



Gruppo Davines, presenta rapporto di sostenibilità 2025

Descrizione

Nel quadro del consolidamento del proprio percorso di sviluppo sostenibile, il Gruppo Davines eccellenza italiana e internazionale della cosmesi professionale con i marchi Davines e [comfort zone] presenta il Rapporto di Sostenibilità 2025. Sotto la guida del presidente e imprenditore Davide Bollati e del Ceo Anthony Molet, l'azienda di Parma ha registrato nel 2025 un fatturato consolidato di 306,7 milioni di euro (+6,4% a cambi costanti), con l'export che traina l'82% del business complessivo. Il 2025 segna anche un salto evolutivo nella strategia per la sostenibilità del Gruppo: accanto al programma ambientale, l'azienda ha formalizzato i propri target sociali al 2030, preparandosi in anticipo ai nuovi e più stringenti standard globali del movimento B Corp, in cui il Gruppo è entrato nel 2016, e in cui, a 10 anni dal suo ingresso, ha rinnovato il suo impegno con la quarta certificazione.

L'approccio rigenerativo dell'azienda si sviluppa lungo tre pilastri strategici fondamentali, a partire dalla tutela dell'Ambiente. Sul fronte della decarbonizzazione, Davines ha registrato un importante progresso realizzando un disaccoppiamento tra crescita e impatto: a fronte di un aumento dei volumi produttivi del 6%, le emissioni totali sono rimaste quasi stabili a 63.355,6 tonnellate di CO₂eq, generando un taglio dell'intensità carbonica del 27% rispetto all'anno precedente, un risultato certificato da Bureau Veritas. La rigenerazione passa anche attraverso la tutela della biodiversità che il Gruppo persegue nel centro di ricerca EROC (European Regenerative Organic Center) che ha creato a Parma: nel 2025 è stata rinnovata la certificazione ROC e sono stati introdotti 10 nuovi ingredienti da agricoltura biologica rigenerativa nelle formule, per un totale di 21 ingredienti. Sul fronte della circolarità nel 2025 è partita la partnership con CleanHub che, insieme a Plastic Bank, ha permesso di rimuovere dall'ambiente 868 tonnellate di rifiuti plastici, rinnovando l'impegno di raccolta uno a uno con il quantitativo immesso sul mercato e portando la raccolta cumulativa dal 2021 a oltre 3mila tonnellate. Inoltre, ad oggi, quasi il 65% del packaging acquistato proviene da materiale riciclato.

Il secondo pilastro mette al centro le Persone e le Comunità, evidenziando una forte leadership femminile che rappresenta il 68% della popolazione aziendale, il 67% dei ruoli manageriali e il 43% del Leadership Team. Il Gruppo investe con decisione sulle nuove generazioni, tanto che quasi la metà dei nuovi assunti ha meno di trent'anni. Questo ecosistema positivo ha permesso a Davines di

ottenere la quarta certificazione Great Place to Work in Italia, posizionandosi al quindicesimo posto dei Best Workplaces nazionali ed estendendo lo standard a cinque filiali estere. L'impatto sul territorio si è tradotto in azioni concrete attraverso la giornata globale Activation Day, che ha mobilitato più di 1.800 persone a supporto di 41 associazioni in 31 Paesi, affiancata da quasi mille ore di volontariato aziendale retribuito e da donazioni e sponsorizzazioni locali per oltre 680mila euro.

Questa visione è sostenuta da una solida struttura di Governance, battezzata "B Responsible". Il Gruppo ha potenziato il Regenerateam, la community interna di oltre 100 attivatori distribuiti nelle varie funzioni, e ha esteso lo statuto di Società Benefit a tutte le sedi globali, escludendo temporaneamente solo Hong Kong e Shanghai. Una Task Force interna vigila sull'integrità dei claim ambientali in linea con le direttive europee, supportata dall'aggiornamento del Modello 231 e del Codice Etico.

Per quanto riguarda le risorse economiche dedicate alla sostenibilità nel 2025, il Gruppo ha destinato il 56% a progetti ambientali, il 25% a trasparenza, governance e marketing responsabile, e il 19% agli impatti sociali. L'azienda ha inoltre aggiornato la propria matrice di doppia materialità per analizzare la sostenibilità sia dal punto di vista dell'impatto generato verso l'esterno sia da quello dei rischi finanziari e normativi subiti dall'esterno.

La vera sfida per il futuro è delineata nella roadmap strategica verso il 2030, un percorso che mostra traguardi già in linea con le tabelle di marcia ma anche alcune aree complesse che richiedono interventi correttivi. Tra i successi principali spicca la decarbonizzazione, con una riduzione dell'intensità carbonica cumulativa del 13% rispetto al target finale del 55%. Positivi anche i progressi sulla biodiversità con i 21 ingredienti rigenerativi già inseriti, e sulla tutela dei mari, dove le 2.557 tonnellate di plastica raccolte dal 2023 rappresentano già il 51% dell'obiettivo finale. Ottimi segnali giungono dalla circolarità degli imballaggi, in cui la quota di plastica vergine fossile è scesa al 34,2% registrando una contrazione dell'8,5% in perfetto allineamento con la roadmap per scendere sotto il 10%. Anche l'efficienza idrica industriale procede spedita, avendo già raggiunto una riduzione del 28% dell'intensità nei processi produttivi rispetto al target del 75%.

Al contrario, la strada verso il 2030 evidenzia alcuni elementi temporaneamente non in linea con i piani iniziali, legati a imprevisti strutturali o all'espansione del business. L'autoproduzione di energia rinnovabile presso il Davines Group Village si è fermata ad appena l'1,6% a causa di manutenzioni straordinarie; per superare questo ostacolo, l'azienda ha già pianificato l'installazione di un impianto da 1 megawatt picco entro il 2027. Anche i consumi idrici complessivi del Davines Group Village hanno subito una battuta d'arresto, aumentando dell'11% a causa dell'incremento dei volumi di produzione; la risposta correttiva è tuttavia già in fase avanzata grazie alla costruzione di un nuovo impianto a osmosi, completato all'80%. Infine, i target intermedi del 2025 per il riciclo dei materiali di confezionamento non sono stati pienamente raggiunti, fermandosi comunque all'ottimo livello del 93,7% per carta e cartone e al 74,5% per l'alluminio, confermando l'impegno del Gruppo nel limare le ultime percentuali per raggiungere la totale circolarità.

Comunicare la sostenibilità non è semplice, perché richiede di rendere comprensibili temi estremamente complessi, senza semplificarli eccessivamente. L'evoluzione del contesto normativo (come dimostra la Direttiva ECGT) alza l'asticella della coerenza e della trasparenza delle comunicazioni e ci impone anche di valutare gli impatti reali delle nostre azioni. ha commentato Sonia Ziveri, Chief Sustainability Officer del Davines Group.

Per noi, da oltre venti anni, la sostenibilità richiede una visione d'insieme, capace di considerare le interdipendenze e gli effetti delle nostre scelte. Ci impegniamo ad essere trasparenti e a raccontare con chiarezza ciò che stiamo facendo, ma anche ciò che non siamo ancora riusciti a realizzare. Il nostro approccio verso la sostenibilità è basato sulla coerenza tra ciò che dichiariamo e il nostro modo di agire come azienda purpose-driven e stakeholder-driven. Non una celebrazione dei risultati, ma una rappresentazione fedele del percorso, della sua complessità e della responsabilità che comporta.

sostenibilità

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 29, 2026

Autore

redazione

default watermark