

Relazione d'impatto 2017

Allegato al Bilancio d'Esercizio

Dermophysiologique srl SB



Responsabile d'impatto: Fiorella Forchia



DERMOPHYSIOLOGIQUE

Introduzione

Dermophysiologique, una storia di rispetto!

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 e nel rispetto della fisiologia della pelle e il trattamento della pelle disagiata e in 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”.



Loretta Pizio e Ambra Redaelli

NO
oli minerali, derivati del petrolio, coloranti di sintesi, profumi allergizzanti, parabeni aggiunti, alcool, PEG.
huiles minérales, dérivés du pétrole, colorants de synthèse, parfums allergisants, parabènes ajoutés, alcool, PEG.
mineral oils, petroleum-based products, artificial colorings, allergenic perfumes, paraben additives, alcohol, PEG.
aceites minerales, derivados del petróleo, colorantes sintéticos, perfumes alergizantes, parabenos añadidos ni alcohol, PEG.
минеральные масла, нефтепродукты, синтетические красители, вызывающие аллергию отдушки, добавленные парабены, спирт, PEG.

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 .

Nel corso del 2017 Dermophysiologique, dopo aver nel 2016 trasformato il proprio status giuridico da SRL in SRL SB, ha conseguito la ri-certificazione BCorp.

Le Società Benefit sono un nuovo tipo di società, 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.

Dermophysiologique Srl SB

Vicolo L. Pasteur, 120 - Caronno Pertusella (VA) 21042 - ITALY
www.dermophysiologique.it



DERMOPHYSIOLOGIQUE

Dermophysiologique ritiene che da una migliore comprensione e soddisfazione delle esigenze dei consumatori, in particolare di coloro che vengono ignorati o non adeguatamente serviti da parte dell'industria, e da un uso consapevole e rispettoso dell'ambiente sia in grado di fare la differenza nel mondo degli affari. Dermophysiologique crede fermamente che le imprese finanziariamente di successo, rispettose dell'ambiente e con una considerazione consapevole della comunità possano e debbano coesistere. Questo è il nuovo paradigma di business del futuro.

Dermophysiologique in quanto B Corp certificata ambisce ad essere non solo la migliore azienda dell'Estetica Professionale al mondo, ma la migliore Azienda per L'estetica Professionale per il mondo.

Per saperne di più sulla certificazione BCorp Dermophysiologique:

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.



DERMOPHYSIOLOGIQUE

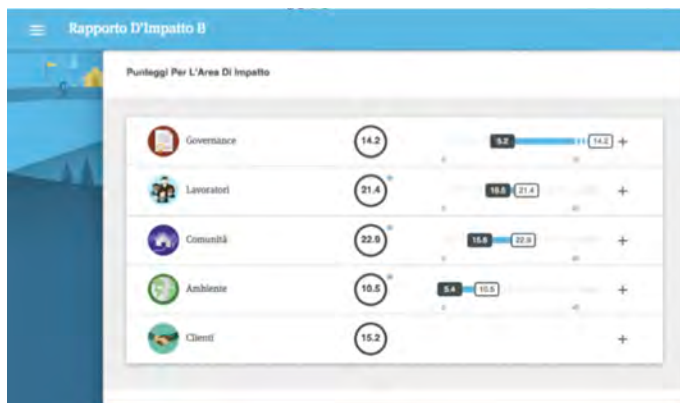
Risultati ed iniziative 2017

L'azienda nel 2017 ha ottenuta la ricertificazione BCorp con miglioramento del rating da 81 ad 84.



Il processo di ricertificazione ha coinvolto tutte le funzioni aziendali, ognuna contribuendo al miglioramento nell'area assegnata all'interno del programma di "Miglioramento Continuo", che era uno degli obiettivi dell'anno.

Rispetto alla media delle aziende che hanno effettuato la valutazione di Impatto BCorp Impact Assessment (circa 340 della stessa dimensione di impresa) Dermophysiologique si è collocata, sempre sopra il punteggio medio per singola area di impatto 2017!



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

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



DERMOPHYSIOLOGIQUE

Nello specifico nell'area:

1. Ambiente

1.1 RICICLO CARTUCCE E TONER DI STAMPA:

E' stato siglato 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 circa 100 toner e cartucce inkjet, sia di provenienza aziendale e privata, sono stati raccolti ed inviati allo smaltimento.



1.2. ECOLOGIZZAZIONE STAMPE CARTACEE

È stata rivista tutta la preparazione dei file grafici e della stampa di tutti i pack secondari di prodotto, i folder di vendita e i diversi materiali cartacei, che vengono stampati solo su carta 100% FSC e senza l'uso di verniciature, plastifiche e colori metallizzati, in modo da essere interamente e completamente smaltibili nella carta. È stato vietato l'uso di colori nocivi e tossici, a favore di composizioni colore ad acqua.





DERMOPHYSIOLOGIQUE

1.3. DIGITALIZZAZIONE DEI MATERIALI di comunicazione per agenti e Centri Estetici Clienti.

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 per dipendenti (50 giornate nel 2017) e titolari di Centri Estetici (30 giornate nel 2017), inclusi gli Eventi Speciali quali Congressi e Special Events (3 giorni a settembre 2017)

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.

Anche l'Ufficio stampa è stato dotato di un'apposita cartella di dropbox da cui può scaricare materiale ed immagini per trasmetterle ai referenti della press e del mondo digital in forma esclusivamente elettronica, e non attraverso pony express.



1.4. DIGITALIZZAZIONE DELL'ADV

E' stato creato un servizio di ADV geolocalizzata, in partnership con ADMove, disponibile 24 ore su 24, per sensibilizzare i Centri Estetici all'utilizzo di forma di comunicazione digitalizzata quali banner e post sul web e sui social network anziché forme cartacee quali volantini e pagine pubblicitarie stampate. Un sistema di mailing mensile incentiva l'adozione di strumenti di comunicazione digitalizzata. Nel 2017 n. 7 Centri Estetici hanno attivato campagne di comunicazione on-line anziché cartacee.



2. Lavoratori

2.1 PROGRAMMA FORMAZIONE PROFESSIONALE

Anche per il 2017 l'azienda ha portato avanti il programma di formazione professionale, incentrato su una tematica molto importante per il business e riguardante la **Supply Chain Esterna – Fornitori e Clienti**.

Particolare attenzione è stata posta sul processo di qualifica e valutazione dei fornitori con la partecipazione del 100% del personale delle funzioni coinvolte nella Supply Chain (6 persone) ed un impegno di 768 ore.

2.2 SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO

Come da obiettivo, nel corso dell'anno è stata messa a punto e formalizzata per iscritto una Politica Aziendale Sulla Sicurezza sul Posto di Lavoro, firmata per presa visione da parte del 100% dei dipendenti ed impegno al rispetto di quanto richiesto.

2.3 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.

2.4 VALUTAZIONE DELLA PERFORMANCE

Nel corso dell'anno è stato rivisitato l'attuale processo di Valutazione della Performance, con modalità di colloquio interattivo, considerando anche l'impegno su obiettivi di miglioramento dell'impatto nel sociale ed ambiente ed inserendo il feedback e la manifestazione di soddisfazione o impegno (satisfied/engaged). Il processo è iniziato tardivamente nell'anno per cui la sua formalizzazione e piena implementazione documentale è rimandata al 2018.

3. Clienti

3.1 CONDIVISIONE ATTIVITA' MENSILI A TEMA SOCIALE ED AMBIENTALE:

Ogni mese, attraverso gli strumenti fisici (Agenda di Lavoro e Calendario) e digitali (36 POST social con 3500 condivisioni, e 12 DEM B2B dedicate inviate a un totale di 7.200 contatti) è stato creato un diverso tema con invito alle Titolari di Centri Estetici ad effettuare un'attività all'interno del proprio Istituto, coinvolgendo lo staff e le proprie clienti. Di seguito alcune delle attività proposte:

1. eliminare il superfluo
2. sensibilizzare le Clienti all'impegno sociale
3. risparmio energetico
4. risparmio dell'acqua
5. selezionare fornitori rispettosi dell'ambiente
6. sostenere insieme la ricerca oncologica



Una comunicazione ad impatto verticale che dall’Azienda, attraverso appositi strumenti di comunicazione ed iniziative di marketing, ha portato al coinvolgimento di oltre **350 Centri Estetici, di cui 8 Centri** hanno organizzato eventi a tema green e social coordinati dal Marketing Aziendale nel corso dell’anno, coinvolgendo più di 400 Clienti Finali!

3.2 GLI EVENTI FORMATIVI E MESSAGGI B-CORP

Gli Eventi Formativi sono stati riprogrammati per inserire 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 e prevedere in ogni momento di incontro una condivisione di soluzioni e progetti con minor impatto ambientale e miglior impatto sociale, per un **totale di 30 ore di formazione dedicate, in 8 differenti sedi sul territorio nazionale (Milano, Torino, Roma, Padova, Ancona, Catania, Palermo, Bari e Foggia)**

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.

3.3 LA CORSA DELLE ESTETISTE A SOSTEGNO DELLA RICERCA ONCOLOGICA

Ad Ottobre 2017, tutte le Clienti sono state inviate a partecipare alle Corsa in Rosa di Fondazione Veronesi e Associazione Susan Komen per sostenere la lotta contro il tumore al seno, anche attraverso un allestimento in Pink di tutti gli Istituti e la distribuzione di materiale informativo dedicato alla prevenzione del Tumore al Seno.

Oltre 600 inviti e-mail sono state inviate ed a seguire a Brescia, Milano e Roma le Estetiste Dermophisologique ed Apeo si sono date appuntamento per portare e sostenere un messaggio solidale!



3.4 IL MIGLIORAMENTO DEI MATERIALI PER L’ EDUCAZIONE DEL CLIENTE

Da Giugno 2017 è stata inserita la nota Bibliografica su tutti i folder e i cataloghi in produzione, in modo da garantire la scientificità e la **tracciabilità completa delle informazioni** riportate.

Questo fornisce al Cliente (sia Centro Estetico che Cliente Finale) di diffondere ed approfondire la propria cultura in merito agli argomenti trattati, di verificare le informazioni lette ed accertarne la veridicità.

Una **trasparenza informativa e una volontà di educare il Cliente** che, normalmente in uso in altri settori come quello medicale e farmaceutico, per la prima volta viene adottata nell’Estetica Professionale.



4. Comunità

4.1 VALUTAZIONE FORNITORI AZIENDALI

A settembre 2017 è stato presentato un prodotto illuminante a base di Mica, la cui provenienza è stata controllata in modo che il Fornitore potesse certificare l'esclusione dello sfruttamento minorile, impiegato in molti Paesi per la sua estrazione. In generale, i Fornitori aziendali di materie prime ed accessori sono stati meglio selezionati per rispondere a standard qualitativi sempre più rigidi a livello di impatto ambientale e sociale.

I fornitori di materie prime, accessori e gadget sono stati ulteriormente selezionati in modo da garantire il **rispetto di parametri qualitativi stabiliti da un'apposita Procedura Approvvigionamenti**, con produzioni il più possibile a km. 0, con un contenimento dei costi di trasporto.

Riguardo all'obiettivo di incrementare il numero di visite a fornitori valutandone l'impegno nel sociale e nella protezione dell'ambiente, incluso l'inserimento di detta valutazione nella certificazione ISO 9001, verrà effettuata entro giugno 2018, data in cui si concluderà la certificazione ISO.

4.2 IL PROGETTO L'ALTRA ME – LA SCUOLA DI CUCITO

E' proseguita anche nel 2017 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", è nato con l'obiettivo di essere "il ponte" che tutte le donne di Dermophysiologique vogliono costruire con quelle africane perché solo dall'incontro e dalla conoscenza può nascere il **Rispetto che è alla base della Pace del nostro Pianeta**.



con il Programma 7 Giorni aderisci all'operazione con 7 GIORNI DI BELLEZZA REGALI 7 GIORNI DI SCUOLA in Africa e contribuisci a rendere il nostro Pianeta più rosa



150 years

April 20, 2015

Dear valued customer:

Due to the recent press articles on the use of child labor in mica sourcing, BASF would like to provide you with information on our position in this regard.

BASF uses mica to produce special-effect pigments for the cosmetics, printing ink, coatings and plastics industries. This business was acquired as part of Engelhard in mid-2006. As part of this transaction, we acquired a mica mine in the United States which has served as the main raw material source for effect pigments produced by BASF. For strategic reasons, we decided to pursue a complete in-house mica sourcing strategy. This sourcing strategy offers us additional benefits in terms of product quality and consistency. BASF ceased sourcing mica from India for this product line. The last such orders were placed from India in November 2007.

In April 2009, BASF acquired Ciba, a Swiss chemical company, which also sourced mica from India. Based on our in-house mica sourcing strategy these purchases were also discontinued.

As a founding member of the UN Global Compact and a responsibly and sustainably operating company, BASF condemns all forms of child labor. This is part of the Vision, Values and Principles of BASF Group.

We also expect our suppliers and business partners to behave accordingly. It is part of our sustainable supply chain management system to inform all our new suppliers about the standards we expect, (i.e., environmental, health and safety standards and also internationally recognized social and labor standards). To support this approach, BASF is an active member in several multi-stakeholder initiatives to promote the cross-sectoral enforcement of internationally recognized social and labor standards (e.g. in the German Round Table Code of Conduct).

If you have any questions related to this matter, please do not hesitate to contact your local BASF representative.



DERMOPHYSIOLOGIQUE

“L’Altra Me” vuole **sostenere con loro 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 secondo Dermophysiologique 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 2017 sono stati venduti 980 cofanetti, con oltre 6.860 giorni di scuola “regalati” per un contributo totale di 165.000 ore di istruzione garantite ai giovani della Comunità.

Nel 2017, in particolare . è stata allestita la scuola di cucito per 12 ragazze, a cui è stata commissionata la produzione di tessuti e pochette per uso promozionale, come sfilate e vetrine dedicate. In questo modo non solo la Comunità di Donghi è stata aiutata ad imparare con un contributo a libello di formazione professionale ed attrezzature dedicate, ma è stata incentivare a produrre redditi reali a sostegno della Comunità.



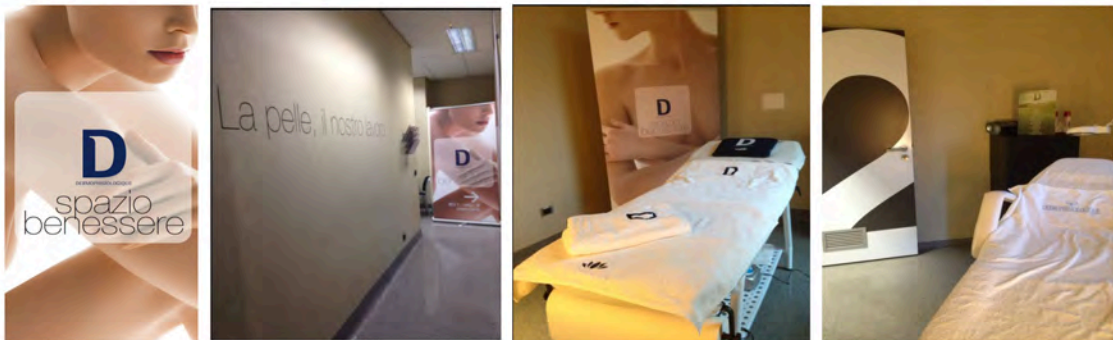
Grazie alla collaborazione con alcuni Centri Estetici partner vicini a Dermophysiologique, **sono state organizzate n. 3 serate tematiche con sfilate a tema etnico** e una comunicazione associata alla sensibilizzazione al sostegno del progetto l’Altra Me che ha coinvolto il pubblico e i media locali (28 ottobre a Luino – 24 Luglio a Pavia, il 20 Luglio ad Arona - Novara)



DERMOPHYSIOLOGIQUE

4.3 LO STUDIO CLINICO PER LA QUALITA' DI VITA DELLE PERSONE IN TERAPIA

È proseguita ed aumentata l'entità dei progetti legati all'estetica oncologica ed al sostegno alla Ricerca per il benessere delle persone prima, durante e dopo la terapia oncologica. Presso lo Spazio Benessere Dermophysiologique in IEO 1 di Via Ripamonti a Milano è stato avviato dal Dipartimento di Psiconcologia IEO, **un Studio Clinico che vede coinvolti 170 Pazienti** nella misurazione di benefici dati dall'utilizzo dei prodotti della linea Ontherapy® by Dermophysiologique da parte delle Estetiste APEO - Associazione Professionale Estetica Oncologica- operanti presso lo Spazio Benessere su pazienti prima, dopo e durante la terapia oncologica.



ONTHERAPY® by Dermophysiologique è la linea specificatamente studiata come **coadiuvante cosmetico per il trattamento della pelle disagiata, in terapia**. Ideale per prevenire e contrastare danni estetici quali secchezza, prurito, arrossamenti, stati irritativi e desquamativi in **sogetti con problematiche dermatologiche** croniche o temporanee (dovute a stress, stati infiammatori etc ..). Le formulazioni ONTHERAPY® sono elaborate per **garantire il massimo confort e vestibilità anche alla pelle più disagiata ed irritata**. A base di Estratti naturali (Olio di ribes nero, Burro di karité bio, Olio di jojoba e di mandorle dolci) e uniti a principi attivi altamente tecnologici in grado di lavorare in sinergia. Ogni prodotto agisce in modo specifico per proteggere e stimolare le naturali difese cutanee, alleviare prurito, rossore e stati irritativi e garantire un sollievo immediato ed un nutrimento profondo e duraturo. Tutti I prodotti della linea sono: **Dermatologicamente Testati Microbiologicamente Testati, Nickel Tested, Peg Free, Alcool Free**.

4.4 IL SOSTEGNO A FONDAZIONE IEO*CCM

Nel 2017 è proseguita la collaborazione con Fondazione IEO-CCM con due progetti concomitanti:

- Da un lato, la prosecuzione all'interno dello Spazio Benessere IEO- nella Hall 1 dell'attività di offerta di servizi beauty con 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 a Fondazione IEO-CCM. A





DERMOPHYSIOLOGIQUE

supporto dell'attività dello Spazio Benessere è stato creato un volantino interno con la spiegazione completa dell'attività svolta.

- Dall'altro, una contribuzione volontaria in termini di donazione prodotti solari della Linea Chrono Age Sun 2017 destinati alla vendita on line e nei 3 Smart Shop di Fondazione IEO*CCM presenti presso l'Istituto Europeo di Oncologia il ricavato della vendita di prodotti Dermophysiologique **pari a oltre 10.000 euro** è stato interamente devoluto alla Ricerca oncologica.



4.5 DIFFUSIONE E CONDIVISIONE PRINCIPI BCORP

L'azienda si è resa inoltre disponibile, utilizzando personale rappresentante varie funzioni aziendali o risorse esterne opportunamente dedicate a rispondere alle innumerevoli richieste di testimonianza, interviste e risposta a specifici questionari relativi al processo di certificazione da parte di studenti universitari in corsi di Laurea Magistrale e di Master. Ciò al fine di rendere maggiormente consapevoli gli studenti sui principi ispiratori del movimento BCorp, ma anche sui tecnicismi operativi per assolvere alle domande dell'Impact Assessment, a tutto beneficio della diffusione e conoscenza delle BCorp.

5. Governance

5.1 Condivisione "Open Books"

Le iniziative ed i risultati BCorp in aggiunta ai dati economici finanziari della società sono stati formalizzati e condivisi con una presentazione ai dipendenti in una specifica riunione. La comparazione invece di KPI (Key Performance Indicators) aziendali rispetto agli obiettivi d'impatto definiti verrà effettuata nel 2018, quando sarà più chiara la definizione di realistici obiettivi numerici di impatto.

Conclusioni ed Obiettivi 2018

Nel 2017 la Direzione Aziendale ha coinvolto e condiviso con tutto lo Staff, la Rete Vendita ed i Clienti il processo di Ricertificazione B Corp, con coinvolgimento quindi di tutti gli stakeholder ed impegnandosi a portare a termine le iniziative del “Processo di Miglioramento Continuo” predisposto, ottenendo un miglioramento nel Rating. Anche per il 2018 l’azienda intende perseguire più alti standard di impatto con l’obiettivo di un ulteriore miglioramento ed in particolar modo impegnandosi nelle aree Comunità ed Ambiente dove sussistono i maggiori spazi di miglioramento:

➤ 1. Ambiente

IMPEGNO AMBIENTALE FORNITORI

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.

➤ 2. Lavoratori

PROGRAMMA FORMAZIONE PROFESSIONALE

Anche per il 2018 l’azienda intende investire in formazione professionale con un impegno di circa 800 ore e coinvolgendo più del 50% del personale aziendale. I corsi selezionati della Regione Lombardia saranno 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.

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.

➤ 3. Clienti

BENESSERE DELLE PERSONE

Proseguire ed aumentare l’entità dei progetti legati all’estetica oncologica ed incrementare il sostegno sociale alla Ricerca per il benessere delle persone prima, durante e dopo la terapia oncologica e farmacologica, con la creazione di Volumi Trattamento e linee di prodotto dedicate. A questo, si aggiunge la creazione di un’operazione di CRM specifica per sostenere la lotta al melanoma, con informativa dedicata ed una linea di protezione solare dedicata.

➤ 4. Comunità

FORNITORI

Formalizzare dettagliatamente ed Incrementare il numero di visite a fornitori valutando particolarmente l'impegno nel sociale e nella protezione dell'ambiente

Inserire nella certificazione ISO 9001 aziendale anche la specifica valutazione d'impatto del fornitore

➤ 5. Governance

KEY PERFORMANCE INDICATORS

Implementare un sistema di monitoraggio dei Key Performance Indicators aziendali rispetto agli obiettivi d'impatto definiti, con identificazione di precise azioni correttive in caso di mancato raggiungimento degli stessi.