

## Relazione d'impatto 2019

Allegato al Bilancio d'Esercizio

Dermophysiologique srl SB



Responsabile d'impatto: Fiorella Forchia

## Introduzione

*Dermophysiologique, la pelle è il nostro lavoro!*

*Nel 1988 un pool di medici dermatologi acquisisce da un chimico francese esperto in ricerca dermatologica, la formulazione di Dermomagnetic Maschera al Ferro®, che diventa il primo trattamento fisiologico brevettato per l'utilizzo nel settore dell'estetica professionale.*

*Da allora inizia un percorso professionale dedicato alla ricerca dermatologica e scientifica per la creazione di prodotti cosmetici e metodologie di trattamento mirati al trattamento degli inestetismi, nel rispetto della fisiologia della pelle, anche la più sensibilizzata dalla terapia. Un segmento di mercato non soddisfatto da altri brand cosmetici.*

***“La nostra mission è di essere leader nella cosmesi professionale rispettando -senza mai danneggiare- la naturale fisiologia della pelle. L'attenzione ai nostri prodotti si affianca al pieno rispetto dell'ambiente e all' impegno costante ad essere di aiuto alla società e a chi ne ha più bisogno, con la massima trasparenza e responsabilità”.***



*Dermophysiologique vanta un approccio scientifico unico sul mercato e una gamma prodotti riconosciuta per qualità ed efficacia da migliaia di affezionati clienti. Le metodologie Professionali Dermophysiologique mettono a disposizione degli operatori professionali una cosmesi al confine con la scienza medica, che mira alle cause specifiche dell'inestetismo e garantisce risultati certi e duraturi. Linee di prodotti con ingredienti di origine vegetale ed assolutamente non dannosi per la persona: senza parabeni, oli minerali, derivati del petrolio, nickel tested, prive di alcool, coloranti di sintesi, profumi esenti da allergeni .*



DERMOPHYSIOLOGIQUE

**Certified**



**Corporation®**

*Dermophysiologique, nel 2016 ha trasformato il proprio status giuridico da SRL in SRL SB, ed ha conseguito la ri-certificazione Benefit Corporation.*

*Le Società Benefit sono un nuovo modello di business, che utilizza la potenza del business per migliorare i problemi sociali e ambientali, ed essere conformi agli standard più elevati di performance sociale e ambientale, trasparenza e responsabilità.*

*Questi standard misurano l'impatto di un'azienda verso tutti i propri stakeholder, attori/ protagonisti (ad esempio i fornitori, la comunità e l'ambiente, i dipendenti). A differenza delle tradizionali aziende, le società certificate B Corp sono tenute a prendere in considerazione l'impatto delle loro decisioni non solo sui loro azionisti, ma su tutte le parti sociali coinvolte.*

*Per saperne di più sulla certificazione BCorp Dermophysiologique:  
[www.bcorporation.net/community/dermophysiologique-srl](http://www.bcorporation.net/community/dermophysiologique-srl)*

### **Obiettivi di Beneficio Comune indicati a Statuto**

In qualità di Società Benefit, Dermophysiologique intende inoltre perseguire, in aggiunta al suo oggetto sociale primario, una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse. In particolare, la società persegue le specifiche finalità di beneficio comune di seguito descritte:

1. Svolge attività di beneficio comune immettendo al commercio prodotti cosmetici di origine naturale nel rispetto della fisiologia della pelle, adatti anche alle pelli di persone in terapia.
2. Nel rispetto dell'ambiente Dermophysiologique massimizza l'utilizzo di materiali e packaging riciclabili
3. Dermophysiologique sostiene iniziative filantropiche nei confronti di categorie di soggetti coinvolti direttamente ed indirettamente, dall'attività societaria.

**Impatto Generale: Responsabilità, Sostenibilità e Trasparenza**

In qualità di Società Benefit utilizziamo il BIA (BCorp Impact Assessment) per misurare che i processi e le prassi societarie siano conformi ai dettami delle BCorp.

## Risultati ed iniziative 2019

L'azienda nel 2019 in qualità di Società Benefit, ha operato nel perseguire le finalità indicate a statuto con iniziative specifiche dedicate al miglioramento dell'impatto aziendale in 5 aree principali:

- **1. Governance**
- **2. Comunità**
- **3. Ambiente**
- **4. Lavoratori**
- **5. Clienti**

### 1. Governance

#### 1.1 PARTNERSHIP DISTRIBUTIVE

Nel 2019 sono state implementate tutte le attività di coordinamento sinergico con i nuovi canali distributivi aperti dall'accordo siglato a Maggio 2018 con l'azienda Montefarmaco Holding, finalizzato all'ampliamento delle potenzialità distributive in Italia ed all'estero dei prodotti e dei trattamenti Dermophysiologique e Ontherapy®.

Attraverso il coordinamento degli staff amministrativi commerciali e di comunicazione, è stata implementata la distribuzione anche nel canale ingrosso Farmaceutico dei prodotti Ontherapy®, a supporto della diffusione territoriale della possibilità di trattare le tossicità cutanee da terapia oncologica sull'intero territorio nazionale.



Attraverso il coordinamento degli staff di commercio Estero sono stati perfezionati i contratti distributivi con i partner esistenti e implementati i contatti con potenziali nuovi Distributori, anche attraverso la partecipazione ad Eventi e Fiere di Settore nel Meadde-East .

L'ampliamento della collaborazione con strutture ospedaliere e l'avvio di Studi Clinici supplementari ha permesso alla reputazione ed alla qualità scientifica dell'azienda di attestarsi tra le più rilevanti realtà di dermocosmesi per pelli in terapia sul mercato.

#### 1.2 CERTIFICAZIONI ISO

Nel 2019 è stata inserita Inserito certificazione iso 9001/2015 più specifica della precedente per una migliore valutazione dell'Impatto aziendale a tutti i livelli.

## 2. Comunità

### 2.1 POTENZIAMENTO DELLA RETE DI INFORMAZIONE SCIENTIFICA

Nel 2019 è stata ampliata, grazie alla partnership con Montefarmaco, la rete di Informatori Scientifici che sono passati da 5 ad 8 unità, con l'obiettivo di incrementare la qualità e la tipologia di informazioni relative alla linea di prodotti OnTherapy® presso un target di medici oncologi e dermatologi.

L'informazione scientifica permette a medici e specialisti di prescrivere un prodotto indicato per il trattamento delle persone prima, durante e dopo la terapia farmacologica e oncologica.

### 2.2 PUBBLICAZIONE IN OPEN ACCESS DELLO STUDIO CLINICO PILOTA

**NEL 2019 è stata ottenuta e diffusa su tutti i canali aziendali on line e off line la pubblicazione da parte delle Edizioni Springer sulla rivista Quality of Life Research dello Studio Clinico Pilota intitolato** **"\* Oliveri, Serena, et al. "A pilot study on aesthetic treatments performed by qualified aesthetic practitioners: efficacy on health-related quality of life in breast cancer patients." Quality of Life Research (2019): 1-11.(STUDIO CLINICO PILOTA: Studio preliminare condotto su soggetti umani volontari allo scopo di valutare il MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ di vita a seguito di trattamenti estetici ed utilizzo di prodotti correlati).** La rivista, che vanta un Impact Factor molto alto, è accessibile on-line gratuitamente in tutto il mondo e permette di dare validità scientifica alle seguenti conclusioni:



- *PRODOTTI Ontherapy® by Dermophysiologique sono stati utilizzati all'interno di uno Studio Clinico Pilota effettuato su 170 donne con carcinoma mammario, caratterizzate da tossicità cutanea indotta dalle terapie oncologiche*
- *- Lo Studio Clinico Pilota dimostra che I PRODOTTI Ontherapy® by Dermophysiologique sono indicati per il trattamento cosmetico delle persone durante e dopo la terapia oncologica*
- *- Lo Studio Clinico Pilota dimostra che I PRODOTTI Ontherapy® by Dermophysiologique riducono l'impatto negativo delle alterazioni cutanee sulla Qualità di vita ( SRQoL)\* durante terapia oncologica*
- *- Lo Studio Clinico Pilota dimostra che l'applicazione quotidiana, secondo il protocollo, dei prodotti cosmetici Ontherapy® by Dermophysiologique, migliora la Qualità di vita (SRQoL)\* attraverso la riduzione dei sintomi percepiti derivanti dalle terapie oncologiche. \* Skin Related Quality of Life*



Impact Factor	Available
2.392	1992 - 2019
Volumes	Issues
28	261
Articles	Open Access

### 2.3 POTENZIAMENTO DELLA RETE DI INFORMAZIONE ON LINE (BLOG)

Attraverso un network di contributors esterni, tra cui medici estetici, dermatologi ed oncologi è stato attivato un canal informativo dedicato agli approfondimenti delle conseguenze dermatologiche delle terapie farmacologiche ed oncologiche , pubblicati rispettivamente sul canale blog del sito ufficiale Ontherapy® e sul canale MBenessere della consociata Montefarmaco.

Un panel di influencer, tra cui l'attrice e presentatrice Natasha Stefanenko, è stato attivato con video-interviste e fotografie pubblicate avvalendosi un piano editoriale coordinato sui tutti social network aziendali, con l'obiettivo di sensibilizzazione delle utente finale alle problematiche cutanee da pelle reattiva e in terapia su tutto il territorio nazionale.



### 2.2 ATTIVAZIONE CANALE DISTRIBUTIVO INGROSSO FARMACEUTICO

Nel 2019 è stata attivata , grazie alla partnership con Montefarmaco, una rete di oltre 20 Grossisti dedicati all'ampliamento della distribuzione del prodotto Ontherapy® al canale Farmacia: questo canale permette ad ognuna delle **18.000 Farmacie presenti sul territorio nazionale** di approvvigionarsi in 24 ore del prodotto Ontherapy®, con un servizio di distribuzione alla Comunità portato al massimo della capillarità e congiunto alla distribuzione nei 360 Centri Estetici Dermophysiologique.

### 2.3 BEAUTY WORLD MIDDLE-EAST

L'obiettivo 2019 è stato quello di massimizzare la diffusione delle informazioni alla prevenzione ed al trattamento delle tossicità cutanee per tutte le persone in terapia farmacologica e oncologica **nel mondo:** per questo Dermophysiologique, in partnership con Montefarmaco Cosmetic Division, la divisione di Montefarmaco Holding che si occupa di distribuzione estera, ha partecipato a una delle Fiere piu importanti al mondo della cosmesi a Dubai, diffondendo con presentazioni a potenziali distributori nei canali farmaceutico ed ospedaliero la conoscenza del brand Ontherapy® e del trattamento Dermomagnetic® Maschera al Ferro by Dermophysiologique.



## 2.4: PROGETTO PELLI IPER-REATTIVE CON INESTETISMI DA DERMATITE ATOPICA

Per ampliare la risposta cosmetica alle problematiche della pelle reattiva, Dermophysiologique ha implementato nel 2019 un progetto di creazione una linea specifica per il trattamento della pelle reattiva con inestetismi da dermatite atopica. Una linea di 4 prodotti , “LENADERMA®“, destinata solamente al canale Farmaceutico ed estero, a sottolineare il posizionamento del brand Dermophysiologique come specializzato nella proposta di coadiuvanti cosmetici per pelli problematiche che spesso non trovano risposte competenti nel mercato.



## 2.5 IL SOSTEGNO A FONDAZIONE IEO\*CCM

Nel 2019 è proseguita l’attività dello Spazio Benessere IEO- nella Hall 1, con servizi beauty e trattamenti estetici specificatamente dedicati a persone in terapia oncologica e la vendita di prodotti consigliati dalle Estetiste APEO impiegate presso la struttura. Il contributo dell’attività dello Spazio Benessere IEO è stato interamente devoluto anche per l’anno 2019 a Fondazione IEO-CCM. In occasione del Press-Day del 19 Ottobre 2019, inoltre, Dermophysiologique ha omaggiato alle giornaliste presenti n. 100 Braccialetti della Ricerca acquistati da Fondazione IEO\*CCM.

## 2.6: SOSTEGNO A FONDAZIONE VERONESI- PITTAROSSO PINK PARADE OTTOBRE 2019

Per favorire la diffusione di informazioni presso i pazienti in terapia oncologica ed il grande pubblico, Dermophysiologique ha sponsorizzato la presenza delle estetiste APEO e dei prodotti Ontherapy® allo stand di Federfarma nel corso della manifestazione sportiva Pink Parade organizzata da fondazione Veronesi a ottobre 2019, che va visto oltre 16.000 partecipanti invadere di rosa le strade di Milano.



## 2.7 IL CENTRO DERMOESTETICO PRESSO GRUPPO OSPEDALIERO MULTIMEDICA

Nell'Aprile 2019 Dermophysiologique ha aperto all'interno della struttura ospedaliera "Multimedica" di Sesto San Giovanni (MI) un Centro Dermoestetico con l'obiettivo di offrire ai pazienti servizi e trattamenti per le pelli in terapia :

Il Gruppo MultiMedica, con i suoi 30 anni di esperienza, è tra i primi rappresentanti, in Italia, di quella sanità privata accreditata, fiore all'occhiello del nostro Paese. Si compone di un Istituto di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico (IRCCS) a indirizzo cardiovascolare, un ospedale classificato e Polo didattico dell'Università degli Studi di Milano, due ospedali polispecialistici, un centro ambulatoriale, un centro di Medicina di Laboratorio, un Polo Scientifico e Tecnologico dedicato alla ricerca nell'area life-science e un Centro di Ricerca attivo nel campo delle proteine ricombinanti terapeutiche e dei farmaci biosimili. infine, a completare l'attività del Gruppo, la Fondazione MultiMedica ONLUS, che si occupa di promuovere e sostenere la ricerca scientifica e la formazione professionale e culturale in ambito sanitario



**Il Gruppo Multimedica è ccomunato a Dermophysiologique nella mission di "assicurare dei servizi sanitari di eccellenza per la salute , intesa come miglioramento complessivo della qualità di vita della popolazione".**

## 2.8 TEST CLINICO PEDIATRICO SUI PRODOTTI ONTHERAPY®

**I prodotti dermocosmetici Ontherapy® sono stati sottoposti ad indagine clinica da parte di un dermatologo e di un medico pediatra per verificarne la tollerabilità sulla cute e per analizzarne la gradevolezza all'uso, su bambini da 0 a 3 anni, secondo protocolli di applicazione specifici.**

In base ai risultati ottenuti, si è potuto affermare che i prodotti cosmetici testati hanno dimostrato possedere una elevata tollerabilità cutanea, fin dalla nascita\*:

**Su pack e materiali di comunicazione è stato inserito il bollino "Om+" ad indicare che i prodotti Ontherapy® sono adatti per la detersione ed il trattamento della pelle di adulti e bambini, fin dalla nascita, in completa sicurezza\*.**

\* Valutazione della tollerabilità cutanea mediante test clinico sotto controllo dermatologico e pediatrico.



## 2.9 IL PROGETTO L'ALTRA ME – donne per le donne





DERMOPHYSIOLOGIQUE

E' proseguita anche nel 2019 l'operazione, iniziata a gennaio 2016, di Cause-Related-Marketing che prevede la donazione di un contributo di 7 giorni di scuola ad ogni **donna nella Comunità di Dondi (Congo)** sull'acquisto di una speciale confezione " Programma 7 Giorni".



Il progetto, con il nome di "L'Altra Me", vuole **sostenere l'importanza della figura femminile**, impegnandosi affinché possa avere un ruolo attivo nella comunità e non sia solo considerata come "serva" dagli uomini o oggetto di scambio fra i clan. Il contributo alla Formazione ed alla scolarizzazione di queste donne è il

primo passo per la costruzione di nuove concrete opportunità per le ragazze della comunità di Dondi, che l'Azienda sostiene da molti anni con progetti diversi.

**Nel 2019 I fondi raccolti hanno permesso di contribuire alle borse di studio di due giovani ragazze della Comunità, grazie alle quali potranno credere in un futuro migliore e pieno di opportunità.**

## 2.10 CONTRIBUZIONE A ASSOCIAZIONE VOLONTARI CON NASO ROSSO

Anche nel 2019 è proseguita la contribuzione a sostegno dell'iniziativa "Mercatini di Natale" promossa dall'Associazione Verosiche Sacchi – Volontari con il Naso Rosso . Nel mese di novembre sono state donazione 50 referenze di prodotti Dermophysiologique.

Ogni giorno Associazione Veronica Sacchi porta sorrisi a bambini in ospedale, anziani soli e anziani non autosufficienti, persone con disabilità intellettiva o disabilità motorie e chiunque vive un momento di malattia, sofferenza o disagio.



I giovani volontari portano la clownterapia in strutture sanitarie di Milano, Lecco e provincia, come l'Ospedale Buzzi e l'Ospedale Manzoni o il reparto di oncologia dell'Ospedale Pini.



DERMOPHYSIOLOGIQUE

### 3. Ambiente

#### 3.1 PROGETTO "IL FILO BLU"

Dermophysiologique ha promosso da Giugno a Settembre 2019 Save the ocean #ilfiloblu, la prima di una serie di iniziative che hanno visto e vedranno l'azienda impegnata nella salvaguardia del mare dalla plastica.

Fino a Settembre 2019, per ogni prodotto della linea **Osmoderm-Thalasso Dermophysiologique** venduto, una percentuale del ricavato è stata devoluta alla salvaguardia degli Oceani dalla plastica. Con **Save the Ocean #ilfiloblu** i Centri Estetici sono stati direttamente impegnati, con iniziative locali, alla promozione dell'iniziativa ed alla sensibilizzazione delle proprie Clienti. Il simbolo della campagna è stato il **#filoblu**, un nastro da polso 100% Made in Italy che è stato omaggiato con l'acquisto dei prodotti della linea Osmoderm-Talasso, al fine di rendere ancor più evidente il messaggio e "legarsi" l'impegno che ciascuno di noi si prende nei confronti del mare.



#### 3.2 PROGETTO "RETOWEL" SOLARI 2019

Con il duplice obiettivo di sensibilizzare la clientela finale ed i Centri Estetici verso un corretto riciclo della plastica e di utilizzare il ricavato del progetto "il filo Blu", Dermophysiologique ha sostenuto l'iniziativa Re-towel, acquistando Teli mare completamente ecologici .

Il tessuto dei teli mare "Re-towel" è formato dal 60% di cotone riciclato e dal 40% di **poliestere derivante dal riciclo di bottiglie di plastica (PET) raccolte nel Mar Mediterraneo**: per questo contribuiscono alla conservazione delle risorse naturali della nostra terra e alla riduzione dei rifiuti abbandonati in mare

I teli re-towel sono stati distribuiti ai Centri Estetici partner e verranno omaggiati ai Clienti Finali su ogni acquisto di prodotti solari nel 2020.



### 3.3 SELEZIONE FORNITORI AZIENDALI

I Fornitori aziendali di materie prime, accessori e gadget sono stati ulteriormente selezionati per rispondere a standard qualitativi sempre più rigidi a livello di impatto ambientale e sociale: in modo da garantire **il rispetto della provenienza Made in Italy e di parametri qualitativi stabiliti da un'apposita Procedura Approvvigionamenti**, con produzioni il più possibile a km. 0 e con un contenimento dei costi di trasporto (aereo, su strada).

Miglioramento ed attualizzazione della Procedura Approvvigionamenti con l'inclusione di punteggi dedicati alla valutazione degli aspetti Ambiente (tramite le certificazioni EMAS, SA800, ISO18001) e Sicurezza (tramite, ad esempio, le certificazioni ISO 14001 e successiva 45001). Impegno congiunto con quello di Governance e Comunità.



### 3.4 RICICLO CARTUCCE E TONER DI STAMPA:

E' proseguito l'accordo con **Green Idea® Technologies**, B-Corp italiana per lo smaltimento di toner, cartucce inkjet usati, raccogliendo sia quelli aziendali che del personale per uso domiciliare. Rispettando i regolamenti nazionali e comunitari in materia di rifiuti speciali non pericolosi. I rifiuti dopo la raccolta vengono avviati a filiere certificate che si occupano della loro rigenerazione o della valorizzazione delle loro componenti. Nell'anno 2018 **circa 220 toner e cartucce inkjet**, sia di provenienza aziendale e privata, sono stati raccolti ed inviati allo smaltimento.



### 3.5. USO DI CARTE FSC ECO-FRIENDLY

Per la stampa di tutti i pack secondari di prodotto, i folder di vendita e i diversi materiali cartacei e pop per allestimento degli istituti (shopper, cartelli vetrina etc..) sono state utilizzata solamente carta 100% FSC mentre per tutte le personalizzazioni grafiche, sia primarie che secondarie, sono state bandite verniciature, plastifiche e coloranti tossici, a favore di composizioni colore ad acqua.

Il marchio di certificazione FSC garantisce che l'intera filiera legno-carta certificata per i suoi standard derivi da una gestione forestale rispettosa dell'ambiente, socialmente utile ed economicamente sostenibile.





DERMOPHYSIOLOGIQUE

### 3.6 DIGITALIZZAZIONE DELLE COMUNICAZIONI PER IL CENTRO ESTETICO

E' stato introdotto un sistema di archiviazione digitale delle fatture clienti e fornitori, ciò ha permesso il risparmio di circa 20.000 fogli corrispondenti alle copie delle fatture cartacee per l'archivio del ciclo attivo con conseguente minor consumo di carta, raccoglitori e toner.

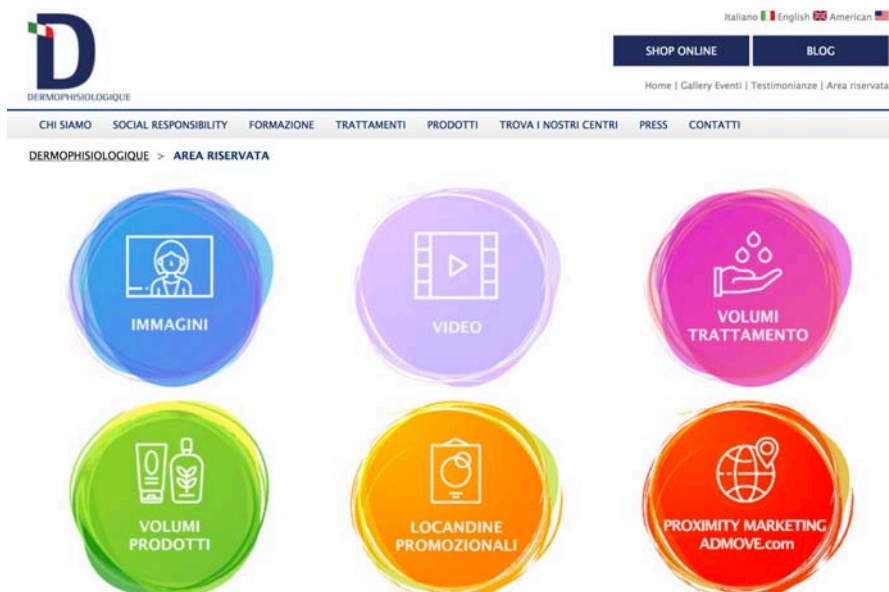
Sono stati interamente digitalizzati ed inviati a mezzo posta elettronica tutti gli estratti, normalmente consegnati in forma di fascicoli A4 stampati, dei Corsi ed eventi formativi organizzati dall'Azienda inclusi gli Eventi Speciali e i Congressi.

Sono stati caricati su apposita Area Riservata del sito web [www.dermophysiologique.it](http://www.dermophysiologique.it) i materiali di aggiornamento e promozionali quali immagini, video e idee promozionali downloadabili e personalizzabili da ogni singolo Centro Estetico.

Grazie alla collaborazione con AdMOVE, è stato mantenuto il servizio di proximity marketing per supportare ogni Centro Estetico nella creazione di strategie di comunicazione digitalizzata come le campagne di GoogleAdv, di sponsorizzazione su face book, i volantini digitali e le iniziative pubblicitarie su Whtasapp.



La digitalizzazione, corredata da numerose comunicazioni di sensibilizzazione al risparmio di carta stampata, **ha comportato un risparmio di oltre 100.000 fogli A4** di carta stampata, il relativo risparmio energetico per la mancata stampa e di CO2 per il mancato trasporto dei Volumi così digitalizzati.





DERMOPHYSIOLOGIQUE

## 4. LAVORATORI

### 4.1 FORMAZIONE ON LINE = MENO CO2!

Anche per il 2019 l'azienda si è impegnata in programmi di formazione e meeting, ottimizzando il più possibile gli spostamenti in auto attraverso:

- una diminuzione del numero di incontro "fisici" commerciali
- maggior uso di skype e telecomunicazioni per i colloqui di selezione, per le sessioni di formazione e per la formazione dei Clienti.

Gli inviti agli eventi sono stati inviati in forma digitale, invitando sempre le Clienti a raggiungere le differenti location con Mezzi Pubblici e con il carpooling tra Rete Vendita e Clienti.



### 4.2 CHI NON SI FORMA SI FERMA...

Anche per il 2019 l'azienda ha investito in formazione professionale con un impegno di circa 800 ore e coinvolgendo più del 50% del personale aziendale. I corsi selezionati della Regione Lombardia sono stati incentrati su tematiche strettamente legate all'operatività del business ed in particolare riguardanti la **Gestione della Logistica** con particolare attenzione sulla movimentazione, immagazzinamento e i criteri di rotazione dei prodotti.

### 4.3 IMPEGNO NELLA DIVERSITY

L'azienda impiega al 60 % personale di sesso femminile, con forte impegno nel rispetto della "diversity", offrendo pari opportunità di impiego, effettuando assunzioni a tempo indeterminato (91% del personale) e premiando il personale con riconoscimenti, rappresentati da aumenti di merito sulla retribuzione, a fronte di performance qualitativa e quantitativa al di sopra della media.

### 4.4 VALUTAZIONE DELLA PERFORMANCE

Formalizzazione dei colloqui di Valutazione della Performance del Personale con feedback e la manifestazione di soddisfazione o impegno (satisfied/engaged) su tematiche di impatto.

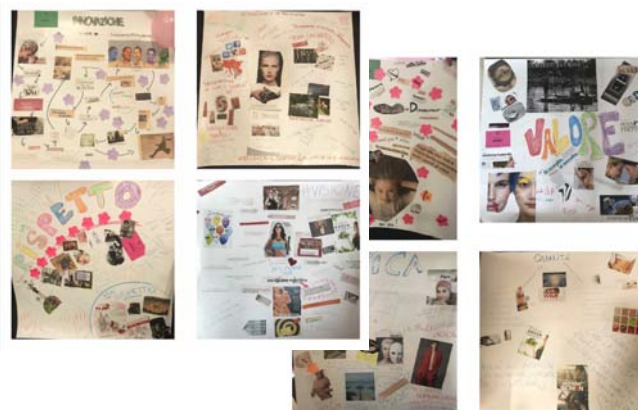


DERMOPHYSIOLOGIQUE

## 5. Clienti

### 5.1 13MO CONGRESSO DERMOPHYSIOLOGIQUE

Nel corso del primo evento congressuale del 2019, tenutosi a Napoli da 21 al 22 gennaio con la partecipazione di oltre 200 titolari di Centri Estetici, è stata stimolata con un lavoro di Team Building a squadre la condivisione degli aspetti etici di rispetto ambientale e sociale che caratterizzano la missione dell'azienda.



### 5.2 EDUCAZIONE DEL CLIENTE AL RICICLO DELLA PLASTICA

Nel corso del 2019 sono stati promossi ed incentivate iniziative di sensibilizzazione dei Centri Estetici Clienti al riciclo della plastica attraverso sui social e nelle DEM aziendali .



Queste Iniziative sono culminate in un progetto di Tema Building tenutosi in un evento speciale a Riccione dal 22 al 23 Settembre 2019, dove gli oltre 150 Centri Estetici presenti sono stati invitati a riciclare creativamente bottiglie di plastica raccolte sulla spiaggia.

### 5.3 GLI EVENTI FORMATIVI E MESSAGGI B-CORP

In tutti gli eventi formativi è stato inserito spazio dedicato alla sensibilizzazione dei Clienti verso i principi B-Corp, in modo da consentire una più larga base partecipativa a Titolari di Centri Estetici e loro Collaboratori ai progetti con minor impatto ambientale e miglior impatto sociale per un **totale di oltre 900 ore di formazione, in 8 differenti sedi sul territorio nazionale (Milano, Torino, Roma, Padova, Catania, Palermo, Bari e Foggia)** per oltre 1.200 Clienti

## Conclusioni ed Obiettivi 2020

Anche per il 2019 l'azienda intende perseguire più alti standard di impatto con l'obiettivo di un ulteriore miglioramento ed in particolar modo impegnandosi nel coinvolgimento dei Partner Distributivi, dei Fornitori e dei Clienti nelle aree Comunità ed Ambiente dove sussistono i maggiori spazi di miglioramento.

**FORMAZIONE PLANET FRIENDLY** -> Implementazione di Corsi di formazione e aggiornamento tramite WEBMINAR in diretta web. Riduzione CO2 per spostamenti e spedizione colli. riduzione costi gestione. interazione con docente in diretta live. confronto e condivisione di esperienze con Clienti e operatori di settore in tutta Italia e all'Estero tramite traduzione diretta.

### **BENESSERE DELLE PERSONE**

Proseguire ed aumentare l'entità dei progetti legati all'estetica oncologica ed incrementare il sostegno sociale e la divulgazione al pubblico delle nuove frontiere della Ricerca per il benessere delle persone prima, durante e dopo la terapia oncologica e farmacologica. Questo verrà implementato attraverso la pubblicazione di un secondo Studio Clinico Pilota presso l'Ospedale Multimedita di Sesto San Giovanni e la creazione di una campagna di sensibilizzazione al pubblico sul web e sui Social Network (instagram. You tube)

### **PRODOTTI... PLASTIC FREE!**

Progetti, Comunicazioni ed iniziative volte a promuovere sia su canali BtoB che BtoC che nei processi aziendali una gestione più consapevole della plastica anche all'interno della formulazione dei prodotti

Nello specifico:

- Attuazione dei TEST di biodegradabilità di tutte le formulazioni a risciacquo
- Revisione dell'80% della gamma formulazioni per eliminare eventuali attivi non compatibili con l'obiettivo di arrivare alla completa biodegradabilità dei prodotti aziendali
- Ricerca costante per la riduzione della plastica nei pack primari (uso di PE rigenerato o proveniente da fonti rinnovabili o realizzato con materiali facilmente riciclabili quali vetro o alluminio o di altri pack facilmente riciclabili quali vetro o alluminio).

### **SDG**

Il Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite vuole incoraggiare le aziende ad adottare pratiche sempre più sostenibili e rispettose del Pianeta.

Dermophysiologique abbraccia questo invito a piene mani con l'impegno di estendere la consapevolezza e l'informazione riguardanti le attività sostenibili e attuabili da ogni Persona, in ogni Istituto, nelle pratiche quotidiane 365 giorni all'anno. Attraverso una campagna di comunicazione sinergica verranno





DERMOPHYSIOLOGIQUE

sensibilizzati ed incentivati sia i Dipendenti che i Fornitori che i Centri Estetici Clienti all'adozione di comportamenti ed azioni in linea con i 17 Obiettivi di Sviluppo sostenibile.

### **FORMAZIONE PLANET FRIENDLY**

Implementazione di Corsi di formazione e aggiornamento tramite WEBMINAR in diretta web, attraverso piattaforme di meeting che consentono una interazione diretta live, sia con Agenti e Clienti Italia, sia con Distributori Estero attraverso la traduzione simultanea.

Questa modalità consentirà una riduzione di CO2 per spostamenti personali e per spedizione materiali di allestimento. Una riduzione costi gestione.

### **GOVERNANCE**

- Implementare un sistema di monitoraggio dei Key Performance Indicators aziendali rispetto agli obiettivi d'impatto definiti.