DERMO
PHISIOLOGIQUE
DIAMO VOCE ALLA TUA PELLE

Relazione d'impatto 2021

Allegato al Bilancio d'Esercizio

Dermophisiologique srl SB

Responsabile d'impatto: Loretta Pizio

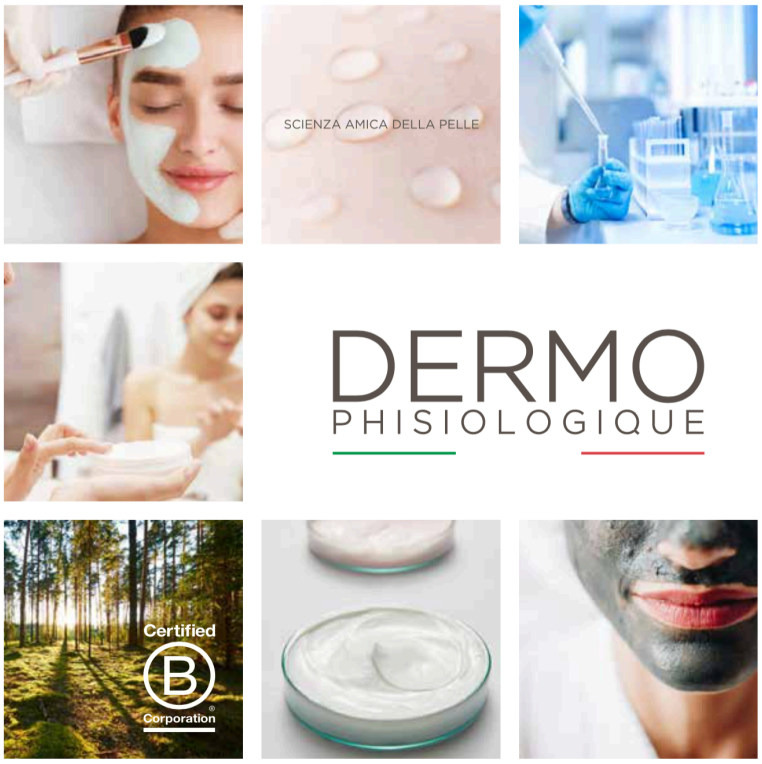
Introduzione

Dermophisiologique, 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 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 a essere di aiuto alla società e a chi ne ha più bisogno, con la massima trasparenza e responsabilità".



Dermophisiologique vanta un approccio scientifico unico sul mercato e una gamma prodotti riconosciuta per qualità ed efficacia da migliaia di affezionati clienti. Le metodologie Professionali Dermophisiologique 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 dal petrolio, nickel tested, prive di alcool, coloranti di sintesi, profumi esenti da allergeni .

Dermophisiologique, 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 Dermophisiologique:
www.bcorporation.net/community/dermophisiologique-srl

Obiettivi di Beneficio Comune indicati a Statuto

In qualità di Società Benefit, Dermophisiologique 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 Dermophisiologique massimizza l'utilizzo di materiali e packaging riciclabili
3. Dermophisiologique 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.

DERMO PHISIOLOGIQUE
DIAMO VOCE ALLA TUA PELLE

Risultati ed iniziative 2021

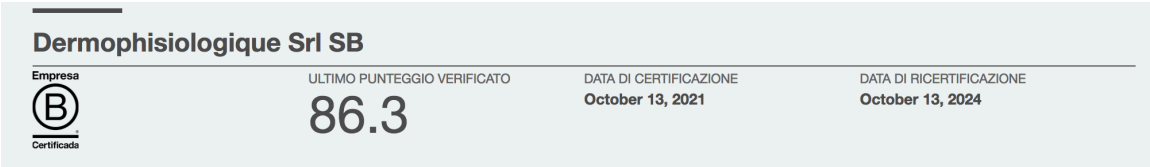
L'azienda nel 2021 in qualità di Società Benefit, ha continuato ad operare nel perseguire le finalità indicate a statuto con iniziative specifiche dedicate al miglioramento dell'impatto aziendale in 5 aree principali:

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

1. Governance

1.1 CERTIFICAZIONE INDICATORI DI IMPATTO

DERMOPHISIOLOGIQUE è la prima azienda di cosmesi professionale al mondo ad essersi certificata B Corp.
Dermophisiologique SRL SB ha ottenuto la prima certificazione BCorp nel luglio 2015.si è poi ricertificata con successo nel 2017, migliorando il proprio punteggio da 80.9 a 83,8, ed oggi celebra la terza ricertificazione conseguita dopo un processo di B-Impact Assesment profondo e verticale, che ha coinvolto tutti gli aspetti aziendali, con **un il miglior risultato di sempre: 86.3**



1.2 IDENTIFICAZIONE DELLE PROBLEMATICHE SOCIALI ED AMBIENTALI SPECIFICHE

Sono stati identificati specifici obiettivi di governante per rendere concreta la mission statutaria: 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 Clinco Pilota presso l'Ospedale MultiMedica di Sesto San Giovanni (MI).
- Una gestione più consapevole della plastica anche all'interno della formulazione dei prodotti Nello specifico: l' Attuazione dei TEST di biodegradabilità di tute le formulazioni a risciacquo ! Revisione della formulazioni per eliminare eventuali attivi non compatibili con l'obiettivo di arrivare alla competa biodegradabilità dei prodotti aziendali ! Ricerca

costante per la riduzione della plastica nei pack primari e secondari (uso di PE rigenerato o proveniente da fonti rinnovabili) 3. Attraverso una campagna di comunicazione sinergica verranno 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.

1.3 PARTNERSHIP GESTIONALI

Nel 2021 sono state portare avanti numerose attività di coordinamento sinergico con l'azienda Montefarmaco Holding, finalizzato ad uniformare il sistema gestionale in modo da aumentare l'efficienza e efficacia delle performance amministrative e legate alla acquisizione degli ordini da parte della Rete commerciale e ai relativi processi di evasione.

Con un Team sinergico di Web marketing e Comunicazione è stato realizzato un sistema di vendita on-line più attuale e performante con piattaforme Woocommerce per il brand Ontherapy®r, per fare fronte sia ai nuovi trend di mercato sia alle necessità di distribuzione a domicilio dettate dal protrarsi per tutto l'anno 2021 dell'emergenza COVID.

2. Comunità

2.1 MANAGMENT FEMMINILE

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. Nel 2021 sono state inserite ulteriori risorse femminili per potenziare la rete Vendita e la sezione Formazione con personale dedicato e contratti a progetto specifici.

2.2 SELEZIONE FORNITORI AZIENDALI

Dermophisiologique seleziona le proprie catene di fornitura 100% Made in Italy con un piano di monitoraggio e miglioramento , per garantire nel tempo :

- l'efficienza energetica aziendale;
- lo studio di soluzioni tecniche applicabili agli impianti di processo per diminuire gli sprechi e gli impatti ambientali negativi;
- una costante attenzione al miglioramento dei flussi per ridurre la produzione di rifiuti e materiali di scarto;

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 100% Made in Italy, ancora meglio se a Km. 0,.**
Più del 30% degli acquisti provengono da fornitori locali, che rispondono a stretti requisiti di controllo ed adesione agli standard qualitativi ed etici aziendali definiti nel protocollo "Specifica di Approvvigionamento" e misurati con una apposita scheda di valutazione

2.3 CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE PER LE TOSSICITA' CUTANEE DA TERAPIA

La **campagna Ontherapy® #Levostrevoci**, nata nel 2020, è proseguita nel 2021 con lo scopo di informare e sensibilizzare il grande pubblico sugli effetti collaterali che le terapie oncologiche possono avere sulla pelle. La **campagna #Levostrevoci**, , è stata impostata integralmente sui social network dalle pagine Instagram e Facebook dedicate alla linea Ontherapy® con oltre 1272 views nel 2021.

Persone reali hanno avuto la possibilità di raccontare le proprie esperienze, il proprio disagio dovuto alle problematiche della pelle a causa alle terapie oncologiche come radioterapia, chemioterapia, ormonoterapia, targeted therapy, immunoterapia e chirurgia…e come la propria qualità di vita è migliorata perchè hanno scelto i prodotti cosmetici Ontherapy®.

VISSUTO SULLA PELLE – Raggiungere il benessere durante le terapie oncologiche con Ontherapy

Nel mese di **Ottobre 2021 Ontherapy® si è tinto e di rosa**" aderendo alla campagna di prevenzione del tumore al seno: la programmazione ha annoverato testimonianze di professionisti, medici e farmacisti, opinion leader ed ha visto i prodotti Ontherapy distribuiti a un network di influencer selezionate per aumentare la notorietà presso le persone in terapia .

Nel mese di Novembre, la campagna #levostrevoci è stata declinata la maschile, con un obiettivo di sensibilizzazione per la prevenzione del tumore alla prostata in occasione del #Movember

Sul sito @Ontherapy, sono state caricate ben 5 guide scaricabili per aiutare le persone in terapia oncologica a comprendere i problemi, le cure, gli effetti collaterali e le tossicità cutanee prima durante e dopo le terapia oncologiche: nel corso del 2021 più di 2000 persone hanno effettuato il download delle Guide.

2.4 ONTHERAPY® CHALLENGE

Nel 2021 è stato progettato un ulteriore strumento di sensibilizzazione con l'obiettivo di coinvolgere piu da vicino le Associazioni di Pazienti in terapia Oncologica ed offrire loro un immediato beneficio informativo ed economico.

La Challage (sfida) ha previsto una prova prodotto di 15 giorni in collaborazione con 5 "ambassadords" dell' Associazione Partner della Challenge, che hanno creato dirette Instagram di lancio sul profilo Ontherapy® in collaborazione con Associazione Partner della Challenge e una grande condivisione di contenuti social della prova prodotto (stories/post) da parte di ambassador e associazione

2.5 CONTRIBUZIONI PER LA COMUNITA' LOCALE

Nel 2020 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 2021 a Fondazione IEO-CCM.**

2.6 DONAZIONE ASSOCIAZIONE "NASI ROSSI"

Anche quest'anno abbiamo supportato con una donazione di 50 pezzi di prodotti l'Associzione AVS Associazione Veronica Sacchi Onlus .Volontari col Naso Rosso

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 stia vivendo un momento di malattia, sofferenza o disagio. I nostri 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.

2.7 IL PROGETTO L'ALTRA ME – donne per le donne

E' proseguita anche nel 2021 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.
Nel 2020 I fondi raccolti hanno permesso di contribuire alla formazione professionale di giovani ragazze della Comunità, grazie alle quali potranno credere in un futuro migliore e pieno di opportunità.

3. Ambiente

3.1. IMPATTO AMBIENTALE POSITIVI DEI PRODOTTI

Ogni processo produttivo risponde a standard qualitativi sempre più rigidi a livello di impatto ambientale, in modo da garantire la piena funzionalità di principi attivi, eccipienti e veicolanti all'interno delle formulazioni, nel rispetto dell'ambiente, della pelle e della società. Dermophisiologique utilizza SOLO oli di origine vegetale per oltre il 99 % della loro composizione; Estratti titolati con glicerina naturale al 100% per preservare intatte tutte le loro proprietà emollienti e nutrienti ; Oli Essenziali estratti mediante spremitura a freddo delle bucce o per distillazione ad acqua o in corrente di vapore delle foglie, delle sommità fiorite e dei ramoscelli freschi o parzialmente essiccati; Dermophisiologique è attenta ai processi di estrazione delle materie prime che si svolgono nel rispetto dell'ambiente e secondo criteri di eco sostenibilità**.**

3.2 COMPONENTI CON CERTIFICAZIONI ECOLOGICHE E AMBIENTALI

L'azienda misura l'impatto ambientale dei propri approvvigionamenti selezionando attivi e materie prime certificate . **Nel 2021, oltre il 15% degli ingredienti attivi è certificato con sistemi di certificazioni riconosciuti** quali, ad esempio: Cosmos Approved, Natrue, Ecocert, RSPO (Roundable on Sustainable Palm Oil), BDIH (International Opganic and Natural Cosmetic Corporation) , Bio Based Content, NPA (natural Product Association), ICEA.

3.3. FORMULE BIODEGRADABILI

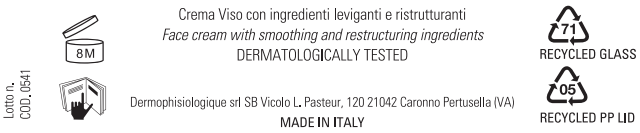
Attraverso la selezione di materie prime e componenti che, pure mantenendo il livello di efficacia e qualità richiesto, impattano progressivamente meno su ambiente e società (ad esempio, esclusione di derivati dal petrolio e dalla plastica nelle formulazioni di prodotto

Nel 2021 sono state completate le certificazionI di biodegradabilità di tutte le formulazioni a risciacquo e sono stati inseriti attivi naturali e polimeri biodegradabili negli scrub professionali .

Il reparto R&S ha inoltre attivato la revisione dell'80% della gamma formulazioni per eliminare eventuali attivi non compatibili con l'obiettivo di arrivare nel 2030 alla completa biodegradabilità dei prodotti aziendali

3.4 VETRO RICICLATO

E' stata portata avanti una ricerca costante per la riduzione della plastica nei pack primari (uso di materiali facilmente riciclabili quali vetro o alluminio o di altri pack facilmente riciclabili quali vetro o allumino), come per la crema ***Resuface*** si è scelto un vaso in vetro 100%riciclato certificato dal fornitore, on tappo in materiale plastico riciclato e serigrafia con inchiostri ad acqua. .



3.5 FUSTELLE ANTEFFRAZIONE 0% PLASTICA

E' stato iniziato nel 2020 e continuato nel 2021 lo studio di cartotecnica che ha riposto all'obiettivo di completa eliminazione della plastica dal Packaging secondario di tutti i prodotti a marchio Dermophisiologique e Ontherapy®.

Sono stati gradualmente rimossi i bugiardini interni, ed inserite pattelle di sicurezza aggiuntive per migliorare la conservazione e l'isolamento del packaging primario, preservando il prodotto dalla polvere e da aperture senza necessità di usare la plastica termoretraibile di sicurezza fino ad oggi in uso.

3.6. USO DI CARTA FSC PER POP E TECNICHE DI STAMPA ECO-FRIENDLY

Per la stampa di tutti 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 **eliminate le finiture grafiche che comportavano verniciature, plastiche 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.

Ecoshopper and bags

Soluzioni in carta
100% recycled
Sachet in carta avana/bianco personalizzabile con frasi/temi natalizi

3.7 CONSERVAZIONE RISORSE IDRICHE

Sono stati selezionati Fornitori a basso impatto sulle risorse idriche, ad esempio, laboratori dotati di un'analisi completa secondo Farmacopea europea per le Acque Purificate

Esempio di specifica della qualità dell'acqua utilizzata per la produzione:

La qualità dell'acqua utilizzata nelle produzioni è regolata dalla procedura P.O.04.E.02 rev.02 del sistema qualità certificato con ISO 22716

"GESTIONE IMPIANTO PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE ACQUA DEPURATA"

L' obiettivo della procedura è quello di fornire gli strumenti adeguati per mantenere l'efficienza degli impianti. In relazione alla produzione di acqua demineralizzata, è stato stabilito quale indicatore di conformità dell'acqua, la sua conducibilità elettrica (unità di misura µS-microSiemens) e la purezza microbiologica secondo i seguenti parametri:

• Resistività 5 MW x cm a 25°C pari a 0,20 µS/cm che viene controllato prima di ogni lavorazione tramite PLC dell'impianto e segnato in distinta di lavorazione;

• Conta Microbica <100 ufc/ml

Controllo mensile di ogni punto di prelievo.

4. LAVORATORI

4.1 RIDUZIONE DELLE EMISSIONI C02 DA VIAGGI E PENDOLARISMO

Anche per il 2021 l'azienda si è impegnata in programmi di formazione e meeting per la crescita professionale di Agenti, Consulenti Tecniche, e Clienti ottimizzando il più possibile gli spostamenti in auto attraverso:
- una forte diminuzione del numero di incontri "fisici" commerciali;
- uso delle telecomunicazioni per i colloqui di selezione, per le sessioni di formazione.

Anche i dipendenti sono stati direttamente coinvolti nel programma di digitalizzazione dell'attività aziendale. Questo ha comportato un risparmio a livello di spostamenti, consumi di carburante, preparazione di documenti ed estratti cartacei, costi di trasferta personale, reinvestiti in programmi di formazione interna.

4.2 ADOZIONE DI UNA POLITICA DI SMARTWORKING GREEN

In Smart Working puoi aiutare a ridurre la congestione, i consumi energetici e, in generale, l'impatto ambientale degli spostamenti casa-lavoro sui nostri sistemi urbani.
ESEMPIO:

> Se devi acquistare una scrivania, opta per materiali ecosostenibili al 100%: esistono soluzioni di arredo 100%green e sedute per ufficio provenienti interamente da plastica, alluminio ed altri materiali riciclati.
> Riduci lo spazio necessario per il lavoro, posizionando la scrivania nei pressi di una finestra : riduci il numero di ambienti da illuminare, e risparmi energia sfruttando la luce dello schermo.
> Rinuncia alla stampante! Tutti i documenti prodotti possono essere inviati all'Azienda via Mail, che procede centralmente all'eventuale stampa ed all'invio cartaceo ove necessario.
> Installa delle piattaforme on line per le call, riduci l'utilizzo del mobile, risparmi non solo inquinamento eletto-magnetico, ma batteria e ricariche.

4.3 PROGRAMMI DI FORMAZIONE ON LINE

Dermophisiologique ha attivato abbonamenti con le maggiori Piattaforme di Webinar e Meeting quali Zoom, GotoMeeting, GotoWebinar e programmi di registrazione video quali Vimeo e Youtube per proseguire, e semmai rinforzare il programma formativo delle proprie Clienti Partner
Nel 2021 sono state erogate oltre 200 ore di formazione on line.

5. Clienti

5.1 INZIATIVA "CODICI SHOPPING CARD"

In questa situazione di Emergenza Dermophisiologique ha creato un supporto ai Centri Estetici per poter lavorare a distanza, anche in momenti di chiusura forzata dell'attività.

Aderendo all'iniziativa, i Centri Estetici (oltre 300 nel corso del 2021) hanno potuto continuare a servire i propri clienti privati consentendo ai clienti esistenti di proseguire i trattamenti di autocura domiciliare e ai nuovi clienti di approcciarsi a un modo diverso ed assistito di trattare la pelle, anche disagiata ed in terapia, o afflitta da problematiche da DPI, attraverso la vendita diretta dei prodotti Dermophisiologique!

Come?

Il cliente privato ha potuto acquistare i prodotti a marchio Dermophisiologue® e Ontherapy® direttamente dal centro estetico tramite Mail, WhatsApp, messaggi diretti sui canali social; l'azienda si è occupata della consegna direttamente a domicilio del Cliente per conto del Centro Estetico. Al Centro Estetico sono stati forniti materiali di comunicazione, procedure di acquisto, aggiornamento e registrazione, Social Media Kit e un Codice Shopping Card personale per attivare la vendita con consegna a domicilio assistiti dall'azienda, anche virtuale.

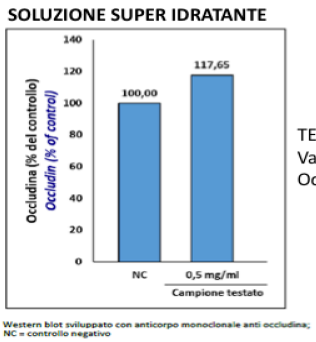
Tutti i Centri Partner sono continuamente **stimolati e sensibilizzati a formarsi sulle tematiche digital trattate, con un conseguente impatto positivo sulla riduzione di costi di stampa di materiale informativo, promozionale e di marketing.**

5.2 TEST DI PROVATA EFFICACIA E BENFICI PER LA SALUTE

Più del 50% dei prodotti sono testati di provata efficacia: test e risultati positivi per la salute

Ad ogni prima produzione del prodotto vengono realizzati: i test di sicurezza stabiliti per legge, quali PATCH TEST (potenziale irritante del prodotto) e CHALLENGE TEST (valutazione del sistema conservante) in versione originale, con firma del laboratorio certificatore

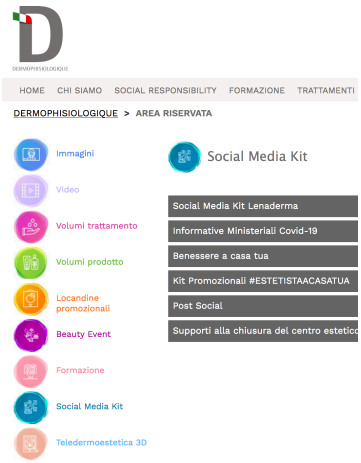
I test di efficacia del prodotto vengono condotti in vitro sulla formulazione e in vivo su volontari, inerenti alle principali caratterizzazioni funzionali, dichiarando quindi in modo etico, trasparente e certificato il beneficio reale per la pelle.



TEST DI IDRATAZIONE IN VITRO: Valutazione della produzione di Occludina

5.3 DIGITALIZZAZIONE DEGLI STRUMENTI DI MARKETING E COMUNICAZIONE

Per rispondere in modo ancora più puntuale alla Trasformazione Digitale del centro Estetico, sono stati attivati strumenti di Digital Marketing specifici per la promozione e la vendita on-line, che hanno quasi interamente sostituto gli strumenti POP cartacei quali locandine e cataloghi promozionali, con **una diminuzione degli ordini di stampa nell'anno 2021 di oltre il 50%**



Oltre al sistema di archiviazione digitale delle fatture clienti e fornitori, anche la produzione di materiale informativo cartaceo è stata interamente digitalizzata e caricata su apposita Area Riservata del sito web www.dermophisiologique.it:nel 2021 ha permesso il risparmio di circa 20.000 fogli/kg di carta (valorizzate)
> Immagini, video e locandine promozionali scaricabili e personalizzabili da ogni singolo Centro Estetico.
> **Social Media Kit:** è proseguito l'aggiornamento dell'area Riservata a disposizione dei Clienti dedicata a social post e *stories* personalizzabili e condivisi nei formati richiesti da Facebook e Instagram per **l'informazione e la promozione alla vendita on line di servizi e prodotti legati al benessere ed alla cura di sé**.

5.4 CONDIVISIONE DEGLI SGD: GENDER EQUALITY

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

Dermophisiologique 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 sono stati sensibilizzati ed incentivati i Centri Estetici Clienti all'adozione di comportamenti ed azioni in linea con i 17 Obiettivi di Sviluppo sostenibile.
Sono stati creati per l'obiettivo:

- una agenda operativa con un SDG di ispirazione "GENDER EQUAL" per ogni mese, legato a una precisa "*call to action*" per sensibilizzare il Centro Estetico alla condizione femminile nel mondo.
- un Piano Editoriale dedicato sui Social Network aziendali ha reso questa condivisione anche Digitale, allineando e potenziando le iniziative in Istituto.

Conclusioni ed Obiettivi 2022

Anche per il 2022 l'azienda intende perseguire più alti standard di impatto con l'obiettivo di un ulteriore miglioramento ed in particolar modo impegnandosi ulteriormente nel processo di trasformazione Digitale che sta interessando fortemente il settore, con la collaborazione ed il coinvolgimento dei Partner Distributivi, dei fornitori e dei Clienti nelle aree Comunità ed Ambiente dove sussistono i maggiori spazi di miglioramento.

BENESSERE DELLE PERSONE

Proseguire ed aumentare l'entità dei progetti on-line e on-site 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 Multimedica di Sesto San Giovanni.

PRODOTTI… PLASTIC FREE!

Incrementare iniziative e soluzioni per adottare in tutti i processi aziendali una gestione più consapevole delle risorse, e in particolare della plastica. Nello specifico:

- Ricerca costante per la riduzione della plastica nei pack primari (uso di materiali facilmente riciclabili quali vetro o alluminio o di altri pack facilmente riciclabili quali vetro o allumino.
- Prosecuzione e finalizzazione del confezionamento in packaging secondari in carta FSC 100% riciclata

SDG

Il *Sustainable Development* Goals delle Nazioni Unite vuole incoraggiare le aziende ad adottare pratiche sempre più sostenibili e rispettose del Pianeta. Dermophisiologique abbraccia questo invito anche nel 2022 con un focus particolare ad una tematica SDG5 "Ambiente", legata alla difesa della biodiversità del pianeta.

FORMAZIONE PLANET FRIENDLY

Proseguire nella digitalizzazione dei Corsi di formazione e aggiornamento tramite WEBINAR attraverso piattaforme di meeting sempre più performanti, che consentono una interazione diretta on line, sia con Agenti e Clienti Italia, sia con Distributori Estero. Questa modalità consentirà una riduzione di CO_2 per spostamenti personali e spedizioni e la riduzione dei costi di gestione.

GOVERNANACE

Attivazione di processi gestionali più efficace ed efficiente per la sinergia distributiva e di business con il Partner Montefarmaco, anche a seguito del trasferimento nella sede operativa di Bollate (Milano), in Via IV Novembre 92.