

*BioNike*   
SALUTE E BELLESSERE

REPORT DI  
SOSTENIBILITÀ  
2022

Il nostro impegno per  
un futuro migliore.  
Per la pelle.  
Per la vita.





# INDICE

- 8 NOTA METODOLOGICA
- 10 LETTERA AGLI STAKEHOLDER
- 12 HIGHLIGHTS

## 14 BELLEZZA E SOSTENIBILITÀ: UNA RELAZIONE CHE SI RINNOVA

---

- 16 Sfide e opportunità di un mercato sempre più esigente
- 17 Il nostro impegno

## 17 LA NOSTRA IDENTITÀ

---

- 20 Creazione di valore condiviso: il nostro modello di business
- 22 Dalle nostre radici verso un futuro ambizioso
- 24 La nostra idea di benessere
- 26 Filosofia dei Senza
- 28 Le nostre linee di prodotto
- 34 I clienti: la nostra forza
- 36 Supply chain: una gestione consolidata
- 36 Il nostro approccio: investiamo in relazioni a lungo termine
- 38 La distribuzione dei fornitori

## 40 SENZA FILTRI: IL NOSTRO PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

---

- 42 Un approccio incisivo e tangibile
- 43 Analisi di materialità interna: la nostra strategia
- 45 Obiettivi di sviluppo sostenibile – SDGs
- 46 Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder

## 50 GOVERNANCE E BEST PRACTICES: POLITICHE, STRATEGIE E PERFORMANCE AZIENDALI

---

- 52 Struttura organizzativa e management
- 56 Performance economiche
- 56 I risultati
- 56 Il valore economico generato e distribuito
- 59 Dalla ricerca all'innovazione: una visione, una missione
- 60 La nostra dedizione alla qualità e all'unicità dei prodotti
- 60 Una qualità riconosciuta: il nostro approccio
- 61 Un sistema produttivo affidabile
- 62 La gestione della qualità



# INDICE

## 65 LE NOSTRE PERSONE

---

- 66 La valorizzazione del capitale umano
- 68 Welfare e well-being
- 71 Diversità: la nostra unicità
- 76 Sviluppo del know-how
  
- 78 Salute e sicurezza sul lavoro
- 78 La nostra priorità ogni giorno
- 78 *Valutazione dei rischi*
- 79 L'impatto sui dipendenti
- 79 *Partecipazione e promozione attiva*
- 79 *Formazione in materia di salute e sicurezza*
- 79 *Servizio di medicina del lavoro*
- 79 *Infortuni sul lavoro e malattie professionali*
- 80 Responsabilità sociale: l'impegno oltre i confini organizzativi
- 80 Le relazioni con la comunità, le azioni per il territorio
- 82 *La tutela dell'ambiente marino*
- 83 *Empowerment femminile: con le donne, per le donne*
- 84 *Arte e sport: diamo forma alle emozioni*
- 85 *Adesione ad associazioni*

## 87 RISPETTO PER L'AMBIENTE: RESPONSABILI DALLE ORIGINI

---

- 88 Gli impatti ambientali: il nostro piano d'azione
- 89 La gestione delle risorse nel rispetto della natura
- 89 *Formulazione: obiettivo zero microplastiche*
- 91 *La ricerca al servizio della sostenibilità: il percorso scientifico di Defence Sun*
- 92 *Packaging: buone pratiche e progetto Eco-Pack*
- 94 *Utilizzo razionale delle risorse idriche*
- 95 *Rifiuti e scarti: raccolta, smaltimento, recupero*
- 96 Energia: le iniziative adottate
- 97 *Consumi energetici*
- 98 Climate change, climate protection: la nostra impronta di carbonio
- 100 *Carbon Footprint Organization: i primi risultati dello studio*
- 102 *Emissioni evitate*
- 103 *Mappatura degli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti*
- 104 Verso un futuro più sostenibile: obiettivi virtuosi, azioni concrete

## 106 INDICE DEI CONTENUTI GRI E TABELLA DI CORRELAZIONE

---



# NOTA METODOLOGICA

GRI 2-1 | GRI 2-2 | GRI 2-3 |  
GRI 2-5

## IL DOCUMENTO

Questo documento rappresenta il primo Report di Sostenibilità di **ICIM International S.r.l.** (di seguito anche “la società” e/o “**Icim**” e/o “**BioNike**”). Le informazioni riportate all'interno del documento sono state raccolte e rielaborate al fine di assicurare la comprensione delle attività svolte dalla società, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto prodotto dalle stesse. Il perimetro di rendicontazione utilizzato in questo documento include le informazioni relative alle attività svolte da ICIM International S.r.l.; alla data di redazione del presente Report, la Società detiene il 75% del capitale sociale di The Good Vibes Company S.r.l. e l'80% del capitale sociale di ESI S.r.l., entrambe escluse dal perimetro di rendicontazione.

Il Report di Sostenibilità è stato redatto su base volontaria e non rappresenta una Dichiarazione consolidata Non Finanziaria (DNF); la società non ricade, infatti, nel campo di applicazione del D. Lgs. n. 254 del 30 dicembre 2016 che, in attuazione della Direttiva 2014/95/UE, prevede l'obbligo di redazione di una DNF per gli enti di interesse pubblico che superano determinate soglie quantitative.

1. L'acquisizione da parte di The Good Vibes Company S.r.l. si è concretizzata nel corso del 2023, pertanto non rientra nel perimetro temporale del presente Report. ESI S.r.l., coerentemente con il percorso di sostenibilità intrapreso dal Gruppo Sodalis, ha deciso di rendicontare le sue performance di sostenibilità in un documento a sé stante, pubblicato nel sito ufficiale della società e accessibile da questo link

## I RIFERIMENTI UTILIZZATI

La redazione del Report di Sostenibilità è avvenuta attraverso la selezione degli indicatori contenuti nei *GRI Sustainability Reporting Standards* pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione di rendicontazione “Referenced”. Il set di indicatori GRI Standards utilizzati per la rendicontazione è indicato nel GRI Content Index del presente documento.

I principi generali applicati per la redazione del Report di Sostenibilità sono quelli stabiliti dai GRI Standards, ovvero: *rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità, completezza, equilibrio tra aspetti positivi e negativi, comparabilità, accuratezza, tempestività, affidabilità, chiarezza.*

Gli indicatori di performance selezionati sono quelli previsti dagli standard di rendicontazione adottati, rappresentativi degli specifici ambiti di sostenibilità analizzati e coerenti con l'attività svolta dalla società e gli impatti da essa prodotti. La selezione di tali indicatori è stata effettuata sulla base di un'analisi di rilevanza delle tematiche materiali per la società e per il settore di riferimento, come descritto nel paragrafo “Analisi

di materialità: la nostra strategia interna”.

Tale analisi, quale parte del percorso di sostenibilità, ha visto il coinvolgimento del Top Management in un'attività di valutazione delle tematiche e conseguente attribuzione di un valore in considerazione di due diversi aspetti: l'importanza e la priorità di intervento per la società.

L'analisi verrà ulteriormente sviluppata e approfondita nel corso dei periodi successivi, attraverso lo svolgimento di una o più attività di ascolto degli stakeholder e la rendicontazione del contributo della società al raggiungimento degli obiettivi definiti.

Il Report di Sostenibilità è redatto con cadenza annuale ed è pubblicato nel sito ufficiale della società <https://www.BioNike.it/it/sostenibilita/>.

Per richiedere maggiori informazioni in merito a quanto riportato all'interno del documento è possibile contattare il seguente indirizzo e-mail: [info@bionike.it](mailto:info@bionike.it)



# LETTERA AGLI STAKEHOLDER

## GRI 2-22

**La sostenibilità come nuova linfa, nuova forza.  
Siamo pronti per il cambiamento, per la creazione di un futuro  
più sostenibile.**

*Cari stakeholder,*

*Siamo lieti di condividere con voi il nostro primo Report di Sostenibilità, un documento che riflette il nostro impegno verso un futuro più sostenibile e responsabile; una testimonianza della nostra volontà di creare valore non solo per il nostro marchio ma anche per l'intera comunità e l'ambiente in cui operiamo.*

*Nell'anno di riferimento della stesura del documento abbiamo registrato sviluppi significativi in molte aree. Per quanto riguarda i canali di vendita abbiamo assistito a una forte crescita nel canale farmaceutico, che ha portato a una diversificazione del mix di prodotti così da adattarci alle nuove esigenze dei consumatori. Dal punto di vista economico, siamo lieti di condividere la crescita del nostro fatturato del +12%: un risultato particolarmente significativo, considerando che il panorama commerciale e le dinamiche del settore stanno subendo cambiamenti sostanziali.*

*I valori che guidano la nostra azienda sono fondamentali per la nostra crescita: "Ricerca e Innovazione", "Rispetto e Sicurezza", "Benessere e Armonia" sono i pilastri su cui si basa la nostra strategia di sostenibilità. BioNike deriva dal greco Bio=Vita e Nike=Vittoria e porta in sé un grande promessa, quella di far vincere la vita superando le avversità. Vogliamo mantenere questa importante promessa impegnandoci a lavorare per la salute e la bellezza della pelle, ma anche del mondo in cui viviamo.*

*Migliorare il nostro profilo di sostenibilità è una delle nostre priorità strategiche: per essere pronti alle sfide di oggi e di domani, per affrontare le necessità e le esigenze dei mercati in cui siamo presenti, per andare incontro alle nuove consapevolezza dei consumatori, per maturare idee e progetti in modo più responsabile.*

*La redazione del nostro primo Report di Sostenibilità è stata guidata dalla profonda convinzione che uno sviluppo sostenibile sia cruciale per il nostro settore. Vogliamo rendere il mondo della cosmesi un luogo migliore, per le persone e per l'ambiente.*

*Questo documento rappresenta un passo importante nella nostra missione di trasparenza e responsabilità; raccontiamo come stiamo costruendo il nostro futuro sostenibile, concentrandoci su quanto abbiamo fatto fino a oggi, sul percorso che abbiamo intrapreso e sui target che abbiamo fissato. Continueremo a impegnarci nel miglioramento delle nostre formulazioni e miriamo, inoltre, all'impiego di materiali riciclati e/o riciclabili per i nostri prodotti. Nel nostro stabilimento di produzione continueremo a utilizzare esclusivamente energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili. Le attività che abbiamo implementato riflettono il nostro impegno a favore della sostenibilità, e saranno fondamentali per lo sviluppo di strategie che metteremo in atto al fine di ridurre il nostro impatto ambientale.*

*L'impegno verso la sostenibilità è diventato parte essenziale della nostra missione. Vogliamo essere leader nel settore Health&Beauty non solo per la qualità dei nostri prodotti ma anche per il contributo allo sviluppo sostenibile, affinché le nuove generazioni possano vivere in un mondo migliore. L'attitudine al pensiero positivo, la determinazione e la passione sono elementi che ci contraddistinguono da sempre; sono parte integrante della filosofia del Gruppo e degli imprescindibili valori in grado di creare un'unica identità, in cui crediamo fortemente. La nostra crescita sostenibile è in atto, ed è resa possibile grazie a tutti coloro che ogni giorno si rispecchiano in BioNike.*

*Continueremo a condividere il valore delle nostre esperienze, del percorso ambizioso e al contempo sfidante che abbiamo intrapreso, certi che il costante confronto con voi rappresenterà un fattore importante per la nostra attività*

*Buona lettura.*

**Fabio Granata**  
Presidente Consiglio di Amministrazione



# HIGHLIGHTS

1932  
*Anno di fondazione*



€ 103.9 mln  
*Valore economico generato*

UNI EN ISO 9001: 2015  
UNI EN ISO 22716:2007



€ 72.7 mln  
*Valore economico distribuito*

103  
*Dipendenti al 31.12.2022*



688 ore  
*Formazione erogata ai dipendenti*

79%  
*Dipendenti figure femminili*



7 anni  
*Anzianità media dell'organico*

55  
*Tonnellate di plastica vergine risparmiate*



17%  
*Fabbisogno di energia elettrica coperto da impianto fotovoltaico*

96%  
*Rifiuti prodotti destinati a recupero*



670 t CO<sub>2</sub>e  
*Emissioni risparmiate grazie all'approvvigionamento energetico da fonti rinnovabili*





BELLEZZA E  
SOSTENIBILITÀ:  
UNA RELAZIONE  
CHE SI RINNOVA



# Sfide e opportunità di un mercato sempre più esigente

Nel 2022 il settore Health&Beauty risulta caratterizzato da una crescente consapevolezza, tra consumatori e imprese, sulla sostenibilità e l'impatto ambientale. Un contesto in rapida evoluzione, che non manca di sfide e opportunità significative per la nostra azienda.

## SFIDE

Le **sfide** del mercato sono molteplici, così come gli sforzi da parte delle imprese nel riuscire a vincerle. Il settore è soggetto a **regolamenti** sempre più rigorosi in materia di sicurezza e sostenibilità; garantire la conformità a tali normative comporta una significativa attività da parte delle aziende. La crescente **richiesta di prodotti sostenibili** ha portato a un aumento della concorrenza tra le aziende, spingendole a ricorrere a quante più iniziative possibili sul tema della sostenibilità, richiedendo un impegno costante e continuo. **Assicurare l'origine sostenibile** delle materie prime non è sempre di facile attuazione: questo richiede sinergia e collaborazione con fornitori e partner. In questo modo è possibile garantire la tracciabilità degli ingredienti e si responsabilizza la supply chain.

## OPPORTUNITÀ

I consumatori sono sempre più interessati a prodotti cosmetici che siano sostenibili, con un elevato profilo di eco-compatibilità; la **coscienza ambientale e sociale** accompagna sempre più frequentemente le loro scelte quotidiane. Per questo da anni siamo impegnati a rivedere le formulazioni e i processi produttivi per ridurre l'impatto ambientale. Anche l'utilizzo del packaging sta diventando un driver fondamentale nelle decisioni d'acquisto dei consumatori: prediligiamo sempre più l'utilizzo di packaging realizzati con materiali riciclati, riciclabili e compostabili, al fine di ridurre la quantità di rifiuti prodotti e favorire la raccolta differenziata. Il senso di responsabilità ci guida in ogni scelta e decisione che prendiamo. La **chiarezza** è un elemento distintivo della nostra azienda: le informazioni sulla

sostenibilità dei prodotti, presenti in etichetta o trasmesse mediante canali comunicativi online e offline, sono veritiere, dimostrabili, precise e non fuorvianti.

In questo modo non incorriamo in pratiche di greenwashing (ecologismo di facciata) e costruiamo relazioni di fiducia con i consumatori che riconoscono il nostro impegno e valori quali integrità, trasparenza e onestà.

## Il nostro impegno

Le sfide non possono essere sottovalutate e noi siamo pronti ad affrontarle: siamo consapevoli delle **opportunità** che il settore offre alle aziende che agiscono in modo responsabile, così come abbiamo sempre fatto. **L'innovazione** di prodotto offre l'opportunità di distinguersi nel mercato; lo sviluppo di prodotti sostenibili può contribuire a fidelizzare i clienti sempre più consapevoli dell'importanza dell'impatto ambientale che i prodotti possono avere. L'adozione di **pratiche e materiali sostenibili** può portare a massimizzare l'efficienza interna e ridurre i costi operativi nel lungo termine.

**Il nostro impegno, di cui questo primo Report di Sostenibilità si fa promotore, è insito nella nostra identità e nel nostro modo di fare impresa;** si riflette in ma-

niera tangibile nella promozione di prodotti attenti alla sostenibilità, in grado di ridurre l'impatto ambientale, nel rispetto delle aspettative dei consumatori. Un impegno su cui ci concentriamo quotidianamente, ponendoci continui obiettivi, tra cui:

**innovare e migliorare:** investiremo in ricerca e sviluppo per innovare costantemente i nostri prodotti e i nostri processi, riducendone l'impatto ambientale;

**collaborare per la sostenibilità:** lavoreremo a stretto contatto con fornitori e partner per garantire l'origine sostenibile degli ingredienti e migliorare la gestione della catena di approvvigionamento;

**comunicare la nostra sostenibilità:** saremo trasparenti nella

comunicazione dei nostri sforzi e risultati in materia di sostenibilità, garantendo una maggiore fiducia tra i consumatori.

Con responsabilità mettiamo in atto il cambiamento verso una cosmesi più sostenibile; la realizzazione degli obiettivi che ci siamo posti rappresenta una guida per affrontare la sfida della sostenibilità che coinvolge il nostro settore, le persone, il pianeta.



# LA NOSTRA IDENTITÀ





# Creazione di valore condiviso: il nostro modello di business

GRI 2-1 | GRI 2-6

*BioNike trova le sue radici nell'etimologia greca:  
Bio = vita e Nike = vittoria.*

ICIM International è conosciuta ai principali stakeholder come **BioNike, brand leader in Italia per la dermocosmesi in farmacia e parafarmacia.**

Il nostro marchio è nato dall'intuizione di un illuminato imprenditore e farmacista che, negli anni 60 ha compreso quanto i cosmetici potessero essere utili come supporto ai trattamenti prescritti dai medici dermatologi.

In quegli anni erano molto diffuse le allergie da contatto a causa di metalli pesanti presenti nelle formulazioni dei prodotti; tuttavia, affrontare questo aspetto correlato all'utilizzo dei cosmetici con i dermatologi non era affatto semplice così, negli anni 90, in collaborazione con accreditati laboratori chimici, abbiamo affinato un metodo capace di rilevare anche quantità infinitesimali di nickel. Questo ci ha permesso di **realizzare cosmetici "nickel -**

**tested" adatti anche alla pelle più sensibile.**

In virtù dell'attenzione che abbiamo dedicato al trattamento della cute sensibile, allergica e iperreattiva, sentiamo di poterci porre come precursori nel settore.

Grazie alla fiducia che i consumatori ci hanno dimostrato, oggi siamo tra le aziende leader presenti nei canali farmacia e parafarmacia; uno stimolo significativo che ci ha condotto verso i mercati esteri, in cui il marchio BioNike è in continua crescita. Con la nostra distribuzione siamo presenti in 37 Paesi nel mondo.

Il nostro percorso, contraddistinto da **innovazione, ricerca scientifica e qualità**, rappresenta un traguardo per le sfide che abbiamo affrontato, ma anche un importante punto di partenza che ci spinge verso obiettivi virtuosi.



**MARCHIO  
N°1 IN  
ITALIA**

NELLA  
DERMOCOSMESI



**85%**

BRAND  
AWARENESS



**92.28 € Mln**

FATTURATO  
2022



## Dalle nostre radici verso un futuro ambizioso

### LE ORIGINI

**1932**  
Nasce  
ICIM  
International  
S.r.l. (Istituto  
Chimico Italiano  
Milano)

La nostra storia ha inizio nel lontano **1932**, quando I.C.I.M. (Istituto Chimico Italiano Milano) nasce come un piccolo laboratorio chimico. A partire dagli anni sessanta l'originario proprietario dell'azienda, grazie alla rete di contatti con il **mondo dermatologico** e attraverso l'attività di **informazione medica**, guardò con lungimiranza alle grandi opportunità di sviluppo nell'ambito farmaceutico, portando l'azienda al lancio della prima linea di prodotti a marchio BioNike nel **1961**. Condizione prioritaria per le formulazioni BioNike è da sempre il rispetto della pelle, anche la più sensibile; pertanto, selezioniamo gli ingredienti principalmente in base al loro profilo di tollerabilità cutanea.

### IL CONSOLIDAMENTO

**1961**  
Nasce la linea  
di prodotti  
a marchio  
BioNike

Sebbene negli anni '60 si sia verificato un cambio di proprietà, l'azienda è rimasta fedele al concetto di **innovazione** come parte integrante della sua identità, guardando alle reali esigenze dei pazienti.

Nel 1986, infatti, viene depositato il brevetto per l'uso dei liposomi nelle formulazioni dermocosmetiche, con dieci anni di anticipo rispetto all'impiego di questa metodologia da parte dei brand multinazionali.

Alla fine degli anni '80 si inizia a parlare, per la prima volta nel mondo, di metalli pesanti, in particolare il nickel, quali una delle cause scatenanti delle dermatiti allergiche. Una volta individuato questo bisogno e la necessità di porvi rimedio, negli anni '90, in collaborazione con accreditati laboratori chimici, abbiamo affinato un metodo capace di rilevare anche quantità infinitesimali di nickel. **Questo ci ha permesso di realizzare cosmetici "nickel tested" adatti anche alla pelle più sensibile.**

Ci sentiamo quindi di definirci precursori di un'attenzione particolare nel trattamento della cute sensibile, allergica e iper-reattiva.

**1989**  
Nasce Triderm

Nel 1989 nasce infatti il primo prodotto della **linea Triderm**, indicato per la detersione e il trattamento della pelle sensibile e reattiva, formulato con l'obiettivo di minimizzare le tracce di **nickel** al suo interno. La continua affermazione dell'azienda nel mondo medico e il consolidamento del marchio portano ICIM a estendere la propria offerta al grande pubblico, promuovendo e ampliando il portfolio prodotti; questa spinta porta ICIM, negli anni '90, a trasformarsi da un piccolo laboratorio chimico lombardo ad una realtà consolidata e riconosciuta per il suo approccio medico-scientifico grazie alle sue linee di prodotti "**nickel tested**", **rendendo l'azienda** il punto di riferimento per dermatologi, allergologi e pediatri.

Nel **1997** abbiamo introdotto la **filosofia dei "senza"** una vera e propria filosofia formulativa, frutto di studi e ricerche. Secondo questa filosofia formulativa **tutti i prodotti BioNike, oltre ad essere nickel tested, non contemplano l'uso di sostanze indicate dalla letteratura dermatologica come causa più frequente di allergie da contatto: conservanti, profumo, glutine.**

Gli anni 2000 ci hanno visti pionieri nello sviluppo di diversi prodotti: nel **2002**, dalla linea Triderm, nasce il primo **medical device topico per la cura delle dermatiti e degli eczemi da contatto**. Il **2004** ci ha visto pionieri in Italia per lo sviluppo delle linee **Defence Color e Defence Cover, prodotti make-up formulati per minimizzare la presenza dei metalli pesanti, tra cui nickel, cromo e cobalto** che anche in contenuti residuali possono creare, in particolare nei soggetti predisposti, possibili reazioni allergiche e sensibilizzazioni. Infine, nel **2005** abbiamo lanciato il primo **medical device topico Defence Body per il trattamento della cellulite**.

Nel **2017** siamo entrati nel Gruppo Sodalis, a cui ha fatto seguito un biennio dedicato alla nostra completa integrazione.

### L'EVOLUZIONE

Gli anni della pandemia da COVID-19 sono stati molto difficili; tuttavia, abbiamo reagito con resilienza, riadattando il mix del nostro portfolio alle esigenze di mercato. Nel **2022**, dopo un lavoro di circa tre anni, abbiamo intrapreso un piano ambizioso che ci ha consentito di diventare l'azienda **leader nel mercato anti-age**. Dalla ricerca BioNike e dall'esperienza di dermatologhe di alto profilo internazionale, è nata **COSMECEUTICAL: nuovi protocolli correttivi ispirati alla biorivitalizzazione dermo-estetica**.

Il **2023** sarà un anno di rinnovamento per l'immagine del nostro brand; lo stile che ci contraddistingue all'interno delle farmacie subirà un cambiamento notevole per quanto riguarda il make-up. La nostra è una storia di profonde radici, volta all'innovazione. Il nostro futuro è focalizzato su una crescita sostenibile e duratura: è così che affronteremo le sfide che ci attendono.

**1997**  
Nasce la  
filosofia dei  
«senza»

**2002**  
Primo medical  
device per la  
cura di dermatiti  
ed eczemi da  
contatto

**2004**  
Ottenimento  
della  
certificazione  
ISO 9001

**2005**  
Primo medical  
device per il  
trattamento  
della cellulite

**2014**  
Ottenimento  
della  
certificazione  
ISO 22716

**2017**  
Acquisizione  
da parte  
del Gruppo  
SODALIS,  
leader italiano  
nel mercato  
Health, Beauty  
& Personal  
Care

**2022**  
Prima  
elaborazione  
del Report di  
Sostenibilità



# La nostra idea di benessere

Uno dei principi alla base delle scelte strategiche e operative del Gruppo Sodalis è il **benessere**, nella sua accezione più ampia. In BioNike condividiamo pienamente l'importanza che esso riveste, tanto da rappresentare l'elemento caratterizzante del nostro modo di essere e di fare impresa. Il benessere non riguarda solo i nostri prodotti, ma anche i collaboratori, i consumatori e le comunità in cui operiamo; ci contraddistingue e determina il nostro approccio, che ci unisce come Gruppo.

Il nostro **impegno per il benessere** è alla base della nostra identità sia come BioNike sia come società facente parte del Gruppo Sodalis: è il filo conduttore che guida il nostro operato. Investiamo in ricerca e innovazione scientifica per promuovere il benessere della pelle e per mantenere elevati standard qualitativi nei nostri prodotti; un impegno che ci consente di offrire soluzioni avanzate e all'avanguardia.

## RICERCA E INNOVAZIONE

Investiamo **da sempre nella ricerca, nostro punto di forza. La pelle è sempre più esposta all'inquinamento e all'aggressione delle radiazioni UV, nonché ad altri numerosi fattori che la rendono sensibile e intollerante.** Il nostro team di Ricerca e Sviluppo, oltre ad aggiornarsi costantemente sulla cosmetologia internazionale, si relaziona con l'ambito creativo dell'azienda (Marketing di prodotto), con gli specialisti opinion leader (dermatologi, pediatri, tricologi, ginecologi, medici estetici) e con i clienti, farmacisti e consumatori al fine di sviluppare costantemente soluzioni avanzate e all'avanguardia.

## SICUREZZA E TOLLERABILITÀ

La costante **ricerca formulativa** è supportata da centri specialistici esterni e Università. Il nostro dipartimento tecnico-scientifico assicura per tutti i prodotti sicurezza ed efficacia, garantite in primo luogo dall'uso di materie prime selezionate e successivamente da rigorosi test in vitro e test clinici. La sicurezza, intesa come tollerabilità per la pelle, compresa quella ipersensibile, è fondamentale per noi. Il team di esperti in marketing scientifico lavora costantemente per sviluppare formulazioni che abbracciano il concetto dei "senza".

## AMORE PER LA BELLEZZA

Nutriamo un amore profondo per la bellezza, che in BioNike ricerchiamo ogni giorno, partendo naturalmente dai nostri prodotti, che curiamo in ogni dettaglio. La Bellezza in cui crediamo e che promuoviamo è legata all'essere e non solo all'apparire, per questo parliamo di "Bellessere": è una bellezza che parte dal sentirsi bene nella propria pelle e che è pura, autentica nella sua essenza, senza età e senza tempo.

## QUALITÀ

Tutto ciò che facciamo ruota intorno alla qualità, aspetto che si traduce in prodotti e soluzioni in grado di portare benefici, in sicurezza, senza mai trascurare il senso della bellezza a cui ci ispiriamo ogni giorno.

Offriamo prodotti di alta qualità le cui performance sono valutate ed attestate dai numerosi test che effettuiamo quali:

- test di tollerabilità cutanea in vitro su un modello che ripropone caratteristiche e reazioni della pelle umana;
- test di tollerabilità in vivo (patch test) anche su soggetti con pelle sensibile;
- test in vivo strumentali e sotto controllo dermatologico;
- test d'uso su un panel di soggetti volontari per valutare la compliance cosmetica.

Solo in questo modo assicuriamo qualità, innovazione, affidabilità delle formulazioni.

Questi aspetti esprimono la nostra filosofia aziendale, parte integrante della nostra identità, compresa e condivisa pienamente da tutti i collaboratori. La nostra realtà si basa su un sistema di valori forti e ben radicati che rappresentano una guida nel percorso volto a rafforzare la nostra brand identity.

Spinti dalla volontà di adottare un approccio maggiormente responsabile volto al miglioramento continuo, stiamo lavorando alla creazione del Codice Etico, in cui sono evidenziati in modo chiaro e trasparente i principi che guidano il nostro modo di fare impresa.

A conclusione della stesura del Codice Etico provvederemo a dividerlo con i nostri stakeholder, affinché vi sia un allineamento nei principi perseguiti.



## Filosofia dei Senza

**Senza conservanti, senza profumo, senza glutine e nickel tested:** tutto questo è iSENZA di BioNike. iSENZA è la nostra filosofia formulativa: un tratto distintivo, la nostra forza, la nostra identità, la condizione prioritaria per le nostre formulazioni, nel rispetto della pelle, anche quella più sensibile.

### SENZA CONSERVANTI

Le nostre strategie formulative (controllo dell'acqua libera in formula, sistemi osmotici) sostituiscono i tradizionali agenti conservanti garantendo, allo stesso modo, la protezione contro i microrganismi.

### SENZA PROFUMO

Il profumo rappresenta una delle maggiori cause di reazioni allergiche, motivo per cui l'attenzione alla sicurezza del consumatore è elevatissima. I nostri cosmetici sono formulati senza profumo, selezionando e valutando la qualità delle materie prime anche sotto il profilo olfattivo. Laddove risulti necessaria l'aggiunta di profumo – per renderne più gradevole l'utilizzo – effettuiamo una valutazione di profumi attentamente selezionati in relazione al contenuto di potenziali allergeni.

### SENZA GLUTINE

L'indicazione "non contiene glutine o i suoi derivati" consente una decisione informata a coloro che presentano una "sensibilità al glutine non-celiaca" (Gluten Sensitivity). Studi scientifici dimostrano che la presenza di glutine in prodotti a uso topico può determinare, in soggetti predisposti con barriera cutanea alterata o con "sensibilità al glutine non-celiaca" (Gluten Sensitivity), forme di intolleranza cutanea e reazioni allergiche.

### NICKEL TESTED – TESTATI PER IL NICKEL

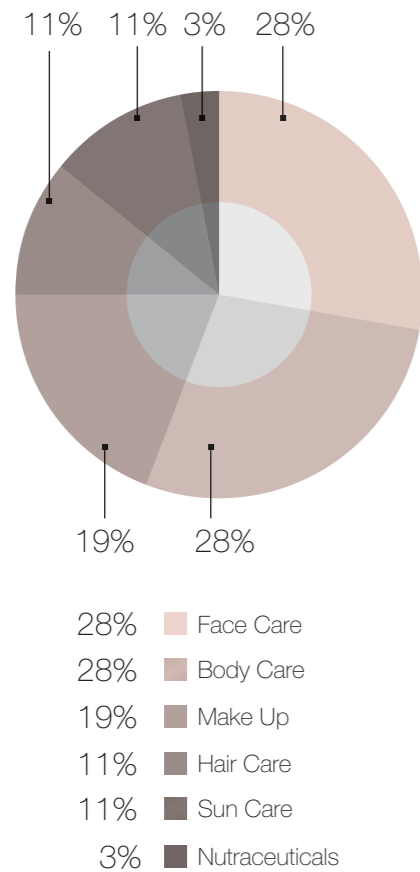
Abbiamo definito specifici parametri entro cui operare: su ogni lotto di produzione eseguiamo uno specifico test che permette di monitorare l'andamento della produzione e le eventuali tracce di nickel che potrebbero indurre allergia. La dermatite allergica da contatto (DAC) al nickel, infatti, rappresenta la più comune forma di dermatite nei Paesi occidentali industrializzati. Per questo garantiamo per ogni lotto di produzione un contenuto di nickel in tracce inferiore a 0,1 ppm (0,00001%): percentuale 10 volte minore di quella che, a livello scientifico, è indicata come contenuto soglia che può determinare la reazione allergica. Per i prodotti make-up BioNike Defence Color e Defence Cover, oltre al nickel è verificata la presenza di altri metalli pesanti come cobalto e cromo che, anche se contenuti in percentuali residuali possono creare, in particolare nei soggetti predisposti, possibili reazioni allergiche e sensibilizzazioni.



## Le nostre linee di prodotto

Con sei diverse **key product categories** (face care, body care, make-up, hair care, sun care e nutraceuticals) e oltre **400 referenze** accompagniamo i consumatori in ogni gesto quotidiano, rispondendo alle più svariate esigenze.

Grazie al nostro approccio focalizzato nella ricerca, nella formulazione e nella produzione di trattamenti dermocosmetici per la salute, il benessere e la bellezza della pelle, soprattutto quella più sensibile, allergica e reattiva, siamo leader nella dermocosmesi in farmacia, pionieri fin dal 1986 nella cosmesi dermatologica.



### FACE CARE

Programmi completi di trattamento e detersione ad alta efficacia e alta tollerabilità, con elevata specializzazione per età biologica della pelle ed esigenza cutanea.



### DEFENCE HYDRACTIVE

*L'idratazione attiva di nuova generazione*

Trattamenti idratanti innovativi con protezione antiossidante, anti-inquinamento e anti-luce blu. Con la linea HYALURON PRO la pelle ha 48 ore di idratazione continua, prevenendo l'invecchiamento cutaneo, grazie al complesso di Acido ialuronico a 5 pesi molecolari.



### DEFENCE XAGE

*Custodisci la giovinezza della tua pelle*

Trattamenti antietà formulati per prevenire e contrastare tutti i tipi di rughe e i segni dell'invecchiamento, sia lievi che accentuati. Azione lifting, rimodellante e ridensificante, per una pelle che rivela una nuova giovinezza. I trattamenti Defence Xage sono a base di REJUVENATE SGF™: un esclusivo complesso capace di stimolare il rilascio dei principali fattori di crescita della pelle (Skin Growth Factor), aumentando l'attività dei fibroblasti e la naturale disponibilità di collagene, elastina e acido ialuronico.

Tutta la linea predilige l'impiego di gomme naturali in sostituzione di polimeri potenzialmente classificabili come microplastiche. La linea comprende.



### DEFENCE MY AGE

*Il valore di una nuova bellezza*

Una nuova era dell'anti-age, un nuovo approccio al passare del tempo ispirato alla RESILIENZA: la capacità di affrontare in maniera positiva un periodo di cambiamento.

Formulata appositamente per le donne che vivono la fase della menopausa, questo trattamento innovativo con SKIN RESILIENCY COMPLEX rafforza la naturale capacità della pelle di affrontare i cambiamenti ormonali. Defence My Age agisce sui 4 parametri del WELL-AGING (idratazione – elasticità – compattezza – luminosità) migliorando la qualità della pelle esaltandone la bellezza.



### DEFENCE MY AGE GOLD

*Difendi la forza della tua bellezza*

Un nuovo capitolo della vita in cui la donna riscopre libertà e consapevolezza. Specificamente formulato per il bioritmo delle donne nella fase del post-menopausa, questo trattamento con SKIN REPLENISH COMPLEX, fonte di calcio, rivitalizza e sostiene la pelle matura. Specificatamente studiata per la pelle matura della donna che, con il superamento della menopausa, subisce una forte carenza ormonale e un'accelerazione del processo di invecchiamento cutaneo. Defence My Age Gold agisce per migliorare i tre aspetti chiave della pelle matura: nutrimento, luminosità e compattezza cutanea.



## COSMECEUTICAL

Dalla ricerca BioNike unita all'esperienza di dermatologhe di alto profilo internazionale, nasce Cosmeceutical: il nuovo trattamento con ingredienti bioattivi a elevate percentuali per un'efficacia globale sull'intera struttura della pelle.



I nuovi protocolli correttivi ispirati dalla biorivitalizzazione dermoestetica.

BioNike Cosmeceutical è formulata con una selezione di ingredienti bioattivi a elevate percentuali per effetti biorivitalizzanti progressivi. Le fasi dei protocolli sono: detergenza, esfoliazione, stimolazione, trattamento, complementari. I protocolli Cosmeceutical hanno un'azione multilevel: sono formulati per promuovere effetti biostimolanti su tutti gli strati della pelle quali epidermide, giunzione dermoepidermica e derma. Ci ispiriamo alle procedure e alle tecniche di biorivitalizzazione della medicina estetica moderna. Il know-how formulistico dei nostri laboratori dermocosmetici si fonde con l'expertise di un board di dermatologhe di alto profilo internazionale per creare un nuovo standard di trattamento.

## NUTRACEUTICAL

Innovativi integratori alimentari formulati per migliorare la qualità della pelle e prendersi cura della bellezza dall'interno. Nutraceutici all'avanguardia, studiati per agire in sinergia con i trattamenti cosmetici e per potenziarne i risultati.



### NUTRACEUTICAL WELL-AGE

La bellezza dentro di me

Un approccio olistico alla Salute, alla Bellezza e al Benessere: nutraceutici all'avanguardia, creati per lavorare in sinergia con i trattamenti cosmetici e potenziarne i risultati. Questi innovativi integratori alimentari sono formulati con principi attivi meticolosamente selezionati per migliorare la qualità globale della pelle e nutrire la bellezza dall'interno. Contengono ingredienti attivi altamente selezionati, la cui efficacia è convalidata dalla letteratura scientifica, da studi clinici e test di autovalutazione.

Report di Sostenibilità 2022



## MAKE UP

Formulato per esaltare la bellezza offrendo il massimo comfort, nel pieno rispetto anche delle pelli più sensibili, allergiche o intolleranti; perché la salute della pelle è la fonte della bellezza.



### DEFENCE COLOR

Il make up di ultima generazione  
Per il bene della pelle sensibile

ALTA TOLLERABILITÀ + ALTA  
PRESTAZIONE

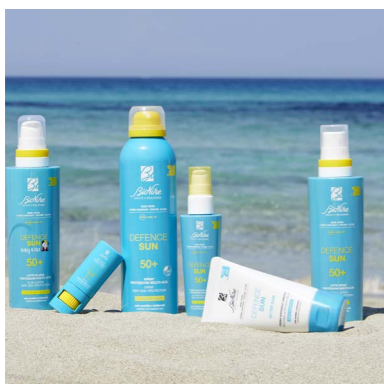
Formule ad alta prestazione testate per la massima tollerabilità e il comfort ottimale. Il nostro make up esalta la bellezza difendendo giorno dopo giorno il benessere della pelle, anche la più sensibile, allergica e intollerante.

Report di Sostenibilità 2022



## SUN CARE

Fotoprotezione di ultima generazione creata per offrire una difesa globale dai danni a breve e a lungo termine dell'esposizione solare, appositamente formulata per proteggere anche la pelle più sensibile e preservare il prezioso ecosistema marino.



### DEFENCE SUN

*Love your skin, save the sea*

Dalla nostra ricerca dermatologica e dal nostro impegno per un futuro sostenibile, nasce **Defence Sun**: la fotoprotezione all'avanguardia creata per difendere la pelle più sensibile nel rispetto delle risorse naturali.

Una **tripla fotoprotezione** per la pelle di adulti e bambini: dai raggi UVA-UVB, dai radicali liberi generati da raggi IR, dai danni biologici a lungo termine grazie a Pro-Repair Complex che rafforza i meccanismi naturali di protezione e riparazione biologica della cute.

Le formulazioni Defence Sun corpo e viso sono testate per la compatibilità con l'ecosistema marino per preservarne la biodiversità<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Si rimanda al paragrafo "La ricerca al servizio della sostenibilità: il percorso di Defence Sun" Per maggiori approfondimenti sul percorso di ecocompatibilità intrapreso nello sviluppo della linea.

## BODY CARE

Prodotti mirati e studiati per ogni esigenza, che uniscono in modo ottimale l'efficacia al rispetto della pelle: affinché ogni donna possa sentirsi pienamente sicura del proprio corpo.



### DEFENCE BODY

*Riattiva il tuo benessere*

Una gamma completa di trattamenti creata per ogni esigenza del corpo femminile: pensata per trattare gli inestetismi della cellulite, drenare, aiutare a rimodellare la silhouette, idratare e lenire le gambe pesanti e contrastare le smagliature. Il nostro best seller è il dispositivo medico per il trattamento della cellulite altamente efficace e affidabile.

Per un percorso benessere completo, ai prodotti Defense Body sono associati gli integratori alimentari Reducell e Depurdrain della nostra linea Nutraceutical.

## HAIR CARE

Prodotti di deterzione, trattamento e colorazione capillare formulati nel massimo rispetto della cute sensibile, allergica, reattiva e intollerante.



### DEFENCE KS

*Riaccendi la crescita attiva dei tuoi capelli*

Il trattamento globale anticaduta con formula brevettata KETO SYSTEM per riavviare la crescita attiva dei capelli. Efficacia clinicamente testata: la lozione aumenta il diametro e la densità dei capelli; l'integratore alimentare rinforza le difese dell'organismo contro lo stress ossidativo.



### SHINE ON

*La colorazione capelli testata su donne allergiche*

Prodotti per la colorazione dei capelli testati su soggetti allergici per garantire colore a lunga durata e ottima copertura dei capelli bianchi, nel rispetto dei capelli e del cuoio capelluto molto sensibili. Massima tollerabilità grazie a formulazioni testate:

- presenza di nickel minimizzata
- senza ammoniaca
- senza resorcina
- esente da parafenilendiamina
- senza conservanti
- senza glutine



### DEFENCE HAIR

*La deterzione per la bellezza dei capelli e il benessere della cute*

Prendersi cura del cuoio capelluto è il primo passo per avere capelli sani e belli: per questo BioNike propone una linea detergente per capelli che protegge anche la cute più sensibile e soggetta a irritazioni, esaltando la naturale bellezza e il benessere dei capelli. Una linea ideale per l'utilizzo quotidiano e per ogni specifica esigenza di trattamento.



## I clienti: la nostra forza

GRI 2-6 | GRI 418-1

**+6.000**

Clienti Italia

**+36**

Mercati esteri

**+110**

Figure sales dedicate

**+50**

Informatori medici

I clienti ricoprono un ruolo prioritario nella nostra crescita, rientrando tra i principali stakeholder con cui ci interfacciamo costantemente. Dedichiamo loro massima attenzione e sostegno per rafforzare il nostro legame; lo facciamo mediante l'ascolto e il dialogo, offrendo prodotti e servizi di qualità che siano all'altezza di aspettative e bisogni.

La nostra presenza capillare sul territorio nazionale ci permette di servire oltre **6.000 clienti**, tra cui farmacie, parafarmacie e sanitarie, distribuite in maniera omogenea in tutte le regioni, con particolare densità nel nord Italia. I prodotti sono riconosciuti e apprezzati all'estero, in particolare in Spagna, Portogallo, Grecia e Malta, e oltreoceano in Pasi come Hong Kong, Cina, Singapore, Corea e Sud Africa.

La rete clienti è supportata da un team di oltre **50 informatori medici e 110 collaboratori esterni** dedicati alla gestione commerciale, oltre diverse figure interne specializzate.

Il **rapporto con i clienti** è gestito con grande cura dalla nostra forza commerciale, operante attraverso tre reti di vendita distinte:

- **informazione medica** dedicata ai medici la cui attività di dialogo coinvolge oltre 13.500 medici per coadiuvanti, relativi a terapie che vede come principale attività la condivisione delle informazioni sui prodotti, mediante il supporto della distribuzione campionaria e del materiale informativo;

- **agenti in rapporto diretto con farmacie, parafarmacie e grossisti;**

- **consulenti formatori per fornire esperienze personalizzate ai farmacisti e ai consumatori.**

Nel 2023 svilupperemo un e-commerce proprietario, un canale diretto con i consumatori finali.

Alla base dell'approccio che adottiamo nella gestione dei clienti vi è il **feedback diretto** da parte dei consumatori finali, i quali hanno la possibilità di contattarci tramite e-mail per segnalare reclami o fornire suggerimenti. I consumatori possono avvalersi del nostro staff tecnico-scientifico per ottenere supporto nell'utilizzo di trattamenti migliorativi della pelle o qualora volessero ricevere suggerimenti personalizzati sulle modalità di applicazione dei prodotti BioNike; inoltre, in caso di dubbi o richieste specifiche, possono rivolgersi ai farmacisti, i quali agiscono da intermediari, riportandoci i feedback raccolti. La nostra filosofia aziendale ci induce a essere sempre al fianco del cliente e a reagire prontamente a eventuali riscontri. In molti casi, non sono necessarie misure correttive; qualora ve ne fosse la necessità, provvediamo a coinvolgere i team interessati, (Qualità, R&D e Marketing Scientifico) al fine di apportare le modifiche necessarie.

L'attività di **sensibilizzazione da parte degli informatori scientifici e degli agenti di vendita** ha assunto un ruolo strategico negli anni e, grazie a questo, oggi

BioNike è un marchio noto in tutta Italia.

Ai consumatori sono stati trasferiti in modo chiaro ed efficace, attraverso medici specialisti e farmacisti, tutti i benefici dei prodotti a marchio BioNike. Queste attività di formazione e informazione ci hanno consentito – e ci consentono attualmente – di raccogliere feedback costruttivi, attraverso la somministrazione di questionari mirati. I servizi di cosmeto-vigilanza rappresentano un ulteriore elemento di raccolta e gestione di eventuali segnalazioni, ai fini della massima sicurezza e tutela che vogliamo garantire ai consumatori.

**Il coinvolgimento dei clienti prevede diversi eventi organizzati sul territorio;** le attività, tra cui la prova dei prodotti e la formazione, sono svolte principalmente in farmacie e parafarmacie, alla cui guida vi è il nostro team di Trade Marketing. In linea con l'attenzione

alla sostenibilità, ci assicuriamo che gli impatti ambientali, durante gli eventi, siano ridotti al minimo; provvediamo, infatti, a non ricorrere all'utilizzo di materiali stampati, come folder e cataloghi, facendo ricorso a sistemi di digitalizzazione. Lavoriamo costantemente alla creazione di piani di comunicazione digitali che siano in grado di coinvolgere sia i clienti sia i consumatori finali; l'obiettivo delle nostre campagne all'avanguardia è renderli protagonisti del processo di creazione di valore, di promozione del marchio e dell'intero Gruppo.

Con l'attività di **Informazione Medica**

mettiamo al centro della nostra proposta al mercato il medico specialista, offrendo soluzioni dermocosmetiche come coadiuvanti della terapia farmacologica sui sintomi dermatologici; siamo stati una delle prime realtà a svolgere questo tipo di attività. Disponiamo di una rete capillare su tutto il territorio nazionale composta da **50 informatori** che visitano annualmente **4.275 dermatologi, 2.035 medici estetici, 2.025 ginecologi e 6.100 pediatri**; le visite avvengono mediamente 5 volte l'anno per un totale di circa 70.000 visite potenziali. La condivisione con i medici riguarda dermocosmetici, dispositivi medici e nutraceutici, che offrono risposte concrete alle patologie dermatologiche prevalenti quali psoriasi, acne, dermatite atopica, dermatite seborroica, dermatite allergica e irritativa da contatto, cheratosi attinica e alopecia.

Nei confronti dei farmacisti negli ultimi due anni di organizzazione in presenza pre-pandemia (2018/2019) abbiamo organizzato circa **50 incontri ogni anno**, finalizzati all'aggiornamento e alla formazione sulle novità in lancio. Nel 2020 abbiamo investito sulla **formazione dei clienti-partner** trasmettendo e arricchendo le competenze spendibili su tutte le linee di prodotto presenti in farmacia. Abbiamo aperto le porte della nostra sede di Milano a un numero ristretto di farmacisti con l'opportunità di poter approfondire le conoscenze del modus operandi della nostra R&D e di tutte le fasi di realizzazione di un prodotto cosmetico 100% made in Italy, di

altissima qualità e rivolto in particolare alle pelli più sensibili e intolleranti. Nel 2023, alla ripresa dei corsi in presenza, per il lancio della nuova linea BioNike Cosmeceutical abbiamo realizzato **17 incontri**, più **5 webinar** disponibili on demand sul nostro portale di formazione.

Il nostro impegno a favore delle attività di formazione si è formalizzato negli anni anche mediante progetti di **cooperazione con Cliniche Universitarie italiane e organismi medici esteri con l'organizzazione di convegni e aggiornamenti scientifici.**

Partecipiamo come sponsor a tutti i principali **Congressi di Dermatologia** organizzati dalle varie associazioni nazionali e regionali Sidemast, Sidapa, Adoi, Aida. Nel programma dei vari Congressi abbiamo divulgato, con l'ausilio dei Key Opinion Leader di riferimento, gli studi clinici effettuati sulle nostre formulazioni innovative e/o brevettate.



# Supply chain: una gestione consolidata

GRI 2-6 | 204-1

## Il nostro approccio: investiamo in relazioni a lungo termine

La gestione efficiente della catena di fornitura è un pilastro fondamentale per assicurare la qualità dei nostri prodotti. Il nostro approccio si basa su **relazioni a lungo termine con i fornitori**, molti dei quali sono partner storici che condividono la nostra dedizione alla qualità. La selezione e la valutazione dei fornitori coinvolge attivamente il nostro dipartimento di Ricerca e Sviluppo (R&D) e il controllo di qualità, garantendo un metodo sistematico e rigoroso nella gestione di questo importante aspetto.

Prima di procedere all'acquisto di materie prime o materiali da imballaggio provvediamo a stabilire, in collaborazione con il dipartimento interno di Controllo Qualità, i requisiti che reputiamo indispensabili ai fini di una produzione attenta. Per ciascun articolo acquistato definiamo un capitolato d'acquisto o ne stabiliamo le caratteristiche in modo chiaro, così che siano delineati i requisiti qualitativi, regolatori e tecnici che l'articolo deve soddisfare; tale documentazione viene concordata con il fornitore, il quale

si impegna a garantire la continuità delle forniture, così come disposto.

I nostri fornitori si suddividono in due categorie principali: i fornitori primari (a cui afferiscono i produttori italiani, europei ed extraeuropei) sono i partner con cui intrattiamo relazioni dirette, essenziali per il processo produttivo in quanto ci riforniamo di materie prime, estratti, coloranti, packaging e servizi di logistica. I fornitori secondari contribuiscono a diversificare la nostra base di approvvigionamento: operano mediante diversi siti produttivi, locali o situati al di fuori dell'Unione europea.

Il nostro processo di approvvigionamento è allineato alle esigenze di produzione e vendita; le materie prime sono determinate sulla base delle richieste provenienti dalla pianificazione di Lainate e gestite dalla sede di Lodi Vecchio. Il nostro sistema operativo segue un modello "make to stock," e la produzione è guidata dalla domanda creata dalla rete vendita.

La pianificazione è supervisionata dal production manager, le cui decisioni sono prese a seguito di confronto con il reparto vendite e marketing. Realizziamo previsioni annuali, con distinzione tra domanda interna e proveniente dai Paesi esteri, al fine di garantire allineamenti mensili e una corretta gestione degli ordini, passaggio fondamentale nel processo di vendita. Utilizziamo un sistema gestionale per effettuare ordini presso i fornitori e monitorarne lo stock.

Per gli ordini provenienti da zone extra-UE, gli ordini avvengono quasi sempre tramite intermediari che hanno sede in Italia o in Europa; in questo modo siamo in grado di garantire una gestione efficiente della catena di fornitura. Ai fini della dichiarazione del materiale di imballaggio al CONAI, effettuiamo una mappatura accurata della tipologia di packaging acquistato, per garantirne un corretto riciclaggio e/o recupero a fine vita.

Il dipartimento di Ricerca e Sviluppo (R&D) crea le formule dei prodotti, identificando le materie

prime necessarie. **I fornitori sono individuati tenendo conto dei materiali di input richiesti, poi valutati secondo rigidi standard di qualità e verificati attraverso la documentazione dettagliata inerente alla composizione della materia prima.** Periodicamente sottoponiamo i nostri fornitori ad **audit di monitoraggio** allo scopo di garantire il rispetto degli standard qualitativi. Per questo motivo il nostro dipartimento di Controllo Qualità verifica ogni lotto fornito, in modo da assicurare il rispetto delle specifiche concordate prima dell'acquisto. Questo, inoltre, ci permette di garantire ai clienti processi produttivi di alta qualità. Qualora emergessero casi di non conformità, il team Garanzia di Qualità provvede a contattare tempestivamente il fornitore così da aggiornarlo sulla situazione; l'iter prevede la collaborazione con il dipartimento tecnico (DT), con cui sono valutate le azioni risolutive necessarie, come previsto nel nostro Sistema di Gestione della Qualità (SGQ).

Nel caso di **processi e produzioni in outsourcing** sono indicati ai fornitori i requisiti che i prodotti devono soddisfare, tra cui norme di qualità, procedure operative e controlli necessari a garantire la realizzazione di un prodotto conforme e di alta qualità, la conformità ai requisiti legislativi e regolamentari, e alle prestazioni socio-ambientali.

Puntiamo a fornire prodotti di eccellenza che soddisfino le aspettative dei nostri clienti e, al contempo, rispettino le normative vigenti; ecco perché la gestione della catena di fornitura rappresenta un elemento chiave della nostra mission aziendale.





## La distribuzione dei fornitori

Nel 2022 abbiamo in attivo **227** fornitori per le materie prime, il materiale di confezionamento e i terzisti; **l'84% di essi è situato in Italia** (190) a cui è destinato circa il **93% del budget di spesa**, la restante parte è distribuita sul territorio UE ed Extra-UE.

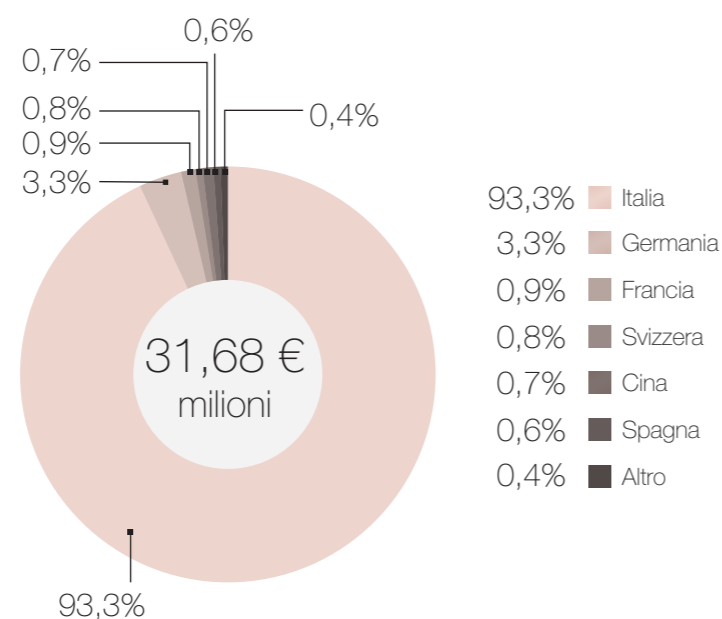
### Budget di spesa destinato a fornitori locali - 2022

**227**  
Totale fornitori (N°)

**31.682.298**  
Spesa per fornitori (€)

**93,3%**  
Spesa verso fornitori locali (%)

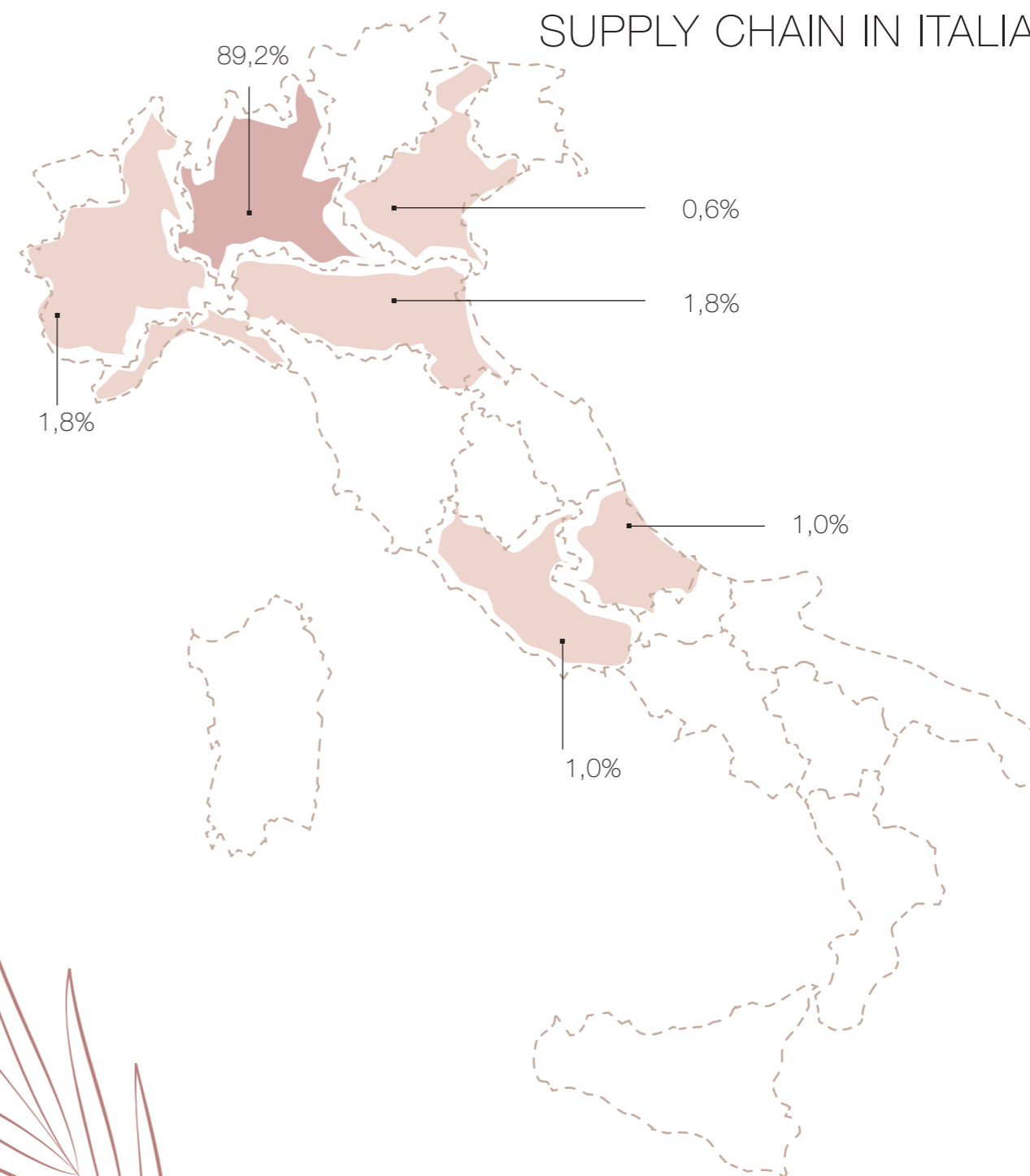
## SPESA PER FORNITORI 2022 - %



I fornitori italiani e i terzisti sono selezionati sulla base di diversi criteri. La posizione geografica è una delle componenti che riteniamo fondamentale nella valutazione al fine di ottimizzare i costi di trasporto e spedizione, limitando l'impatto negativo sull'ambiente. In particolare, prediligiamo terzisti e co-packer situati in prossimità della sede produttiva, in modo da snellire la filiera.

Circa l'89% della spesa proveniente dai 190 fornitori ubicati in Italia è concentrata nella regione Lombardia; la restante parte, invece, è diffusa nel centro e nord Italia.

## DISTRIBUZIONE DELLA SUPPLY CHAIN IN ITALIA







SENZA FILTRI:  
IL NOSTRO PERCORSO  
DI SOSTENIBILITÀ



# Un approccio incisivo e tangibile

L'integrazione della sostenibilità nella vita delle persone e nelle strategie aziendali è un percorso lungo e talvolta complesso, che comporta un cambiamento consapevole delle proprie azioni e delle proprie abitudini.

Crediamo nell'importanza dello sviluppo sostenibile, motivo per cui ci impegniamo attivamente nella creazione di un futuro migliore, per il benessere della nostra pelle, per il miglioramento della qualità della nostra vita e per la salute del pianeta.

In linea con questa visione, il nostro laboratorio di Ricerca&Sviluppo si dedica costantemente al miglioramento dell'impatto ambientale delle formulazioni cosmetiche, aggiornandosi continuamente sulla cosmetologia internazionale e lavorando in stretta collaborazione con il reparto creativo dell'azienda, con gli specialisti quali dermatologi, pediatri, tricologi, ginecologi, medici estetici, nonché farmacisti, clienti e consumatori.

I **valori** che ci guidano dalle origini della nostra storia sono gli elementi rappresentativi del percorso di sostenibilità che abbiamo intrapreso, primi tra tutti la **l'innovazione, la qualità e l'avanguardia formulativa**, nostri punti di forza. Il nostro approccio ci consente di raggiungere gli obiettivi che ci

siamo posti, per il breve e il lungo periodo, e di realizzare una strategia virtuosa che sia misurabile, verificabile e concreta.

**Il Gruppo Sodalis ha deciso di intraprendere un percorso di sostenibilità che coinvolge in maniera attiva tutte le società del Gruppo;** attività concrete che prendono forma dalla responsabilità e dalla consapevolezza maturata nel tempo. Tutte le aziende del Gruppo si sono sottoposte a una valutazione delle performance ambientali, sociali e di governance mediante l'utilizzo di uno strumento digitale di assessment. Le aree di analisi e i campi di indagine presenti nell'assessment fanno riferimento alle informazioni contenute nella norma **UNI ISO 26000** (UNI/PdR 18:2016) e da essa richieste, e nello standard di rendicontazione **GRI Standards®**.

Abbiamo misurato le pratiche quotidianamente attuate e compreso i temi sui cui è necessario focalizzare il nostro impegno così da allinearci al percorso di sostenibilità del Gruppo.

La ricerca e l'innovazione sono i principi guida che ci consentono di portare avanti l'impegno a mantenere costante la qualità dei nostri prodotti, per esaltare concetti quali la bellezza, il sentirsi bene con sé stessi e con gli altri. Le nostre

attività influiscono sul benessere delle persone e dell'ambiente, per questo motivo intraprendiamo iniziative che possano tutelarlo il più possibile; vogliamo contribuire a migliorare la qualità della vita, partendo da piccoli gesti quotidiani.

**Sostenibilità ambientale, sociale ed economica:** continuiamo il percorso per lo sviluppo sostenibile, con un programma di azioni in grado di rendere le nostre attività il meno impattanti possibile. Vogliamo dare valore a ogni singola esperienza vissuta e che verrà.



## Analisi di materialità interna: la nostra strategia

**GRI 3-1 | GRI 3-2**

I **temi materiali** rappresentano gli aspetti che riflettono gli impatti significativi economici, ambientali e sociali di un'impresa e influenzano in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

Per materiali si intendono quegli aspetti che, da un lato, sono percepiti come rilevanti dagli stakeholder – in quanto potrebbero influenzare le loro decisioni, aspettative e azioni – e dall'altro, possono generare rilevanti impatti economici, sociali e ambientali sulle attività dell'azienda.

Il **processo di analisi di materialità**, intrapreso nel periodo di rendicontazione considerato, ha visto lo svolgimento di un'attività interna attraverso il coinvolgimento della direzione e dei suoi responsabili tecnici secondo le fasi riportate graficamente. Una prima attività interna ha coinvolto la direzione e i suoi responsabili tecnici.

Il Top Management della Società, affiancato dai principali referenti delle aree funzionali e da consulenti esterni, ha analizzato le tematiche ESG rilevanti per il settore di riferimento nel corso dell'attività di reportistica; le stesse sono state ulteriormente approfondite, in considerazione della rilevanza per la nostra realtà e della priorità di intervento. Questo processo ha portato all'identificazione di **9 temi materiali**. I temi materiali sono i protagonisti del nostro primo Report di Sostenibilità che saranno dettagliati nelle pagine successive; i temi emergenti rappresentano, invece, gli aspetti che sappiamo di dover approfondire al fine di ottenere una gestione integrata della sostenibilità in azienda, rispetto alle esigenze richieste dagli stakeholder e dal nostro settore di appartenenza.



### ANALYSIS

Analisi dei principali trend di riferimento, benchmarking comparables e confronto con framework internazionali (GRI, SASB, ecc.)



### REVIEW

Revisione e aggiornamento dei temi ESG identificati



### STAKEHOLDER MAPPING

Mappatura e valutazione del grado di coinvolgimento degli stakeholder



### MATERIALITY ASSESSMENT

Impostazione e validazione dei temi materiali



### REPORTING

Rendicontazione delle performance ESG legate ai temi materiali identificati





## Environment



**Gestione dello stress idrico: il valore dell'acqua** - gestione responsabile dell'acqua attraverso meccanismi di monitoraggio e obiettivi di riduzione dei consumi.



**Riduzione delle emissioni e contrasto al cambiamento climatico** - analisi delle emissioni di carbonio prodotte dalle attività aziendali avvalendoci di schemi di certificazione internazionali. In questo modo acquisiamo maggiore consapevolezza sulla nostra impronta ambientale e possiamo definire interventi di riduzione, adattamento e/o mitigazione delle emissioni.



**Biodiversità: salvaguardia degli ecosistemi** - implementazione di attività e iniziative volte a evitare la contaminazione degli ambienti naturali, nonché a ridurre gli impatti ambientali dei prodotti.

## Social



**Attrarre, trattenere e sviluppare i talenti** - integrazione di iniziative volte al mantenimento dei talenti e allo sviluppo del know-how interno all'azienda.



**Qualità e sicurezza dei prodotti-servizi** - attuazione di politiche e procedure accurate e disciplinate da norme internazionali volte a garantire alti standard di qualità dei prodotti e riconoscibilità sul mercato, per rispondere in modo concreto alle esigenze e alle aspettative dei clienti finali.



**Salute e sicurezza degli ambienti di lavoro** - sensibilizzazione sulla cultura della sicurezza, attraverso il coinvolgimento di tutti gli operatori e implementazione di un monitoraggio sistemico allo scopo di prevenire i rischi sul lavoro e assicurare un ambiente salubre.



**Diversità, inclusione e pari opportunità** - valorizzazione delle risorse nel pieno rispetto dei valori fondamentali quali diversità, equità e inclusione. Monitoraggio dei casi di discriminazione e garanzia di una crescita professionale e personale in un ambiente di lavoro sicuro ed equo.

## Governance



**Innovazione, ricerca e sviluppo** - innovazione di prodotti e processi, con particolare attenzione agli impatti socio-ambientali, mediante investimenti in Ricerca e Sviluppo.



**Soddisfazione del cliente** - creazione e mantenimento di relazioni durature e stabili nel tempo con i nostri consumatori, attraverso attività di raccolta e monitoraggio dei feedback, con l'obiettivo di massimizzare il grado di customer satisfaction.

La rendicontazione delle tematiche materiali avrà uno sviluppo crescente, in linea con il percorso strategico di sostenibilità intrapreso dal Gruppo Sodalis: un percorso che definisce quanto la crescita sostenibile sia l'elemento caratterizzante della visione aziendale, con basi solide e lungimiranti e quanto il cambiamento debba essere vissuto come spinta al miglioramento continuo e alla creazione di valore condiviso.

## Obiettivi di sviluppo sostenibile SDGs

### GRI 2-22

Nell'identificare le tematiche ESG risultate rilevanti per BioNike è stata considerata anche la loro connessione con gli **obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs)**, definiti all'interno dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Con l'impegno di agire su questi temi, cercheremo di contribuire - nella misura possibile - al raggiungimento delle sfide globali in ambito di sostenibilità.

La correlazione è frutto di un'analisi degli indicatori GRI, rendicontati nel presente documento, e degli obiettivi definiti rapportati agli SDGs e ai target secondo il framework *Linking the SDGs and the GRI Standards*.





# Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder






## GRI 2-29

Gli **stakeholder** sono entità o individui che possono essere influenzati in modo significativo dalle attività di un'organizzazione, dai prodotti e dai servizi offerti o le cui azioni possono ragionevolmente incidere sulla capacità dell'organizzazione di attuare con successo le proprie strategie e raggiungere i propri obiettivi.

Gli stakeholder sono i soggetti con cui un'azienda si confronta per creare, mantenere e sviluppare relazioni allo scopo di comprenderne esigenze e aspettative, e conseguentemente orientare le proprie scelte strategiche.

Consideriamo in maniera costante il punto di vista degli stakeholder, cercando di agire in modo da evitare potenziali rischi ed eventuali impatti negativi; ci impegniamo attivamente a mantenere con loro un dialogo collaborativo e trasparente.

Di seguito sono indicate le principali categorie di stakeholder con cui ci interfacciamo; per ognuna di esse sono sinteticamente indicate le modalità di coinvolgimento adottate:

|   |  |
|---|--|
|    | <b>CLIENTI</b><br><i>Consumatori<br/>Distributori</i>  |
|    | <b>COMUNITÀ FINANZIARIA</b><br><i>Istituti bancari<br/>Soci</i>                                    |
|  | <b>RISORSE UMANE E SINDACATI</b><br><i>Dipendenti e collaboratori<br/>Management<br/>Sindacati</i> |
|  | <b>MONDO ACCADEMICO E COMUNITÀ SCIENTIFICA</b><br><i>Università<br/>Centri di ricerca</i>          |
|  | <b>ENTI DI CERTIFICAZIONE</b><br><i>Enti di certificazione</i>                                     |



### ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA



*Associazioni di categoria*

### COMUNITÀ E TERRITORIO



*Organizzazioni non-profit  
Associazioni culturali e/o sportive*

### MEDIA



*Giornali nazionali e locali  
Riviste del settore  
TV*

### PUBBLICA AMMINISTRAZIONE



*Amministrazioni locali  
Enti nazionali di previdenza e assistenza  
Enti pubblici di controllo*

### FORNITORI E PARTNER



*Fornitori di beni  
Fornitori di servizi  
Appaltatori esterni  
Partner commerciali*

Il **coinvolgimento** e il **confronto** con gli stakeholder (stakeholder engagement) ci consente di poter definire gli obiettivi in modo più consapevole, favorendo positivamente il processo decisionale.

Con i **clienti e i distributori** creiamo e manteniamo un rapporto solido: appuntamenti sul punto vendita con agenti e consulenti d'immagine e presso studi/ambulatori con gli informatori, nonché visite direttamente in azienda. Le comunicazioni con i **consumatori finali** sono gestite tramite il nostro sito web, con comunicati stampa e newsletter; la realizzazione di spot pubblicitari sulle diverse piattaforme disponibili rappresenta una modalità di comunicazione con cui ci avviciniamo ai consumatori, li coinvolgiamo e li stimoliamo.

Annualmente è indetta un'assemblea con la **comunità finanziaria**, che prevede un allineamento con i soci; sono previsti, inoltre, aggiornamenti trimestrali. La trasparenza delle nostre relazioni è dimostrata con la presentazione del bilancio e dalla regolarità con cui comunichiamo tramite canali ufficiali, quali sito web, social media, comunicati stampa e newsletter.

Ai nostri **dipendenti** dedichiamo attività di formazione interna ed esterna; le comunicazioni scritte avvengono tramite e-mail e bacheche. I **rappresentanti sindacali** esterni e interni (RSU) sono coinvolti nelle decisioni aziendali e con i RLS per la sicurezza; con cadenza quadrimestrale sono organizzate diverse convention per la rete commerciale, gli informatori e i visagisti.



Il rapporto con i **fornitori** assume un ruolo altamente rilevante nella nostra attività, motivo per cui seguiamo procedure rigorose di selezione e qualifica, stabiliamo contratti e Quality Agreement/Capitolati ed effettuiamo audit periodici. Gli incontri, molto spesso, avvengono alle fiere di settore.

Periodicamente siamo sottoposti ad audit di sorveglianza e/o rinnovo per le certificazioni di sistema e marcature CE per Dispositivi Medici; abbiamo dimostrato la nostra disponibilità a ricevere anche visite ispettive non programmate da parte degli **Enti certificatori**.

Collaboriamo attivamente con il **mondo accademico** e la **comunità scientifica** attraverso incontri formativi, attività di ricerca e testing.

Grazie alle relazioni con le **Associazioni di categoria** partecipiamo agli Information Day; ci avvaliamo di Cosmetica Italia per aggiornamenti periodici sull'andamento del settore. Siamo presenti in fiere di settore e congressi medico-scientifici.






A supporto della **comunità** in cui operiamo, sponsorizziamo attività e iniziative locali di valenza civica, culturale e ambientale. Condividiamo piani di emer-






genza con aziende confinanti per garantire la sicurezza delle comunità locali. Sosteniamo attività di Social Responsibility in vari settori a beneficio della società e dell'ambiente.

Accogliamo visite della **Pubblica Amministrazione** e autorità preposte al controllo di attività produttive, industriali e fiscali, in ambito di rilasci di autorizzazioni e/o conformità normative.

In considerazione della crescente consapevolezza sull'importanza di coinvolgere i portatori d'interesse

nel nostro percorso di sostenibilità, nel corso del 2023 intraprenderemo **un'iniziativa strutturata di engagement con i principali interlocutori del Gruppo Sodalis**, al fine di cogliere le percezioni inerenti ai temi materiali da noi identificati e indirizzare in modo coerente e strategico i nostri obiettivi futuri.

| CATEGORIA   | INTERESSE  | MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO  | FREQUENZA   |
|---|--|---|-------------|
| <br><b>Clienti e distributori</b>                    | Performance economica, market share e sell out   | Incontri e comunicazioni periodici  | Ad hoc      |
| <br><b>Comunità finanziaria</b>                    | Performance economica  | Incontri sistematici<br>Assemblea degli azionisti   | Settimanale |
| <br><b>Risorse umane e sindacati</b>               | Equilibrio vita/lavoro<br>Welfare aziendale<br>Pari opportunità<br>Inclusione<br>Politica remunerativa<br>Sviluppo di carriera | Newsletter/comunicazione e-mail<br>Incontri di valutazione individuali<br>Eventi aziendali<br>Attività di formazione e sensibilizzazione<br>Opportunità di crescita professionale | Ad hoc      |
| <br><b>Enti di certificazione</b>                  | Rispetto normativo e delle procedure<br>Qualità e performance del prodotto<br>Company & Brand reputation                       | Audit<br>Test strumentali   | Ad hoc      |
| <br><b>Mondo accademico e comunità scientifica</b> | Qualità e performance del prodotto<br>Attività di ricerca  | Eventi<br>Formazioni<br>Incontri e comunicazioni  | Ad hoc      |

| CATEGORIA   | INTERESSE   | MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO                                   | FREQUENZA |
|---|---|--|-----------|
| <br><b>Comunità e territorio</b>       | Benessere del pianeta e delle persone<br>Brand reputation e positioning | Incontri e comunicazioni periodici                           | Ad hoc    |
| <br><b>Pubblica amministrazione</b>  | Conformità normativa  | Canali digitali/portali<br>Assistenza/comunicazioni digitali | Mensile   |
| <br><b>Media</b>                     | Brand awareness<br>Brand reputation<br>Market share<br>Sell out         | Contratti  | Mensile   |
| <br><b>Associazioni di categoria</b> | Andamento del settore di riferimento<br>Networking                      | Incontri e comunicazioni                                     | Ad hoc    |
| <br><b>Fornitori e partner</b>       | Performance economica e qualità del prodotto                            | Incontri e comunicazioni periodici                           | Ad hoc    |



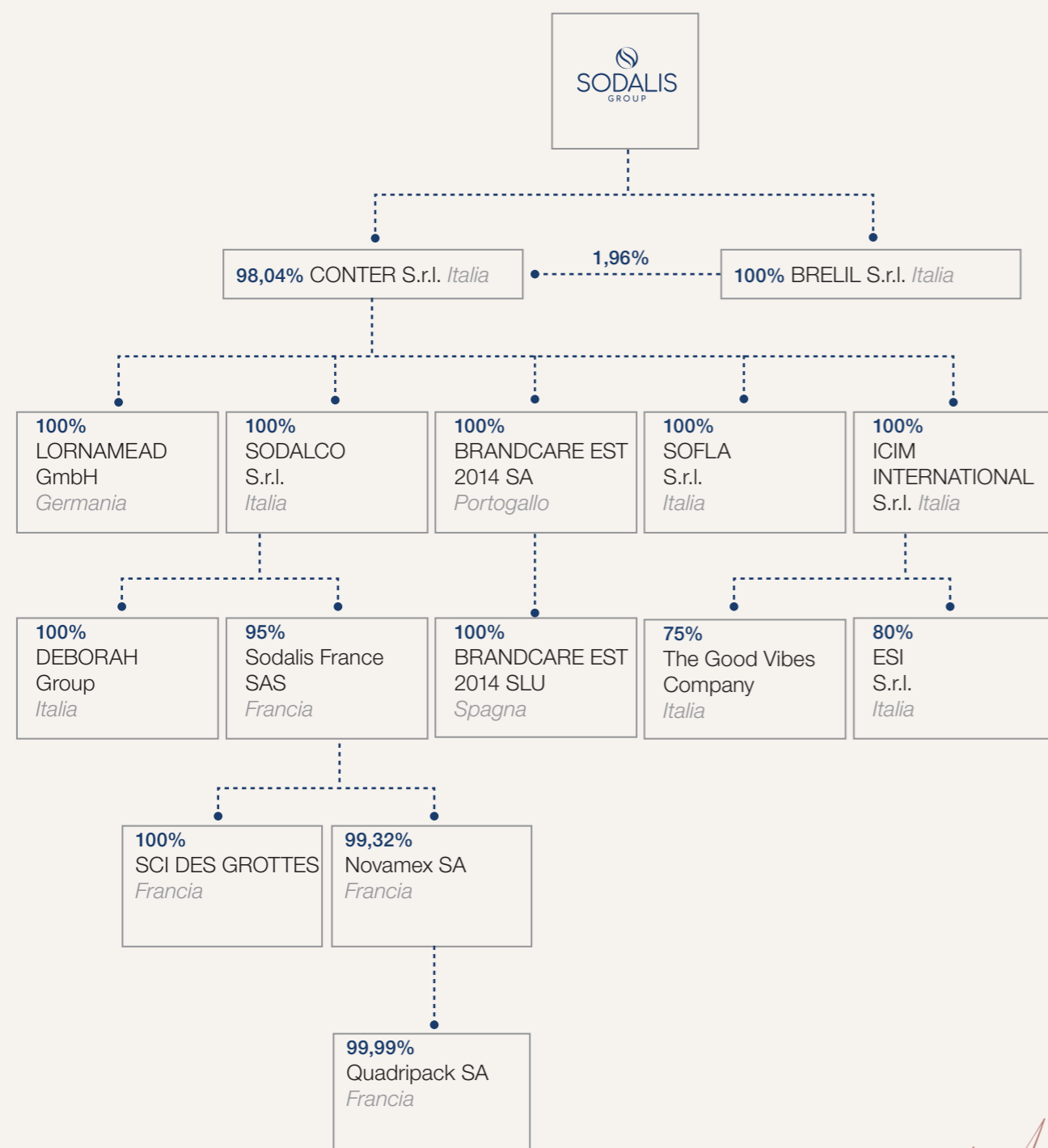
GOVERNANCE  
E BEST  
PRACTICES:  
POLITICHE,  
STRATEGIE E  
PERFORMANCE  
AZIENDALI





# Struttura organizzativa e management

GRI 2-9 | GRI 405-1



Dal 2017 Icim fa parte di Sodalys Group, gruppo italiano leader nel mercato Health, Beauty & Personal Care, attraverso la società controllata Conter S.r.l. che detiene il 100% del capitale; un nuovo assetto che ha consentito di rispondere alla crescita esponenziale del business, sia in termini commerciali sia organizzativi. La nostra struttura organizzativa è basata su un **modello tradizionale**: gli organi sociali sono rappresentati dal Consiglio di Amministrazione e dal Collegio Sindacale.

Il Consiglio di Amministrazione (CdA) è l'organo esecutivo della società a cui è affidato il compito

di realizzare le decisioni prese dall'assemblea nel corso delle sue deliberazioni e lo svolgimento dell'attività di impresa. Il CdA è presieduto da Fabio Granata che, oltre a esserne il presidente, è consigliere operativo e responsabile delle aree Operations, PR & Communication, Foreign Trade, Marketing e R&D; Roberto Arui e Walter Giacchi, membri storici del CdA di ICIM, ricoprono la carica di consiglieri e, rispettivamente, presidiano le aree di Finance&Administration e Trade del mercato italiano. Paolo Bergamaschi ricopre il ruolo di consigliere. I membri del CdA, oltre alla responsabilità giuridica, definiscono e approva-

no le strategie organizzative, lo sviluppo della politica direzionale, l'assunzione, la supervisione e la remunerazione delle linee manageriali.

Il collegio sindacale che affianca il nostro CdA assume un ruolo di vigilanza in merito alle attività degli amministratori e una funzione di controllo inerente alla gestione e all'amministrazione della società, con l'obiettivo di accertarsi che i compiti siano svolti nel rispetto della legge e dell'atto costitutivo. L'organico è presieduto da Ombretta Anelli nel ruolo di Sindaca.

## STRUTTURA ORGANIZZATIVA

### COLLEGIO SINDACALE

**Ombretta Anelli**  
Sindaca

### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

**Fabio Granata**  
Presidente

**Roberto Arui**  
Consigliere delegato

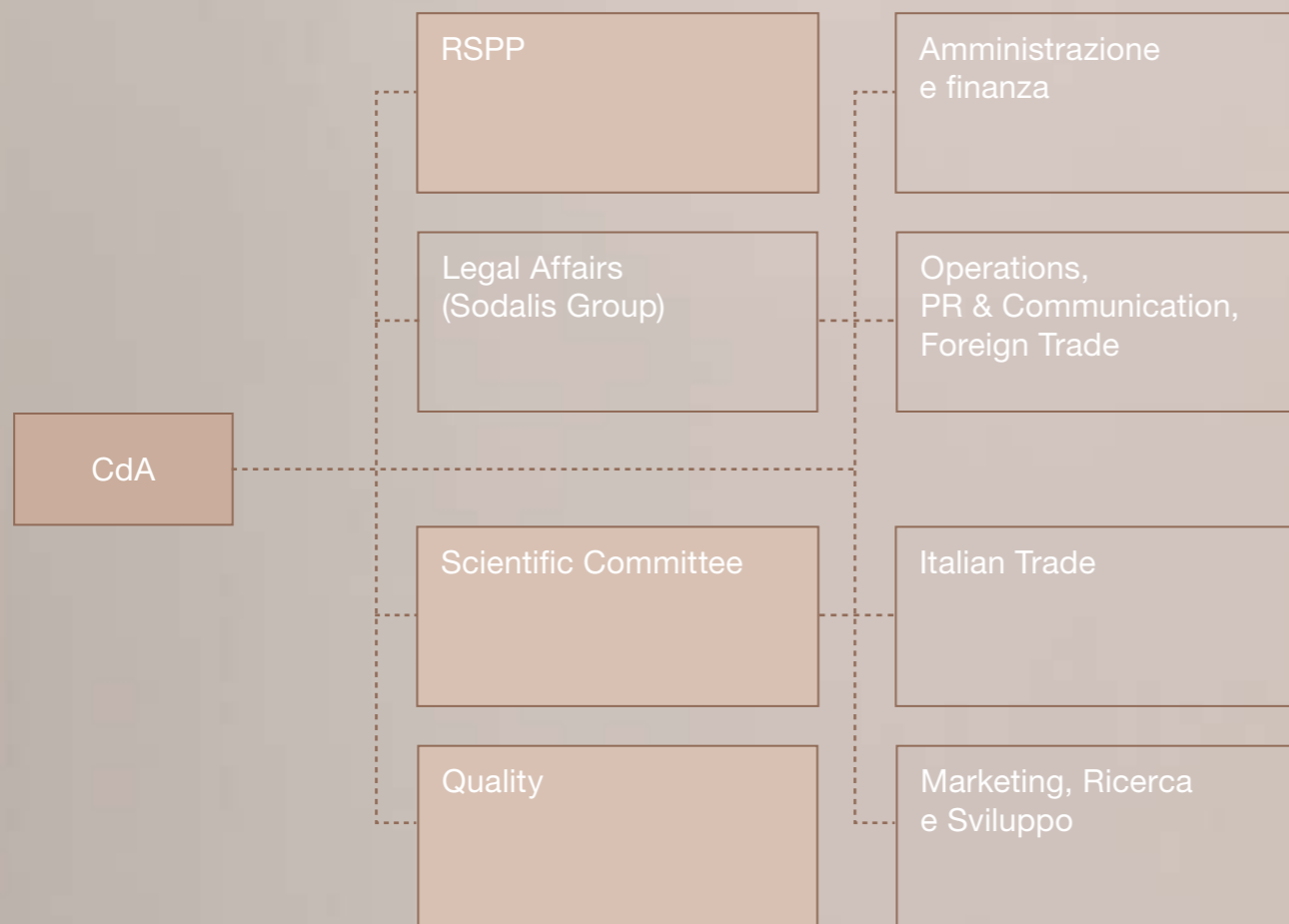
**Paolo Bergamaschi**  
Consigliere delegato

**Walter Giacchi**  
Consigliere



Ai massimi organi di governo corrispondono diverse aree funzionali, ciascuna delle quali è presidiata dalla c-suite: i responsabili di funzione sono affiancati da una figura dirigenziale interna a Sodalis, il cui compito è indicare le linee guida generali senza entrare nell'operatività. I responsabili svolgono diverse mansioni, volte a garantire condizioni che assicurino, prime tra tutte, qualità e miglioramento continuo; ciò

è reso possibile grazie alle competenze tecniche e al know-how acquisito che consente loro di potersi occupare della gestione, della supervisione e della valorizzazione delle risorse strategiche e delle relazioni con gli stakeholder coinvolti nel processo di creazione di valore. Di seguito ne riportiamo la struttura:



Negli ultimi anni l'area produttiva ha subito un'importante trasformazione: con l'ingresso di ICIM in Sodalis Group, l'impianto produttivo di Lainate non gestisce più solo i prodotti a marchio BioNike ma si è trasformato in una vera e propria unità produttiva centrale, in cui, a seconda delle necessità, delle affinità produttive

e delle quantità, produce per gli altri brand del Gruppo. Gran parte delle figure apicali sono distribuite tra la sede di Lainate e quella di Lodi Vecchio, headquarter del Gruppo Sodalis.





# Performance economiche

GRI 201-1 | GRI 201-4

In Icim operiamo secondo criteri improntati alla responsabilità economica nei confronti di tutti gli stakeholder con cui ci interfacciamo, tenendo in considerazione le normative e i regolamenti vigenti. Ci impegniamo a comunicare regolarmente la nostra salute finanziaria, le attività, l'evoluzione e le previsioni di business nel rispetto delle normative e dei principi di chiarezza, veridicità e trasparenza.

## I risultati

Icim assume un valore significativo per Sodalis Group in quanto, tra tutte le consociate, rappresenta una delle più importanti società, in termini di risultati e di prestigio del brand. Durante l'ultimo esercizio del 2022 i ricavi netti hanno superato i 92 milioni di euro (+12% rispetto al 2021), chiudendo il bilancio con un utile d'esercizio di 22.579.312 euro (-4% rispetto al 2021, a fronte di una maggiore impatto dei costi di fornitura sulle marginalità). L'aumento del fatturato è stato possibile grazie e soprattutto alla continua attenzione nei confronti dei clienti, elemento che ha consentito di fidelizzare e valorizzare il rapporto instaurato nel tempo.

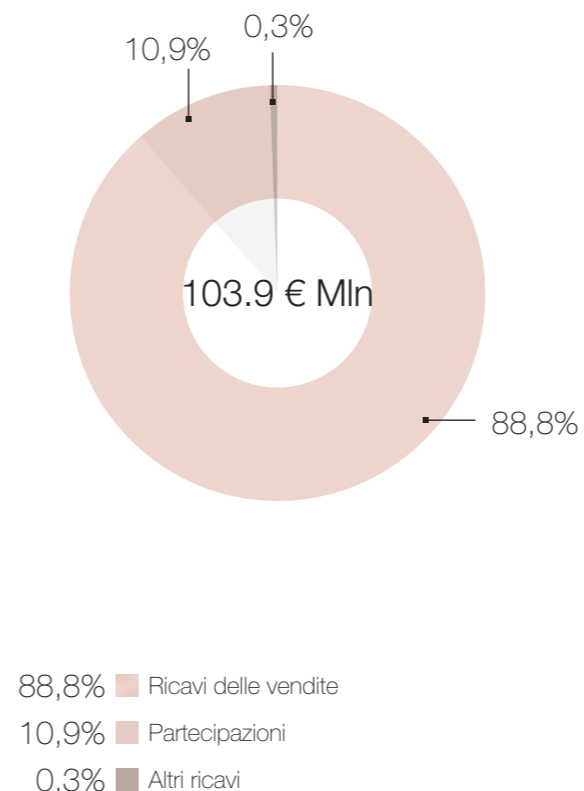
Le linee che costituiscono la principale fonte di generazione di valore sono **Face care e Body care**, seguite da Make-Up, Hair Care, Sun Care e Nutraceuticals. Il 90% circa del fatturato proviene dai clienti diretti presenti sul mercato italiano: farmacisti, grossisti e GDO.

In aggiunta alle attività produttive legate al brand BioNike, Icim è stabilmente impegnata in fabbricazione, riempimento e confezionamento per le altre aziende del Gruppo, rappresentando nel 2022 oltre il 20% della produzione totale. Quindi, in considerazione di quanto sia significativa l'attività "conto terzi", è stato attuato un lavoro che ha coinvolto l'area pianificazione e l'area operations, al fine di ottimizzare il carico delle macchine e delle linee e incrementarne la produttività.

## Il valore economico generato e distribuito

I prospetti riportati di seguito evidenziano il valore generato e distribuito, elaborato sulla base del conto economico del periodo di riferimento. L'obiettivo è quello di indicare il valore economico direttamente generato da Icim e la sua distribuzione agli stakeholder.

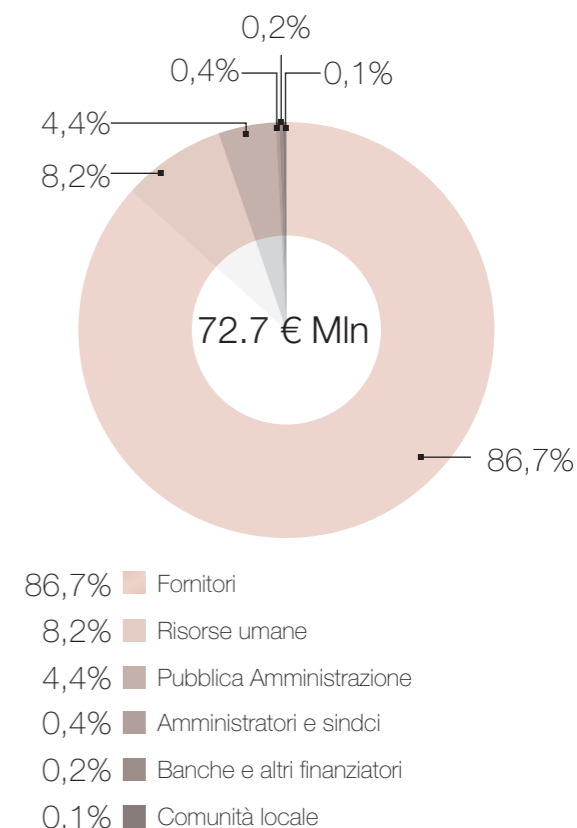
Il **valore economico generato** si riferisce al valore dei ricavi derivanti dalla vendita di prodotti finiti (89%), oltre al valore derivante dalle attività finanziarie dell'impresa (11%) e dagli altri ricavi. Il valore economico ricevuto corrisponde, invece, alla quota parte degli altri ricavi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione sotto forma di contributi in c/esercizio, prevalentemente destinati a rafforzare le attività di investimento in R&D dell'azienda.



### IL VALORE ECONOMICO GENERATO

La distribuzione di tale valore tra gli stakeholder è articolata come segue: l'86,7% ai fornitori, l'8,2% ai dipendenti, il 4,4% alla Pubblica Amministrazione (attraverso il flusso di imposte di competenza) e il restante 0,7% distribuito tra Amministratori e Sindaci mediante i compensi annui, comunità locale espresso con donazioni e liberalità, Istituti bancari e finanziatori sotto forma di interessi.

Il **valore economico distribuito** accoglie i costi, classificati per le principali categorie di stakeholder che ne hanno beneficiato. Nel 2022, gran parte di esso, ha consentito la remunerazione e il sostentamento del sistema di imprese delle filiere di fornitura e dei dipendenti; del valore direttamente generato nel 2022 ne è stato distribuito circa il **70%** (+17% rispetto al 2021).



### IL VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO

Il valore economico trattenuto è rappresentato dalla differenza tra il valore economico generato e ricevuto, e il valore economico distribuito alle diverse categorie di stakeholder.

Di seguito riportiamo il prospetto analitico del valore economico generato e distribuito, in conformità con quanto richiesto dagli standard GRI.



Valore economico direttamente generato e distribuito

|   | 2021              | %on tot.     | 2022               | %on tot.     |
|---|-------------------|--------------|--------------------|--------------|
| <b>Valore economico generato e ricevuto</b> | <b>95.896.444</b> | <b>100%</b>  | <b>104.226.137</b> | <b>100%</b>  |
| Valore economico generato                   | 95.732.160        | 99,8%        | 103.919.421        | 99,8%        |
| Valore economico ricevuto                   | 164.284           | 0,2%         | 306.716            | 0,2%         |
| <b>Valore economico distribuito</b>         | <b>62.349.234</b> | <b>65,0%</b> | <b>72.728.185</b>  | <b>69,8%</b> |
| Fornitori                                   | 53.282.878        | 55,6%        | 63.052.817         | 60,5%        |
| Risorse umane                               | 5.737.003         | 6,0%         | 5.997.592          | 5,8%         |
| Pubblica Amministrazione                    | 2.867.311         | 3,0%         | 3.167.865          | 3,0%         |
| Amministratori e sindaci                    | 254.480           | 0,3%         | 257.230            | 0,2%         |
| Banche e altri finanziatori                 | 145.217           | 0,2%         | 104.952            | 0,1%         |
| Comunità locale                             | 62.345            | 0,1%         | 147.729            | 0,1%         |
| <b>Valore economico trattenuto</b>          | <b>33.547.210</b> | <b>35,0%</b> | <b>31.497.952</b>  | <b>30,2%</b> |

Per maggiore chiarezza espositiva evidenziamo di seguito la riconciliazione tra il valore trattenuto e il risultato netto del periodo da bilancio. La classificazione del valore economico non allocato comprende

gli ammortamenti dei beni materiali e immateriali, gli accantonamenti, le rettifiche di valore delle attività finanziarie e la fiscalità anticipata/differita.

Riconciliazione di bilancio

|   | 2021              | 2022              |
|---|-------------------|-------------------|
| <b>Valore economico trattenuto</b>  | <b>33.547.210</b> | <b>31.497.952</b> |
| <b>Valore economico non allocato</b>  | <b>10.067.367</b> | <b>8.918.639</b>  |
| 2) variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti di cui altri | 409.105           | 1.298.449         |
| 10 a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali   | 11.052.968        | 10.820.753        |
| 10 b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali   | 482.280           | 518.307           |
| 10 d) svalutazioni dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide          | 210.932           | 174.361           |
| 11) variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci                      | 841.863           | 963.970           |
| 13) Altri accantonamenti  | -                 | 32.684            |
| 14) Oneri diversi di gestione   | 76.266            | 57.203            |
| 17 bis) Utili e perdite su cambi  | -                 | 3.166             |
| <b>Utile d'esercizio</b>  | <b>23.479.844</b> | <b>22.579.313</b> |

# Dalla ricerca all'innovazione: una visione, una missione

Crediamo che **la ricerca, lo sviluppo e l'innovazione** siano strumenti essenziali per vincere le nuove sfide globali. La nostra visione strategica ha basi solide e lungimiranti; ci guida dalle nostre origini, rappresentando oggi lo spirito con cui ci avviciniamo al futuro e al mondo. Da sempre svolgiamo attività di ricerca e sviluppo correlate alla formulazione di prodotti cosmetici e dispositivi medici finiti. Nel corso degli anni abbiamo investito in modo continuo nel nostro laboratorio di Ricerca & Sviluppo interno. La ricerca costante sulla salute e il benessere della pelle, nonché l'innovazione delle nostre formulazioni, è stata fondamentale per la nostra crescita.

Abbiamo instaurato e consolidato nel tempo accordi con laboratori universitari e con primarie aziende multinazionali operanti nella sintesi di materie prime innovative e nell'isolamento di principi attivi ad alto contenuto cosmetologico. Collaboriamo con esperti, sia interni sia esterni, tra cui dermatologi, tricologi, pediatri, ginecologi e medici estetici, al fine di garantire la massima qualità delle nostre formulazioni. Dedichiamo parte significativa delle nostre risorse al mantenimento e al miglioramento degli standard di qualità, con una costante attenzione alla soddisfazione delle diverse esigenze del cliente finale.

Tra il 2011 e il 2021 abbiamo intrapreso **1.040 progetti** dedicati allo sviluppo di prodotti; abbiamo condotto circa **200 studi di efficacia, di cui 22 studi clinici**. La determinazione e l'impegno che ci contraddistinguono sono parte essenziale della nostra crescita: ci consentono di mantenere una posizione di leadership nel settore, fornendo ai nostri clienti prodotti di alta qualità basati su evidenze scientifiche solide.

Nel 2022 abbiamo indirizzato i nostri sforzi in attività di analisi, studio di fattibilità e ricerca di nuove materie prime per la realizzazione di innovative formulazioni da impiegare per la prototipazione e lo sviluppo sperimentale di nuovi prodotti.

Ad oggi, ICIM International ha registrato tre **brevetti**, risultati della nostra ricerca all'insegna della tutela della proprietà intellettuale e il contributo alla crescita del settore e alla promozione di soluzioni efficaci:

- 2004**

**associazione di l-carnosina e beta-glucano e composizioni che la contengono:** la soluzione sfrutta due componenti chiave per la salute e il benessere. La loro associazione offre potenti soluzioni stimolando le naturali difese biologiche della pelle e contrastando l'azione dei radicali liberi.
- 2015**

**associazione antiossidante e composizioni che la contengono:** con questo brevetto valorizziamo l'impiego delle proprietà antiossidanti in composizioni innovative che ne consentono l'uso in vari contesti, dalla dermocosmesi alla nutrizione.
- 2020**

**formulazioni alimentari con attività antiossidante intra ed extracellulare di tipo migliorato:** sviluppate con la formulazione migliorata degli antiossidanti offriamo soluzioni più efficaci per la riduzione dei problemi di salute a lungo termine.



# La nostra dedizione alla qualità e all'unicità dei prodotti

## Una qualità riconosciuta: il nostro approccio

Negli anni abbiamo rafforzato il nostro impegno verso lo sviluppo di risorse strutturali e operative necessarie a posizionare ICIM come azienda altamente preparata e attenta ai bisogni, alle esigenze e alle richieste del mercato, in modo da affrontare le profonde trasformazioni che hanno coinvolto il settore. La nostra offerta comprende una vasta gamma di prodotti dermocosmetici, tutti formulati internamente, con particolare enfasi sulla skin-care che rappresenta il fulcro dell'offerta e dell'expertise dell'azienda.

Nei laboratori di Lainate lo staff tecnico-scientifico si dedica alla **ricerca e allo sviluppo di formulazioni**. Scrupolosa attenzione è riservata alla **selezione di materie prime e al rigoroso controllo** di ogni lotto di produzione, garantendo la conformità alle specifiche chimico-fisiche e microbiologiche.

Nel processo di **sviluppo**, le formule dei prodotti sono sottoposte a diversi test estremamente accurati, al fine di convalidare la tollerabilità e l'efficacia di ciascun prodotto. I test di norma effettuati prevedono un *challenge test* volto ad assicurare la stabilità microbiologica, un test di tollerabilità cutanea, un test d'uso, un test su epidermide in vitro e un test di efficacia, il cui scopo è garantire l'efficacia dichiarata.

Il processo di **progettazione** ricopre un ruolo delicato, in quanto è dedicato alla scelta del packaging. La nostra filosofia di packaging si fonda sul principio di **garantire qualità, sicurezza, completa preservazione della formulazione, praticità e gratificazione al consumatore finale evitando sprechi di risorse e di materiali**. L'efficienza delle macchine e degli impianti, la formazione del personale, la presenza di procedure e istruzioni operative, assicurano la competitività della nostra gamma di prodotti **in termini qualitativi e di affidabilità** per ogni utilizzo.



## Un sistema produttivo affidabile

La qualità dei nostri prodotti, oltre a essere uno dei capisaldi del nostro operato, è un framework operativo che guida le nostre attività, supportato attraverso il mantenimento nel tempo del **Sistema di Gestione per la Qualità**, l'applicazione costante delle c.d. Good Manufacturing Practices (GMP) in ambito cosmetico e i requisiti regolamentari per i dispositivi medici. Le buone pratiche riportate fanno riferimento rispettivamente a tre norme cardine, la **UNI EN ISO 9001:2015**, la **UNI EN ISO 22716:2008** e la **UNI CEI EN ISO 13485:2021**, di cruciale importanza per i settori in cui opera la nostra azienda e che, al contempo, evidenziano l'impegno che dedichiamo alla qualità dei prodotti.



Il Sistema di Gestione certificato a norma ISO 9001 attesta la nostra capacità di gestire in modo efficace i processi aziendali, garantendo un alto standard di qualità nei prodotti; sono incluse attività quali la valutazione costante dei feedback dei clienti, il monitoraggio dei processi produttivi e l'adozione di miglioramenti continuativi per soddisfare le aspettative del cliente.



La certificazione ISO 22716 riguarda le buone pratiche di fabbricazione cosmetica. La norma stabilisce gli standard per la produzione, l'etichettatura e la distribuzione dei prodotti cosmetici. Il possesso di tale certificazione conferisce una base solida per garantire che i nostri prodotti siano sicuri, efficaci e conformi alle regolamentazioni in vigore.



Anche se non certificato, operiamo in conformità al Sistema di Gestione ISO 13485 che rappresenta lo standard internazionale volto a stabilire i requisiti per la gestione della qualità nei dispositivi medici, assicurandone la sicurezza e la conformità normativa.

Le norme di riferimento ci consentono di offrire prodotti di alta qualità nei mercati in cui operiamo, garantendo ai nostri clienti un concreto impegno al miglioramento continuo.



## La gestione della qualità

Il **Sistema di Gestione per la Qualità** conforme alla norma ISO 9001:2015 ha l'obiettivo di fornire prodotti che siano costantemente idonei all'uso a cui sono destinati e conformi alle esigenze dei clienti, oltre che alle normative vigenti. Mediante il Sistema di Gestione della Qualità abbiamo la possibilità di raccogliere dati con cui poter identificare spunti di miglioramento che, una volta implementati, contribuiscono ad aumentare la soddisfazione dei clienti e a perfezionare i nostri processi aziendali.

Ogni anno, in occasione del Riesame della Direzione, provvediamo alla definizione di **obiettivi** specifici, volti a stabilire le misure correttive da intraprendere nell'anno in corso e i target per l'anno successivo. Dove possibile, delineiamo piani d'azione inerenti agli obiettivi che intendiamo raggiungere, specificando le risorse, le responsabilità, le tempistiche e le misurazioni necessarie per monitorarne il progresso.

Il nostro **Manuale della Qualità** illustra come ICIM aderisca ai requisiti della norma ISO 9001:2015

e risponda a tutti i requisiti obbligatori richiesti dalle normative di settore; il documento segue il modello proposto dalla norma e serve come strumento per fornire al personale le informazioni necessarie per comprendere, attuare e sostenere i principi e gli impegni definiti nella nostra Politica per la Qualità.

La **leadership e l'engagement** interno sono elementi chiave per il nostro impegno a mantenere un Sistema di Gestione per la Qualità che coinvolga tutte le componenti aziendali che influiscono sulla qualità dei prodotti e dei servizi. La Direzione Generale ha definito e implementato il Sistema di Gestione per la Qualità, assicurandosi che tutto il personale sia adeguatamente sensibilizzato e formato sui principi e le metodologie. La **leadership e il coinvolgimento** interno, infatti, sono elementi essenziali affinché siano coinvolte tutte le componenti aziendali che influiscono sulla qualità dei prodotti e dei servizi.

Il Sistema di Gestione interessa diversi processi aziendali, tra cui

quelli generali legati alla gestione del rischio d'impresa, all'analisi di mercato e alle risorse umane, quelli strumentali e infrastrutturali, inerenti all'analisi delle prestazioni del Sistema di Gestione per la Qualità, ai contratti con aziende esterne e al Riesame della Direzione per il miglioramento continuo.

La soddisfazione del cliente è un elemento imprescindibile, il cui monitoraggio ci consente di prenderci cura delle relazioni che instauriamo, di mantenerle nel tempo e rafforzarne la fiducia. Identifichiamo esigenze e aspettative di ogni singolo cliente, trasmettendole a tutti i livelli dell'organizzazione, così che possano essere monitorati i reclami e le segnalazioni riguardanti eventi indesiderabili, agendo in modo tempestivo e concreto. La soddisfazione del cliente rappresenta un'esperienza d'interazione positiva.

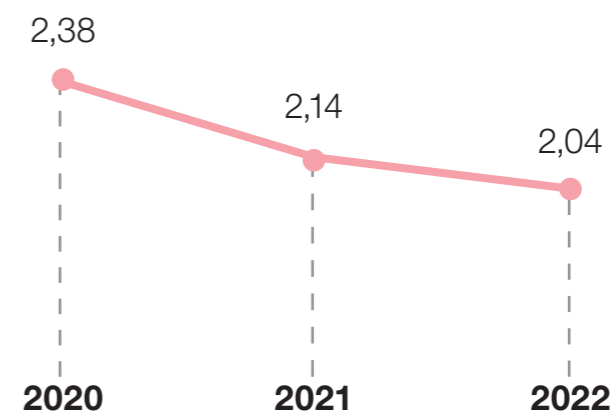
La conformità ai requisiti legali e normativi è un elemento cruciale per noi; comprende il rispetto degli obblighi e della connessa applicazione. Monitoriamo costantemente

eventuali aggiornamenti, così da agire sempre nel rispetto delle più recenti normative che ci coinvolgono; inoltre, in questo modo possiamo prontamente condividerli a tutti i livelli dell'organizzazione.

L'approccio **risk-based** che adottiamo ci permette di affrontare in maniera proattiva le problematiche a cui possiamo andare incontro; riconosciamo l'importanza della gestione dei rischi, motivo per cui riusciamo a focalizzare l'attenzione sulle criticità che possono emergere. La cultura della prevenzione che promuoviamo interessa l'intera azienda, caratterizzandone le relazioni e il successo.

La **gestione delle non conformità** e la qualità che assicuriamo ai clienti sono aspetti fondamentali del nostro approccio. Tutti i dati relativi ai **reclami** sono attentamente tracciati in un sistema di **call tracking**, classificati e sottoposti a riesame della direzione ogni anno in termini di incidenza sul numero di ordini, tempo medio di risoluzione e tipologia, così da poter garantire un costante miglioramento dei prodotti e dei servizi

## INCIDENZA DEI RECLAMI SUL NUMERO DI ORDINI - %



offerti<sup>3</sup>. Conformemente con la tipologia di reclamo, le richieste sono smistate internamente, al fine di indirizzarle alle figure di competenza che, in modo coerente, si occupano di gestirle. Negli anni, l'incidenza del numero dei reclami rispetto agli ordini ricevuti è gradualmente diminuita, in coerenza con una sempre maggiore attenzione al tema.

<sup>3</sup> Coerentemente con la richiesta dello standard GRI 418-1 si segnala che, nel corso dell'esercizio 2022 non si sono verificati casi di violazione della privacy dei clienti.





# LE NOSTRE PERSONE



# La valorizzazione del capitale umano

GRI 2-7 | GRI 2-8 | GRI 2-30 | GRI 401-1  
| GRI 401-2 | GRI 404-1

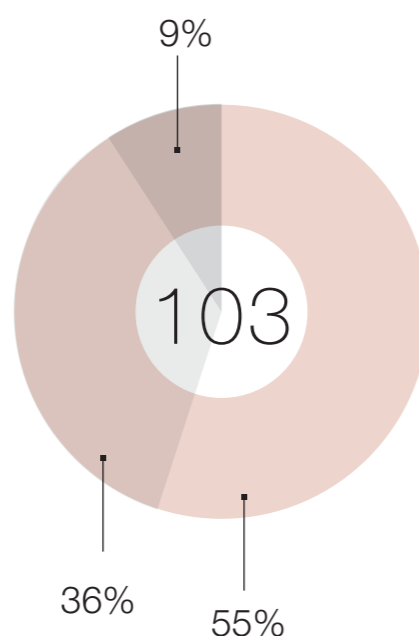
Siamo costantemente impegnati a promuovere un ambiente di lavoro sicuro, coeso, innovativo e inclusivo in cui le persone si sentano gratificate e stimolate. Le persone sono la nostra forza; ogni giorno portano avanti i nostri valori, contribuiscono alla crescita dell'azienda e alla creazione di un futuro più sostenibile. Il coinvolgimento del personale che opera per ICIM, unito a un positivo senso di appartenenza dei lavoratori, permette un continuo consolidamento della consapevolezza e del know-how aziendale, con una conseguente crescita prestazionale che si riflette sull'erogazione dei prodotti.

La presenza di figure **quadro** all'interno dell'organizzazione riveste un'importanza strategica per la direzione dell'azienda, le cui posizioni assumono un aspetto determinante nella formulazione delle politiche aziendali, nell'orientamento strategico e nella gestione dei team. Questi aspetti contribuiscono al successo di lungo termine dell'azienda.

Alla fine del 2022, ICIM conta **103 dipendenti**, tutti assunti con contratto a tempo indeterminato. Di seguito riportiamo la composizione dell'organico per figura professionale:

## LE FIGURE PROFESSIONALI

55% ■ Impiegati  
36% ■ Operai  
9% ■ Quadri



Report di Sostenibilità 2022



Gli **impiegati** rappresentano la maggioranza della nostra forza lavoro, i cui ruoli e responsabilità vertono in particolare su un'ampia gamma di attività, tra cui la gestione delle operazioni quotidiane, la cura dei clienti, la ricerca e lo sviluppo dei prodotti.

Gli **operai** svolgono un ruolo cruciale nella produzione dei nostri prodotti. Le loro abilità, l'impegno, le competenze e la passione sono caratteristiche fondamentali, in quanto contribuiscono a soddisfare le esigenze di tutti i clienti. Lavoriamo costantemente per garantire la sicurezza e il benessere degli operai, oltre a fornire loro opportunità di crescita professionale.

La diversificazione delle competenze risulta essenziale in quanto ciascun dipendente apporta contributi unici alla crescita e al successo nel lungo periodo. Lo staff tecnico-scientifico è composto da laureati in discipline scientifiche (Farmacia, CTF, Chimica, Biologia), da tre tecnici di laboratorio e da alcuni consulenti esterni in possesso di competenze che abbracciano diverse aree (biochimiche, mediche, microbiologiche, ecc.)

## IL NOSTRO ORGANICO

**100%**  
dei dipendenti inquadrati con un contratto a tempo indeterminato

**73%**  
figure femminili presenti in organico

**7 anni**  
anzianità media

Report di Sostenibilità 2022



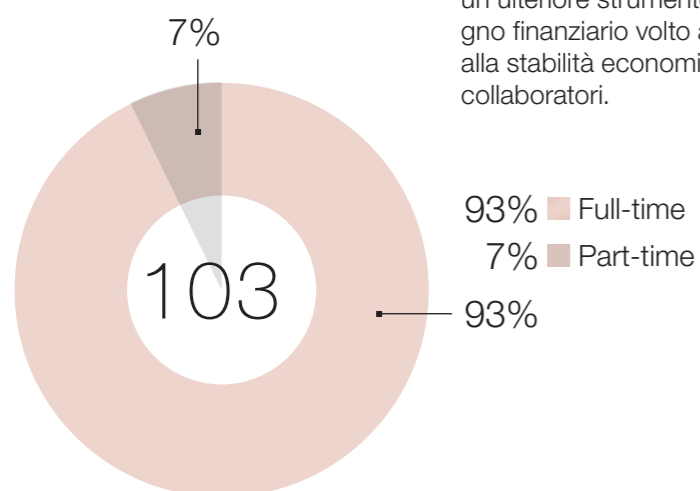
## Welfare e well-being

L'attenzione alla qualità della vita, al benessere delle persone, alle pari opportunità e alla formazione sono fattori imprescindibili per la nostra azienda, in cui le persone ricoprono un ruolo prioritario. Investiamo in **programmi di welfare** che comprendono benefit e servizi di supporto integrativi; sosteniamo attivamente l'equilibrio tra la vita lavorativa e quella personale, promuovendo un'atmosfera di lavoro che favorisca la serenità e la soddisfazione dei dipendenti. La quasi totalità del nostro organico ha un contratto **full-time**; prevediamo forme **part-time** venendo incontro alle richieste di flessibilità da parte dei dipendenti.

La gestione delle politiche e delle condizioni di lavoro è regolata dalle normative nazionali della contrattazione di categoria (CCNL Chimico), da cui è coperto il 100% dei lavoratori, a prescindere dalla tipologia di contratto in essere. Rispettiamo il diritto dei lavoratori di associarsi liberamente, di costituire e aderire all'organizzazione autonomamente scelta, di ricercare rappresentanza e contrattazione collettiva, in conformità alle leggi e alle normative vigenti.

Il nostro CCNL prevede due meccanismi di welfare contrattuali: l'assistenza sanitaria contrattuale attraverso l'adesione al **Faschim** e un sistema assicurativo integrativo con il **Fonchim**. Il primo garantisce un sistema di assistenza sanitaria di qualità ai nostri dipendenti, mentre il secondo rappresenta un ulteriore strumento di sostegno finanziario volto a contribuire alla stabilità economica dei nostri collaboratori.

### FLESSIBILITÀ DEI CONTRATTI



Report di Sostenibilità 2022



Oltre ai sistemi di assistenza contrattuale ci impegniamo in modo concreto a migliorare la qualità della vita dei nostri collaboratori, offrendo loro diversi meccanismi che compongono la nostra offerta di welfare, tra cui:

- **ticket restaurant:** uno strumento esentasse di integrazione al reddito che permette ai collaboratori di utilizzarlo per le spese alimentari;
- **portale di scontistica aziendale:** l'accesso al portale è riservato a tutti i dipendenti del Gruppo Sodalis. Con questa iniziativa intendiamo supportare il loro potere d'acquisto offrendo l'opportunità di risparmiare su una varietà di prodotti e servizi;
- **auto aziendali:** sono attribuite sotto forma di fringe benefit alle figure apicali;
- **smart working:** introdotto durante la pandemia da COVID-19, abbiamo mantenuto la possibilità di lavorare da remoto un giorno a settimana, compatibilmente con le mansioni esercitate.

Nell'ambito della gestione dei rapporti con i sindacati, abbiamo definito un **premio produzione** erogato a fronte del raggiungimento di determinati obiettivi aziendali. Il premio è rivolto a tutti i dipendenti e fa parte di un accordo di secondo livello stipulato con i sindacati per il triennio 2022-2024. Inoltre, per le figure apicali, abbiamo previsto l'inserimento di **meccanismi di MBO** (Management By Objectives) parametrato su obiettivi qualitativi e quantitativi. A supporto dell'attenzione che dedichiamo ai dipendenti abbiamo attuato numerose **attività di team building**, con l'obiettivo di rafforzare i legami, migliorare lo spirito di gruppo e la comunicazione.

Report di Sostenibilità 2022

Riteniamo che queste iniziative contribuiscano alla soddisfazione dei dipendenti e alla loro retention, agendo positivamente sulla motivazione e sulla cooperazione. Continueremo a valutare e ad adattare i nostri programmi di welfare lavorativo tenendo conto delle esigenze dei nostri dipendenti, al loro benessere dentro e fuori l'azienda.

Il **mercato del lavoro** sta subendo un'importante trasformazione, un cambiamento su scala globale iniziato nel periodo della pandemia da COVID-19. In particolare, le nuove generazioni si concentrano principalmente su aspetti quali il work life balance, l'engagement, la crescita in termini di produttività e gli obiettivi aziendali legati alla sostenibilità. L'elevata competizione del settore e la localizzazione geografica sono elementi che, nella maggior parte dei casi, incidono negativamente nel mondo del lavoro.

Nel 2022 abbiamo registrato l'ingresso di 8 nuovi collaboratori e 17 uscite, come dettagliato in tabella. Tali dati sono rappresentativi dello scenario che stiamo vivendo; motivo per cui rafforziamo costantemente il nostro impegno e le nostre iniziative nell'attrazione e nel mantenimento dei collaboratori, anche in considerazione della relazione che il benessere, la gratificazione e l'equilibrio vita-lavoro ha sugli obiettivi aziendali complessivi.



## Nuove assunzioni

| 2022           |          |          |          |
|----------------|----------|----------|----------|
|                | Donne    | Uomini   | Totale   |
| Fino a 29 anni | 2        | 0        | 2        |
| 30-50 anni     | 4        | 1        | 5        |
| 50 anni        | 1        | 0        | 1        |
| <b>Totale</b>  | <b>7</b> | <b>1</b> | <b>8</b> |

## Cessazioni

| 2022           |           |          |           |
|----------------|-----------|----------|-----------|
|                | Donne     | Uomini   | Totale    |
| Fino a 29 anni | 0         | 0        | 0         |
| 30-50 anni     | 8         | 2        | 10        |
| 50 anni        | 5         | 2        | 7         |
| <b>Totale</b>  | <b>13</b> | <b>4</b> | <b>17</b> |

## Motivo cessazione

| 2022              |           |          |           |
|-------------------|-----------|----------|-----------|
|                   | Donne     | Uomini   | Totale    |
| Uscite volontarie | 8         | 3        | 11        |
| Licenziamento     | 2         | 0        | 2         |
| Altro             | 3         | 1        | 4         |
| <b>Totale</b>     | <b>13</b> | <b>4</b> | <b>17</b> |

La questione del turnover va oltre la semplice metrica numerica; essa si riflette direttamente sulla nostra capacità di attrarre e trattenere talenti nel lungo termine. Riconosciamo che un ambiente di lavoro stimolante possa influenzare il benessere dei dipendenti e, di conseguenza, incidere sulla produttività e sulla coesione aziendale.

Lavorare sull'attrattività dell'azienda è cruciale non solo per ridurre il turnover ma anche per consolidare la nostra posizione nel settore della dermocosmesi. Un solido **employer branding** attira talenti di qualità

e contribuisce a costruire una reputazione positiva nel mercato del lavoro. Investire nella creazione di un ambiente di lavoro più stimolante e gratificante è pertanto parte integrante della nostra strategia aziendale, garantendo alla nostra società di essere riconosciuta non solo per i prodotti di qualità che offriamo, ma anche come management che valorizza e investe nel suo capitale umano.

## Diversità: la nostra unicità

### GRI 405-1 | GRI 416-1

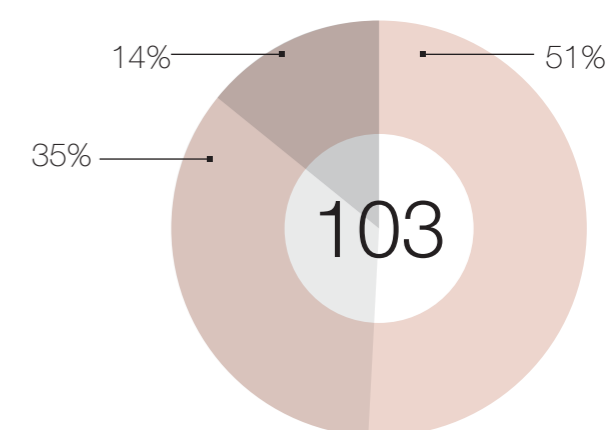
La diversità per noi è unicità: l'elemento centrale della nostra cultura aziendale, con cui costruiamo un ambiente incentrato sulla fiducia e la partecipazione, che crei valori comuni. Riteniamo che un gruppo eterogeneo sia in grado di portare un'ampia varietà di prospettive e contribuisca a migliorare le decisioni aziendali. Ci impegniamo costantemente a garantire un **ambiente di lavoro inclusivo**, in cui ogni individuo si senta rispettato e valorizzato, indipendentemente dall'origine, dal genere, dall'orientamento sessuale, dalle abilità o dal background; motivo per cui facciamo il possibile affinché vi siano **pari opportunità di crescita e sviluppo professionale per tutti i dipendenti**.

Crediamo nei giovani talenti, ecco perché ci adoperiamo a fornire loro adeguata formazione e una concreta possibilità di lavoro. Nel 2022 l'età media del nostro organico è 43 anni; le figure con meno di 30 anni rappresentano il 14%. La composizione dell'organico aziendale, in termini di età, è classificabile come segue:

la presenza di dipendenti **under 30** ha un impatto positivo, i giovani hanno la capacità di portare idee nuove, sperimentano in modo più audace le potenzialità creative, condividono prospettive e soluzioni innovative, in grado di arricchire e favorire il nostro sviluppo;

## LE FASCE D'ETÀ 2022

51% 30-50 anni  
35% >50 anni  
14% <30 anni



la fascia d'età **30-50 anni** rappresenta la maggioranza dei nostri dipendenti: l'esperienza e le competenze maturate nel corso degli anni si combinano perfettamente con la vitalità e la progettualità di cui necessitiamo per andare incontro all'innovazione e al cambiamento;

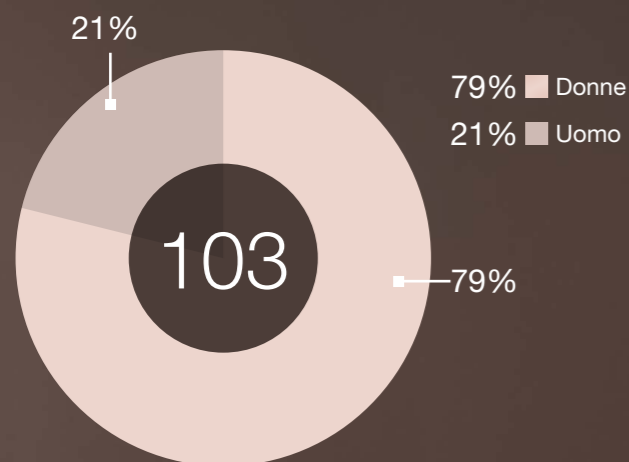
i dipendenti con **oltre 50 anni** di età sono una risorsa preziosa di cui non potremmo fare a meno; le conoscenze acquisite e le esperienze vissute hanno contribuito, e contribuiscono, alla crescita e al successo aziendale.

La maggior parte dei nostri dipendenti appartiene al **territorio** in cui operiamo: teniamo particolarmente a questo aspetto, perché in questo modo favoriamo la crescita dell'occupazione locale e lo sviluppo del know-how della nostra regione di appartenenza.





## DIVERSITÀ NELL'ORGANICO



Le donne costituiscono parte importante della nostra azienda; crediamo nel talento femminile e nella loro capacità di contribuire in maniera significativa al successo del business. La passione, l'energia, la determinazione, la sensibilità sono qualità che rendono le donne un pilastro fondamentale per il settore della dermocosmesi in Italia e questo è sicuramente un valore aggiunto per la nostra realtà.

I risultati straordinari che abbiamo raggiunto nel nostro mercato possono essere attribuiti in gran parte alle donne che hanno trovato nella nostra azienda un luogo in cui sviluppare la propria realizzazione professionale; risorse preziose che hanno consentito a BioNike di posizionarsi come il brand numero uno nel settore. Le donne rappresentano il **79% del nostro organico e il 67%**

**delle figure inquadrato come quadri**, ricoprendo un ruolo significativo sia a livello operativo che strategico-decisionale.

In BioNike promuoviamo un ambiente di lavoro libero da discriminazioni di genere in cui le donne si sentono libere di esprimere le proprie capacità. Crediamo nella possibilità di perseguire una carriera professionale stimolante e dinamica senza dover rinunciare alla possibilità di una vita personale, familiare e affettiva appagante.

Il principio della **Gender Pay Equality** è uno dei nostri fondamenti con cui garantiamo lo stesso livello di retribuzione alle donne e agli uomini che ricoprono posizioni equivalenti; complessivamente, il rapporto della retribuzione uomo-donna<sup>4</sup> si attesta intorno al 97%.

## Gender Pay Gap

|               | 2022       |
|---------------|------------|
| Quadri        | 101%       |
| Impiegati     | 93%        |
| Operai        | 92%        |
| <b>Totale</b> | <b>97%</b> |

Nel rispetto della diversità e dell'inclusione in ogni sua forma, in ottemperanza alla Legge 68/99, copriamo la quota di personale appartenente alle **categorie protette**, a cui garantiamo servizi di sostegno, assistenza e strumenti tecnici di supporto, in modo da agevolare lo svolgimento delle mansioni affidate; nel 2022 in organico sono presenti cinque dipendenti inquadrati come operai e impiegati, con un contratto a tempo indeterminato.

Coerentemente con il sistema sanzionatorio previsto dal CCNL, monitoriamo i casi di discriminazione in azienda, al fine di gestirli a favore di un ambiente lavorativo equo e accogliente<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Il divario retributivo di genere complessivo è calcolato come il rapporto tra il salario annuale medio percepito da dipendenti donne e uomini all'interno dell'impresa considerando, per ogni figura professionale, i soli livelli contrattuali comparabili.

<sup>5</sup> Nel periodo di riferimento considerato, non si sono registrati casi di discriminazione accertati.



Di seguito riportiamo il dettaglio della composizione del nostro organico, coerentemente con quanto richiesto dagli standard GRI:

## Dipendenti per forma di impiego

| 2022                      |            |
|---------------------------|------------|
| <b>Full-time</b>          | <b>96</b>  |
| Donna                     | 75         |
| Uomo                      | 21         |
| <b>Part-time</b>          | <b>7</b>   |
| Donna                     | 6          |
| Uomo                      | 1          |
| <b>Totale complessivo</b> | <b>103</b> |

## Dipendenti per genere

| 2022                      |            |
|---------------------------|------------|
| Donna                     | 81         |
| Uomo                      | 22         |
| <b>Totale complessivo</b> | <b>103</b> |

## Dipendenti per figura professionale e genere

| 2022               |           |           |            |
|--------------------|-----------|-----------|------------|
|                    | Donne     | Uomini    | Totale     |
| Quadri             | 6         | 3         | 9          |
| Impiegati          | 51        | 6         | 57         |
| Operai             | 24        | 13        | 37         |
| <b>Totale</b>      | <b>81</b> | <b>22</b> | <b>103</b> |
| <i>Percentuale</i> | 79%       | 21%       | 100%       |

## Dipendenti per figura professionale e fascia d'età

| 2022               |           |            |           |            |
|--------------------|-----------|------------|-----------|------------|
|                    | <30 anni  | 30-50 anni | >50 anni  | Totale     |
| Quadri             | -         | 2          | 7         | 9          |
| Impiegati          | 9         | 31         | 17        | 57         |
| Operai             | 5         | 20         | 12        | 37         |
| <b>Totale</b>      | <b>14</b> | <b>53</b>  | <b>36</b> | <b>103</b> |
| <i>Percentuale</i> | 14%       | 51%        | 35%       | 100%       |

## Categorie protette per figura professionale e genere

| 2022               |          |          |          |
|--------------------|----------|----------|----------|
|                    | Donne    | Uomini   | Totale   |
| Quadri             | 1        | 2        | 3        |
| Impiegati          | 2        | 0        | 2        |
| <b>Totale</b>      | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>5</b> |
| <i>Percentuale</i> | 60%      | 40%      | 100%     |

## Dipendenti per area geografica

| 2022                         |            |
|------------------------------|------------|
|                              | Totale     |
| Lainate (Mi), Lombardia      | 81         |
| Lodi Vecchio (LO), Lombardia | 22         |
| <b>Totale complessivo</b>    | <b>103</b> |



## Sviluppo del know-how

Il nostro successo dipende in maniera diretta dalle persone di cui ci prendiamo cura ogni giorno. Pertanto, applichiamo rigorosi processi di selezione per assicurarci di avere i talenti più adatti alle nostre esigenze aziendali. Investiamo nella formazione e nello sviluppo continuo per favorire la crescita professionale dei nostri dipendenti; la retention del personale è una sfidante priorità, motivo per cui cerchiamo di creare un ambiente lavorativo in cui i dipendenti si sentano apprezzati, valorizzati e motivati a rimanere a lungo.

Oltre ai percorsi formativi obbligatori in materia di salute e sicurezza ai sensi del D.lgs. 81/08<sup>6</sup>, abbiamo formato i nostri dipendenti su diversi focus con il duplice scopo di rafforzare le hard skills e le soft skills di tutta l'azienda, a tutti i livelli organizzativi. Le attività formative hanno previsto percorsi teorici e pratici ai fini di una corretta applicazione sul campo delle nozioni apprese.

Nel 2022 abbiamo erogato un totale di **688 ore formative** distribuite nelle seguenti tipologie:

**qualità & compliance**, volta a garantire un attento percorso di formazione e informazione sul **Sistema di Gestione della Qualità** e sulle applicazioni normative specifiche nell'ambito cosmetico e medicale, comprendente anche gli Affari regolatori e i Disciplinari;

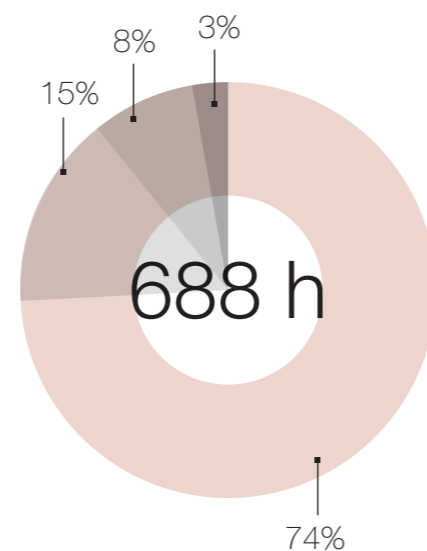
**salute e sicurezza sul lavoro**, riguardante le attività formative di carattere generale e specifico, allo scopo di mantenere aggiornato tutto l'organico e le figure specifiche incaricate sui temi in questione;

**onboarding**, processo dedicato all'accoglienza e all'accompagnamento delle nuove figure professionali inserite;

**formazione ambientale**, al fine di recepire gli aggiornamenti normativi in tema di etichettatura ambientale, l'attuazione dei regolamenti attraverso le linee guida CO-NAI e la certificazione COSMOS.

## FORMAZIONE EROGATA 2022

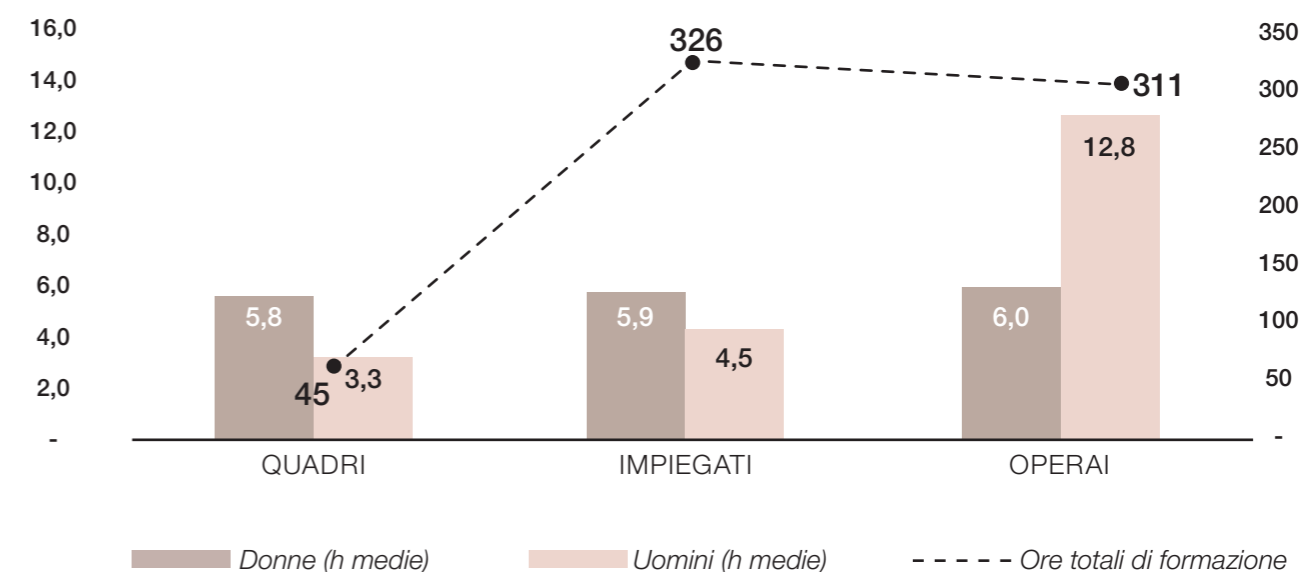
- %



- 74% Salute e sicurezza sul lavoro
- 15% Qualità & Compliance
- 8% Onboarding
- 3% Ambientale

Di seguito riportiamo il dettaglio della formazione erogata, presentata in termini di ore medie di formazione in rapporto al numero dei dipendenti, conformemente alla richiesta degli standard GRI:

## FORMAZIONE PER FIGURA PROFESSIONALE



## Ore medie formazione

|               | 2022       |            |            |
|---------------|------------|------------|------------|
|               | Donne      | Uomini     | Totale     |
| Quadri        | 5,8        | 3,3        | 5,0        |
| Impiegati     | 5,9        | 4,5        | 5,7        |
| Operai        | 6,0        | 12,8       | 8,4        |
| <b>Totale</b> | <b>5,9</b> | <b>9,3</b> | <b>6,6</b> |

<sup>6</sup> La formazione riguardante Salute e Sicurezza verrà approfondita nel paragrafo successivo.



# Salute e sicurezza sul lavoro

**GRI 403-1 | GRI 403-2 | GRI 403-3 | GRI 403-4 |  
GRI 403-5 | GRI 403-6 | GRI 403-8 | GRI 403-9 |  
GRI 403-10**

## La nostra priorità ogni giorno

Il benessere e la sicurezza delle persone è una priorità assoluta per noi: nonostante non sia presente un Sistema di Gestione per la Sicurezza dei Lavoratori, ci impegniamo a fornire un ambiente di lavoro sicuro, garantendo adeguata formazione e addestramento a tutti i reparti così che possano svolgere le proprie mansioni nella migliore gestione dei rischi. Monitoriamo con attenzione le nostre politiche e procedure sulla salute e sicurezza sul lavoro, agendo costantemente per ridurre al minimo i pericoli sul posto di lavoro.

La nostra attenzione al tema si formalizza nella **Politica sulla Sicurezza** contenente i **principi guida** che ci impegniamo a seguire, in conformità agli artt.28 e 30 del D. Lgs 81/08; questi mirano a:

- rispettare tutte le leggi e i regolamenti in materia di salute e sicurezza sul lavoro;
- eliminare e/o ridurre i potenziali pericoli sul lavoro;
- curare costantemente ambienti, macchinari e dispositivi di protezione;

- utilizzare le migliori tecnologie e pratiche per ottimizzare i processi aziendali e assicurare un ambiente di lavoro sano e salubre.

### VALUTAZIONE DEI RISCHI

Attraverso la redazione e il continuo aggiornamento del Documento Valutazione Rischi (DVR), conduciamo un'attenta valutazione dei rischi per la sicurezza e la salute dei lavoratori, considerandone la probabilità di accadimento e la gravità in base alle diverse mansioni e ai singoli reparti. Oltre a valutare i rischi generici connessi alle ordinarie attività d'impresa (stress, affaticamento, rischi ergonomici, ecc.), consideriamo attentamente i rischi specifici del nostro ambito, tra cui l'esposizione a sostanze tossiche, irritanti o allergeniche durante la produzione, il confezionamento e la manipolazione dei prodotti (rischio chimico) o ancora, rischi legati alla gestione di specifici macchinari e apparecchiature; questi sono classificati e monitorati rispetto alle mansioni e ai diversi reparti operativi, al fine di individuarne le relative cause e prendere misure adeguate volte a prevenirle.



## FORMAZIONE SSL

**508**

ore totali di formazione erogate

**98**

dipendenti coinvolti

**14**

corsi erogati

## L'impatto sui dipendenti

### PARTECIPAZIONE E PROMOZIONE ATTIVA

La promozione di una cultura della sicurezza è uno dei nostri principi guida fondamentali. Condividiamo valori e buone pratiche, incoraggiando comportamenti responsabili. Il nostro obiettivo è preservare l'integrità fisica e mentale di ciascun dipendente. Coinvolgiamo i lavoratori in diversi modi, tra cui addestramenti iniziali sulla sicurezza, riunioni periodiche, relazioni su incidenti e infortuni, bacheche informative e consultazioni con i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS). In ottica di sensibilizzazione nei confronti dei dipendenti sulla prevenzione e la gestione della salute, li incentiviamo ad aderire al Fondo FASCHIM.

### FORMAZIONE IN MATERIA DI SALUTE E SICUREZZA

Al fine di creare e condividere una cultura aziendale sulla salute e sicurezza sul lavoro, eroghiamo costantemente formazione sul tema. Durante il 2022 abbiamo erogato 508 ore di formazione sulla salute e sicurezza, coinvolgendo 98 risorse; nello specifico si è trattato di corsi di formazione e addestramento in entrata per i neoassunti, formazione generale e specifica, di cui all'accordo Stato-Regioni, gestione dell'emergenza e piano

di primo soccorso e formazione ai carrellisti. Ci siamo inoltre dedicati agli aggiornamenti sui rischi specifici aziendali.

### SERVIZIO DI MEDICINA DEL LAVORO

Abbiamo nominato il Medico competente che si occupa di visite mediche periodiche e ispezioni dei luoghi di lavoro; tale figura partecipa alla redazione del Documento di Valutazione dei Rischi e provvede a comunicarne i risultati durante la riunione annuale con il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS).

### INFORTUNI SUL LAVORO E MALATTIE PROFESSIONALI

Nel corso del 2022 si sono verificati due incidenti sul lavoro di entità non grave<sup>7</sup> che, rapportati al numero di ore lavorate, generano un tasso di infortuni sul lavoro pari a 11,8, come dettagliato nella tabella che segue. Non si sono registrate malattie professionali durante l'anno.

<sup>7</sup> I due incidenti sul lavoro fanno riferimento, nel primo caso a un inciampo accidentale su un pallet vuoto depositato a terra che ha previsto un periodo di assenza dal lavoro di 5 giorni; nel secondo caso, il dipendente ha registrato una lesione oculare a seguito del travaso di un fusto di soda caustica dopo aver rimosso gli occhiali di protezione, che ha previsto 37 giorni di assenza lavorativa.

## Tasso di infortuni sul lavoro registrabili

**2022**

### Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili

**2**

Caduta e scivolamento

**1**

Irritazione oculare

**1**

N° di ore lavorate

169.702

### Tasso di infortuni sul lavoro registrabili

**11,8**



# Responsabilità sociale: l'impegno oltre i confini organizzativi

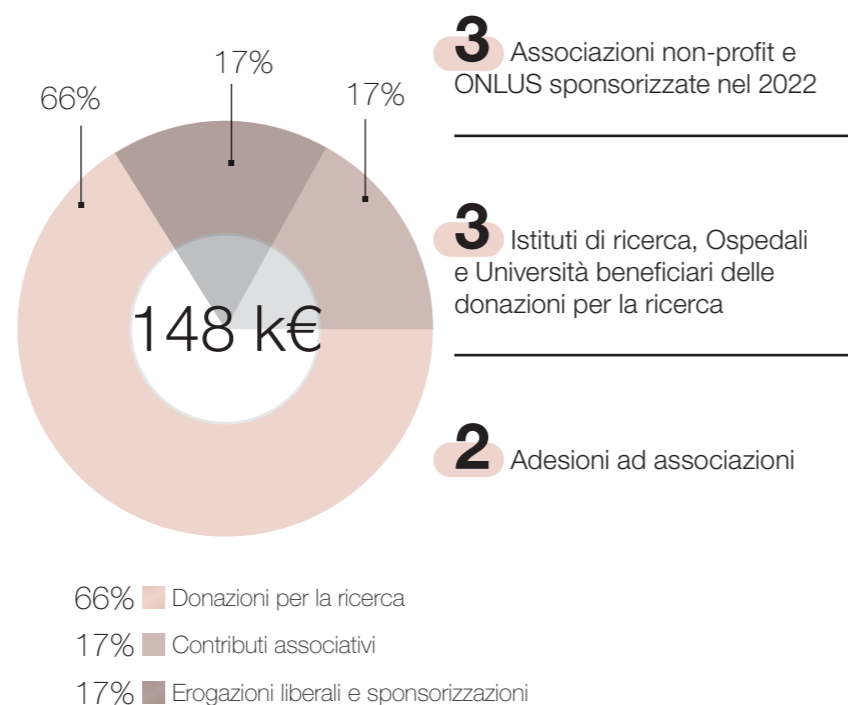
GRI 2-28

## Le relazioni con la comunità, le azioni per il territorio

La cura verso le persone si estende al di fuori della comunità aziendale ed è parte integrante del nostro modo di essere e fare impresa. Abbiamo a cuore e rispettiamo il territorio che ci circonda, motivo per cui realizziamo diverse iniziative con l'obiettivo di contribuire alla distribuzione di valore. Realizziamo queste attività attraverso la creazione di partnership durature nel tempo, mediante donazioni e sponsorizzazioni e attraverso iniziative specifiche per le persone e l'ambiente.

I progetti di ricerca e sviluppo rappresentano il cuore pulsante delle nostre iniziative di responsabilità sociale. La nostra visione ruota intorno alla bellezza, intesa come unicità, come valorizzazione delle differenze, come fonte d'ispirazione; la bellezza delle persone, della qualità, degli ambienti, dei luoghi. Un valore che guida le nostre scelte, in quanto in grado di intrecciarsi perfettamente alla filosofia che portiamo avanti da sempre; ci concentriamo affinché le nostre attività

## DISTRIBUZIONE DEL VALORE ALLA COMUNITÀ - 2022



Report di Sostenibilità 2022



possano incidere positivamente sulla vita delle persone, sulla salute e il benessere della comunità. Il nostro impegno è rafforzato dal coinvolgimento di importanti istituti di ricerca e organizzazioni benefiche, con cui puntiamo a contribuire nell'avanzamento di progetti inerenti alla salute della pelle e della persona.

Nel 2015 abbiamo sostenuto la **campagna Frecciarosa** della ONLUS **Incontradonna**, mirata alla prevenzione dei tumori al seno, allo scopo di sensibilizzare le donne sul valore della prevenzione e della diagnosi precoce.

Nel 2016 abbiamo supportato **ONDA**, l'Osservatorio Nazionale sulla Salute della Donna, contribuendo a informare e sensibilizzare le donne sull'importanza di condurre uno stile di vita sano.

Nel 2018 abbiamo sostenuto **l'Associazione Italiana Ricerca Cancro** (AIRC) per finanziare la ricerca e sensibilizzare la popolazione sui comportamenti necessari per contrastare i tumori della pelle.

Nel 2020 abbiamo contribuito al sostegno della ricerca contro il melanoma, una delle forme più gravi di cancro della pelle, attraverso la **Fondazione Umberto Veronesi**.

Nel 2021 abbiamo finanziato la creazione di un'applicazione sviluppata dalla Lega Italiana per la **Lotta contro i Tumori** (LILT), con l'obiettivo di sensibilizzare gli italiani sulla corretta esposizione al sole e sostenere la prevenzione del melanoma.

Nel 2023 abbiamo finanziato una borsa di studio finalizzata alla ricerca sulle patologie legate all'alopecia presso **l'Università La Sapienza** di Roma.

Report di Sostenibilità 2022



## LA TUTELA DELL'AMBIENTE MARINO

Siamo consapevoli di quanto il mare sia la linfa vitale del nostro pianeta, responsabile della produzione del 50% dell'ossigeno e dell'assorbimento di circa un terzo della CO<sub>2</sub> in eccesso nell'atmosfera. Il mare è un nostro alleato nella mitigazione dei cambiamenti climatici, nonché un pilastro di sostentamento per la popolazione mondiale. È necessario mettere in atto azioni che proteggano l'ambiente marino così da garantirne la funzionalità e la produttività e, al contempo, preservarne la salute.

Le nostre iniziative a favore dello sviluppo sostenibile hanno preso forma con il progetto **"UN MARE DI STELLE"**, realizzato in collaborazione con l'associazione **Worldrise ONLUS**, con l'ambizioso obiettivo di contribuire alla riforestazione marina.

L'associazione Worldrise è stata fondata nel 2013 e da allora rappresenta una forza trainante nella conservazione e nella valorizzazione dell'ambiente marino. Il suo obiettivo è sensibilizzare ed educare le persone sull'importanza del nostro mare, un ecosistema straordinario che ospita una vasta biodiversità.

Nel 2022 abbiamo collaborato con Worldrise nel progetto *"Un mare di stelle"* che prevede la salvaguardia di gorgonie e loro ospiti, le stelle marine. Il nostro supporto prevede l'identificazione e la geolocalizzazione fotografica di cinque diverse specie di stelle marine, alcune delle quali poco conosciute ma di estrema importanza naturalistica; un percorso con cui promuoviamo la conoscenza del mare, sottolineando l'importanza

delle Aree Marine Protette come luoghi privilegiati per l'avvistamento di queste specie. Le stelle marine svolgono un ruolo fondamentale come sentinelle del mare e sono molto sensibili all'inquinamento; essendo note alla popolazione più per la bellezza che per i benefici che generano, molto spesso sono catturate per essere utilizzate come ornamento.

Il nostro sostegno avviene mediante attività di monitoraggio e recupero di rifiuti e reti fantasma nelle zone densamente popolate di gorgonie a Capo Mortola e Golfo Aranci. Le reti perse rappresentano una minaccia costante per l'ecosistema marino, in quanto danneggiano il fondale e intrappolano organismi marini. Le gorgonie, conosciute come "ventagli di mare" a causa della loro forma arborescente, creano vere e proprie foreste sottomarine che fungono da rifugio e fonte di cibo per centinaia di specie diverse. Le complesse operazioni di recupero delle reti consentono di liberare questi organismi straordinari, preservando così il ricco patrimonio marino che li circonda.



Report di Sostenibilità 2022



Nel 2023 rinnoveremo la collaborazione con Worldrise: saremo supporting partner della **Campagna 30x30 Italia** per proteggere il 30% dei mari entro il 2030. L'obiettivo della campagna è garantire la funzionalità e la produttività del Mare Nostrum attraverso una rete di Aree Marine "altamente e pienamente" Protette. Inoltre, supporteremo l'Area Marina Protetta di Portofino con il progetto AMPification di Worldrise, a sostegno della sensibilizzazione dei cittadini e delle comunità locali circa l'importanza delle Aree Marine Protette (AMP), tratti di mare in cui la biodiversità è tutelata in un'ottica di sviluppo sostenibile.



## EMPOWERMENT FEMMINILE: CON LE DONNE, PER LE DONNE

Il nostro impegno a favore dell'empowerment femminile si estende oltre l'azienda. Abbiamo sostenuto, e continuiamo a sostenere, importanti progetti di Responsabilità Sociale.

Consapevoli di quanto sia importante promuovere il rispetto e la sicurezza delle donne nella società, nel 2015 abbiamo offerto il nostro sostegno alla campagna **"Pagina Bianca"** dell'ONLUS FareXBene con l'obiettivo di sensibilizzare la popolazione contro ogni forma di violenza e abuso sulle donne.

Nel 2019 abbiamo istituito il premio **"BioNike Award"** a sostegno dell'imprenditorialità femminile. Questa iniziativa ha portato alla luce storie di donne straordinarie che hanno creduto nei propri sogni e con determinazione, coraggio e passione li hanno trasformati in realtà; un'occasione speciale in cui sono emerse le loro spiccate capacità imprenditoriali. La vincitrice ha ricevuto come premio un importante sostegno economico per lo sviluppo della sua attività. Per il 2023 abbiamo pianificato il nostro sostegno alla campagna **"Women for Women against Violence"**, un progetto volto a contrastare la violenza di genere e a promuovere la prevenzione del tumore al seno.

Riconosciamo la necessità di un impegno costante per creare un mondo più sicuro e sostenere la salute delle donne. Le iniziative che mettiamo in campo per promuovere e sostenere l'empowerment femminile fanno parte della nostra missione e dei principi che portiamo avanti con impegno e costanza, non solo nei confronti delle donne presenti nella nostra azienda, bensì nell'intera società. Siamo orgogliosi di poter contribuire al progresso e al benessere delle donne, e a creare un mondo in cui si sentano più sicure e protette.



BioNike Award  
Premio all'imprenditorialità femminile

Report di Sostenibilità 2022



## ARTE E SPORT: DIAMO FORMA ALLE EMOZIONI

L'arte è bellezza, che a sua volta è rispetto dell'arte. **Sosteniamo l'arte in tutte le sue forme:** come promotrice del cambiamento, come veicolo di messaggi di uguaglianza, come spinta alle emozioni, come espressione di creatività, come manifestazione di amore e gentilezza. Negli anni abbiamo sponsorizzato mostre, teatri e restauri.

Come leader italiani della dermocosmesi in farmacia siamo stati "Sponsor Ufficiale e Beauty Partner" della Nazionale di Ginnastica Ritmica, le Farfalle Azzurre. Le **Farfalle Azzurre**, medaglia di bronzo agli ultimi Giochi Olimpici di Tokyo, sono un simbolo di eccellenza italiana. La loro performance è un connubio perfetto tra eleganza, talento e bellezza; una bellezza che prende forma attraverso ogni singolo movimento, una perfetta espressione che coniuga gesto tecnico e artistico.

La partnership con le ginnaste della squadra nazionale è nata in modo naturale nel 2020, anno in cui abbiamo celebrato il sessantesimo anniversario di BioNike come leader della dermocosmesi in farmacia.



Report di Sostenibilità 2022

## ADESIONE AD ASSOCIAZIONI

Nel 2022 abbiamo deciso di aderire alla tavola rotonda sull'olio di palma sostenibile (**RSPO**): le materie prime provenienti da olio di palma sono state sostituite – ove possibile in termini di reperibilità - con analoghe materie prime, certificate RSPO, provenienti da fonti certificate come sostenibili.

Come membri di **Cosmetica Italia**, collaboriamo e condividiamo le nostre conoscenze all'interno del settore cosmetico.



Report di Sostenibilità 2022





RISPETTO PER  
L'AMBIENTE:  
RESPONSABILI  
DALLE ORIGINI



# Gli impatti ambientali: il nostro piano d'azione

Uno degli aspetti su cui ci concentriamo costantemente è la compatibilità ambientale dei nostri prodotti, lungo tutto il loro ciclo di vita, agendo in una visione di miglioramento continuo. Le nostre scelte sono dettate da un'attenzione meticolosa nella formulazione dei prodotti, nel monitoraggio delle risorse impiegate e degli impatti ad esse collegati. La nostra vocazione sostenibile e responsabile ci guida verso un percorso in cui vogliamo ricoprire una posizione di rilievo nell'economia rigenerativa, in cui lo sviluppo umano e la tutela della natura possano coniugarsi e vivere in sintonia, per il benessere delle persone e del pianeta.

L'attenzione alla sostenibilità non coinvolge solo i processi produttivi, ma anche il prodotto stesso; una sensibilità maturata insieme alla consapevolezza e alle aspettative del consumatore, che cerchiamo sempre di soddisfare. Da circa un anno abbiamo condiviso un **"manifesto della sostenibilità"** in BioNike, in cui raccontiamo le azioni maggiormente responsabili intraprese, in termini di packaging e di scelta delle materie prime.

In linea con le tematiche ambientali individuate come materiali e le richieste dello standard GRI utilizzato, riportiamo le nostre performance ambientali inerenti all'impiego dei materiali e dei rifiuti connessi, del consumo di energia e delle emissioni di GHG. Le performance e i progressi presentati rappresentano solo l'inizio del nostro impegno a favore della sostenibilità; il nostro piano d'azione per il breve e il lungo periodo prevede l'adozione di misure volte a ridurre il nostro impatto ambientale e a promuovere una cosmesi maggiormente responsabile.

La gestione delle risorse nel rispetto della natura

**GRI 2-27 | GRI 306-3 | GRI 306-4 | GRI 303-3 |  
GRI 303-4 | GRI 303-5 | GRI 306-5**

## FORMULAZIONE: OBIETTIVO ZERO MICROPLASTICHE

L'inquinamento da plastica è una delle principali sfide ambientali, che coinvolge istituzioni, governi, imprese e privati; negli ultimi anni le azioni intraprese al fine di ridurre questo problema si sono intensificate, facendo aumentare la consapevolezza riguardo all'urgenza di dover agire. L'attenzione non è rivolta solo agli imballaggi, al monouso, ma anche alle microplastiche, particelle solide composte da polimeri e additivi, insolubili in acqua con dimensioni inferiori a 5 mm<sup>8</sup>.

Negli anni l'uso di microplastiche ha comportato un notevole impatto ambientale, con valori stimati intorno alle 176.000 tonnellate rilasciate nelle acque superficiali europee a causa dell'usura e circa 42.000 tonnellate rilasciate nell'ambiente attraverso un'ampia varietà di prodotti, quali fertilizzanti, fitosanitari, cosmetici, detergenti industriali e per la casa, prodotti per la pulizia, vernici, riempimenti granulari utilizzati nei campi in erba sintetica.

Anche nel settore cosmetico, le microplastiche sono state ampiamente utilizzate, in particolare negli scrub, negli esfolianti, nei dentifrici, nei prodotti solari e nel make-up; la loro diffusione riguarda i prodotti leave-on (non a risciacquo) e rinse-off (a risciacquo).

Con la legge 205/2017 è stato reso attuativo il divieto di utilizzo delle microplastiche nei *rinse-off*, contribuendo in maniera significativa alla riduzione di questo tipo di inquinamento in Italia.

Una spinta ulteriore è stata determinata dalle severe sanzioni applicate: a livello europeo è stato evidenziato come in un periodo di 5 anni si sia verificato un calo pari circa al 98% dell'utilizzo di microsferi nei prodotti esfolianti e a risciacquo, una chiara dimostrazione di quanto l'intero settore sia impegnato nella riduzione dell'impatto e del danno ambientale causato dalle microplastiche, in una visione sempre più green del mondo della cosmesi. Le microplastiche possono

rilasciare emissioni nelle acque reflue, raggiungendo facilmente il mare e le specie acquatiche; in considerazione, quindi, dell'impatto ambientale causato dalle microplastiche è stato introdotto il divieto di utilizzarle nei cosmetici a risciacquo. Il divieto ha generato una significativa riduzione dell'uso di microplastiche nei prodotti cosmetici in Europa, riflettendosi su una crescente sensibilità verso la sostenibilità ambientale da parte dell'industria cosmetica.

Il problema della presenza di microplastiche nei prodotti cosmetici rappresenta una priorità su cui sentiamo di dover agire nel rispetto della natura e delle persone. Il potenziale di emissione di microplastiche presenti nei cosmetici rappresenta meno del 2% di tutte le microplastiche in ambiente<sup>9</sup>; tuttavia, al fine di identificare valide alternative ai polimeri potenzialmente classificabili come microplastiche, ancor prima che il **Regolamento n. 2023/2055 entrasse in vigore**,

<sup>8</sup> ECHA – European Chemical Agency.



abbiamo intrapreso un significativo **percorso di ricerca formulativa per escluderne l'utilizzo nelle formulazioni dei nuovi prodotti e in quelle dei prodotti esistenti.**

Gli ultimi aggiornamenti normativi hanno infatti alzato il sipario su una nuova fase che mette fine all'utilizzo delle microplastiche nei prodotti cosmetici. Durante il periodo di rendicontazione del presente report, il panorama dei prodotti contenenti microplastiche ha visto un cambiamento radicale.

Il provvedimento è entrato in vigore il 17 ottobre 2023 e vieta l'utilizzo delle microparticelle polimeriche sintetiche (Synthetic Polymer Microparticles - SPM) dalle formulazioni dei prodotti cosmetici secondo il seguente calendario dei tempi di attuazione:

- cosmetici RINSE OFF dal 17 ottobre 2027;
- cosmetici LEAVE ON dal 17 ottobre 2029,
- prodotti MAKE UP dal 17 ottobre 2035.

Il nostro impegno in questa direzione risale al **2020**, quando, guidati da un crescente senso di responsabilità, abbiamo **eliminato le particelle di microplastiche dai nostri prodotti scrub,**

sostituendole con microgranuli di cellulosa, cera di jojoba o perlite minerale. Ancora nel **2020**, abbiamo **escluso completamente l'uso potenziale di microplastiche nello sviluppo di tutti i prodotti di nuova creazione ove possibile, lavorando contestualmente anche per l'eliminazione dalle formulazioni dei prodotti attualmente in vendita:** ad oggi il 70% dei prodotti BioNike non contiene microplastiche.

Ciò dimostra il nostro ruolo di pionieri nell'anticipare e abbracciare le normative emergenti a favore di un futuro più sostenibile.

Questi **obiettivi** rientrano in un piano d'azione virtuoso e lungimirante per il quale lavoriamo per poter contribuire a uno sviluppo sempre più sostenibile; il nostro intento è migliorare l'impatto ambientale dei prodotti lungo tutto il loro ciclo di vita.

## OBIETTIVI

### Entro il 2024

**ci poniamo l'obiettivo di eliminare dal 100% dei prodotti a risciacquo gli ingredienti classificabili come microplastiche come da Regolamento n. 2023/2055.**

### Entro il 2025

**il 100% delle formulazioni skin care viso e corpo e delle fotoprotezioni non conterrà ingredienti classificabili come microplastiche come da Regolamento n. 2023/2055.**

### Entro il 2027

**intendiamo eliminare da tutte le formulazioni make-up gli ingredienti classificabili come microplastiche, sostituendoli con alternative dal minore impatto ambientale - come i cosiddetti biopolimeri - come da Regolamento n. 2023/2055.**

## LA RICERCA AL SERVIZIO DELLA SOSTENIBILITÀ: IL PERCORSO SCIENTIFICO DI DEFENCE SUN

Nell'ambito formulativo, il nostro credo si concretizza nel crescente impegno di combinare sapientemente gli elementi e le materie prime, con uno sguardo rivolto allo sviluppo sostenibile dell'ambiente. Il nostro laboratorio di ricerca lavora costantemente per migliorare le formulazioni a tutela della biodiversità.

Da questa consapevolezza sono nate le nuove fotoprotezioni **Defence Sun** concepite nel rispetto dell'ambiente marino.

Le formule dei solari DEFENCE SUN<sup>10</sup> sono **testate compatibili con l'ecosistema marino attraverso un test eco-tossicologico condotto da un prestigioso istituto di ricerca indipendente specializzato in studi di ecotossicologia, su 3 specie rappresentative della biodiversità marina** del mar Mediterraneo e appartenenti a diversi livelli trofici funzionali (fitoplancton, zooplankton). **I risultati dimostrano per le formule DEFENCE SUN assenza di tossicità per l'ambiente acquatico.**

Inoltre, i **filtri UV** contenuti nelle nuove formule DEFENCE SUN sono il risultato di una **rigorosa selezione**, sulla base della compatibilità cutanea e dell'**elevato rispetto della biodiversità marina.**

<sup>10</sup> Escluse le referenze DEFENCE SUN: Stick SPF50+, Spray (bambola) SPF50+, Spray (bambola) SPF 30, Baby&Kid Spray (bambola) SPF50+.



Per questo, le nostre formule sono:

- senza OXYBENZONE e OCTOCRYLENE: filtri UV talvolta responsabili di intolleranza cutanea;
- senza OCTINOXATE\*: efficiente filtro UVB ma poco compatibile con l'ecosistema marino;
- senza FILTRI NANO: le nano-particelle di filtri minerali – biossido di Titanio, ossido di Zinco sono causa di bio-accumulo con effetti dannosi sull'ecosistema marino.

I filtri sono inoltre presenti nelle formulazioni in concentrazione ottimizzata grazie a **SPF BOOSTER**, polimero che amplifica l'efficacia filtrante: a parità di SPF consente di diminuire la percentuale di filtri in formula.



**PACKAGING: BUONE PRATICHE E PROGETTO ECO-PACK**

La nostra filosofia si basa su solidi principi che si riflettono sulle buone pratiche che mettiamo in atto. In merito al packaging promuoviamo elementi come qualità e sicurezza: crediamo nella praticità e nell'esperienza positiva offerta ai consumatori finali e al contempo ci impegniamo a evitare sprechi di risorse e materiali. Ogni giorno lavoriamo affinché vi sia un continuo miglioramento nei processi di produzione e di imballaggio, al fine di contenere i consumi delle risorse di input.

La crescente attenzione al tema dell'**economia circolare**, fortemente sentita nel settore in cui operiamo, richiama il nostro dovere ad agire. In coerenza con la nostra filosofia e l'esigenza del settore, nel 2021 abbiamo lanciato il **progetto Eco-Pack**, espressione dell'impegno nei confronti di alcuni dei pilastri dell'economia circolare: **Riciclare, Riutilizzare, Ridurre**.

La misura più efficace volta a ridurre l'impatto ambientale del packaging risiede nel **limitare la quantità di materiali utilizzati**. In BioNike riduciamo il packaging superfluo, assicurandoci che ogni componente sia in grado di preservare la qualità e la sicurezza dei nostri prodotti. La riduzione dei materiali contribuisce a diminuire il consumo di risorse, l'energia richiesta per la produzione a monte e la quantità di rifiuti generati.

**Prediligiamo packaging proveniente da materiale riciclato e/o con più alte proprietà di riciclabilità e riutilizzo**; in tale contesto abbiamo strategicamente ripensato ai nostri prodotti, promuovendo l'impiego di materiali a minor impatto ambientale, con l'obiettivo di massimizzare l'utilizzo dei materiali esistenti, riducendo così la domanda di nuove risorse e la quantità di rifiuti destinati a smaltimento.

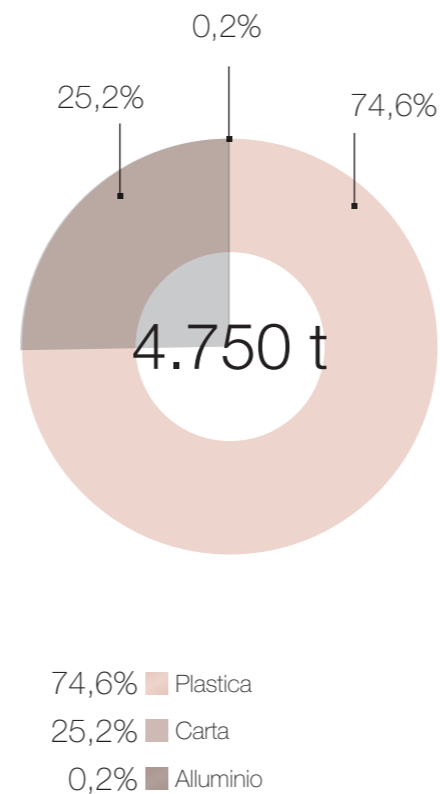
Di seguito riportiamo le principali tappe del nostro progetto Eco-Pack, i risultati raggiunti e gli obiettivi prefissati.

Dal **2021**, la plastificazione degli **astucci** è stata sostituita con **laminati riciclabili e biodegradabili**. **Utilizziamo termoformati in polpa di carta 100% riciclabile e abbiamo rimosso il cellophane protettivo**. Mediante queste iniziative abbiamo ridotto il consumo di materiali di circa 6 tonnellate (4,5 tonnellate di plastica vergine e 1,5 tonnellate di cellophane). Ad oggi, circa il **78% dei nostri packaging è completamente riciclabile**; le uniche eccezioni riguardano le pompe multimateriali, i tubi multimateriali, gli stick e gli applicatori multimateriali.

Nel **2022** abbiamo utilizzato **materiali riciclati (plastica e alluminio) per tutti i nostri flaconi di prodotti di detersione viso, corpo**

**e capelli, di fotoprotezione e di trattamento corpo**. Attualmente, tutti i nostri **astucci** sono realizzati con carta **riciclata o certificata FSC<sup>11</sup>**, con cui ne garantiamo la provenienza e la tracciabilità.

**PACKAGING RICICLATO**



Questi sforzi ci hanno consentito di raggiungere un importante traguardo **riducendo del 54% l'impiego di materiali vergini per i pack dei nostri prodotti**, in particolare risparmiando **55 tonnellate di plastica vergine** con una conseguente riduzione dell'impatto ambientale in termini di emissioni prodotte. Complessivamente, nel 2022 abbiamo impiegato **4.750 tonnellate di materiale riciclato**, dove circa il 74,6% è rappresentato da plastica, seguita da carta (25,2%) e alluminio (0,2%). Coerentemente con il nostro approccio scientifico, per rafforzare la solidità dei nostri impegni sul tema, abbiamo intrapreso il percorso di **Carbon Footprint di Organizzazione<sup>12</sup>** che, supportato da norme internazionali ISO, ci consentirà di creare una solida baseline su cui calcolare e certificare l'impatto in termini di riduzione delle tonnellate di CO<sub>2</sub> prodotte provenienti dalle nostre iniziative sul packaging.



**2021**

- 1.5 t cellophane
- 4.5 t plastica vergine impiegata

- Eliminazione dell'uso del cellophane come protezione degli astucci, riducendo i consumi di 1,5 tonnellate.
- Eliminazione totale della plastificazione dagli astucci attraverso l'impiego di laminati ecologici completamente riciclabili e biodegradabili, termoformati in polpa di carta al 100% e conseguente riduzione della plastica vergine di 4.5 tonnellate rispetto al 2020.

**2022**

- 54% materiali vergini impiegati
- 55 t plastica vergine impiegata

- Utilizzo di materiali riciclati (plastica e alluminio riciclati) per tutti i flaconi di prodotti di detersione e conseguente riduzione del 54% nell'utilizzo di materiali vergini per i pack dei prodotti; immissione sul mercato di 55 tonnellate in meno di plastica vergine rispetto al 2021.
- Realizzazione di astucci con carta riciclata o certificata FSC.

**2023**

- 5.1 t carta impiegata
- 7 t plastica impiegata

- Eliminazione del foglietto illustrativo da tutti i prodotti viso, corpo, solari e make-up, riducendo l'utilizzo di 5.1 tonnellate di carta rispetto al 2022.
- Eliminazione dello sleever dai detergenti viso, corpo e prodotti per la detersione dei capelli, riducendo l'uso di plastica di 7 tonnellate.
- Realizzazione delle Trousse Make-up Glam & Green, caratterizzate da un eco-pack scomponibile e riciclabile.

**2024**

- 50% Plastica impiegata

- Utilizzo di nuovi eco-cap, tappi di flaconi e tubi pensati per ridurre l'utilizzo di plastica del 50%.

**2025**

- 90% pack riciclabile al 100%
- 85% materiali riciclati impiegati

- Riduzione graduale della quantità di plastica utilizzata per i flaconi, optando per packaging con grammature inferiori.
- 90% dei packaging 100% riciclabile.
- 85% di utilizzo di materiali riciclati nel packaging e conseguente riduzione della plastica vergine impiegata.
- Estensione dell'uso della plastica riciclata a pompe, etichette, sleever, e progressivamente anche ai pack make-up.
- Acquisto esclusivo di pompe in monomateriale (100% riciclabile) e realizzate in parte con materiale riciclato.
- Sviluppo di nuove tecnologie per tubi monomateriale (100% riciclabili).
- Massimizzazione dell'utilizzo di pack riciclabile per il make-up.

<sup>11</sup> (Forest Stewardship Council, marchio che attesta la provenienza da foreste gestite secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici).

<sup>12</sup> Si rimanda al paragrafo "Climate change, climate protection: la nostra impronta di carbonio" per ulteriori approfondimenti sul percorso intrapreso.



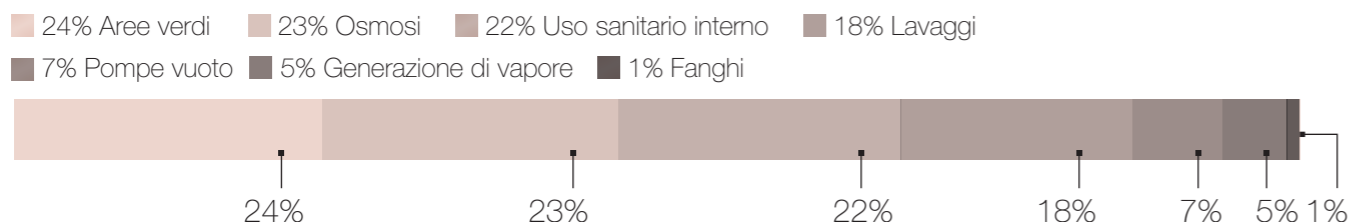
## UTILIZZO RAZIONALE DELLE RISORSE IDRICHE

L'acqua è una risorsa preziosa, che necessita di essere gestita in maniera responsabile. Nel nostro processo produttivo l'acqua, sotto forma di vapore, contribuisce fortemente alla qualità dei prodotti finiti; negli anni, abbiamo gestito diverse problematiche legate all'utilizzo delle risorse che ci hanno spinti a ripensare ai nostri processi e alle strategie di investimento, rafforzandone l'importanza del tema. Pertanto, abbiamo cura di gestirne l'impiego nel modo più efficiente possibile sia in termini di consumi sia di trattamenti.

Nelle soluzioni che adottiamo per il trattamento delle acque nella nostra struttura ci avvaliamo di tecnologie avanzate, tra cui un **dispositivo di osmosi inversa** che ci consente di utilizzare l'acqua, trattata come ingrediente principale, nelle formulazioni dei nostri prodotti; l'impianto, a valle di modifiche organizzative del ciclo produttivo, è stato rinnovato nel corso del 2022.

In termini di **approvvigionamento idrico**, preleviamo l'acqua da due fonti principali: l'acquedotto e il pozzo. Disponiamo di una fornitura idrica a uso esclusivo per gli uffici, collegata a un sistema di scarico fognario dedicato; l'altra fornitura è utilizzata per lo spegnimento degli incendi. I due pozzi sono utilizzati per il raffreddamento del processo produttivo e per il riscaldamento degli ambienti tramite pompe di calore.

## DESTINAZIONE DEL PRELIEVO IDRICO DA ACQUEDOTTO (m<sup>3</sup>)



Siamo consapevoli dell'importanza di trattare adeguatamente le acque residue generate nel processo industriale, per cui ci assicuriamo che gli **scarichi** siano gestiti in modo responsabile, nel rispetto dell'ambiente e delle normative vigenti. Il nostro refluo scaricato in fognatura deriva da diverse componenti, comprese le acque di lavaggio dei recipienti, il lavaggio dei reattori, il sistema di vuoto delle pompe e il refluo dell'impianto di osmosi inversa, considerato come parte dei reflui domestici.

Di seguito riepiloghiamo i volumi d'acqua prelevati e scaricati, e le relative ripartizioni.

## Bilancio idrico (m<sup>3</sup>)

| 2022                   |                |                                    |               |                                    |               |
|------------------------|----------------|------------------------------------|---------------|------------------------------------|---------------|
| <b>Prelievo idrico</b> | <b>517.945</b> | <b>Scarico idrico<sup>13</sup></b> | <b>12.532</b> | <b>Consumo idrico<sup>15</sup></b> | <b>10.847</b> |
| da pozzo               | 494.566        | da pozzo <sup>14</sup>             | 494.566       |                                    |               |
| da acquedotto          | 23.379         | da uso sanitario                   | 5.200         |                                    |               |
|                        |                | da uso industriale                 | 7.332         |                                    |               |

Al fine di favorire un approccio circolare anche nell'impiego delle risorse idriche, abbiamo intrapreso un importante investimento che, nel 2024, si concretizzerà nell'ampliamento dell'impianto di recupero e depurazione delle acque destinate ai lavaggi, al fine di ottimizzarne l'utilizzo.

<sup>13</sup> A seguito di analisi degli scarichi, l'acqua smaltita è caratterizzata sotto forma di rifiuti con il codice EER 06 05 03.

<sup>14</sup> Si stima che l'acqua prelevata dal pozzo, a seguito del suo utilizzo nel sistema di riscaldamento e raffreddamento, venga scaricata in egual quantità.

<sup>15</sup> Il consumo di acqua è dato dalla differenza tra il prelievo idrico totale e lo scarico di acqua totale.

## RIFIUTI E SCARTI: RACCOLTA, SMALTIMENTO, RECUPERO

La nostra azienda pone grande attenzione alla gestione dei rifiuti e degli scarti, riconoscendo gli impatti significativi che essi possono avere sull'ambiente. Per affrontare questa sfida in modo responsabile, abbiamo implementato diverse pratiche.

Monitoriamo attentamente il volume dei materiali utilizzati, al fine di valutare l'efficienza dei nostri processi e di identificare le opportunità da cogliere per ridurre il consumo di risorse. Partendo dal **packaging**, abbiamo sviluppato modalità di recupero e riciclo dei materiali impiegati nei nostri prodotti, promuovendo attività di economia circolare.

Coerentemente con la normativa vigente, ci siamo dotati di un sistema di monitoraggio interno che raccoglie informazioni dettagliate, tra cui il codice EER del rifiuto, le caratterizzazioni e la giacenza presunta prima del ritiro da parte dei trasportatori autorizzati.

I rifiuti generati dalle attività aziendali sono stoccati e depositati in aree specifiche.

La gestione e lo smaltimento dei rifiuti sono affidati a trasportatori e smaltitori autorizzati, in conformità con la legislazione provinciale. Ci avvaliamo del Modello Unico di Dichiarazione Ambientale (MUD) e del Formulario di Identificazione dei Rifiuti (FIR) per rendicontare le quantità di rifiuti prodotti nel corso dell'anno.

Nel 2022, Icim ha prodotto 639 tonnellate di rifiuti, di cui circa 38 tonnellate di rifiuti pericolosi e 601 tonnellate di rifiuti non pericolosi. Della quota di rifiuti non pericolosi, circa il **97% è stato recuperato**. Nelle tabelle seguenti presentiamo i dati relativi ai rifiuti smaltiti e recuperati dalla nostra azienda durante il 2022, classificati per tipologia e per destinazione:

## Rifiuti prodotti

| 2022           |               |               |               |
|----------------|---------------|---------------|---------------|
| Tipologia      | Quantità (t)  | Destinazione  | Quantità (t)  |
| Non pericolosi | 600,61        | Recupero      | 613,65        |
| Pericolosi     | 38,52         | Smaltimento   | 25,49         |
| <b>Totale</b>  | <b>639,13</b> | <b>Totale</b> | <b>639,13</b> |

Di seguito è indicato il dettaglio dei rifiuti prodotti dalla società, da cui emerge che il principale rifiuto prodotto è rappresentato dai fanghi derivanti dai residui produttivi e dagli scarti del packaging impiegato nel processo.

| EER           | Tipologia rifiuto  | Quantità (t)  | % on tot    |
|---------------|--|---------------|-------------|
| 060503        | fanghi prodotti dal trattamento in loco degli effluenti, diversi da quelli di cui alla voce 06 05 02 | 452,83        | 70,9%       |
| 150106        | imballaggi in materiali misti  | 74,22         | 11,6%       |
| 150101        | imballaggi in carta e cartone  | 52,96         | 8,3%        |
| 150110*       | imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose o contaminati da tali sostanze                  | 33,64         | 5,3%        |
| 190904        | carbone attivo esaurito  | 18,38         | 2,9%        |
| 070608*       | altri fondi e residui di reazione  | 2,26          | 0,4%        |
| 070608*       | altri fondi e residui di reazione  | 2,23          | 0,3%        |
| 160306        | rifiuti organici, diversi da quelli di cui alla voce 16 03 05  | 2,22          | 0,3%        |
| 070608*       | altri fondi e residui di reazione  | 0,40          | 0,1%        |
| <b>Totale</b> |  | <b>639,13</b> | <b>100%</b> |



## Energia: le iniziative adottate

### GRI 302-1

Nel nostro comparto produttivo l'energia svolge un ruolo cruciale e strategico.

La transizione verso fonti energetiche rinnovabili è di importanza vitale per la nostra azienda e per l'intero settore. L'efficienza energetica e l'adozione di energie rinnovabili possono generare significativi risparmi sui costi energetici, i quali possono essere reinvestiti nell'innovazione e in attività sostenibili. ICIM ha adottato una serie di iniziative finalizzate a migliorare la gestione dell'energia e a ridurre l'impatto ambientale.

Negli anni lo stabilimento produttivo di Lainate ha subito diversi in-

terventi di adattamento alle normative vigenti ed è stato protagonista di importanti investimenti in ottica di adeguamento strutturale alle GMP. Tali attività hanno riguardato sia il plant produttivo, in coerenza con il Sistema di Gestione della Qualità, sia i risparmi energetici e il miglioramento del mix energetico impiegato.

Siamo orgogliosi di poter affermare che **l'energia elettrica utilizzata nella sede di Lainate è completamente green**. In termini di approvvigionamento energetico, in anticipo sui tempi, dal 2016 ci siamo muniti di un **impianto fotovoltaico**, con una potenza di 346

kWp sullo stabilimento produttivo di Lainate; oltre all'autoconsumo proveniente dall'impianto fotovoltaico, l'energia prelevata dalla rete deriva da **fonti rinnovabili**.

Attualmente stiamo valutando dei progetti finalizzati alla riduzione dei requisiti energetici dei nostri prodotti e servizi; iniziativa che ci permetterà di offrire soluzioni più sostenibili ai nostri clienti.



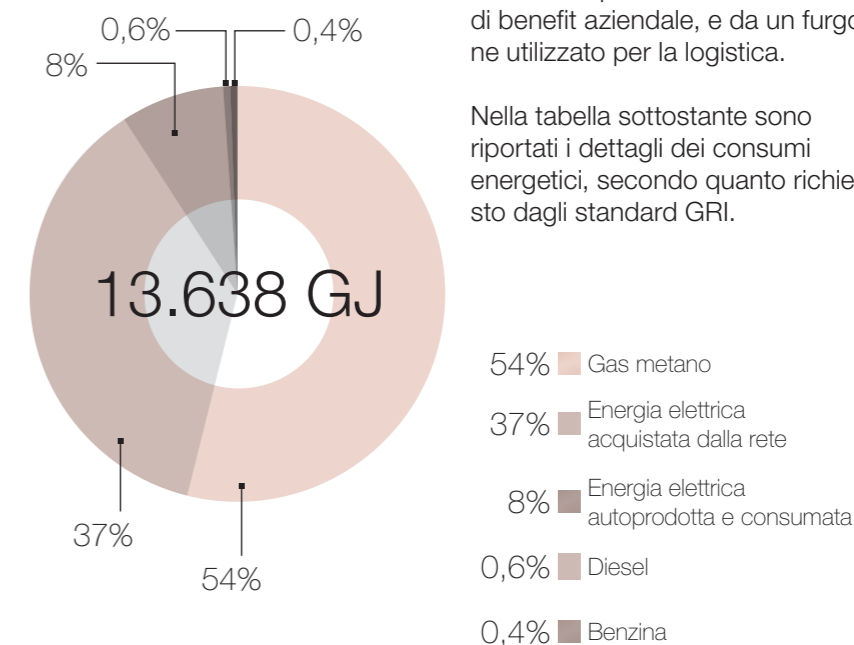
### CONSUMI ENERGETICI

Nel 2022 il totale dei consumi energetici interni all'organizzazione risulta pari a **13.638 GJ**.

Il grafico sottostante riproduce in valori espressi in percentuale, le differenti voci rientranti nell'energia consumata all'interno dell'organizzazione.

Considerando i vettori energetici impiegati, il gas metano si configura come quello maggiormente impattante sul totale dei consumi energetici del 2022, utilizzato per il riscaldamento delle sedi e la generazione di vapore; segue l'acquisto di energia elettrica dalla rete (37%); l'impianto fotovoltaico tramite cui autoproduciamo energia ha coperto circa l'8% del totale del fabbisogno energetico del 2022.

### VETTORI ENERGETICI



Infine, il consumo di carburante è impiegato per la flotta aziendale composta da un parco di quattro auto a uso promiscuo sotto forma di benefit aziendale, e da un furgone utilizzato per la logistica.

Nella tabella sottostante sono riportati i dettagli dei consumi energetici, secondo quanto richiesto dagli standard GRI.

### Consumi di energia interni all'organizzazione<sup>16</sup>

| 2022  |                 |              |                  |
|---|-----------------|--------------|------------------|
|   | UdM             | Consumo      | Consumo (GJ)     |
| <b>Consumo di gas metano (riscaldamento)</b>                    |                 |              |                  |
| <i>Gas metano</i>   | Sm <sup>3</sup> | 213.961      | 7.388,07         |
| <b>Consumo di energia elettrica</b>                             |                 |              |                  |
| <i>Energia elettrica acquistata dalla rete (media tensione)</i> | kWh             | 1.411.064,00 | 5.079,83         |
| <i>Energia elettrica autoprodotta e consumata<sup>17</sup></i>  | kWh             | 288.943,00   | 1.040,19         |
| <b>Carburante (flotta aziendale)</b>                            |                 |              |                  |
| <i>Diesel</i>   | l               | 2.165,90     | 77,06            |
| <i>Benzina</i>  | l               | 1.624,46     | 53,12            |
| <b>Totale energia consumata all'interno dell'organizzazione</b> |                 |              | <b>13.638,28</b> |

<sup>16</sup> Fonte dei fattori di conversione utilizzati:

Gas metano: Tabella 1 Delibera EEN 9/11

Energia elettrica: PCC 2021 GWP 100 Vers.1.00

Gasolio: Tabella 1 Delibera EEN 9/11 - EN ISO 3675

Benzina: Tabella 1 Delibera EEN 9/11 - ISO 1716.

<sup>17</sup> A questa si aggiungono 16.277,00 kWh non consumati e reimmessi in rete.



# Climate change, climate protection: la nostra impronta di carbonio

## GRI 305-1 | GRI 305-2

Le **emissioni di gas serra antropogeniche** - generate dall'attività dell'uomo - sono la principale causa del riscaldamento globale, un cambiamento climatico del tutto anomalo rispetto ai naturali cicli climatici terrestri. La capacità di risposta ai cambiamenti climatici attraverso l'adeguamento del proprio modello di business rappresenta un vero e proprio fattore competitivo, che si colloca come efficace azione strategica.

In linea con i valori e gli obiettivi di sostenibilità, consapevoli della necessità di dover attuare una strategia per poter contrastare il climate change, abbiamo formalizzato il nostro impegno avvalendoci dell'analisi e della rendicontazione del nostro impatto ambientale; quantificheremo le emissioni tramite uno studio certificato sulla base della norma UNI EN ISO 14064-1: 2019, il cui obiettivo è trasmettere un'istantanea dell'impronta climatica associata all'esercizio sulla base della nostra impresa, collegata in maniera diretta e indiretta al processo produttivo.

La **Carbon Footprint di Organizzazione** (CFO) consiste nella

quantificazione e nella rendicontazione delle emissioni di gas a effetto serra connesse all'Organizzazione.

Le emissioni in questione possono essere **dirette o indirette**: le prime sono quelle provenienti da fonti/sorgenti proprie dell'azienda o controllate dall'azienda stessa; le seconde, invece, sono emissioni indirettamente controllate dalla società, legate all'energia importata, ai trasporti, ai prodotti utilizzati e al loro fine vita.

Lo studio è stato condotto nel corso del 2023 sui dati del 2022 coerentemente con l'inizio del nostro percorso strategico e la redazione del presente Report; pertanto, i dati relativi alle emissioni prodotte sono presentati unicamente sulla base di quanto riscontrato per tale anno.

I dati emersi costituiscono dei valori di baseline che ci consentiranno di misurare le prestazioni nel tempo. In questo modo possiamo valutare in maniera rigorosa i potenziali scenari futuri di riduzione e mitigazione degli impatti.

<sup>18</sup> I riferimenti normativi adottati per lo sviluppo dello studio sono la norma UNI EN ISO 14064-1:2019: "Gas ad effetto serra - Specifiche e guida, al livello dell'organizzazione, per la quantificazione e la rendicontazione delle emissioni di gas ad effetto serra e della loro rimozione" ed il rapporto tecnico UNI ISO/TR 14069 "Gas ad effetto serra - Quantificazione e rendicontazione delle emissioni di gas ad effetto serra per le organizzazioni - Linee guida per l'applicazione della UNI EN ISO 14064-1".



Lo studio intrapreso ci ha consentito di identificare sei diverse categorie di emissioni della ISO 14064, riconducibili agli Scope 1, Scope 2 e Scope 3 del GHG Protocol. Le fonti di emissioni sono così suddivise:

### SCOPE 1

Emissioni dirette generate dalle operazioni dell'azienda

- Emissioni dirette di GHG:
  - *combustione da fonti fisse/stazionarie (consumo di gas naturale utilizzato per il riscaldamento o per il processo produttivo);*
  - *combustione da fonti mobili (consumo di carburante della flotta di veicoli di proprietà utilizzati per lo spostamento dei dipendenti e per il trasporto di merci all'interno e all'esterno degli stabilimenti);*
  - *perdite di gas refrigeranti.*

### SCOPE 2

Emissioni indirette derivanti da energia importata

- Emissioni indirette da energia importata (prelevata dalla rete).

### SCOPE 3

Altre emissioni indirette derivanti dall'attività a valle e a monte dell'Organizzazione

- Emissioni indirette da trasporti:
  - *logistica in ingresso (trasporto di materie prime e packaging, viaggi di andata e ritorno dei prodotti semilavorati);*
  - *logistica in uscita (trasporto dei prodotti finiti ai clienti, trasporto dei rifiuti aziendali verso i siti di trattamento);*
  - *viaggi aziendali dei lavoratori;*
  - *pendolarismo dei dipendenti.*

- Emissioni indirette dai prodotti utilizzati dall'Organizzazione:
  - *beni e servizi acquistati;*
  - *acquisto di beni capitali;*
  - *produzione e smaltimento di rifiuti liquidi e solidi;*
  - *parte upstream del carburante utilizzato nei mezzi aziendali di proprietà;*
  - *parte upstream di energia elettrica (produzione dei combustibili per generazione elettrica, perdita per trasmissione e distribuzione).*

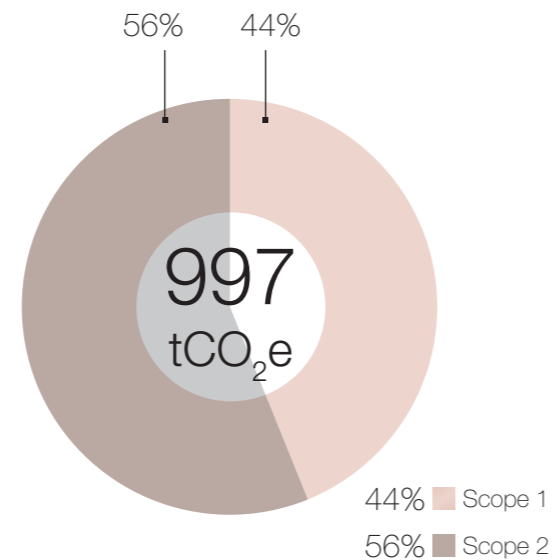
- Emissioni indirette da altre fonti.



**CARBON FOOTPRINT ORGANIZATION:  
I PRIMI RISULTATI DELLO STUDIO**

**RISULTATI  
SCOPE 1 & 2**

Alla luce dei dati raccolti fino a oggi, nel 2022 abbiamo prodotto **997 t CO<sub>2</sub>e<sup>20</sup>** relativamente allo Scope 1 e allo Scope 2; di queste, il 56% deriva dal consumo di energia elettrica (Scope 2) e il restante è riferibile alla combustione mobile e stazionaria (rispettivamente, l'impiego di gas metano per il riscaldamento e di combustibili che alimentano la flotta aziendale) che compongono lo Scope 1, esposti nel precedente paragrafo.



Nella tabella di seguito riportiamo uno spaccato delle emissioni appartenenti allo Scope 1 e allo Scope 2 secondo il GHG Protocol, a cui corrispondono le diverse categorie esplicitate dalla norma ISO 14064-1:2019. Valutiamo le nostre emissioni di GHG applicando entrambi i metodi previsti, market-based e location-based:

metodo market-based: richiede di determinare le emissioni GHG derivanti dall'acquisto di elettricità e calore considerando i fattori di emissione specifici comunicati dai nostri fornitori. Per gli acquisti di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili, si attribuisce un fattore emissivo pari a zero per quanto riguarda lo Scope 2;

metodo location-based: prevede di contabilizzare le emissioni derivanti dal consumo di elettricità, applicando fattori di emissione medi nazionali per l'acquisto di energia elettrica.

**Scope 1:  
Emissioni dirette  
di GHG**

|   | Valore di emissione GHG location-based (t CO <sub>2</sub> e) <sup>21</sup> | % tot        | Valore di emissione GHG market-based (t CO <sub>2</sub> e) |
|---|--|--------------|--|
| <b>1.1 Emissioni dirette da combustione stazionaria</b> |  |              |  |
| Consumi gas metano riscaldamento                        | 431,3  | 43,3%        | 431,3  |
| <b>1.2 Emissioni dirette da combustione mobile</b>      |  |              |  |
| Consumi gasolio mezzi aziendali                         | 5,8  | 0,6%         | 5,8  |
| Consumi benzina mezzi aziendali                         | 3,8  | 0,4%         | 3,8  |
| <b>Valore totale Scope 1</b>                            | <b>440,94</b>  | <b>44,2%</b> | <b>440,94</b>  |

**Scope 2:  
Emissioni indirette  
da energia importata**

|  | VALORE DI EMISSIONE GHG location-based (t CO <sub>2</sub> e) | % tot        | VALORE DI EMISSIONE GHG market-based (t CO <sub>2</sub> e) |
|--|--|--------------|--|
| <b>2.1 Emissioni indirette da consumo di elettricità importata</b> |  |              |  |
| Consumo di energia elettrica media tensione location based         | 555,7  | 55,8%        | 0,0  |
| <b>Valore totale Scope 2</b>                                       | <b>555,72</b>  | <b>57,5%</b> | <b>0,0</b>   |
| <b>Valore totale Scope 1 e 2</b>                                   | <b>996,66</b>  | <b>100%</b>  | <b>440,94</b>  |

<sup>19</sup> Alla data della redazione del presente documento, il calcolo delle emissioni legate allo Scope 3 risulta ancora in corso. I dati completi saranno oggetto del successivo periodo di reportistica.

<sup>20</sup> Il calcolo delle emissioni si riferisce alla somma delle tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente prodotte nel 2022, anno base. I gas inclusi nel calcolo sono CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> e N<sub>2</sub>O. L'approccio utilizzato è del controllo operativo e le metodologie utilizzate prevedono la consultazione dei database nazionali (ISPRA) e/o intergovernativi (DEFRA). Il GWP è il Global Warming Potential o "potenziale di riscaldamento globale". In questa analisi sono stati utilizzati i Global Warming Potentials riportati dall'IPCC (Fifth Assessment Report) e calcolati facendo riferimento a un intervallo temporale di 100 anni e uguali a 1 per i dati presenti in DEFRA.

<sup>21</sup> Fonte dei fattori di emissione utilizzati:

- Gasolio: Ecoinvent 3.9
- Benzina: DEFRA 2021 FUEL\_PETROL
- Gas metano: Gas Naturale Italia - Inventario nazionale UNFCCC 2021
- Energia elettrica: Ecoinvent 3.9.1 - electricity, high voltage, production mix | electricity, high voltage | Cutoff, U.



## EMISSIONI EVITATE

L'impiego di fonti energetiche rinnovabili rappresenta il nostro principale contributo diretto nella lotta contro i cambiamenti climatici. Lo facciamo attraverso l'approvvigionamento energetico dalla rete, certificato da **fonti rinnovabili** e attraverso **l'autoproduzione** di energia elettrica<sup>22</sup>.

Grazie a queste scelte nel 2022 abbiamo complessivamente evitato **670 tonnellate di CO<sub>2</sub>e**<sup>23</sup>. Di seguito riportiamo il prospetto in cui dettagliamo le emissioni evitate.

## Emissioni di CO<sub>2</sub> evitate 2022

| 2022  |   |
|---|---|
| Sottocategoria  | VALORE DI EMISSIONE GHG (t CO <sub>2</sub> e) |
| dall'acquisto di energia da fonti rinnovabili con Garanzie di Origine | 555,72  |
| da consumo di energia elettrica da fotovoltaico                       | 113,79  |
| <b>Totale</b>   | <b>669,52</b>                                 |

## MAPPATURA DEGLI SPOSTAMENTI CASA-LAVORO DEI DIPENDENTI

Tra le emissioni incluse nello Scope 3 vi rientrano anche quelle legate allo **spostamento casa-lavoro** dei dipendenti della società. In prospettiva dello studio di Carbon Footprint di Organizzazione, che verrà concluso nel 2023, abbiamo avviato un'analisi al fine di mappare gli spostamenti casa-lavoro che quotidianamente i nostri dipendenti compiono.

A valle dello studio di Carbon Footprint di Organizzazione avremo una chiara idea sulle emissioni di GHG prodotte; ciò ci consentirà di analizzare come intervenire al fine di agire in modo responsabile e ridurre gli impatti generati sull'ambiente.

Grazie alla condivisione di un **QR-Code** fornito da Tecno ESG Società Benefit S.r.l., abbiamo somministrato ai dipendenti un questionario anonimo con cui, attraverso domande semplici ed efficaci, abbiamo studiato la nostra mobilità aziendale.

<sup>22</sup> Tale categoria rientra tra le emissioni di Scope 3.

<sup>23</sup> Le emissioni evitate sono state calcolate come la differenza fra le emissioni che si sarebbero causate facendo ricorso all'acquisto di energia elettrica in rete e l'impatto zero che ha la produzione di energia elettrica da fotovoltaico come emissioni dirette.







## Verso un futuro più sostenibile: obiettivi virtuosi, azioni concrete

Con il nostro primo **Report di Sostenibilità** abbiamo potuto e voluto raccontare la nostra strategia di sostenibilità agli stakeholder, condividendo scelte, progetti, priorità, iniziative. La nostra storia è già proiettata al futuro, gli elementi che lo caratterizzeranno sono chiaramente delineati, perché conosciamo la direzione in cui vogliamo andare.

Gli obiettivi che abbiamo definito rispecchiano la volontà di consolidare i principi etici e responsabili del nostro business:

### MASSIMIZZAZIONE DEGLI STANDARD DI QUALITÀ

- *Mantenimento delle certificazioni in essere.*
- *Riduzione dei reclami in rapporto al numero di pezzi venduti.*
- *Ottimizzazione dei metodi produttivi in termini di tempo, qualità, consumi.*

### CERTIFICAZIONE UNI ISO 13485

- *Ottenimento della certificazione UNI ISO 13485 relativa alla produzione di dispositivi medici, nonostante la nostra azienda operi già in conformità di tale norma.*

### RIDUZIONE DELLE MICROPLASTICHE NELLE NOSTRE FORMULAZIONI

- *Riformulazione dei nostri prodotti secondo le tempistiche indicate nel Report, al fine di eliminare totalmente l'impiego di materiali che contengono microplastiche.*

### PACKAGING RESPONSABILE

- *Massimizzazione dell'impiego di materiali riciclati, riciclabili e riutilizzabili nel packaging dei nostri prodotti.*

### CARBON FOOTPRINT DI ORGANIZZAZIONE UNI EN ISO 14064-1:2019

- *Elaborazione di uno studio di Carbon Footprint di Organizzazione (CFO), secondo la norma UNI EN ISO 14064-1:2019, con l'obiettivo di misurare la nostra impronta ambientale riferita all'anno 2022 e analizzare i potenziali interventi di miglioramento.*

### INTERVENTI DI RECUPERO DELL'ACQUA

- *Installazione di un impianto di recupero delle acque nel 2024 per massimizzare, dove applicabile, il riutilizzo di acqua prelevata.*

### EMPLOYER BRANDING

- *Promozione di un'immagine positiva della società con l'obiettivo di reclutare e mantenere i migliori talenti, rafforzare la brand reputation di BioNike e del Gruppo Sodalis.*



# INDICE DEI CONTENUTI GRI E TABELLA DI CORRELAZIONE





Dichiarazione

ICIM S.r.l. ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 01/01/2022 – 31/12/2022 con riferimento agli Standard GRI.

**Utilizzato**

GRI 1 PRINCIPI FONDAMENTALI 2021

| Standard GRI | Informativa  | Pagina       |
|--------------|--|--------------|
| <b>GRI 2</b> | <b>INFORMATIVA GENERALE 2021</b>   |              |
| 2-1          | Dettagli organizzativi<br>Capitolo: Nota metodologica  | 8 - 20       |
| 2-2          | Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione<br>Capitolo: Nota metodologica   | 8            |
| 2-3          | Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto<br>Capitolo: Nota metodologica   | 8            |
| 2-6          | Attività, catena del valore e altri rapporti di business<br>Capitolo: La nostra idea di benessere<br>Paragrafo: I clienti: la nostra forza<br>Capitolo: Supply chain: una gestione consolidata | 20 - 34 - 36 |
| 2-7          | Dipendenti<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: La valorizzazione del capitale umano   | 66           |
| 2-9          | Struttura e composizione della governance<br>Capitolo: Governance e best practices: politiche, strategie e performance aziendali<br>Paragrafo: Struttura organizzativa e management            | 52           |
| 2-22         | Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile<br>Capitolo: Lettera agli stakeholder  | 10 - 45      |
| 2-27         | Conformità a leggi e regolamenti<br>Capitolo: Rispetto per l'ambiente: responsabili dalle origini  | 89           |
| 2-28         | Appartenenza ad associazioni<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: Responsabilità sociale: l'impegno oltre i confini organizzativi  | 80           |
| 2-29         | Approccio al coinvolgimento degli stakeholder<br>Capitolo: Senza filtri: il nostro percorso di sostenibilità<br>Paragrafo: Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder                        | 46           |
| 2-30         | Contratti collettivi<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: La valorizzazione del capitale umano   | 66           |
| <b>GRI 3</b> | <b>INFORMATIVE SU TEMI MATERIALI 2021</b>  |              |
| 3-1          | Processo di determinazione dei temi materiali<br>Capitolo: Senza filtri: il nostro percorso di sostenibilità<br>Paragrafo: Analisi di materialità interna: la nostra strategia                 | 43           |
| 3-2          | Elenco di temi materiali<br>Capitolo: Senza filtri: il nostro percorso di sostenibilità<br>Paragrafo: Analisi di materialità interna: la nostra strategia                                      | 43           |

**GRI 201 PERFORMANCE ECONOMICHE 2016**

|       |  |         |
|-------|--|---------|
| 201-1 | Valore economico direttamente generato e distribuito<br>Capitolo: Governance e best practices: politiche, strategie e performance aziendali<br>Paragrafo: Performance economiche | 56      |
| 201-4 | Assistenza finanziaria ricevuta dal governo<br>Capitolo: Governance e best practices: politiche, strategie e performance aziendali<br>Paragrafo: Performance economiche          | 36 - 56 |

**GRI 204 PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO 2016**

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 204-1 | Proporzione di spesa verso fornitori locali<br>Capitolo: La nostra idea di benessere<br>Paragrafo: I clienti: la nostra forza<br>Capitolo: Supply chain: una gestione consolidata | 36 |
|-------|---|----|

**GRI 205 ANTICORRUZIONE 2016**

|       |  |  |
|-------|--|--|
| 205-3 | Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese<br>Nel corso dell'esercizio 2022 non si sono verificati casi di corruzione accertati |  |
|-------|--|--|

**GRI 206 COMPORTAMENTO ANTICONCORRENZIALE 2016**

|       |  |  |
|-------|--|--|
| 206-1 | Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche<br>Nel corso dell'esercizio 2022 non ci sono state azioni legali riguardanti il comportamento anti-competitivo e violazioni di leggi antitrust |  |
|-------|--|--|

**GRI 302 ENERGIA 2016**

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 302-1 | Energia consumata all'interno dell'organizzazione<br>Capitolo: Rispetto per l'ambiente: responsabili dalle origini<br>Paragrafo: Energia: le iniziative adottate | 96 |
|-------|--|----|

**GRI 303 ACQUA E SCARICHI IDRICI 2018**

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 303-3 | Prelievo idrico<br>Capitolo: Rispetto per l'ambiente: responsabili dalle origini<br>Paragrafo: La gestione delle risorse nel rispetto della natura  | 89 |
| 303-4 | Scarico di acqua<br>Capitolo: Rispetto per l'ambiente: responsabili dalle origini<br>Paragrafo: La gestione delle risorse nel rispetto della natura | 89 |
| 303-5 | Consumo di acqua<br>Capitolo: Rispetto per l'ambiente: responsabili dalle origini<br>Paragrafo: La gestione delle risorse nel rispetto della natura | 89 |

**GRI 305 EMISSIONI 2016**

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 305-1 | Emissioni dirette di GHG (Scope 1)<br>Capitolo: Rispetto per l'ambiente: responsabili dalle origini<br>Paragrafo: Climate change, climate protection: la nostra impronta di carbonio                         | 98 |
| 305-2 | Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)<br>Capitolo: Rispetto per l'ambiente: responsabili dalle origini<br>Paragrafo: Climate change, climate protection: la nostra impronta di carbonio | 98 |



|                |  |    |
|----------------|--|----|
| <b>GRI 306</b> | <b>RIFIUTI 2020</b>  |    |
| 306-3          | Rifiuti prodotti<br>Capitolo: Rispetto per l'ambiente: responsabili dalle origini<br>Paragrafo: La gestione delle risorse nel rispetto della natura  | 89 |
| 306-4          | Rifiuti non destinati a smaltimento<br>Capitolo: Rispetto per l'ambiente: responsabili dalle origini<br>Paragrafo: La gestione delle risorse nel rispetto della natura                                   | 89 |
| 306-5          | Rifiuti destinati allo smaltimento<br>Capitolo: Rispetto per l'ambiente: responsabili dalle origini<br>Paragrafo: La gestione delle risorse nel rispetto della natura                                    | 89 |
| <b>GRI 401</b> | <b>OCCUPAZIONE 2016</b>  |    |
| 401-1          | Nuove assunzioni e turnover<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: La valorizzazione del capitale umano  | 66 |
| 401-2          | Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: La valorizzazione del capitale umano | 66 |
| <b>GRI 403</b> | <b>SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018</b>  |    |
| 403-1          | Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: Salute e sicurezza sul lavoro   | 78 |
| 403-2          | Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: Salute e sicurezza sul lavoro   | 78 |
| 403-3          | Servizi di medicina del lavoro<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: Salute e sicurezza sul lavoro  | 78 |
| 403-4          | Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: Salute e sicurezza sul lavoro                     | 78 |
| 403-5          | Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: Salute e sicurezza sul lavoro, Sviluppo del know-how                                  | 78 |
| 403-6          | Promozione della salute dei lavoratori<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: Salute e sicurezza sul lavoro  | 78 |
| 403-8          | Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: Salute e sicurezza sul lavoro  | 78 |
| 403-9          | Infortuni sul lavoro<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: Salute e sicurezza sul lavoro  | 78 |
| 403-10         | Malattie professionali<br>Nel corso dell'esercizio 2022 non si sono registrate malattie professionali  | 78 |

|                |  |         |
|----------------|--|---------|
| <b>GRI 404</b> | <b>FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016</b>  |         |
| 404-1          | Ore medie di formazione annua per dipendente<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: Sviluppo del know-how  | 66      |
| <b>GRI 405</b> | <b>DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016</b>   |         |
| 405-1          | Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti<br>Capitolo: Governance e best practices: politiche, strategie e performance aziendali<br>Paragrafo: Struttura organizzativa e management<br>Capitolo: Le nostre persone<br>Paragrafo: La valorizzazione del capitale umano | 52 - 71 |
| <b>GRI 406</b> | <b>NON DISCRIMINAZIONE 2016</b>  |         |
| 406-1          | Episodi di discriminazione e misure correttive adottate<br>Nel corso dell'esercizio 2022 non si sono registrati casi di discriminazione accertati  |         |
| <b>GRI 418</b> | <b>PRIVACY DEI CLIENTI 2016</b>  |         |
| 418-1          | Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti<br>Nel corso dell'esercizio 2022 non si sono verificati casi di violazione della privacy dei clienti  | 34      |

Il presente Report di Sostenibilità è stato redatto con il supporto metodologico di



Report di Sostenibilità 2022





*BioNike*   
SALUTE E BELLESSERE

Icim International Srl | Viale Italia, 60 | 20045 Lainate (MI) Italy