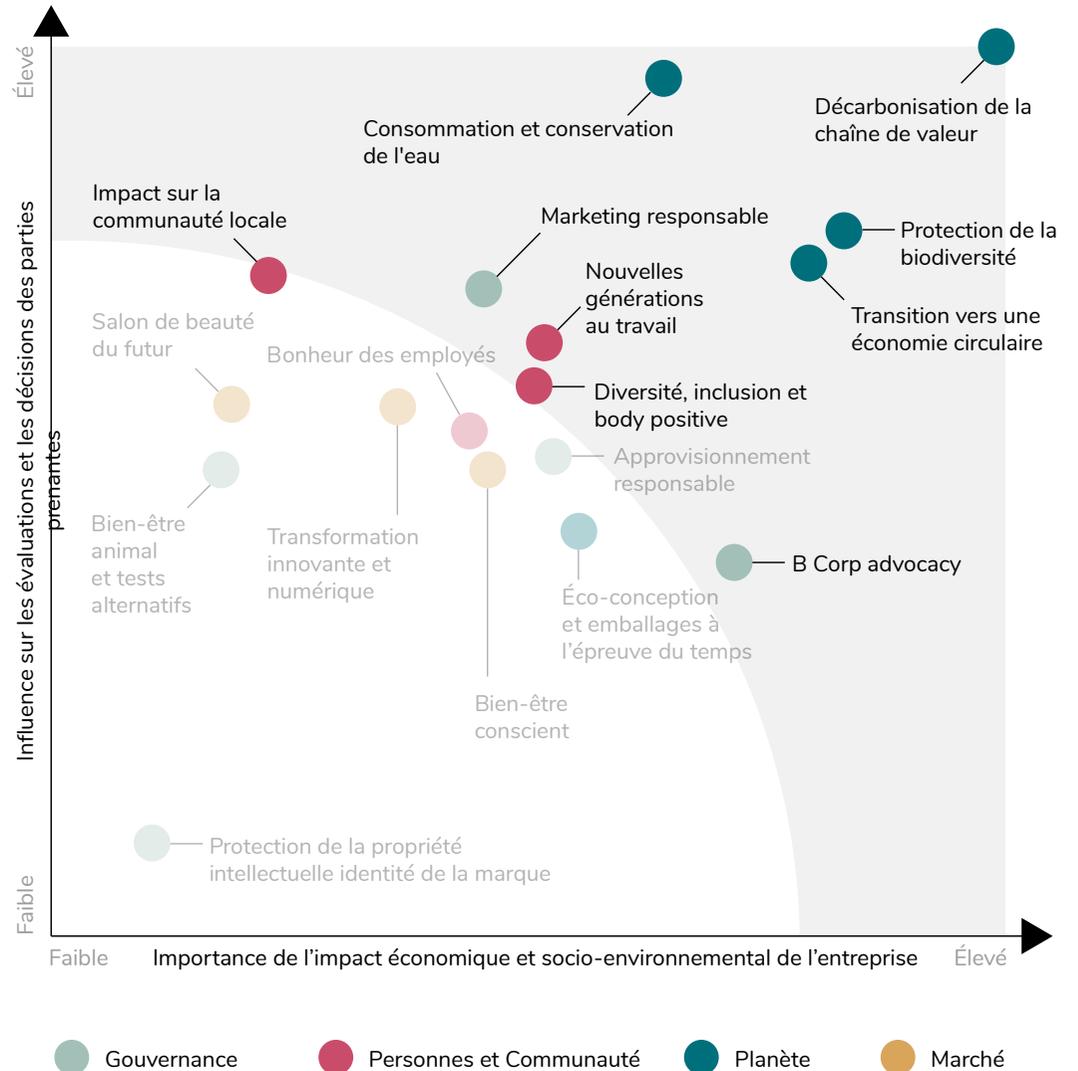
Les questions matérielles choisies pour notre matrice sont visibles dans le schéma ci-contre.

Pour chaque question matérielle, un plan d'action sera élaboré et pour chaque action, l'ambition et le calendrier de mise en œuvre seront définis.

La somme de toutes les actions donnera corps à la nouvelle stratégie de durabilité du Groupe Davines, présentée à [page 14](#).

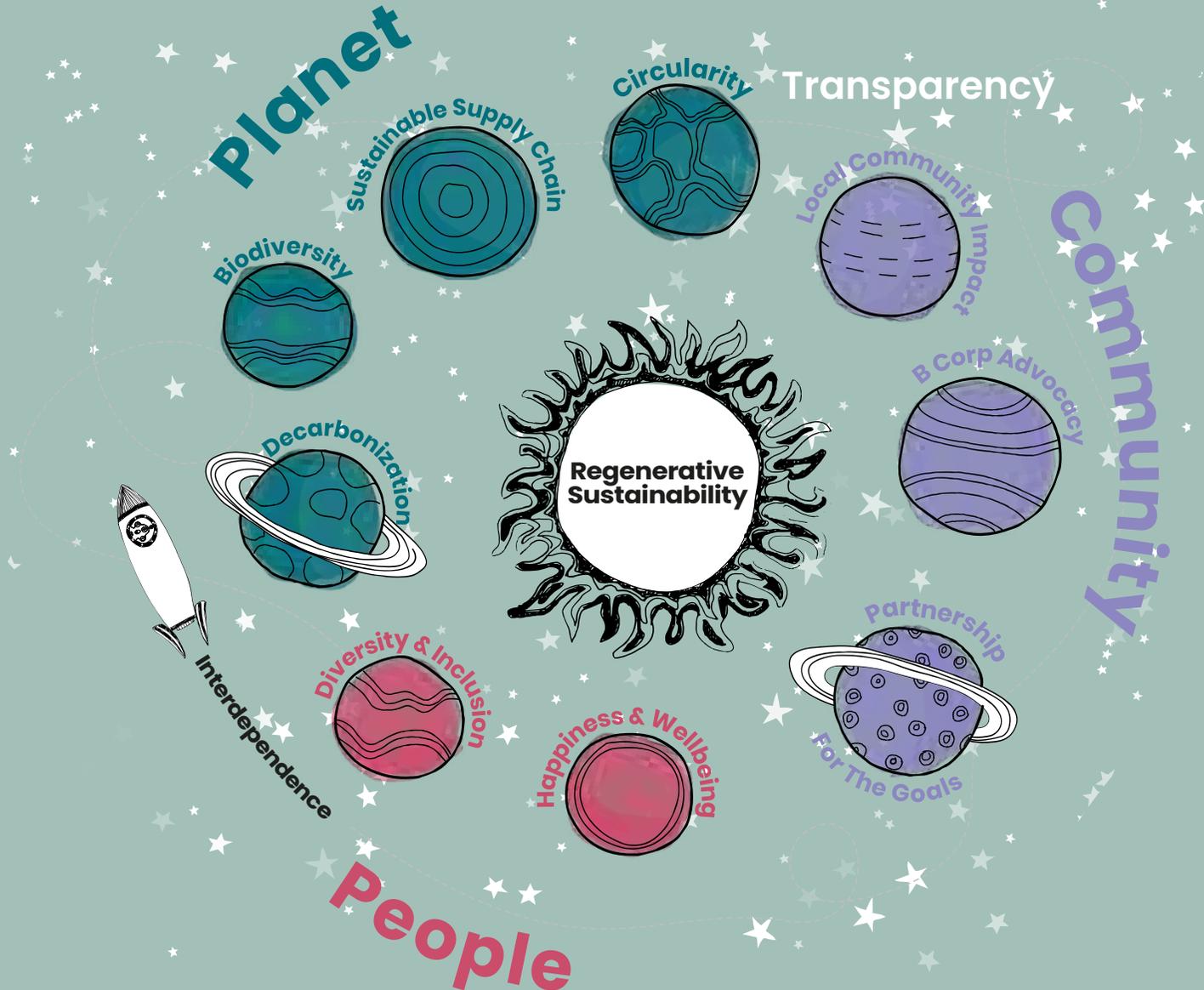
Questions matérielles pour le Groupe Davines :

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



Davines Group Sustainability Ecosystem

Depuis des années, nous représentons notre approche de durabilité à travers un **écosystème de planètes**, un symbolisme qui reflète bien la complexité de notre vision, basée sur la synergie entre différents éléments, en accord avec notre approche holistique comme en témoigne notre certification B Corp.



Depuis la définition des questions matérielles du Groupe, une nouvelle vision de notre stratégie de durabilité a émergé et, par conséquent, la nécessité d'une représentation différente de celle-ci. C'est ainsi qu'est née notre **Évolution Régénératrice**.

Évolution régénératrice du Groupe Davines

Impact sur les communautés locales

Soutenir les communautés locales pour faire prospérer les territoires où nous vivons et travaillons.

Diversité et inclusion

S'engager pour intégrer la diversité et l'équité dans notre travail quotidien.

Nouvelles générations au travail

Fournir aux personnes les compétences et les capacités nécessaires pour orienter les choix futurs en matière de régénération dans un contexte en évolution rapide.

Décarbonisation

Réduire les émissions de CO₂ dans notre chaîne de valeur afin d'atteindre les objectifs Net Zero.

Circularité

Adopter des processus et des systèmes circulaires et à faible émission de carbone, en évitant par exemple d'utiliser des matériaux vierges dans nos emballages.

Biodiversité

Promouvoir la biodiversité, en privilégiant les ingrédients issus de l'agriculture biologique régénératrice dans nos formules pour prendre soin des sols et de la planète.

Eau

Préserver et restaurer les bassins et réduire l'empreinte eau.

NOTRE GOUVERNANCE | NOTRE STRATÉGIE DE DURABILITÉ



B Corp advocacy

Collaborer avec d'autres organisations pour faire des entreprises une véritable « force au service du bien pour nous et pour la planète ».

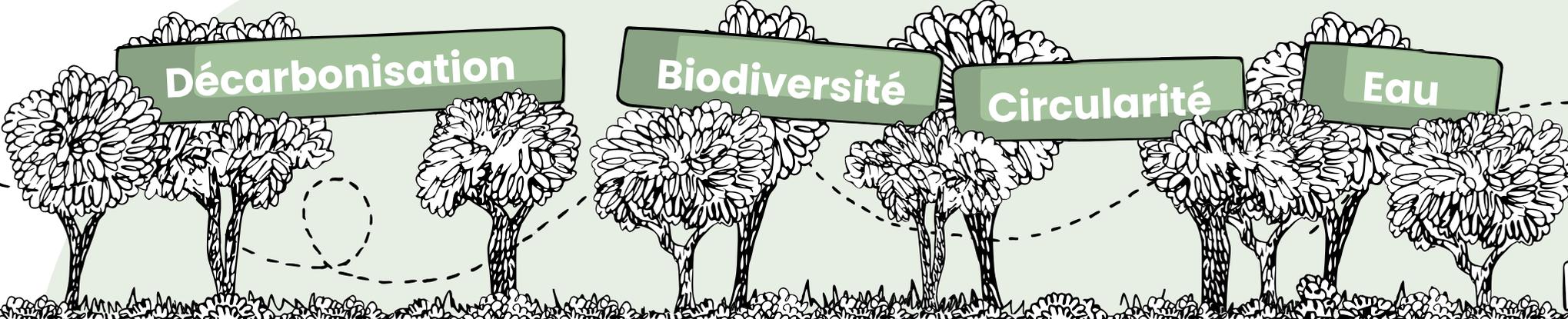
Marketing responsable

Développer nos marques pour le meilleur, en valorisant notre mission d'entreprise axée sur les parties prenantes à travers la transparence et l'engagement envers nos valeurs.

En 2022, nous avons décidé de nous concentrer sur les trois questions fondamentales du domaine Planète, à savoir la **décarbonisation**, la **biodiversité** et la **circULARITÉ**, soutenus par un outil précieux: notre B Corp advocacy. En effet, le Groupe Davines est reconnu comme une référence dans le domaine de la durabilité, en particulier parmi les entreprises qui font partie du mouvement B Corp.

En septembre 2022, alors que nous poursuivions le processus de révision de notre stratégie, lancé avec la définition de 9 questions matérielles, il a semblé nécessaire de procéder à une mise à jour majeure. En effet, l'**eau** a été identifiée comme un élément matériel important pour les parties prenantes internes et externes, méritant donc d'être placé aux côtés des trois questions déjà existantes dans le domaine Planète.

C'est sur ces **quatre piliers** que nous allons fonder notre engagement dans les années à venir, en définissant les ambitions, les actions et les projets associés.



Décarbonisation

Biodiversité

Circularité

Eau

Personnes

Résultats 2022



📌 Renforcement et extension du programme de formation Davines Learning Hub.

Nous avons renforcé notre programme de formation interne en impliquant 86 % de nos collaborateurs, conformément au niveau de participation de l'année précédente. Nous avons également renforcé et enrichi notre calendrier de formation en offrant aux collaborateurs de nouvelles opportunités et de nouvelles voies de développement professionnel et personnel (+30% par rapport à 2021). Plus spécifiquement, nous avons augmenté la formation liée aux questions de durabilité avec l'introduction de trois nouveaux modules spécifiques.

📌 79 % des collaborateurs du Groupe Davines ont reçu une formation de type cross-job.

Nous avons atteint notre objectif de faire bénéficier d'une formation de type cross-job à plus de 75 % de nos collaborateurs. Grâce à notre formation d'entreprise, le Davines Learning Hub, nous avons pu offrir de nombreuses possibilités de formation de ce type, notamment des cours sur la prise de parole en public, la durabilité, l'intelligence émotionnelle, la gestion de projet et la gestion des personnes.

📌 Amélioration continue de la communication interne, en renforçant l'impact de notre intranet The Villager.

Nous avons enrichi notre intranet de deux nouvelles sections visant à favoriser le partage et à renforcer l'esprit de communauté entre le siège de Parme et les filiales. En détail, une section dédiée à la vision de la durabilité et une autre consacrée à notre 40e anniversaire ont été inaugurées, afin d'offrir à chacun la possibilité de retracer l'histoire de l'entreprise à travers des vidéos, des anecdotes et des interviews. Enfin, à l'occasion de l'ouverture de la nouvelle filiale de Davines à Düsseldorf, nous avons créé une section de The Villager en allemand.



📌 100 % des responsables à tous les niveaux de l'organisation (dirigeants, cadres et employés de direction) du siège de Parme ont des références à la durabilité dans leur énoncé de mission et des objectifs spécifiques liés à celle-ci.

En atteignant ce résultat, nous voulons faire en sorte que la durabilité devienne un indicateur clé pour les décideurs d'entreprise, à mesurer au même titre que le chiffre d'affaires et la rentabilité. En effet, non seulement 100 % des responsables à tous les niveaux organisationnels du siège de Parme ont une référence à la durabilité dans leur énoncé de mission, mais ils ont également des objectifs spécifiques liés à celle-ci. Ces derniers ont également été étendus à 100 % des cadres dirigeants des filiales.

📌 Le programme d'entreprise pour l'évolution professionnelle de tous les collaborateurs a fait l'objet d'un nouveau développement.

L'objectif a été partiellement atteint. Lors de leur entretien annuel d'évaluation des performances, tous les collaborateurs ont eu l'occasion de discuter de l'amélioration de leurs compétences individuelles, que l'entreprise s'est efforcée de développer par le biais d'interventions spécifiques, de formations sur place ou d'un accès au Davines Learning Hub. Les plans de développement de carrière seront quant à eux élaborés à l'issue d'un processus d'examen que nous avons lancé en 2022.

Légende

	Groupe			Objectif atteint
	Italie			Objectif partiellement atteint
				Objectif non atteint

Personnes

Actions 2023



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

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

Renforcement de l'implication des collaborateurs des filiales par la création de sections consacrées aux initiatives locales, à l'actualité et aux rencontres avec les équipes et les départements du Groupe.



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





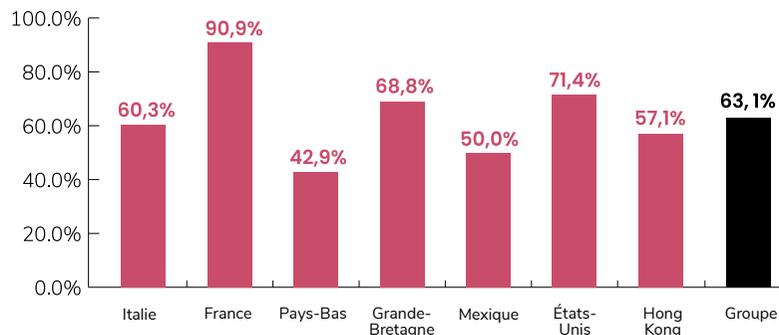
Diversité et inclusion

Nous nous engageons à améliorer l'inclusion au sein de l'entreprise et à favoriser l'expression de la diversité en encourageant son appréciation en tant que valeur ajoutée.

Qui nous sommes

- » **64 %** de femmes
- » **36 %** d'hommes
- » **36,8 ans** d'âge moyen
- » **40 nationalités** représentées
- » **6,7 ans** d'ancienneté moyenne dans l'entreprise

63,1 % des postes de management* sont occupés par des femmes



30 % des postes du Leadership Team sont occupés par des femmes

En quoi consiste le Leadership Team?

Il s'agit de structure de gouvernance du Groupe, dirigée par notre PDG et composée des cadres de haut niveau à la tête des départements stratégiques au siège italien, qui sont également les premiers ambassadeurs de notre modèle de leadership.

99,66 % des collaborateurs n'occupant pas des fonctions managériales ont bénéficié d'une prime de résultat (siège italien)

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

SOUTENIR NOTRE CHARTE ÉTHIQUE

Cette initiative, inaugurée en 2021 et consacrée à l'ensemble des collaborateurs du Groupe, a été mise en place pour créer un moment de réflexion et d'échange sur nos valeurs. Pour cela, des rencontres ont été organisées avec des philosophes, des écrivains, des psychologues et des artistes. Pour les nouveaux employés, le parcours a été enrichi de rencontres sur notre histoire et sur la naissance de la Charte Éthique.

Monde.

Toute la population d'entreprise.

13 interventions sur les valeurs de la Charte Éthique, 100 % de employés impliqués, 355 contributions et retours.

[En savoir plus](#)

Comment nous soutenons l'inclusion, un exemple SEMAINE DE LA DIVERSITÉ ET INCLUSION

Dans notre filiale de Deventer, nous avons organisé un calendrier de formation sur les questions de la diversité et de l'inclusion afin d'inaugurer un parcours commun sur le respect, la compréhension mutuelle et l'appréciation de l'unicité. Nous croyons en la valeur de la diversité et soutenons l'inclusion dans tous les milieux.

Pays-Bas.

Collaborateurs de la filiale de Deventer.

40 collaborateurs impliqués, 1 questionnaire pour évaluer le niveau d'inclusion perçu.



Bonheur et bien-être

Nous encourageons le bonheur et le bien-être individuels et collectifs, conscients de leur corrélation avec l'environnement et de leur importance dans la construction d'un avenir régénérateur.

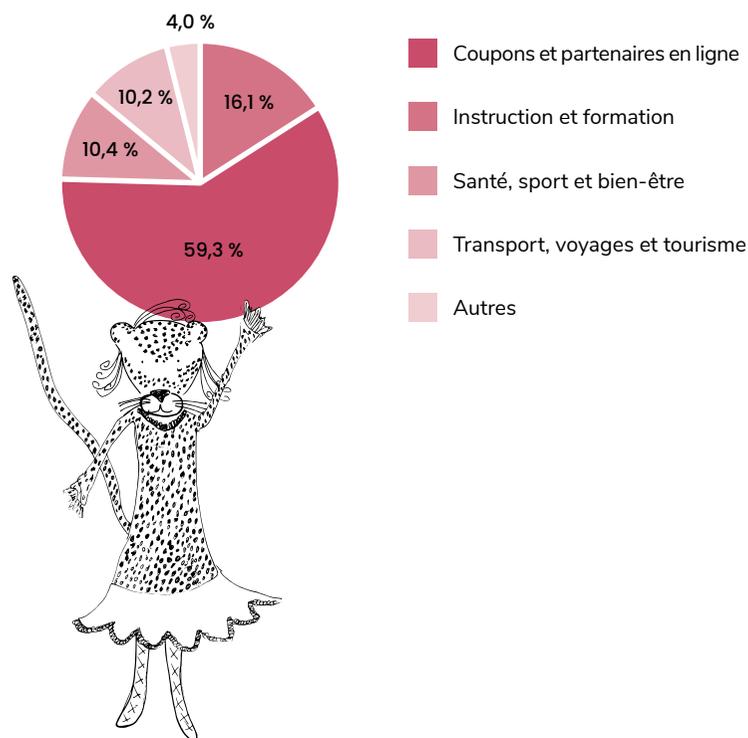
Great Place To Work®

En 2022, nous avons choisi de ne pas mener l'analyse du climat de Great Place to Work pour nous donner le temps de prioriser de nous assurer que nous avons le temps de prioriser, de mettre en œuvre et de suivre les actions définies à la suite de l'enquête précédente qui a conduit à notre certification en 2021.

Conformément à notre engagement pour une amélioration continue, nous avons donc lancé le **Leadership Development Program**, un projet visant à renforcer les compétences, la discussion et le partage entre les membres du Leadership Team.. Afin d'intensifier les moments de cohésion d'entreprise concernant les acquis et les objectifs futurs, nous avons également ajouté deux nouveaux moments de partage collectif aux deux sessions estivale et hivernale déjà existantes. Enfin, nous avons initié les **Department Breakfast**, des moments de partage des projets et des résultats au sein du département technique et des divisions des soins capillaires et de la peau, avec plus de 350 collaborateurs impliqués dans le monde entier.

76,7%* des salariés ont accès à Davines Care, notre plateforme de santé consacrée au bien-être des collaborateurs basés à Parme et de leurs familles, à travers l'offre d'avantages et de services

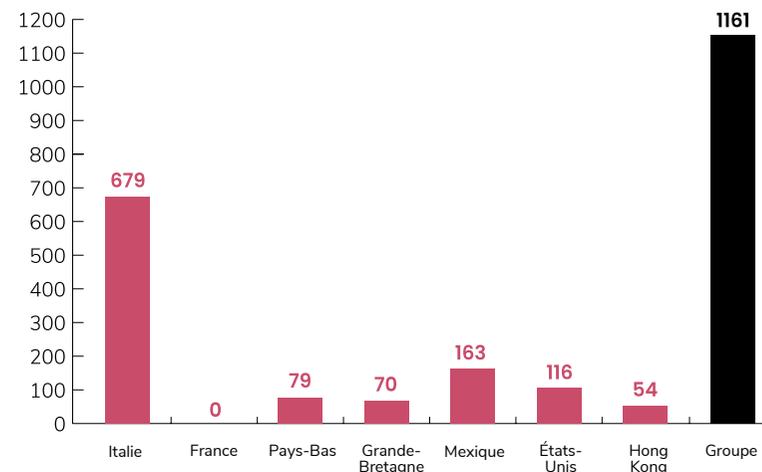
Comment nous utilisons Davines Care :



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

1163 heures de travail rémunérées pour le bénévolat d'entreprise*, projet inauguré en 2017

Les collaborateurs du groupe Davines peuvent bénéficier d'un total de 4 jours ouvrables par an pour effectuer du bénévolat, temps rémunéré comme une journée de travail. En contrepartie, l'entreprise leur demande de consacrer au bénévolat le même nombre d'heures de temps libre.



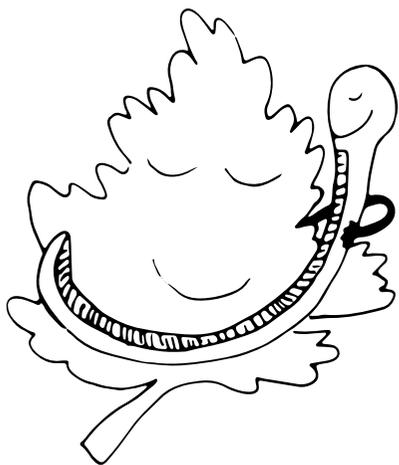
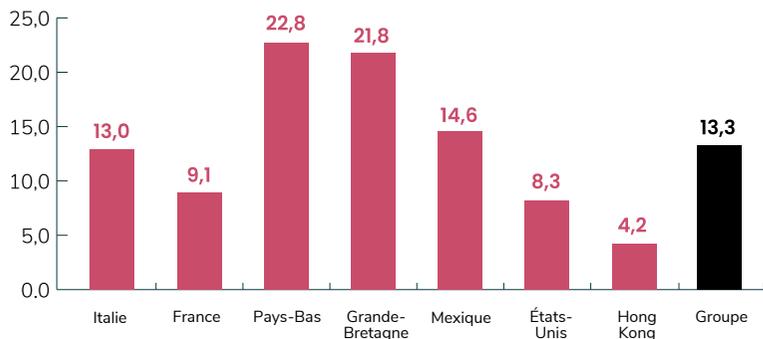
*Activités de bénévolat réalisées pendant les heures de travail rémunéré, telles que des dons de sang ou des activités de plantation (parmi les nombreuses activités de 2022).



Bonheur et bien-être

Nous encourageons le bonheur et le bien-être individuels et collectifs, conscients de leur corrélation avec l'environnement et de leur importance dans la construction d'un avenir régénérateur.

13,3 heures par an et par employé* consacrées en moyenne à la formation



*salariés à temps plein et à temps partiel, hors stagiaires, travailleurs intérimaires, vendeurs et consultants.

VILLAGE GAMES

 Cette journée, consacrée aux collaborateurs du siège de Parme et à leurs familles, a été créée pour renforcer l'esprit de communauté. Cette année, pour sensibiliser les enfants à la protection de la biodiversité, nous avons organisé des ateliers à l'EROC et dans notre Jardin Scientifique, journée durant laquelle nous avons impliqué des agriculteurs des Sentinelles Slow Food.

-  Italie.
-  Collaborateurs du siège de Parme et leurs familles.
-  44 enfants, 6 laboratoires, 60 visiteurs à l'EROC.

PROJECT MANAGEMENT MANIFESTO

 Nous avons élaboré ce document pour réduire le stress professionnel et faciliter le travail quotidien des employés du Groupe impliqués dans les projets d'entreprise. Ce document offre une méthodologie d'accompagnement pour soutenir l'organisation du travail et la gestion des imprévus à travers un ensemble de valeurs et de lignes directrices pour une bonne gestion des projets.

-  Monde.
-  L'ensemble des collaborateurs de l'entreprise participe aux projets.
-  1 sondage pour recenser la gestion de projet d'entreprise, 140 réponses dont 86 % fournies par des employés impliqués dans des projets, dont 34% sont des chefs de projet.

Responsabilité partagée

100 % des dirigeants du siège de Parme et des cadres dirigeants des filiales suivent un programme d'évaluation des performances comprenant des objectifs de durabilité.

Planète

Résultats 2022



📌 59,3 % du chiffre d'affaires généré par des produits auxquels nous appliquons l'LCA.

Nous avons atteint notre objectif d'augmenter la part des produits couverts par l'analyse Life Cycle Assessment (LCA) dans le chiffre d'affaires pour qu'elle soit comprise entre 50 % et 74 %. En achevant l'analyse de la ligne OI, nous avons pu atteindre 59,3 %, contre 43,8 % en 2021.

📌 Signature de l'engagement Net Zero avec Science Based Targets initiative (SBTi).

Le 24 mai 2022, nous avons signé notre engagement d'atteindre zéro émission nette d'ici 2050 au plus tard, affirmant ainsi notre adhésion à la campagne SBTi 1.5. Lancée en 2019, cette campagne guide les entreprises dans un parcours visant à limiter le réchauffement climatique à 1,5°C par rapport aux niveaux préindustriels.

📌 Lancement des travaux visant à formuler des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre en vue de les soumettre à SBTi.

L'objectif a été partiellement atteint. Suite à la signature de l'engagement Net Zero avec SBTi, nous avons commencé à définir des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre à long terme. Toujours en cours, ce travail comprend non seulement l'identification d'objectifs de réduction spécifiques, mais aussi la définition de projets pour les atteindre.



📌 Nous avons intégré l'objectif de neutralité climatique dans les articles de Davines S.p.A.

En juin 2022, nous avons rejoint l'initiative «CO2alizione» pour l'Europe, qui exige des entreprises italiennes qu'elles intègrent un objectif de neutralité climatique dans leur mission social, conformément aux objectifs européens. D'ici juin 2023, nous nous engageons à mettre à jour nos statuts à cet effet et, à partir de là, nous rendrons compte chaque année des actions mises en œuvre, ainsi que des objectifs atteints et prévus. Enfin, nous nous sommes engagés à promouvoir l'initiative auprès des entreprises de notre chaîne de valeur, c'est-à-dire nos partenaires, nos fournisseurs et nos clients.

📌 Remise à nos fournisseurs de documents et de ressources utiles pour adopter des pratiques de sauvegarde de la biodiversité.

Nous avons partagé avec nos fournisseurs le document Science Based Targets for Nature sur la protection des ressources naturelles créé par SBTi, afin de leur fournir un outil supplémentaire pour les guider vers de meilleures pratiques en matière de protection de la biodiversité. Le document a été inclus dans le questionnaire que nous proposons chaque année à nos fournisseurs pour recenser leurs bonnes pratiques de durabilité.

📌 Inauguration de notre première expérience comparant les pratiques agricoles régénératrices et conventionnelles.

Nous avons atteint notre objectif en lançant les premières expériences à Parme, au sein de l'European Regenerative Organic Center (EROCC). La comparaison entre pratiques agricoles régénératrices et conventionnelles a été réalisée à l'aide de deux méthodes expérimentales. La première a consisté à comparer les deux modèles agricoles sur trois types de cultures : céréales, tomates et cultures mixtes. La seconde méthode a permis de comparer les monocultures avec les cultures en bandes régénératrices.

📌 Le retrait dans les zones côtières d'Indonésie, des Philippines et du Brésil d'une quantité de plastique dispersée dans l'environnement égale à celle de tous les produits vendus.

Grâce à notre collaboration entamée en 2021 avec Plastic Bank, pour chaque produit avec emballage plastique que nous avons vendu en 2022, une quantité égale de plastique rejetée dans l'environnement a été retirée des zones côtières d'Indonésie, des Philippines et du Brésil, soit un total de 779 tonnes de déchets collectés.

📌 Obtention de la certification LEED pour le Davines Group Village.

En février 2023, le Davines Group Village a obtenu la certification LEED Gold O+M v4.1 avec un score de 60 points. Le projet, lancé en 2021, a connu trois grandes phases qui ont permis d'améliorer les performances environnementales du bâtiment jusqu'à l'atteinte de cet objectif important.

Planète

Actions 2023



Définir la roadmap du projet pour atteindre l'objectif «Net Zero», en identifiant les projets que nous devons mettre en œuvre afin d'atteindre les résultats fixés en matière de réduction.

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

Établir les fondements du projet agrivoltaïque, qui associe l'expérimentation et la recherche sur les actifs organiques et la production d'électricité renouvelable à partir de panneaux photovoltaïques.

Poursuivre notre partenariat avec Plastic Bank, en confirmant que pour chaque produit avec emballage plastique que nous vendrons, une quantité égale de plastique rejetée dans l'environnement sera retirée des zones côtières d'Indonésie, des Philippines et du Brésil.

Appliquer l'analyse LCA à tous nos nouveaux produits.

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

- » Réaliser notre deuxième expérience et notre première collaboration avec Barilla pour cultiver des plantes à la fois « cosmétiques », aromatiques et médicinales pour l'industrie cosmétique; et « comestibles » tels que des céréales et des légumineuses pour l'industrie agro-alimentaire, en comparant les pratiques agricoles régénératrices avec les méthodes conventionnelles.
- » Expérimenter la culture de nouvelles espèces végétales afin d'identifier de nouveaux ingrédients actifs biologiques.
- » Participer et organiser des événements de vulgarisation et de formation sur les activités de recherche du projet EROC et sur l'agriculture biologique régénératrice.
- » Soutenir jusqu'à 10 agriculteurs dans le processus de certification biologique régénératrice (ROC).



Légende

	Groupe		Objectif atteint
	Italie		Objectif partiellement atteint
			Objectif non atteint

LE DAVINES GROUP VILLAGE EST CERTIFIÉ LEED GOLD O+M V4.1



En 2022, notre siège a obtenu la certification LEED Gold O+M v4.1. Nous avons choisi d'adhérer à ce cadre international pour évaluer, à travers des systèmes de mesure partagés, l'impact environnemental et social de notre site de production, en harmonie avec les objectifs de développement durable recommandés par les Nations unies. L'obtention de la certification a été possible grâce à l'adoption de bonnes pratiques qui ont mis l'accent sur le souci de l'impact de nos bâtiments, notamment en termes de consommation d'énergie et d'eau, d'élimination des déchets, de bien-être au travail et d'approvisionnement en produits de consommation courante. Plus précisément, le Davines Group Village participe au Consortium forestier KilometroVerdeParma, avec lequel nous nous sommes engagés à planter des arbres à proximité de l'autoroute A1, afin de contrecarrer les émissions de CO₂ et de particules des voitures. De plus, nos locaux sont exempts de plastique jetable, ce qui signifie que tous les objets en plastique à usage unique, tels que les couverts et les verres, ont été remplacés par d'autres matériaux, comme le verre et l'aluminium. En outre, toute l'électricité que nous utilisons dans nos bureaux et sur notre site de production provient de sources renouvelables depuis plusieurs années. Depuis 2018, nous sommes également neutres en carbone, car nous avons combiné l'utilisation d'électricité renouvelable avec l'efficacité énergétique et la neutralisation des émissions résiduelles (scope 1 et 2) grâce à des projets de reforestation.



Parme.



Collaborateurs du siège, communauté de Parme.



KilometroVerde, Plastic-Free, pourcentage d'énergie issue de sources renouvelables.

DEPUIS 2016, NOUS SOMMES BEST FOR THE WORLD™ EN TERMES D'IMPACT ENVIRONNEMENTAL



Parmi plus de 5 000 B Corp dans le monde, nous figurons parmi les 5 % les plus performants dans le classement BIA en termes d'impact environnemental, un résultat qui nous a permis d'obtenir cette importante récompense cette année encore.

Malheureusement, B Lab a annoncé que le prix Best for The World ne serait plus décerné à partir de 2023. Nous sommes fiers de dire que nous avons obtenu ce prix chaque année depuis que nous avons obtenu la certification B Corp en 2016. Tout au long de cette période, Best for The World a représenté pour nous un puissant élément de motivation qui continuera à alimenter notre engagement pour mettre en œuvre certaines des meilleures pratiques environnementales au monde, quelle que soit la récompense.





Circularité

Nous nous attachons à réduire autant que possible l'utilisation des matériaux et, lorsque cela n'est pas réalisable, nous cherchons à les réutiliser ou, enfin, de les recycler, pour lutter contre l'approche « prendre, utiliser, jeter ».

L'éco-conception préside à la création de nos emballages

Au sein du Village Davines, une équipe de collaborateurs se consacre à la recherche et au développement d'emballages. Inspirés par les principes de l'éco-conception, nous étudions les solutions d'emballage ayant l'impact le plus faible pour tous nos produits, tant en termes d'innovation matérielle que d'efficacité des processus, en préservant toujours la qualité et la sécurité. Ce n'est qu'après cette étude que les produits sont mis en production et commercialisés.

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



Nos principes d'éco-conception

1. **Nous utilisons moins de matériaux** : nous concevons des emballages plus légers en maintenant leur sécurité et leur fonctionnalité ;
2. **Nous simplifions la conception** : nous réduisons les composants superflus ;
3. **Nous préférons des matériaux recyclés ou issus de sources renouvelables** : nous abandonnons progressivement l'usage de matériaux vierges pour réduire encore notre impact environnemental ;
4. **Nous facilitons le recyclage** : par exemple, en privilégiant les solutions mono-matériau ;
5. **Nous optimisons les espaces pour la distribution logistique** : ainsi, nous sommes en mesure d'optimiser le nombre de produits transportés et les émissions de CO₂ qui en résultent.

Historique de l'impact de 2014 à 2022

Concrètement, nous avons appliqué les principes «Nous utilisons moins de matériaux» et «Nous privilégions les matériaux recyclés ou issus de sources renouvelables» à nos emballages en plastique et en papier, ce qui nous a permis de limiter l'impact de nos produits sur l'environnement.

PLASTIQUE

PAPIER ET CARTON

UTILISER MOINS DE MATÉRIAUX

PRÉFÉRER DES MATÉRIAUX RECYCLÉS OU ISSUS DE SOURCES RENOUVELABLES

162,1 tonnes
de plastique évitées grâce à la réduction du poids des emballages et à l'élimination des composants non nécessaires.

Les actions ont porté sur les emballages primaires.

903,3 tonnes
de plastique vierge fossile évitées grâce à l'utilisation de plastique recyclé ou issu de sources renouvelables.



Toutes ces actions ont permis d'éviter l'émission de 1 827 tonnes de CO₂eq.

219,2 tonnes
de papier évitées grâce à la réduction du poids des emballages et à l'élimination des composants non nécessaires.

Les actions ont porté sur les emballages secondaires et tertiaires.

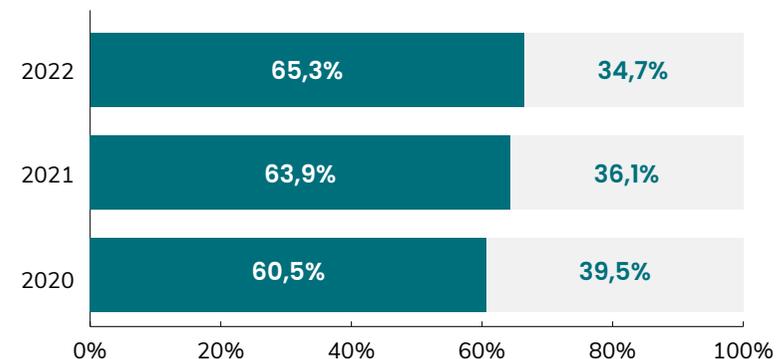
118,4 tonnes
de papier vierge évitées grâce à l'utilisation de papier recyclé.

La quantité de matériaux évitée est calculée en tenant compte du fait que l'impact des mesures prises pour chaque produit débute l'année où la mesure est mise en œuvre et se poursuit les années suivantes. Les données sont basées sur les quantités de produits vendus chaque année. Cet indicateur représente donc les quantités cumulées de matériaux évités de 2014 à ce jour, est révélateur du parcours de circularité entrepris par Davines et montre que nos actions en matière d'éco-conception des emballages ont un effet à long terme.

Quelle est la composition de nos emballages?

EMBALLAGES EN MATÉRIAUX RECYCLÉS

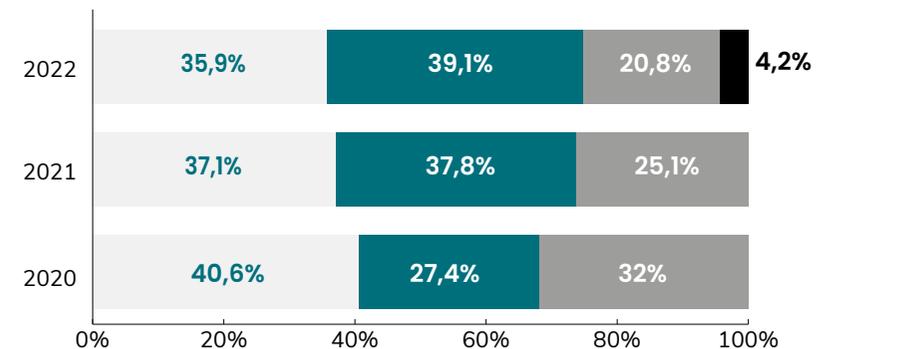
sur la quantité totale¹ de matériaux d'emballage primaire, secondaire et tertiaire achetés.



- Matériaux recyclés : papier, carton, plastique, verre et aluminium.
- Matériaux achetés : papier, carton, plastique, verre, aluminium, acier, bois et coton.

EMBALLAGE EN PLASTIQUE

sur la quantité totale¹ de matériaux d'emballage en plastique primaire, secondaire et tertiaire achetés.

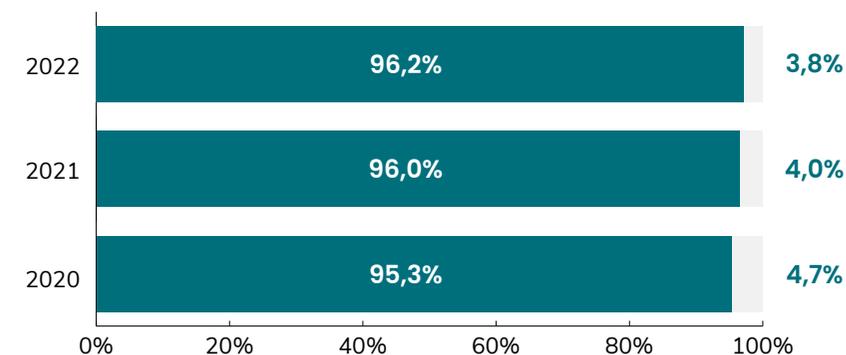


- Emballages en plastique vierge fossile
- Emballages en plastique recyclé
- Emballages en plastique biosourcé*
- Emballages en plastique mass-balance**

*Plastique biosourcé : plastique produit à partir de ressources renouvelables (canne à sucre)
 Plastique mass-balance : plastique produit à partir de bio naphta dérivé de déchets organiques (huile de cuisson usagée) et de déchets organiques industriels (l'huile de tall, un résidu de la production de papier).

EMBALLAGES EN PAPIER ET CARTON

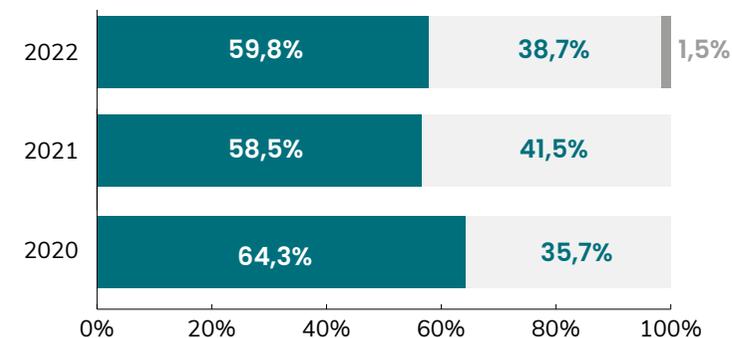
sur la quantité totale¹ de matériaux d'emballage en papier et carton secondaire et tertiaire achetés.



- Papier et carton en matériaux recyclés
- Papier et carton en matériaux vierges

EMBALLAGES ISSUS DE SOURCES RENOUVELABLES

sur la quantité totale¹ de matériaux d'emballage primaire, secondaire et tertiaire achetés.



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

¹Hors produits réalisés en dehors de notre usine de production du Village Davines (service complet)

DOUBLEMENT PRIMÉS EN MATIÈRE D'ÉCO-CONCEPTION

Dans le cadre de l'Appel d'offre CONAI pour l'éco-conception des emballages dans l'économie circulaire, nous avons reçu deux prix en 2022 pour avoir significativement réduit l'impact des emballages de certains des produits de la ligne SUBLIME SKIN de [confort zone] et de la ligne SU de Davines.

Comment nous appliquons les principes d'éco-conception, quelques exemples :

SUBLIME SKIN CREAM 60 ML



Le projet a consisté à remplacer le pot en verre vierge par une nouvelle proposition plus légère et partiellement composée de verre recyclé post-consommation. Cette solution utilise moins de matières premières vierges que la précédente, est plus légère et facilite la séparation et l'élimination correcte des composants.



Monde.



Collaborateurs [confort zone], fournisseurs, CONAI, clients finaux.



Prix de l'Appel d'offre CONAI pour l'éco-conception 2022, poids du pot -14,7 % par rapport au précédent, 42,6 % de verre recyclé post-consommation utilisé pour le nouveau pot en verre, -20 % d'émissions de CO₂eq environ, -20 % de consommation d'énergie environ, -25 % de consommation d'eau (source : CONAI).



SU/ HAIR MILK EN PLASTIQUE RECYCLÉ



Nous avons remplacé le PET vierge de l'emballage de SU MILK par 98 % de R-PET post-consommation, appelé « matière première secondaire », car il est issu d'un processus de recyclage. Nous avons ainsi évité de prélever de nouvelles ressources sur la planète, réduit les émissions de CO₂eq et diminué l'énergie utilisée.



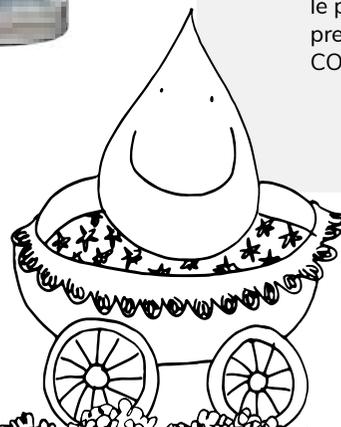
Monde.



Employés Davines, fournisseurs, CONAI, clients finaux.



Prix de l'Appel d'offre CONAI pour l'éco-conception 2022, -20 % d'émissions de CO₂eq et -5 % d'énergie totale utilisée pour le processus de production des matières premières et de l'emballage (source : CONAI).



Nous collectons l'intégralité de notre plastique

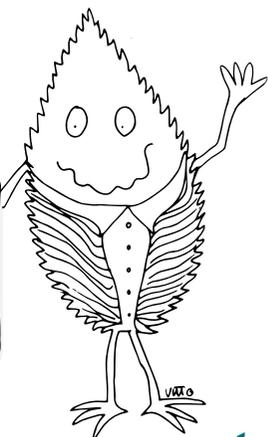
Nous suivons les principes de l'éco-conception pour réduire l'impact de l'emballage au sein de sa chaîne de valeur, c'est-à-dire à toutes les étapes sur lesquelles nous avons un contrôle direct. Néanmoins, nous sommes conscients que les emballages présentent également un certain nombre de défis en dehors de la chaîne elle-même, en particulier lorsqu'ils ne sont pas correctement éliminés et recyclés et qu'ils se retrouvent donc dans l'environnement.

Ainsi, depuis 2021, nous avons décidé de collaborer avec **Plastic Bank**, une entreprise sociale spécialisée dans la récupération du plastique dans l'environnement. Cette collaboration a permis de collecter 100 tonnes de plastique la première année, puis 779 126 tonnes en 2022, soit l'équivalent de tout le plastique mis sur le marché à travers la vente de nos produits.

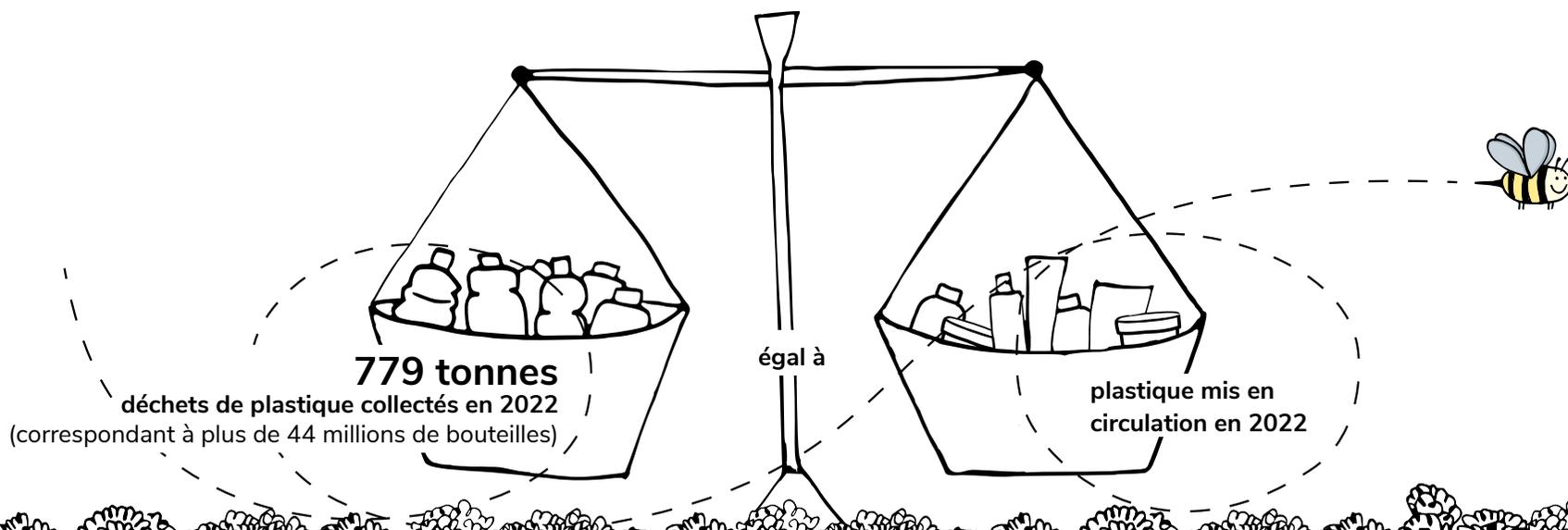
Ainsi, tous les produits du Groupe Davines sont à Plastic Net-Zero.

Conformément à notre modèle de développement régénérateur et dans une optique de circularité, **nous avons atteint un équilibre de 1:1 entre le plastique que nous utilisons et celui que nous éliminons de l'environnement.** En outre, Plastic Bank contrôle et suit tout le plastique par blockchain : le plastique collecté est réinjecté dans la chaîne d'approvisionnement.

Nous faisons de notre mieux pour limiter notre impact environnemental, convaincus que si chaque entreprise collectait le plastique qu'elle produit, il n'y aurait plus de plastique rejeté dans l'environnement.



POUR CHAQUE PRODUIT AVEC EMBALLAGE PLASTIQUE QUE NOUS AVONS DISTRIBUÉ, UNE QUANTITÉ ÉGALE DE PLASTIQUE REJETÉ DANS L'ENVIRONNEMENT A ÉTÉ RETIRÉE DES ZONES CÔTIÈRES D'INDONÉSIE, DES PHILIPPINES ET DU BRÉSIL.



Notre communauté à l'œuvre pour dépolluer le monde

NOS TIRAN BASURA, DEVOLVEMOS MUSICA

Avec cette collecte de fonds, nous avons encouragé la réutilisation des déchets pour créer des instruments de musique, une initiative ayant un impact positif sur l'environnement et la communauté. Nous avons en effet soutenu l'ONG Asociación De Padres De La Orquesta De Instrumentos Reciclados de Cateura, où se trouve l'une des plus grandes déchetteries d'Amérique latine.

Paraguay.

Salons Davines et clients finaux du Paraguay, Asociación De Padres De La Orquesta De Instrumentos Reciclados De Cateura.

62 salons adhérents.

GARDIENS DES OCÉANS

La première campagne française de sensibilisation en faveur de la protection des océans s'est déroulée de mai à juillet 2022, avec la participation des salons Davines. En collaboration avec Project Rescue Ocean, nous avons également organisé quatre opérations de nettoyage sur les plages de Lacanau, Montpellier, Ouistreham et Saint-Raphaël.

France.

Salons Davines France, Project Rescue Ocean, employés Davines France.

360 salons impliqués, 3 580 € versés à Project Rescue Ocean, 50 personnes participantes pour les nettoyages, 100 kg de déchets collectés.

DAVINES CIRCULARITY PROGRAM

En collaboration avec la Saxion University of Applied Sciences de Deventer, nous avons défini un projet, qui verra le jour en 2023, pour la collecte des emballages vides de nos produits dans les salons de coiffure au moyen de boîtes spéciales Davines Take-Back Box. Trois boîtes supplémentaires seront également fournies pour l'élimination des cheveux coupés, des restes de teinture et des tubes de couleur.

Pays-Bas.

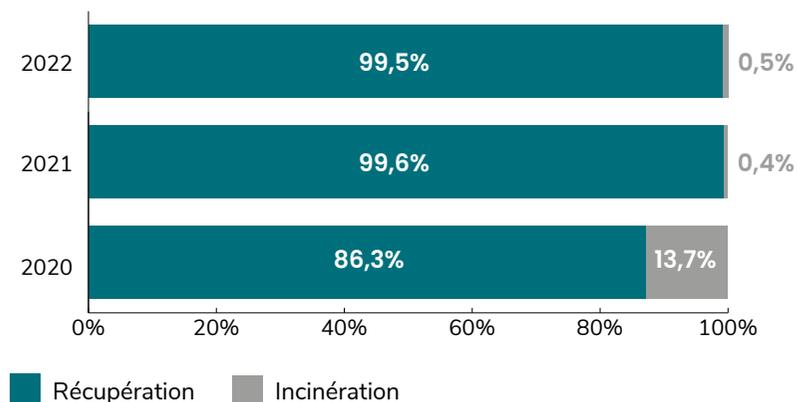
Saxion University of Applied Sciences de Deventer et ses étudiants, salons Davines Sustainable Beauty Partner hollandais.

1 projet pilote résultant de la phase de recherche, 3 étudiants et 35 salons impliqués.

0 % de déchets de la production éliminés en déchetterie

MODALITÉS D'ÉLIMINATION DES DÉCHETS SOLIDES

USINE DE PRODUCTION DE PARME



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

Dans une optique d'amélioration continue, nous travaillons depuis 2021 avec un gestionnaire environnemental pour récupérer nos déchets (ceux qui sont recyclés et ceux qui sont envoyés à la valorisation énergétique, dont l'énergie est récupérée), en réduisant ceux envoyés à l'incinération.

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



Décarbonisation

Nous lançons un grand nombre d'initiatives et de projets pour limiter notre impact sur le climat, parce que nous tenons à apporter notre contribution. Et ce, depuis longtemps.

Notre voyage vers la décarbonisation

Notre engagement en faveur de la décarbonisation remonte à loin. Il s'agit d'une véritable fresque qui relate notre parcours et les principales mesures prises pour atténuer les effets de la crise climatique.

- 
2022 Le 24 mai, nous avons signé notre engagement avec SBTi (Science Based Targets initiative), rejoignant la coalition Business Ambition for 1.5C°, afin d'atteindre l'objectif de zéro émission nette d'ici 2050 au plus tard. Par la suite, nous avons commencé à travailler sur des objectifs annuels de réduction des émissions.
- 
2021 Nous mesurons et surveillons 100 % de nos émissions (scope 1, 2 et 3).
- 
2019 Avec plus de 500 B Corp, nous signons notre engagement pour devenir une entreprise à zéro émission nette.
- 
2018 Nos efforts commencent à porter leurs fruits, nous devenons une entreprise neutre en carbone, en réduisant et en neutralisant nos émissions résiduelles scope 1 et 2.
- 
2006 Nous commençons à mesurer, réduire et neutraliser en partie notre empreinte carbone en structurant nos efforts dans un programme organisé.

Entreprise neutre en carbone

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

- 1** En **mesurant** et en **surveillant** toutes les émissions dérivées des activités sous notre contrôle direct (scope 1 et 2).
- 2** En **réduisant** les émissions de nos bureaux et de notre usine, dans la mesure du possible, à travers l'optimisation énergétique et l'utilisation d'énergie issue de sources renouvelables.
- 3** En **neutralisant** les émissions restantes et en soutenant des projets de reforestation certifiés Plan Vivo qui permettent l'absorption de CO₂ et l'émission de crédits carbone de haute qualité.

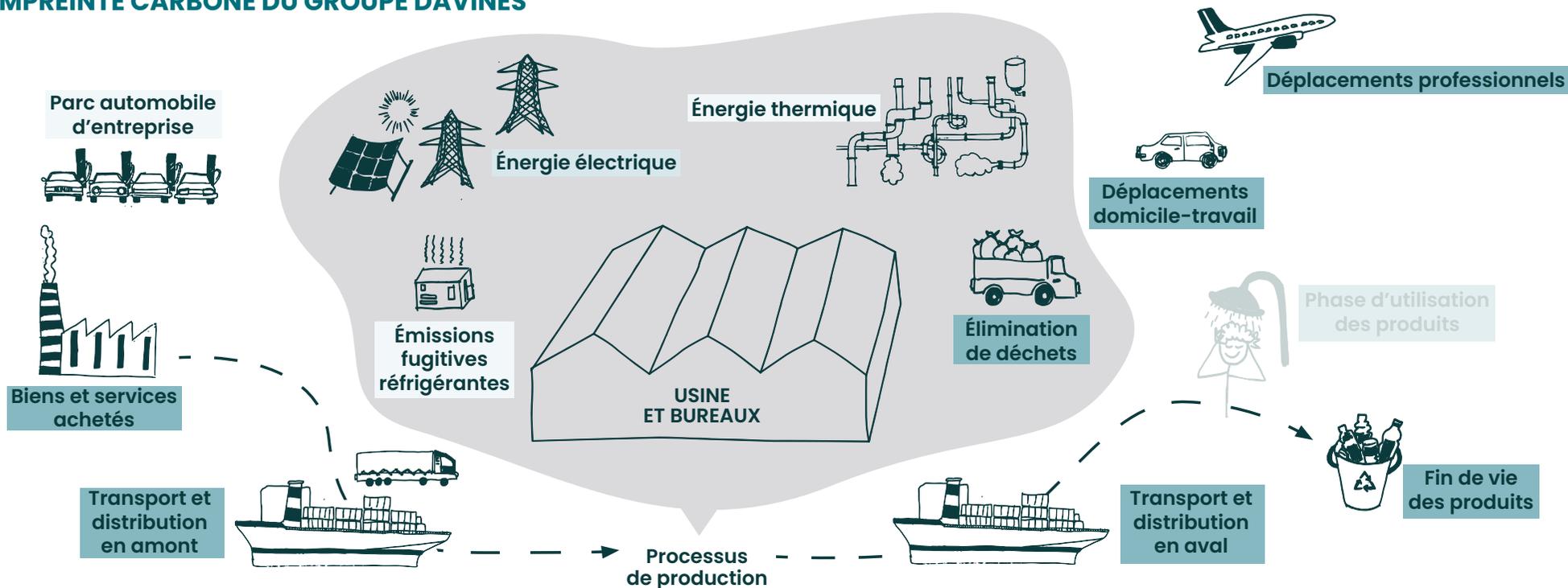
Pilier 1 – Mesurer et Surveiller

Depuis 2021, nous surveillons notre impact climatique pour disposer d'un cadre complet des émissions directes et indirectes issues de nos activités (émissions de scope 1, 2 et 3).

L'IMPORTANCE DE L'EMPREINTE CARBONE DE NOS PRODUITS

Depuis des années, nous calculons l'empreinte carbone de certains de nos produits (59,3 % du chiffre d'affaires issu de la vente de produits), qui est la somme de toutes les émissions générées depuis la conception d'un produit jusqu'à sa fin de vie. Pour la calculer, nous utilisons le Life Cycle Assessment (LCA), un outil qui nous permet d'analyser l'impact du produit à chaque étape de son cycle de vie. Dans la représentation graphique de notre empreinte carbone ci-dessous, une ligne pointillée relie les différentes activités prises en compte dans le calcul de l'empreinte carbone de nos produits.

EMPREINTE CARBONE DU GROUPE DAVINES



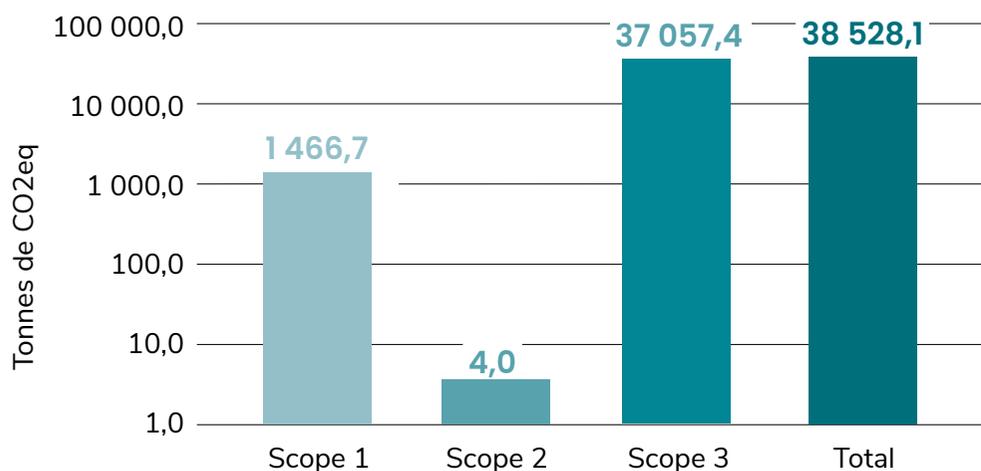
QUE SONT LES ÉMISSIONS DE SCOPE 1, 2 ET 3

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

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

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

EMPREINTE CARBONE DU GROUPE DAVINES (HORS PHASE D'UTILISATION)



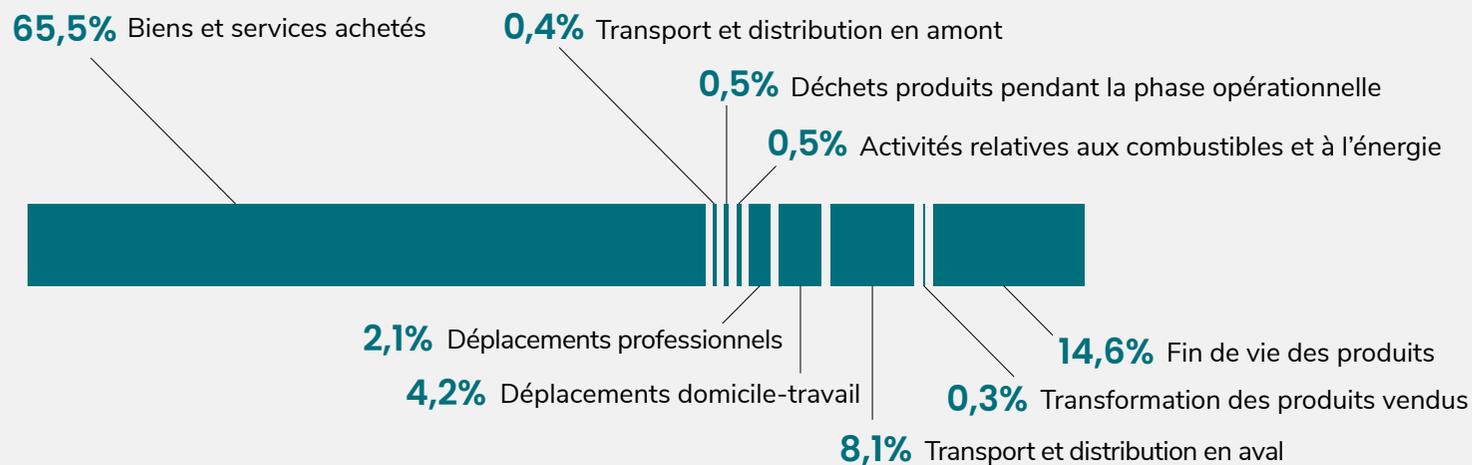
En 2022, l'empreinte carbone totale de notre organisation s'élève à 38 528,1 tonnes sans la phase d'utilisation et à 132 626 tonnes avec la phase d'utilisation.

Sur le schéma, l'empreinte carbone a été divisée en trois scopes. Les émissions de scope 1 et 2 réunies représentent 3,8 % du total. La majeure partie de notre impact est due aux émissions de scope 3, c'est-à-dire celles qui sont hors de notre contrôle direct et générées par notre chaîne de valeur.

Nous avons choisi de calculer notre empreinte carbone également avec la phase d'utilisation, bien que celle-ci soit facultative pour le protocole GHG (norme internationale pour la déclaration des émissions) par rapport aux objectifs de réduction que nous nous fixons avec SBTi.

Nous tenons à en avoir conscience, car la phase d'utilisation génère un impact très important, qui découle de l'énergie nécessaire à nos clients pour utiliser nos produits, bien que nous n'ayons aucun contrôle direct sur cette énergie, ni aucun moyen de mesurer son optimisation.

PRINCIPALES CATÉGORIES D'ÉMISSIONS DE SCOPE 3

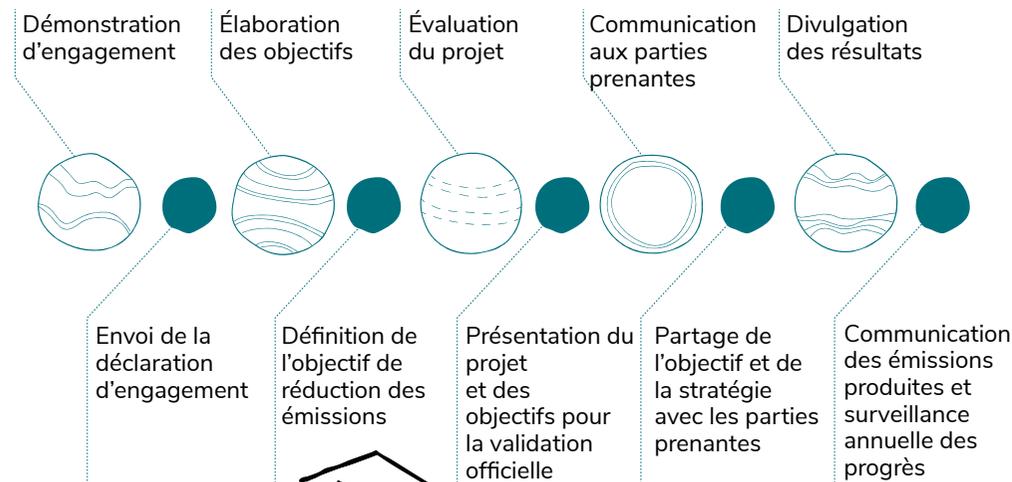


Ce schéma met l'accent sur la répartition des impacts de scope 3 (hors phase d'utilisation) dans les différentes catégories d'émissions. Les catégories d'émissions les plus impactantes sont l'achat des matières premières, la distribution des produits et les activités liées à leur élimination post-consommation. Ces catégories seront donc au centre de nos préoccupations en matière d'atténuation de l'impact et feront l'objet de nos objectifs de réduction.

Pilier 2 – Réduire

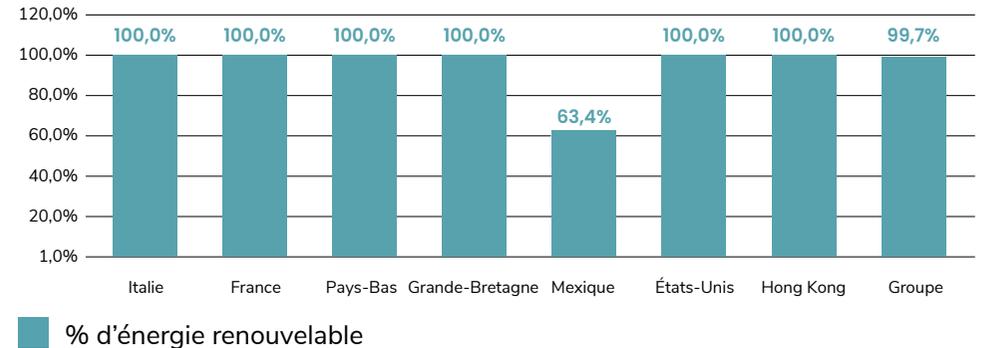
Depuis mai 2022, nous participons officiellement à la campagne Business Ambition for 1.5°C. Lancée en 2019 par le Pacte Mondial des Nations Unies, la campagne vise à encourager les entreprises à intensifier leurs efforts nécessaires pour faire face à l'urgence climatique, à travers l'adoption d'objectifs d'entreprise scientifiques appelés Science Based Targets (SBT). Ces derniers visent précisément à traduire l'accord de Paris au niveau des entreprises et à guider ces dernières vers une action climatique ambitieuse et inspirée de données scientifiques. Dans les mois qui ont suivi la signature de notre engagement avec Science Based Targets initiative (SBTi), nous avons commencé à fixer des objectifs de réduction des émissions et à définir une feuille de route qui nous guidera vers l'atteinte de l'objectif Net Zero. Le projet, qui est toujours en cours, est considéré par le Groupe comme extrêmement prioritaire et sensible et se terminera par la soumission des objectifs à SBTi pour validation.

L'adhésion à SBTi prévoit différentes étapes de travail :



En juin 2023, nous en sommes ici

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



Pour réduire nos émissions de scope 1, nous achetons des certificats de biométhane (également connu sous le nom de gaz vert) au Royaume-Uni. Les certificats de biométhane sont un outil de traçabilité qui permet à leurs acheteurs de prouver la source renouvelable de leur consommation. Cependant, la principale norme internationale de déclaration des émissions (GHG Protocol) n'indique pas clairement si les certificats de biométhane peuvent être utilisés pour réduire les émissions d'une entreprise, bien qu'ils soient conceptuellement similaires aux certificats d'énergie renouvelable utilisés pour réduire les émissions de scope 2. De plus, bien qu'il existe des registres pour la délivrance de certificats de biométhane dans le monde entier, il n'existe à ce jour aucun registre en Italie. Pour toutes ces raisons, nous avons décidé en 2022 de cesser ce type d'approvisionnement depuis le Royaume-Uni et de neutraliser nos émissions directes liées à l'utilisation de gaz naturel, provenant du réseau de distribution italien, à travers l'achat de crédits carbone.



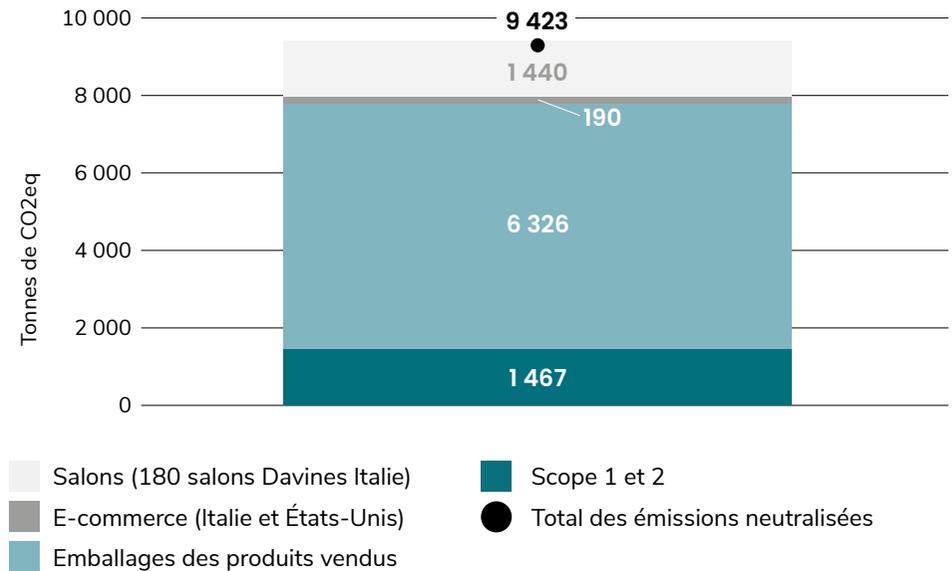
Pilier 3 – Neutraliser

Conscients de la nécessité de mener une action climatique ambitieuse, nous avons décidé de renouveler notre stratégie en 2022. Au lieu de nous limiter à la neutralisation de nos émissions, nous avons concentré nos efforts sur leur réduction, un choix également en phase avec l'engagement que nous avons signé avec SBTi.

Toutefois, étant donné que les mesures d'atténuation jouent un rôle clé dans la lutte contre la crise climatique, nous continuons également à neutraliser certaines des émissions que nous ne sommes pas en mesure d'éliminer à ce jour.

Qu'est-ce qui a changé ? Par rapport à 2021, nous avons choisi de ne plus neutraliser les émissions dérivées du cycle de vie des lignes de produits pour lesquelles nous réalisons l'LCA, mais d'intensifier le travail visant à réduire leur quantité. Au lieu de cela, nous continuons à neutraliser les émissions de scope 1 et 2, les émissions dérivées du cycle de vie des emballages et des expéditions e-commerce de Davines en Italie et aux États-Unis. Nous avons également neutralisé une partie des émissions directes de certains salons Davines italiens (180 salons, soit un total de 1 440 tonnes de CO₂eq), bien qu'elles ne fassent pas partie de l'empreinte carbone de notre organisation.

TOTAL DES ÉMISSIONS NEUTRALISÉES PAR LE GROUPE DAVINES EN 2022



Le schéma montre les émissions totales neutralisées par le Groupe Davines au cours de l'année 2022, soit 9 423 tonnes de CO₂eq (équivalent à 25 % de l'empreinte carbone de l'organisation).



En 2021 et 2022, nous avons soutenu deux projets visant à neutraliser nos émissions : EthioTrees et Scolel'te. Tous deux portent sur le boisement et/ou la reforestation pour séquestration du CO₂ et sont certifiés Plan Vivo. Cette certification identifie les projets qui non seulement offrent des avantages en termes d'absorption du carbone et respectent évidemment les garanties sociales et environnementales. Ces projets adoptent également une approche holistique en ayant un impact tangible sur les personnes et la biodiversité.



ETHIOTREES

Ce projet de reboisement soutient la régénération des sols et des forêts dans la région septentrionale du Tigré en Éthiopie ; depuis 2018, grâce à celui-ci, nous neutralisons 10 000 tonnes de CO₂ par an. En 2022, le projet a été étendu à la région de Dawsira et aux districts voisins, et les activités de surveillance se sont poursuivies à travers d'autres investissements environnementaux (bandes de pierre, bassins d'infiltration). Enfin, la guerre du Tigré étant terminée, EthioTrees a financé une aide humanitaire qui a permis de soutenir 29 135 familles vulnérables.



SCOLEL'TE

Ce projet de boisement, de reforestation et d'agroforesterie est également source d'avantages sociaux pour les communautés locales de la région du Chiapas au Mexique. Grâce à notre soutien, depuis 2021, nous avons neutralisé à ce jour 24 500 tonnes de CO₂ à travers la restauration des forêts et des systèmes agroforestiers. En outre, un soutien a été apporté à la construction de pépinières dans 3 communautés, 40 ateliers de formation ont été organisés et 4 pratiques de production ont été mises en œuvre pour atténuer le changement climatique.

Pilier 4 – Impliquer

Nous impliquons nos parties prenantes internes et externes et collaborons avec elles pour accroître notre savoir-faire, afin de trouver des solutions efficaces et innovantes, mais également pour sensibiliser au changement climatique et le contrer en maximisant notre engagement, y compris en dehors de notre chaîne de valeur.

Un travail important en ce sens est réalisé chaque année pour impliquer notre chaîne d'approvisionnement en particulier. Cette année encore, trois de nos fournisseurs sont devenus des B Corp, contribuant ainsi activement à la réduction de l'impact environnemental de notre chaîne de valeur (cf. p. 43).

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

NATIONAL CLIMATE WEEK

Notre filiale néerlandaise a soutenu la National Climate Week, une campagne organisée par le gouvernement pour sensibiliser au climat. Au cours de cette semaine, la filiale a participé à plusieurs activités, dont le Natural National Nature Working Day, au cours duquel des collègues ont aidé les habitants du quartier de Zandweerd à régénérer des espaces verts municipaux.

Deventer, Pays-Bas.

Collaborateurs de la filiale hollandaise, résidents du quartier de Zandweerd.

4 000 m² d'espaces verts régénérés, 11 personnes impliquées dont 5 employés, 15 heures de bénévolat.



UNE FORÊT POUR CÉLÉBRER LE 20E ANNIVERSAIRE

Pour célébrer le 20e anniversaire de l'entreprise, notre distributeur lituanien a planté une forêt d'arbres sur une surface d'un hectare dans le district de Trakai. Les essences plantées sont typiques de la région : bouleaux, aulnes glutineux, pins et sapins. Une initiative environnementale et de valeur qui a également rassemblé les équipes et les clients.

Lituanie.

Collaborateurs du distributeur, employés Davines Lituanie, salons Davines Lituanie.

2 560 arbres plantés.



BROOKLYN BRIDGE CLEAN UP

Notre filiale de New York a participé à une journée de nettoyage au Brooklyn Bridge Park. Nos collègues ont enlevé des plantes invasives et planté de nouveaux arbres, renforçant l'esprit d'équipe et les compétences en matière de jardinage. Avec l'aide des volontaires du Coastal Cleanup, ils ont également enlevé des débris et détritiques déposés sur les plages.

Brooklyn, New York.

Collaborateurs de la filiale de New York, Coastal Cleanup, communauté locale.

14 employés volontaires impliqués.





Biodiversité

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

EROC, un projet à l'épreuve du temps

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

En 2022, grâce à notre partenariat avec l'organisation à but non lucratif Rodale Institute aux États-Unis, nous avons créé l'European Regenerative Organic Center (EROC), le premier centre européen de formation et de recherche dans le domaine de l'agriculture biologique régénératrice, situé à Parme, en face du Davines Group Village.

EROC a été créé avec 5 objectifs ambitieux :

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

L'agriculture biologique régénératrice a le potentiel d'améliorer la qualité des sols, en commençant par la capacité de séquestrer plus de carbone organique que l'agriculture conventionnelle, et contribue donc mieux que cette dernière à limiter les changements climatiques.

Principaux résultats :

17 hectares de terrain destinés au projet EROC

40 partenaires potentiels contactés pour évaluer les synergies

136 parcelles expérimentales où sont cultivées **17** espèces végétales

6 nouvelles plantes cultivées en 2023 pour la recherche de nouveaux ingrédients



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

HYDRAMEMORY AVEC INGRÉDIENT RÉGÉNÉRATIF



Les formules créées pour la réédition de la ligne Hydramemory contiennent de l'extrait de Figue de Barbarie cultivé dans le cadre d'une agriculture biologique régénératrice. Les études sur la plante ont été initiées dans le Scientific Garden du Davines Group Village par des chercheurs [confort zone] qui ont conçu la technologie SKIN-ADAPTIVE HYDRATION, avec une efficacité d'hydratation cliniquement prouvée.



Monde.



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



6 produits grand public et 1 produit professionnel formulés avec de l'extrait de Figue de Barbarie issu de l'agriculture biologique régénératrice.

12 ingrédients issus de Presidio Slow Food utilisés dans nos formules



29,4 % de matières premières achetées disposant d'une certification sociale et/ou environnementale

Nos campagnes mondiales en faveur de la régénération

À l'occasion de la deuxième édition de la campagne socio-environnementale We Sustain Beauty, nos marques Davines et [confort zone] ont promu deux campagnes à l'échelle mondiale pour contribuer à l'action pour le climat en favorisant la biodiversité et l'agriculture biologique régénératrice.

Les deux campagnes ont été soutenues par l'offre d'un sac cabas représentant notre manifeste pour la régénération : **GROW BEAUTIFUL** bag pour Davines et **#StandForRegeneration Manifesto Bag** pour [confort zone]. Un sac emblématique de nos valeurs, fabriqué en coton certifié biologique régénératif et alimenté par la pluie, sans recours à l'irrigation artificielle, cultivé de manière éthique en Inde par une communauté tribale indigène, les Khonds, qui cultivent la terre depuis des siècles. En outre, le CO₂ généré par sa production et son acheminement vers nos entrepôts a été compensé par le projet de reboisement Degraded Land Reforestation en Inde. À travers ce sac-manifeste et les nombreuses personnes qui l'ont choisi dans le monde entier, nous avons soutenu l'agriculture biologique régénératrice en versant une contribution de 50 000 € au Rodale Institute.



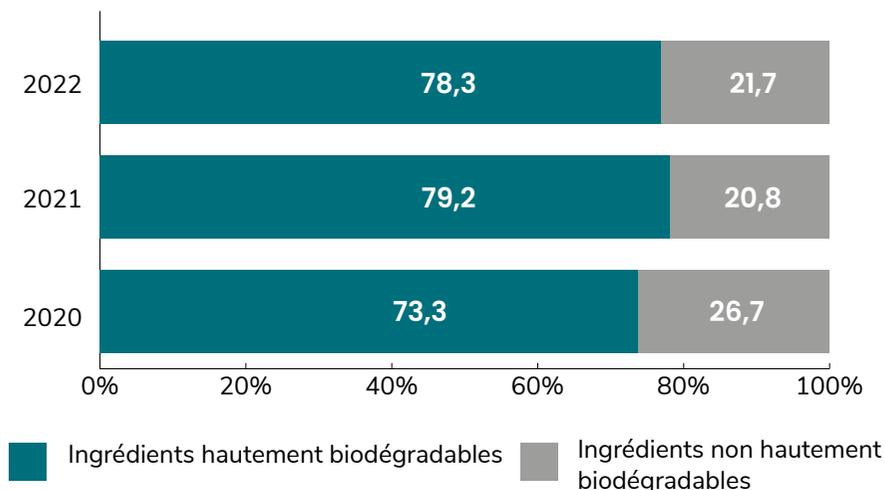
Des formules durables, avec une part importante d'ingrédients naturels et biodégradables. Cette biodégradabilité accrue contribue à une réduction de la bioaccumulation et donc à la préservation de l'environnement et de ses habitants.

82,7 % des ingrédients que nous utilisons sont dérivés de la nature (ingrédients naturels et naturels modifiés) et 78,3 % sont rapidement biodégradables, conformément à notre vision circulaire et régénératrice.

Comment avons-nous atteint cet objectif ?

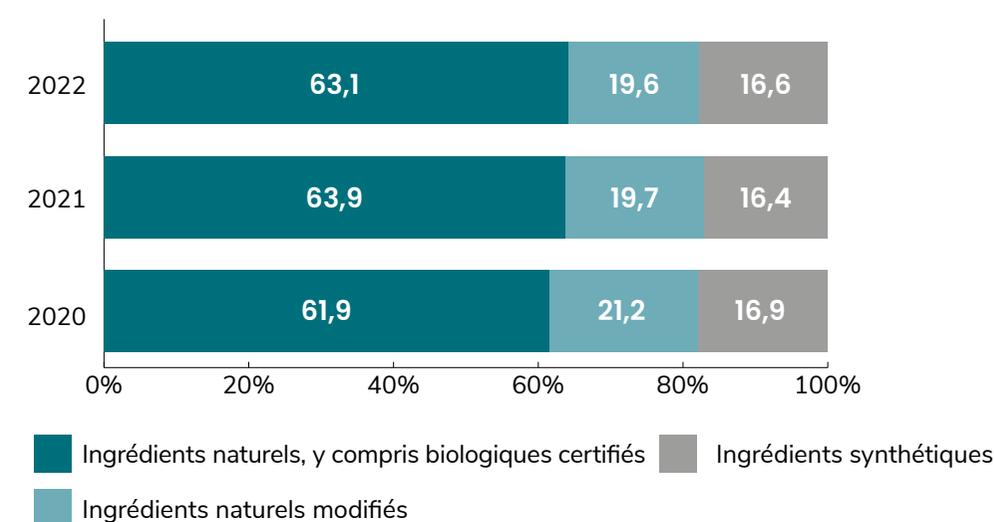
Il est aujourd'hui courant de s'intéresser aux ingrédients des produits cosmétiques et de s'interroger sur leur impact, mais nous avons été pionniers dans notre secteur. L'année qui a marqué un tournant pour nous a été l'année 2006, lorsque nous avons compris la nécessité d'accroître la durabilité de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

BIODÉGRADABILITÉ DES INGRÉDIENTS



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

INGRÉDIENTS NATURELS SUR LE TOTAL DES KG ACHETÉS



Pour nous, un ingrédient est défini comme d'origine naturelle seulement si 100 % de sa structure moléculaire est d'origine naturelle et s'il provient exclusivement de procédés de transformation durable.

Depuis 2021, nous sommes confrontés à des difficultés d'approvisionnement en matières premières, une préoccupation majeure pour plusieurs secteurs de production à l'échelle internationale. Ainsi, en 2022 nous n'avons pas constaté d'augmentation de la biodégradabilité ou de la naturalité des ingrédients achetés, même si nous avons réussi à maintenir leur niveau constant par rapport à l'année précédente.

NOUS RÉGÉNÉRONS ENSEMBLE LA BIODIVERSITÉ, QUELQUES EXEMPLES :

THE REGENERATION PENGUIN PROJECT

 Notre distributeur du Cap a lancé une campagne de collecte de fonds dans les salons pour soutenir SANCCOB dans la protection du manchot du Cap, une espèce en voie d'extinction. Cette ONG est en effet engagée dans le sauvetage, la réhabilitation et la libération des oiseaux de mer malades, blessés, abandonnés et mazoutés, en particulier ceux qui sont menacés d'extinction.

 Afrique du Sud.

 Salons Davines et clients finaux du Cap, SANCCOB.

 348 œufs adoptés, 54 salons impliqués, 128 904,50 rands collectés.



REGENERATIVE AGRICULTURE PROJECT

 Notre distributeur vietnamien a lancé un projet de sensibilisation à l'agriculture régénératrice. Outre le financement de l'École de la Nature de Tue Vien, qui forme au respect de l'environnement, il a soutenu la ferme régénératrice locale Genxanh Farm en l'invitant à partager et à faire connaître son parcours.

 Vietnam.

 Distributeur vietnamien, École de la Nature de Tue Vien, Genxanh Farm, communauté.

 3 000 € versés à la ferme régénératrice Genxanh, 2 000 € versés à l'École de la Nature de Tue Vien.



MARE D'AMARE

 En collaboration avec Ambiente Mare Italia, [confort zone] a agi pour la sauvegarde de la Posidonie de Méditerranée en formant des volontaires qui, avec le Département des Sciences écologiques et biologiques de Civitavecchia, ont récupéré les plantes détachées du fond marin pour les faire germer en laboratoire puis les réimplanter dans la mer.

 Italie.

 Centres [confort zone] Italie, volontaires d'Ambiente Mare Italia (AMI), Département des Sciences écologique et biologiques de Civitavecchia.

 10 000 m² de Posidonie surveillés, 150 m² de Posidonie implantés, 441 centres adhérents, 600 volontaires AMI.



Communauté

Résultats 2022



📌 Le nombre de membres de la B Corp Beauty Coalition est passé à 58.

En 2022, la coalition, dont le Groupe Davines est membre, a plus que doublé le nombre de ses membres et a publié en mars 2023 le B Beauty Navigator. Cet outil de navigation en libre accès a été créé par ses trois groupes de travail pour aider les entreprises et les acheteurs de produits de beauté à prendre des décisions plus conscientes et écologiques pour l'approvisionnement en ingrédients, la sélection des emballages et la logistique.



📌 72,9 % (en valeur d'achat) de nos fournisseurs ont signé notre code de conduite ou disposent de leur propre code.

Nous avons atteint et dépassé notre objectif, en augmentant de 18 % (en valeur) le nombre de fournisseurs travaillant selon un code de conduite éthique. Pour y parvenir, nous avons diffusé notre code de conduite et accueilli les fournisseurs qui en avaient déjà un, après avoir vérifié leur conformité à nos objectifs.

📌 +3 nouveaux fournisseurs certifiés B Corp.

Nous avons atteint notre objectif grâce à un effort conjoint et continu d'engagement, de communication et d'échange d'informations avec nos fournisseurs, mais également grâce à l'ouverture d'appels d'offres réservés aux seuls fournisseurs B Corp. Cette pratique a permis de consolider l'avantage concurrentiel que représente le fait d'être B Corp, en renforçant la motivation des fournisseurs à entreprendre ou à achever leur propre processus de certification.

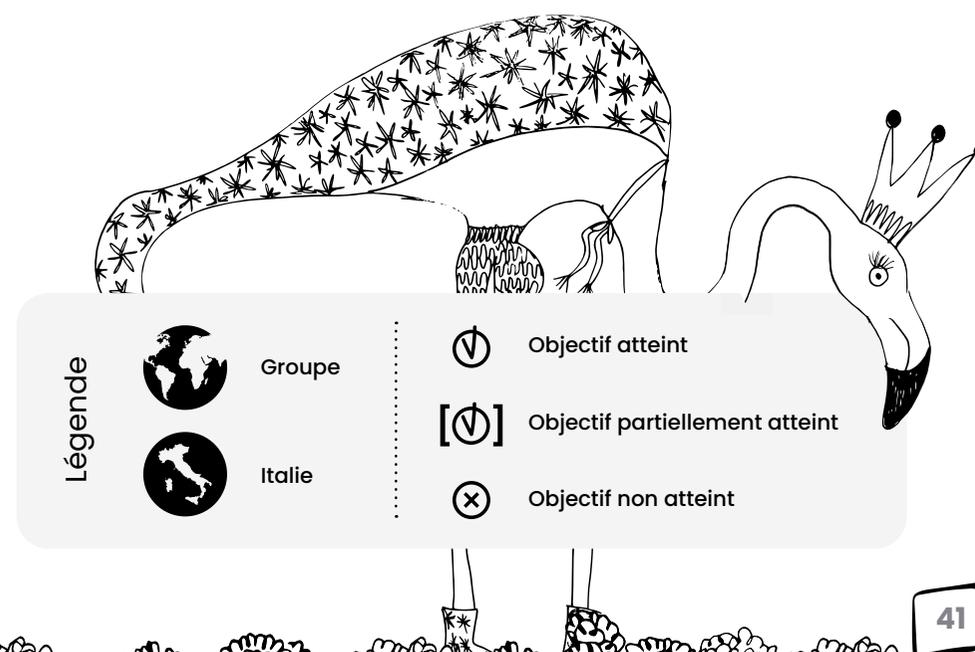
Actions 2023



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

Organiser un atelier pour accroître la durabilité de nos fournisseurs.

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





Impact sur la communauté locale

Nous avons foi dans les personnes et dans l'importance de rendre de la valeur aux communautés au sein desquelles nous sommes présents à travers nos filiales, nos distributeurs et nos clients.

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

BEAUTÉ POUR LES VICTIMES DE VIOLENCES

Pour la troisième fois, la filiale mexicaine de Davines a accueilli certaines des personnes aidées par la Fondation Carmen Sánchez, qui soutient les femmes victimes d'attaques à l'acide ou à des substances corrosives. Pour elles, une journée consacrée aux soins personnels a été organisée avec la participation de coiffeurs et de stylistes maquilleurs et nos produits offerts en cadeau.

Mexique.

Fondation Carmen Sánchez, femmes victimes de violences, employés de la filiale du Mexique, coiffeurs, stylistes maquilleurs.

4 victimes de violences et 20 personnes impliquées au total.

FAMILY UNITED

Grâce à un don de notre communauté interne SolidalMente, nous avons soutenu le projet de formation Family United promu par les Nations unies pour le développement des compétences parentales grâce au soutien d'animateurs. En tant qu'entreprise familiale, nous croyons en l'importance de relations sereines et constructives au sein de la cellule familiale.

Italie.

Parents d'élèves des écoles de Parme et Trente, communauté locale des deux provinces.

4 rencontres de 2 heures chacune pendant 4 semaines.

ROMANCE IN PARMA

Des invités de Davines et [comfort zone] du monde entier ont été accueillis au sein du Davines Group Village pour vivre une expérience d'immersion dans les valeurs d'entreprise à travers un programme conçu pour contenir au maximum l'impact environnemental de l'événement à chaque instant : du repas aux déplacements, en passant par les activités éducatives qui ont impliqué des coiffeurs et des esthéticiennes.

Monde.

Clients professionnels et distributeurs Davines et [comfort zone], fournisseurs, presse, employés, autorités, communauté.

En 2022, 10 événements organisés par Davines et 11 par [comfort zone] ; en 2023, 28 événements Davines et 9 [comfort zone] prévus.



1 076 489 € CONSACRÉS À DES DONS ET SPONSORINGS À DES FINS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES



B Corp advocacy

L'interdépendance nous tient à cœur, c'est pourquoi nous nous faisons porte-parole du modèle B Corp auprès de nos parties prenantes, notamment de nos partenaires.

DEPUIS 2016 NOUS MOBILISONS EN FAVEUR DU MOUVEMENT B CORP

En savoir plus

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

15 FOURNISSEURS DE NOTRE SIÈGE DE PARME

2 DISTRIBUTEURS INTERNATIONAUX

2 SALONS INTERNATIONAUX



Comment nous soutenons et diffusons les valeurs de B Corp :

B THE CHANGE

La deuxième édition de la campagne a réitéré l'objectif de créer une interdépendance entre les B Corps italiennes et de sensibiliser à la valeur de nos choix d'achat. 1 % des recettes a été affecté à la création d'une mini-série de podcasts consacrés aux nouveaux profils professionnels de la durabilité, en collaboration avec POLIMI Graduate School of Management.

Italie.

Salons Davines Italie, clients finaux, communauté, 10 entreprises B Corp, POLIMI.

11 679 salons impliqués, 12 000 € versés au projet POLIMI.

WEBINAIRE B CORP

À travers sa participation au webinaire de formation organisé par B Corp France et Wiser Impact, Davines France a promu le modèle B Corp en invitant d'autres entreprises à rejoindre le mouvement et la B Corp Beauty Coalition, et à faire connaître l'agriculture biologique régénératrice dans la filière beauté.

France.

B Corp France, Wiser Impact, futures entreprises B Corp.

85 inscrits, 29 participants, 3 B Corp impliquées (Davines, Lemon Tri, Norsys).

B CORP BEAUTY COALITION

En 2020, nous avons été les initiateurs de cette alliance entre B Corp de l'industrie de la beauté, créée pour améliorer les pratiques environnementales et sociales dans ce secteur. Officiellement structurée en 2021 avec 7 fondateurs, l'alliance a été inaugurée en 2022 et est aujourd'hui pleinement opérationnelle pour influencer le changement.

Monde.

Entreprises B Corp membres de l'alliance.

58 membres actifs sur 6 continents à la fin 2022 (70 en mai 2023), 1 outil de navigation publié.

UN AUTRE FOURNISSEUR DEVIENT B CORP

Nous avons inspiré notre partenaire commercial Arca Group, déjà Entreprise à mission depuis 2021, à améliorer ses normes de durabilité, ce qui lui a permis d'obtenir la certification B Corp avec un score de 90 points en 2022. Une avancée qui célèbre notre engagement à créer une interdépendance avec les entités qui partagent nos valeurs.

Italie.

Fournisseurs du Groupe Davines.

0 % de déchets de production mis en déchetterie, 100 % d'énergie issue de sources renouvelables, formation des employés, actions de soutien à la communauté.



B Corp advocacy

L'interdépendance nous tient à cœur, c'est pourquoi nous nous faisons porte-parole du modèle B Corp auprès de nos parties prenantes, notamment de nos partenaires.

Nous sommes conscients que l'implication de la chaîne d'approvisionnement est une étape indispensable pour parvenir à une plus grande durabilité dans le secteur de la beauté. Ainsi, nous choisissons des fournisseurs qui partagent nos valeurs, désireux d'utiliser l'entreprise comme une force positive, et nous sommes constamment à la recherche de pratiques d'approvisionnement moins impactantes et plus transparentes à partager avec eux. Dans cette démarche, notre certification B Corp a été d'une grande aide, car elle nous a permis d'identifier certains indicateurs clés à mesurer et à améliorer dans la chaîne d'approvisionnement.

Qui sont nos fournisseurs

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

70,8 % offrent des avantages supplémentaires à leurs employés

59,5 % utilisent de l'énergie issue de sources renouvelables

53,3 % ont réduit leur consommation totale d'énergie

28,2 % ont réduit leur consommation totale d'eau

61,5 % ont réduit leurs déchets non triés

45,1 % n'utilisent pas de plastique à usage unique au bureau

Données calculées sur la base des déclarations des fournisseurs ayant complété notre questionnaire annuel sur la durabilité. Par rapport à 2021, ces fournisseurs sont passés de 174 à 195 mais, en termes de chiffre d'affaires correspondant, ils ont diminué de 44,6 % à 38,7 %.



Partenariats pour la réalisation des objectifs

Nous voulons apporter notre contribution à l'atteinte des 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations unies, car nous pensons que l'engagement de chacun est essentiel.

SDG Action Manager

Il s'agit d'une solution destinée aux entreprises engagées pour la progression des ODD. Mis au point par le Pacte Mondial des Nations unies avec B Lab, cet outil évalue les performances d'entreprises en matière de durabilité, en cartographiant leur contribution à chacun des ODD.

NOS PERFORMANCES | COMMUNAUTÉ



- | | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 1 Pas de pauvreté | 6 Eau propre et assainissement | 11 Villes et communautés durables |
| 2 Pas de faim | 7 Énergie propre et d'un coût abordable | 12 Consommation et production durables |
| 3 Bonne santé et bien-être | 8 Travail décent et croissance économique | 13 Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques |
| 4 Éducation de qualité | 9 Industrie, innovation et infrastructure | 14 Vie aquatique |
| 5 Égalité entre les sexes | 10 Inégalités réduites | 15 Vie terrestre |
| | | 16 Paix, justice et institutions efficaces |

ODD 17 - Partenariats pour la réalisation des objectifs, n'est pas associé à un module en raison de sa nature transversale : les actions importantes pour les entreprises sont intégrées dans les 16 autres modules.

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

ODD 12 BRAND AMBASSADOR PROGRAM

Premier programme de certification dédié aux clients professionnels de [confort zone], il vise à former et à engager les futurs Ambassadeurs Professionnels de la Marque. La formation, disponible en ligne sur la plateforme e-Academy, porte sur les valeurs, les produits et la communication sociale et nécessite l'envoi d'une vidéo de démonstration et d'une vidéo de motivation.

Monde.

SPA [confort zone].

62 Ambassadeurs Professionnels de la Marque certifiés.

ODD 17 LONGEVITY WEEK 2022

La campagne a donné lieu au programme de formation M'InVento una Giocostoria, créé en collaboration avec Invento Lab pour aider les enfants à devenir des super-héros pour la planète, en les rendant auteurs d'histoires fantastiques capables de changer le monde. Pour ce faire, des podcasts interactifs sur les ODD de l'ONU ont été utilisés et un livre d'histoires a été réalisé.

Italie.

Centres [confort zone] Italie, clients finaux, écoles maternelles et primaires, Invento Lab.

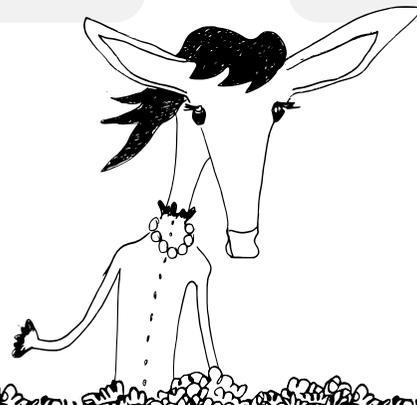
568 centres [confort zone], 24 classes et 375 élèves impliqués ; 6 000 bénéficiaires indirects dans les écoles.



Livre audio

Podcast

NOS PERFORMANCES | COMMUNAUTÉ



NOTRE HISTOIRE

40 ans de Beauté Durable

Années 80

Nous sommes en 1983 lorsque Gianni Bollati et son épouse Silvana créent une entreprise de formulation et de production de produits capillaires qu'ils choisissent d'appeler Davines, en référence au nom de leurs enfants Davide et Stefania.

Au départ, l'activité se déroule dans la maison familiale, à Parme, bien que s'appuyant sur les conseils des meilleurs experts du secteur. Silvana s'occupe des formules et prépare des recettes alimentaires et chimiques, tandis que Gianni se consacre à la vente et organise rapidement un vaste réseau de distribution dans toute l'Italie.

En peu de temps, le garage de la maison ne suffit plus : en 1984, Gianni achète un entrepôt et, en 1987, il embauche ses premiers employés. La création de formules personnalisées favorise une relation privilégiée avec le monde professionnel, qui est encore aujourd'hui un point fort de l'entreprise.



Années 90

1992 marque un tournant important : la création de la marque Davines. Davide obtient un master en cosmétologie aux États-Unis, retourne à Parme et décide de refonder le laboratoire de recherche familial pour lancer des lignes entières sous sa marque. La première sera Becoming, une ligne complète de produits capillaires. En 1996 est créée la marque [comfort zone], dédiée au secteur des soins de la peau. La marque repose sur une vision holistique du traitement esthétique qui agit sur la dimension extérieure pour favoriser également la dimension intérieure, à travers des produits hautement innovants associés à une forte composante d'expérience. En 1998, après l'obtention de son diplôme de droit, Stefania rejoint également l'entreprise pour gérer, outre les marques déposées et les brevets, le bien le plus précieux de la famille Bollati : les personnes. Stefania devient notamment Head of Wellbeing, spécialisée dans le bien-être au travail et le promouvant à travers de nombreuses initiatives.

Années 2000

En 2004, l'entreprise fait appel à Paolo Braguzzi, un professionnel ayant une vaste expérience du secteur, à la tête du Groupe. C'est ainsi que débute un parcours de conscience et de sensibilisation à des valeurs qui sont à l'origine de la création, entre autres, de la Charte Éthique, des premiers programmes de compensation des émissions d'entreprise et du Rapport de Durabilité.

La durabilité est en effet le fil rouge qui guide l'action et les choix de la famille Bollati depuis ses débuts. La volonté d'améliorer l'entreprise tout en respectant l'environnement



a permis au Groupe Davines d'être aujourd'hui l'un des premiers du secteur à proposer des produits conjuguant la formulation la plus durable et des performances hautement professionnelles.

Témoignant de l'engagement de l'entreprise à placer la durabilité au cœur de ses activités, la marque Davines commence en 2006 à utiliser la mention Sustainable Beauty dans son logo et à mettre en œuvre des initiatives qui peuvent être considérées comme une forme embryonnaire d'activisme. Les Journées de la Beauté Durable et les campagnes I Sustain Beauty de 2014 sont un pont vers le monde de la culture et vers tous ceux qui partagent ces valeurs. Cette recherche et ce partage sont également transférés aux produits et à l'esthétique des emballages, qui témoignent de la vision circulaire et régénératrice du Groupe.

Années 2010

En 2011 la marque [comfort zone] a été renforcée avec la création d'un Comité scientifique international.

Le souci de la durabilité continue d'influencer les choix d'entreprise et en 2014, un partenariat avec Slow Food est créé pour relancer la ligne Essential Hair Care de Davines : chaque produit contient un ingrédient actif provenant d'une Sentinelle Slow Food italienne.

En 2016, le Groupe est devenu une B Corp, une étape importante qui a ouvert la voie à la modification de ses statuts pour devenir une Benefit Corporation en 2019, et à la création, aux côtés d'autres B Corps, de la B Corp Beauty Coalition en 2021.

En 2018 est inauguré le Davines Group Village, un nouveau siège conçu par Matteo Thun sur la base du concept de « maison » ; situé aux portes de Parme, il concrétise les valeurs de beauté, de bien-être et de durabilité.



13 mars 2023, dans les serres du Davines Group Village : exposition-musée réalisée à l'occasion du 40e anniversaire.



Années 20

En 2021, le Groupe a établi un partenariat avec le Rodale Institute pour élargir l'approvisionnement en ingrédients, former les agriculteurs et continuer à faire progresser les frontières de la recherche. C'est ainsi qu'est créé l'European Regenerative Organic Center (EROCC), le premier centre européen de recherche et de formation dans le domaine de l'agriculture biologique régénératrice, situé en face du Davines Group Village sur un site de 17 hectares.

Depuis le début de l'année 2021, la direction de l'entreprise est confiée non seulement au Président Davide Bollati, mais aussi à l'administrateur délégué Anthony Molet, qui a été responsable de la filiale américaine du Groupe pendant les dix dernières années.



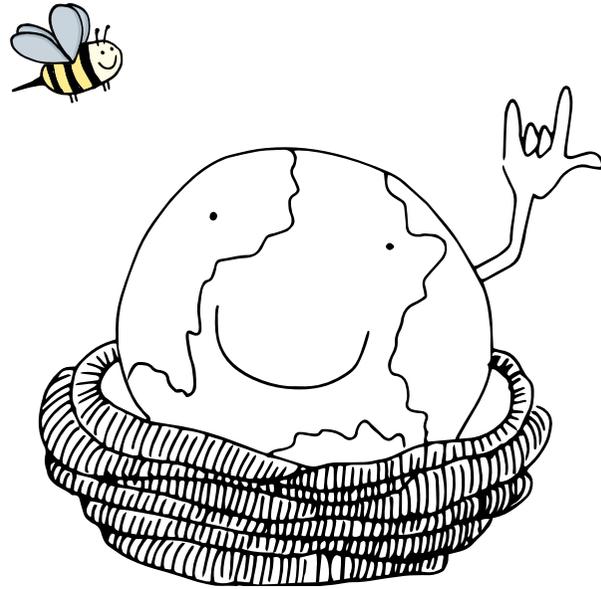
davines
sustainable beauty

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

[comfort zone]

conscious skin science

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



DAVINES GROUP

davinesgroup.com