



**PETENON**  
**COSMETICS**

PROFESSIONAL HAIR & SKIN CARE

# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Relazione di Impatto ex L. 208/2015

# 2022

# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Relazione di Impatto ex L. 208/2015

## 2022

[GRI 2-1]

Pettenon Cosmetics S.p.A. Società Benefit  
Sede legale e amministrativa in Via del Palù 7/D, 35018, San Martino di Lupari, Padova (IT)  
Numero di Iscrizione al Registro delle Imprese di Padova, Codice Fiscale e Partita IVA: 04937500280  
Numero REA: PD 430007  
Capitale Sociale di euro 7.500.000,00 i.v.



## Lettera agli stakeholder

[GRI 2-22]

*“Oggi la crescita di un’azienda non può prescindere dall’attenzione nei confronti dell’ambiente e della comunità in cui è inserita: è fondamentale rispettarli e preservarli responsabilmente. Per fare ciò, riteniamo che alla base delle nostre attività industriali debbano trovarsi i valori della sostenibilità e dell’etica affinché possano guidare il nostro operato.*

*Il continuo impegno che dedichiamo ai temi di ricerca e innovazione è spinto dalla volontà di creare nuovi prodotti sempre più efficaci e con un impatto ambientale progressivamente minore, rispettando sempre gli elevati standard di qualità garantiti dai nostri laboratori. Il riconosciuto livello di professionalità di Pettenon Cosmetics è confermato dai risultati che l’azienda ha raggiunto: un giro d’affari di circa 140 milioni di euro, la presenza in oltre 100 paesi e volumi di esportazioni che si attestano attorno al 70% del fatturato complessivo.*

*Siamo un’azienda che guarda al mondo, quindi, senza però trascurare il territorio a cui appartiene: Pettenon Cosmetics, infatti, ha inserito tra i cinque benefici comuni elencati all’interno del proprio statuto anche il*

*supporto alla comunità, che esercita attraverso l’attivo coinvolgimento in progetti, iniziative e partnership con oltre 20 associazioni del territorio che si occupano di solidarietà sociale.*

*Nel 2021 siamo diventati Società Benefit e abbiamo pubblicato il nostro primo Bilancio di Sostenibilità; nel 2022 abbiamo raggiunto la neutralità carbonica grazie all’attività di compensazione delle nostre emissioni e abbiamo registrato una crescita importante. Nel 2023 vogliamo realizzare progetti di sviluppo consistenti, continuare a investire in ricerca e innovazione e ottimizzare i nostri processi produttivi, con un’ottica sempre più orientata al raggiungimento dei nostri ambiziosi obiettivi di sostenibilità.”*

Gianni Pegorin,  
**Presidente** di  
Pettenon Cosmetics

Federico Pegorin,  
**Amministratore  
Delegato** di  
Pettenon Cosmetics



# Sommario

<b>1</b>	Nota metodologica .....	09
<b>2</b>	Chi siamo .....	13
<b>3</b>	La nostra storia: un lungo cammino nella bellezza .....	21
<b>4</b>	I nostri brand .....	27
<b>5</b>	La governance .....	35
<b>6</b>	La governance di sostenibilità .....	41
<b>7</b>	La strategia di sostenibilità .....	45
<b>8</b>	I cinque benefici comuni .....	57
<b>9</b>	Ricerca e innovazione .....	56
<b>10</b>	Tutela dell'ambiente .....	69
<b>11</b>	Gender Diversity e multiculturalità .....	81
<b>12</b>	Formazione e valorizzazione delle persone .....	91
<b>13</b>	Supporto alla comunità .....	101
<b>14</b>	Tabella dei contenuti GRI .....	107



1

NOTA  
METODOLOGICA

# 1 Nota metodologica

[GRI 2-2] [GRI 2-3] [GRI 2-4] [GRI 2-5]

La legge 28 dicembre 2015 n. 208 (**"Legge di Stabilità 2016"**), in vigore dal 1 gennaio 2016, ha introdotto in Italia una nuova forma giuridica d'impresa: quella delle "Società Benefit", definite come quelle società che *«nell'esercizio di una attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguono una o più finalità di beneficio comune e operano 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»*.

Per soddisfare i requisiti di responsabilità, sostenibilità e trasparenza nei confronti dei portatori di interesse, le Società Benefit sono tenute a redigere una relazione concernente il perseguimento del beneficio comune, da allegare al bilancio societario (**"Relazione d'Impatto"**), che includa:

- la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato;
- la valutazione dell'impatto generato utilizzando lo standard di valutazione esterno con caratteristiche descritte nell'allegato 4 annesso alla Legge di Stabilità 2016 e che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 annesso alla medesima legge;
- una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la Società intende perseguire nell'esercizio successivo.

La Relazione d'Impatto deve essere poi diffusa attraverso:

- il deposito presso il Registro delle Imprese competente, insieme al bilancio d'esercizio;
- la pubblicazione sul sito web della Società.

Pettenon Cosmetics S.p.A. Società Benefit (**"Pettenon Cosmetics"** o la **"Società"**) ha deciso di predisporre la presente Relazione d'Impatto sulla base dei requisiti previsti dalla Legge di Stabilità 2016, descrivendo l'impatto generato dalle proprie attività conformemente agli standard internazionali di valutazione della Global Reporting Initiative, i **"GRI Standards"**, inizialmente pubblicati nel 2016 e aggiornati nel corso del 2021. L'approccio adottato per redigere la presente relazione è quello "con riferimento" (**"with reference"**) grazie al supporto metodologico della società SCS Consulting (SCS Azioninova S.p.A.). Il presente documento si riferisce al periodo compreso tra il 1° gennaio 2022 e il 31 dicembre 2022 e non è stato sottoposto ad attività di assurance esterna. Nel corso del periodo di rendicontazione non sono state effettuate attività di revisione sulle informazioni relative ai precedenti esercizi.

Per richiedere ulteriori informazioni circa i contenuti del Bilancio di Sostenibilità 2022 di Pettenon Cosmetics, è possibile contattare la Società al seguente indirizzo e-mail: [info@pettenon.it](mailto:info@pettenon.it).



2

CHI SIAMO

# 2 Chi siamo

[GRI 2-6]

Dal  
**1988**

Dal 2021  
**Società Benefit**

**437**  
Dipendenti

**144**  
Paesi serviti

Pettenon Cosmetics è un'azienda italiana specializzata nel **Professional Hair & Skin Care**, che da 75 anni sostiene in Italia e all'estero la qualità Made in Italy dei prodotti professionali per acconciatori ed estetisti. Con **114 Paesi serviti** e una consolidata esperienza nei principali mercati esteri, Pettenon Cosmetics è oggi un'azienda in grado di **garantire prodotti professionali di qualità, personalizzabili** in base alle esigenze di mercati specifici e alle diverse tipologie e condizioni dei capelli.

Il **sito produttivo situato in San Martino di Lupari (PD)**, in costante espansione ed evoluzione, con la sua specializzazione in trattamenti specifici per la cura e la bellezza dei capelli e della pelle, produce quotidianamente, in media, 341.000 pezzi tra shampoo, maschere, prodotti styling, acqua ossigenata e altri prodotti tecnici, qualificando Pettenon Cosmetics quale partner affidabile per il mondo globale della bellezza professionale.

Tutte le fasi del processo produttivo per la realizzazione dei prodotti Pettenon Cosmetics sono internalizzate, dalla fase di progettazione e ricerca, alla fase di soffiaggio e serigrafia dei packaging.

Il **laboratorio interno**, specializzato in ricerca e sviluppo, garantisce **alti standard qualitativi e innovazione continua**, grazie alla presenza di professionisti altamente specializzati e numerosi investimenti volti a migliorare le performance dei prodotti e stimolare la ricerca dell'originalità sia nelle formulazioni che nella cura minuziosa del design olistico del prodotto, sinonimo di tecnologia e design.

Il **Reparto Controllo Qualità** si occupa del monitoraggio continuo dei prodotti tramite accurati processi di screening delle materie prime, materiali, semilavorati e prodotti finiti, al fine di garantire la conformità di tutti i lotti produttivi rispetto ad alti standard di qualità.

Il **laboratorio microbiologico**, di classe bio-sicurezza II, è strutturato per garantire la corretta gestione del rischio biologico e preservare la **salute degli operatori e dell'ambiente circostante**. Il laboratorio, mantenuto in depressione, si avvale di un sistema automatico di filtrazione dell'aria. Le analisi microbiologiche forniscono uno screening accurato del prodotto, ad esempio, mediante la conta di batteri, muffe e lieviti. Tutte le analisi vengono eseguite **nel rispetto delle linee guida** definite nella normativa UNI EN ISO 16212:2017 e UNI EN ISO 21149:2017 e seguendo i criteri di

Più di

**14 mila**  
ore di formazione erogate

**54%**  
donne in posizione quadro

**1**  
centro tecnico test prodotti

Sostegno ad **oltre 20**  
associazioni del territorio

**1**  
sito produttivo

**1**  
Accademia Altarego

**Neutralità carbonica**  
degli **eventi corporate**

**Analisi LCA**  
di organizzazione

**Neutralità carbonica**  
dello **stabilimento** di San Martino di Lupari

Indici di **naturalità e biodegradabilità** dei 20 prodotti "top seller" superiori al **90%**

**6**  
prodotti pari al 6,4% del fatturato **sottoposti ad analisi LCA**

Sistema di gestione ambientale certificato **ISO 14001**

# I PILASTRI DELLA STRATEGIA DI PETTENON COSMETICS

## Digitalizzazione

La **trasformazione digitale** è uno dei pilastri alla base della strategia aziendale di Pettenon Cosmetics. Grazie all'**integrazione degli strumenti digitali** nelle proprie attività, l'azienda ha raggiunto una maggiore visibilità, rafforzato il rapporto con i propri stakeholder e indagato più approfonditamente le nuove esigenze del mercato beauty. Per gli stessi fini, Pettenon Cosmetics ha deciso di potenziare **l'impronta digitale dei singoli brand**, mirando anche a rafforzarne il rapporto con la community di professionisti e utenti e a sensibilizzarli sulle tematiche di sostenibilità e inclusività. Un esempio della portata di questo nuovo approccio è costituito dalla fanbase del brand Fanola, che nel corso del 2022 ha superato i 70.000 follower **registrando una crescita del 26%**. Infine, l'attività di re-ingegnerizzazione e digitalizzazione dei processi operativi ha conferito all'azienda maggiore efficienza, aumentandone anche il livello di performance.

## Sostenibilità

Pettenon Cosmetics è fermamente convinta che **non possa esistere sviluppo senza sostenibilità**; perciò, ha scelto di fare di quest'ultima uno dei cardini della propria strategia aziendale. Integrare i fattori ambientali e sociali nel proprio modus operandi le ha permesso sia di **limitare l'impatto delle proprie attività sull'ambiente** grazie a una più efficace gestione delle risorse e alla riduzione degli sprechi, sia di **stringere un legame più forte con il territorio, i dipendenti e i collaboratori generando valore condiviso nel lungo periodo**. A dimostrazione del proprio impegno in materia di sostenibilità, nel 2021 Pettenon Cosmetics è diventata **Società Benefit**, cambiamento che l'ha portata anche a pubblicare la sua prima **relazione d'impatto**, il Bilancio di Sostenibilità 2021, che include gli indicatori, i risultati e gli obiettivi di sostenibilità dell'azienda.

## Innovazione

Pettenon Cosmetics ha sempre ritenuto fondamentale impegnarsi e investire in **ricerca e innovazione** per portare in azienda nuovi metodi di progettazione e produzione con lo scopo di immettere sul mercato prodotti sempre più efficaci, performanti e, soprattutto, rispondenti alle esigenze di qualità richieste dai consumatori. A tal fine, l'azienda ha sempre **sostenuto la formazione e la specializzazione dei propri dipendenti** per accrescerne le conoscenze e competenze affinché possano creare prodotti nuovi che integrino ricerca scientifica, conoscenza e progresso.

accettabilità espressi nella norma UNI EN ISO 17516:2015. Il laboratorio, inoltre, è dotato di uno strumento a **tecnologia avanzata** che, tramite citofluorimetria, permette di svolgere analisi approfondite dei prodotti, a maggior garanzia e **tutela della salute e sicurezza del consumatore finale**.

Il **Centro Tecnico "Hair Innovation Space"** per testare e sviluppare i prodotti si avvale della collaborazione di tecnici professionisti ed acconciatori esperti che svolgono quotidianamente numerosi e puntuali test su modelle per comprovare gli esiti di funzionalità e performance dei prodotti, elaborando protocolli d'uso e suggerimenti professionali per assecondare i bisogni dei clienti, anche di quelli più esigenti.

**Tempestività nella risposta al mercato, sicurezza per il consumatore finale e formazione professionale nell'accademia dedicata** sono le ulteriori garanzie che Pettenon Cosmetics assicura sia ai professionisti che quotidianamente utilizzano i prodotti nei loro saloni, sia agli stilisti che sfoggiano acconciature creative sulle passerelle della moda internazionale.

**L'Alter Ego Italy Salon Academy** organizza periodicamente corsi di formazione per i professionisti del settore per supportare lo sviluppo di nuove conoscenze e abilità attraverso un'ampia gamma di format stilistici e tecnici.

Giro d'affari di circa

**140 mln**  
di euro

Patrimonio netto di circa

**61 mln**  
di euro

Valore della produzione di oltre

**146 mln**  
di euro

Costi per il personale pari a

**17 mln**  
di euro



## Le iniziative per il marchio del cliente



Oltre che per la propria produzione, Pettenon Cosmetics mette a disposizione delle esigenze dei clienti il proprio sito produttivo e le competenze tecniche e creative dei professionisti interni all'azienda, per trasformare i progetti in prodotti finiti. Parte delle attività della sede produttiva dell'azienda viene dunque destinata alla creazione di **private label** e **private branding**. Tramite il **servizio completo**, il team di professionisti Pettenon Cosmetics supporta i propri clienti con progetti di personalizzazione di ampie gamme

di prodotti professionali per capelli, seguendo il processo in tutte le fasi: dalla formulazione e produzione del semilavorato all'acquisto di packaging e realizzazione della grafica del prodotto. L'azienda, inoltre, fornisce i propri prodotti a clienti già in possesso di contenitori, offrendo un servizio di riempimento dei flaconi. I prodotti Pettenon Cosmetics possono anche essere acquistati sfusi, per dare ai clienti la possibilità di procedere al confezionamento autonomo.

## I nostri fornitori

[GRI 2-6]

Pettenon Cosmetics regola i rapporti con la catena di fornitura attraverso politiche interne che permettono di implementare la corretta procedura di acquisto di materie prime e di definire un sistema di selezione, approvazione, monitoraggio e riapprovazione dei fornitori al fine di garantire aspetti quali sicurezza, legalità e qualità dei materiali.

Nel corso del 2022 l'azienda si è servita di **318 fornitori**, prevalentemente **nel territorio italiano (88%)**, i cui principali prodotti sono: materie prime, packaging, accessori e materiali di comunicazione. Complessivamente il valore economico distribuito ai fornitori è stato pari a 50.054.088 euro.

[GRI 204-1]

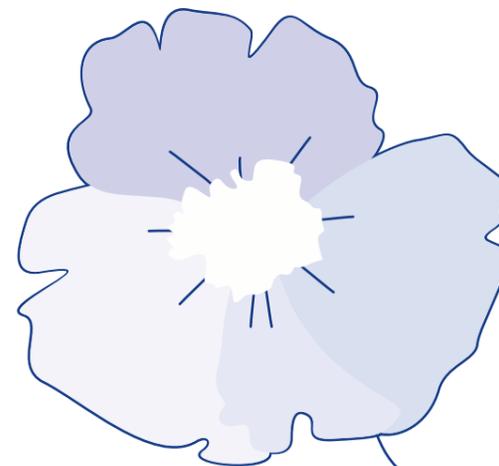
Numero totale di fornitori	UdM	2020	2021	2022
Numero totale di fornitori	N	284	273	318
Fornitori dell'area Nord	N	231	220	252
Fornitori dell'area Centro	N	18	18	23
Fornitori dell'area Sud e isole	N	3	4	6
Fornitori dell'area Estero	N	32	31	37
Valore monetario totale distribuito	€	37.295.358	41.024.199	50.054.088

## Il progetto in materia di Sustainable Procurement

Già a partire dal 2021, con la consapevolezza che la fase di approvvigionamento ha un impatto ambientale, sociale ed economico sul territorio di appartenenza dell'azienda, Pettenon Cosmetics ha intrapreso un **percorso di sensibilizzazione e raccolta di informazioni** su temi di sostenibilità ambientale, sociale e di governance nei **confronti dei propri fornitori**.

Al fine di garantire la riduzione dell'impatto ambientale e sociale del processo di acquisto di beni e servizi e di massimizzarne il valore e la qualità, nel 2022 l'azienda ha avviato un percorso di **integrazione della sostenibilità nei processi di selezione, valutazione e gestione della catena di approvvigionamento**, con l'obiettivo di promuovere uno sviluppo economico responsabile, creando valore condiviso di lungo termine per tutti gli stakeholder. Tra le azioni attuate, Pettenon Cosmetics ha erogato un percorso di **formazione e sensibilizzazione** in materia di sostenibilità rivolto alle principali funzioni interne responsabili

del processo di approvvigionamento. Il percorso formativo si è svolto in **tre incontri laboratoriali** volti ad approfondire come i fattori ESG possono essere integrati all'interno dei processi di selezione, valutazione e gestione dei fornitori. Grazie al coinvolgimento diretto dei partecipanti, il progetto ha permesso di raccogliere elementi utili per l'aggiornamento e definizione dei **questionari di self-assessment settoriali** utili alla valutazione dei principali parametri influenti sui temi di sostenibilità quali, ad esempio, la presenza di un sistema di gestione ambientale, le modalità di supporto alla comunità e territorio di appartenenza e la presenza di definite politiche per la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra. Il percorso laboratoriale si è infine concluso con la **definizione degli elementi cardine della politica di sustainable procurement** che verrà formalmente adottata dall'azienda nel corso del 2023 al fine di comunicare a tutti gli stakeholder il proprio impegno in materia di approvvigionamenti sostenibili.





3

LA NOSTRA  
STORIA

# 3 La nostra storia: un lungo cammino nella bellezza

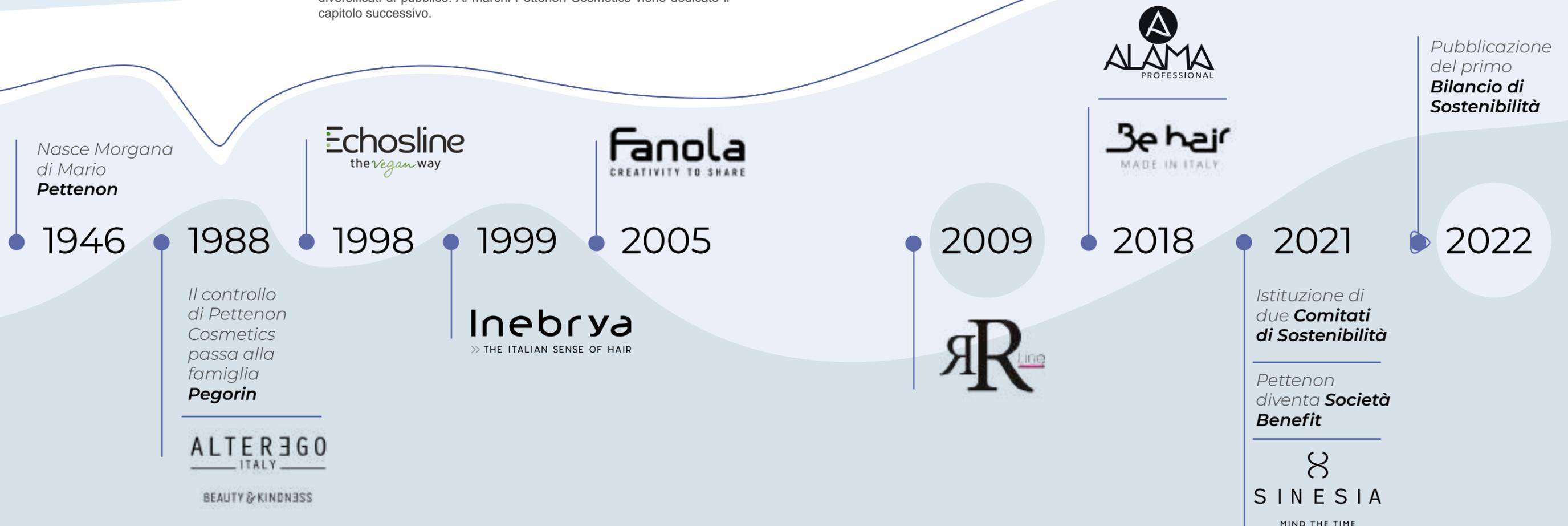
*“Da impresa artigiana Morgana di Mario Pettenon a gruppo industriale che guarda al futuro tra storia, tradizione e valori.”*

Nel 1946 nasce **Morgana** fondata da Mario Pettenon, imprenditore, filantropo e amante dell'arte. Grazie alla vicina collaborazione di Arturo Pegorin e un sapiente ed instancabile lavoro nella ricerca di formulazioni e creazione artigianale del prodotto, l'azienda si contraddistingue fin da subito per **competenza ed esperienza**, binomio che ancora oggi caratterizza Pettenon Cosmetics. Nei primi anni di attività il core business dell'azienda era principalmente dedicato alla produzione di rossetti, smalti, ciprie e profumi, per poi **specializzarsi in prodotti professionali per acconciatori**.

Nel **1988**, con la scomparsa di Mario Pettenon, Pettenon Cosmetics passa alla famiglia **Pegorin**, Arturo e i suoi due figli Giovanni e Federico, che guidano l'azienda in un percorso d'ascesa e d'espansione. Ad oggi, Pettenon Cosmetics è **una delle aziende più affermate nel campo del professional hair & skin care**, con 437 dipendenti e un giro d'affari di circa 139.450.711 euro. Il portafoglio prodotti Pettenon Cosmetics, in continua espansione, viene diversificato in nove brand, con il fine di garantire prodotti innovativi ma, al contempo, accessibili a segmenti diversificati di pubblico. Ai marchi Pettenon Cosmetics viene dedicato il capitolo successivo.

Nel 2021 Pettenon Cosmetics diventa ufficialmente **Società Benefit** concretizzando, tramite tale forma giuridica, il proprio impegno di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori d'interesse, perseguendo, oltre allo scopo di massimizzare i profitti e dividere gli utili, le finalità di **beneficio comune** dichiarate nel proprio Statuto. Nello stesso anno vengono costituiti **due Comitati di Sostenibilità**.

Nel corso del 2022, Pettenon Cosmetics **ha pubblicato la sua prima relazione di impatto** sotto forma di **Bilancio di Sostenibilità**.



# Top moments 2022

Dopo due anni di pandemia da Covid-19, il 2022 è stato l'anno della ripresa anche per l'industria cosmetica, che ha addirittura superato i livelli di fatturato pre-pandemia. Per Pettenon Cosmetics si è trattato di un anno particolarmente rilevante anche perché segnato da numerose tappe e riconoscimenti in materia di sostenibilità:



## Il Bilancio di Sostenibilità 2021 di Pettenon Cosmetics tra i 50 più accessibili nell'Index Future Respect 2022

ConsumerLab – centro studi che integra l'esperienza maturata nel mondo consumeristico con la competenza di un team accademico e professionale di alto profilo – ha inserito il Bilancio di Sostenibilità 2021 di Pettenon Cosmetics nell'**Index Future Respect 2022**, dove figura **tra i 50 Bilanci di Sostenibilità ritenuti più interessanti e accessibili** su un campione di oltre 1500 documenti.

## Medaglia d'Argento EcoVadis

Nel corso del 2022, Pettenon Cosmetics è stata valutata da **EcoVadis**, fornitore di rating di sostenibilità universali, e inserita nel 25% delle migliori aziende ottenendo una **Medaglia d'Argento**.

## Certificazione ISO 14001

L'azienda ha conseguito lo standard internazionale UNI EN ISO 14001:2015, che certifica l'implementazione di un sistema di gestione ambientale.

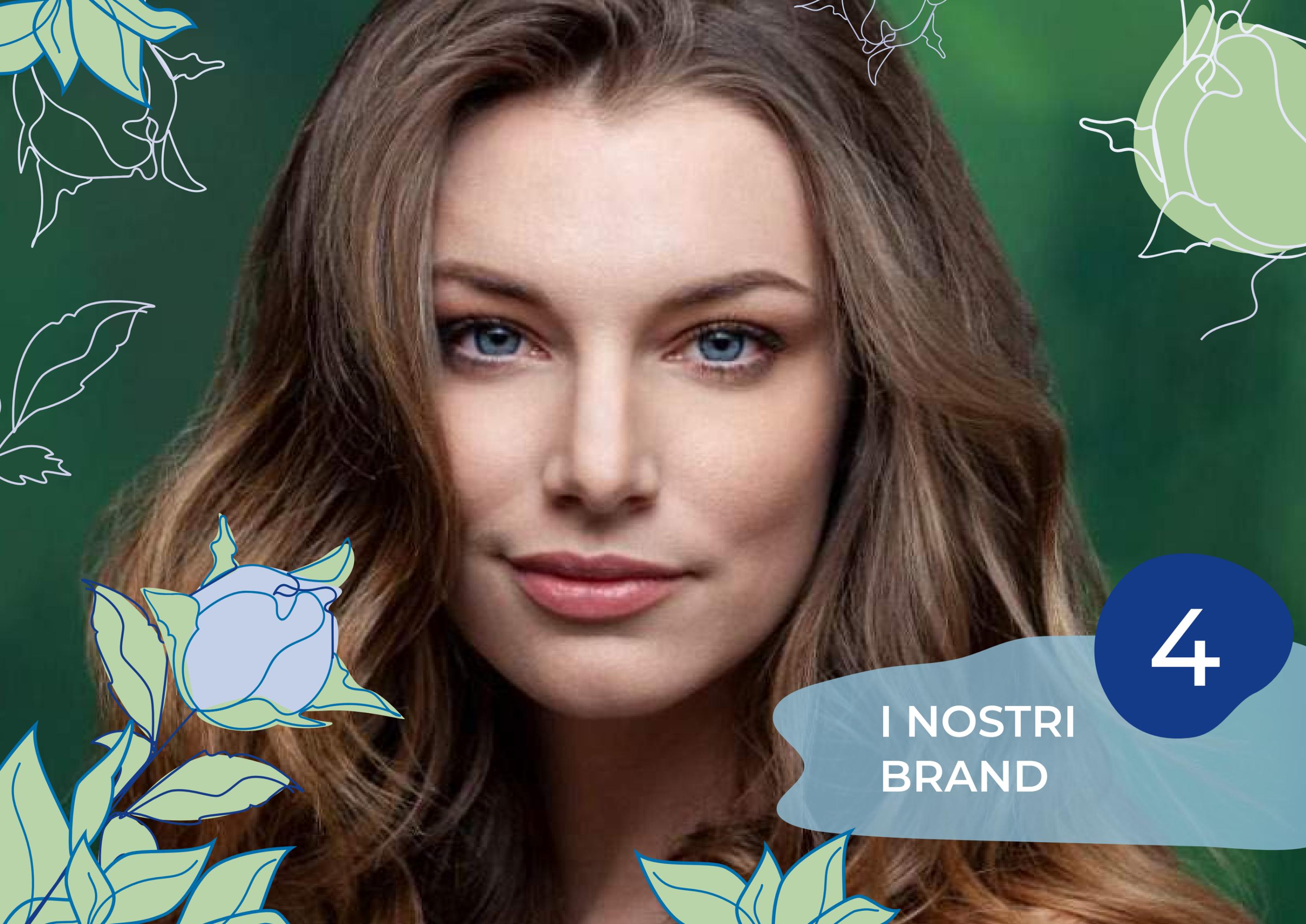
## Certificazione GMP

Pettenon Cosmetics ha ottenuto la certificazione Good Manufacturing Practices (GMP) a conferma dell'impiego di buone pratiche di fabbricazione dei prodotti cosmetici conformemente alla ISO 22716:2007, che definisce le linee guida da seguire nelle varie fasi di produzione.

## Adesione al Global Compact delle Nazioni Unite

A conferma della sua intenzione di proseguire nel percorso della sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa, a marzo 2023 Pettenon Cosmetics ha aderito ufficialmente al Global Compact delle Nazioni Unite, patto strategico di cittadinanza d'impresa che promuove l'adozione di politiche e pratiche sostenibili e la responsabilità sociale d'impresa attraverso **Dieci Principi** nelle aree dei diritti umani, del lavoro, dell'ambiente, della lotta alla corruzione, della riduzione delle emissioni e del supporto alle comunità locali, oltre al sostegno ad azioni e progetti per la condivisione dei valori etici con lavoratori e partner. Le aziende aderenti si impegnano contemporaneamente anche al rispetto dei 17 SDGs delle Nazioni Unite.





4

I NOSTRI  
BRAND

# 4 I nostri brand

[GRI 2-6]

## Alter Ego Italy

Il marchio Alter Ego Italy, fondato nel 1988 e attualmente diffuso in oltre 50 paesi, si contraddistingue nel mercato del professional haircare grazie a una gamma di **prodotti sofisticati** che godono di ampio riconoscimento a livello internazionale. I prodotti esclusivi Alter Ego, alla base dei trattamenti per la cura e la bellezza dei capelli, sono il **risultato della costante ricerca di innovazioni e tecnologie altamente performanti** e della scrupolosa attenzione nella selezione degli ingredienti che permette la realizzazione di formulazioni sempre più sostenibili. Alter Ego, connubio perfetto dei concetti di efficacia e gentilezza, performance e sostenibilità, è pensato per rispondere alle esigenze delle donne contemporanee, che vogliono essere belle e sofisticate, ma che al contempo sentono l'urgenza di prestare maggiore attenzione all'ambiente.



## Echosline

Creato in Italia nel 1998 e attualmente diffuso in **oltre 60 paesi** nel mondo, Echosline nasce come brand tradizionale per poi evolvere in un marchio votato alla **"Clean Beauty"**. La parola «Echos» richiama il concetto di ecosostenibilità, caposaldo del percorso intrapreso dal brand, mentre «line», ovvero linea, rimanda alla strada imboccata per raggiungere lo scopo di marchio 100% vegan, con la totalità dei prodotti privi di ingredienti di origine animale. Con l'obiettivo di rispettare i professionisti, i consumatori e, al contempo, l'ambiente circostante, il brand intraprende il percorso «*The Vegan Way*», tramite l'innovazione dei

propri prodotti e la continua ricerca di **ingredienti di origine naturale, biodegradabili ed eco-certificati**, posizionandosi nel mercato del professional haircare come **marchio etico e sostenibile**. Echosline rappresenta il perfetto connubio tra i concetti di bellezza "smart" accessibile e anche **professionale e sostenibile**. La mission del brand è offrire ai saloni di tutto il mondo trattamenti professionali a tutela di una **bellezza essenziale** dove la semplicità rappresenta la massima espressione di autenticità.





## Inebrya

Inebrya deriva dal verbo *"inebriare"* che significa rallegrare, stimolare, esaltare. L'ispirazione dà origine alla filosofia del brand nato nel 1999 in Italia con l'obiettivo di **soddisfare le esigenze dei professionisti di haircare** di tutto il mondo e di creare bellezza da ogni punto di vista. Ad oggi il brand è presente in **oltre 60 paesi** nel mondo e grazie alla completezza di gamma e all'efficacia dei prodotti, emerge nel settore professionale contraddistinguendosi per la **qualità Made in Italy**.

Inebrya, grazie a fragranze irresistibili, packaging raffinati che giocano con i colori e texture morbide, unisce le altissime performance dei prodotti al loro potere di seduzione in grado di

condurre i professionisti e le clienti finali in un mondo ultrafemminile e altamente sensoriale.

Ogni prodotto è pensato per ampliare i cinque sensi oltre l'orizzonte del percepito attraverso fragranze vellutate e colori vivaci, effetti WOW sul capello e una personalità seducente e coinvolgente, per un piacere assoluto.



## Fanola

Fanola è il brand che **fonda sulla forza del colore, della creatività e della condivisione la propria filosofia** e che attraverso il colore esprime la propria personalità, lo spirito positivo, la libertà di sperimentare. La personalità di Fanola si caratterizza per la sua **vivacità** e la sua **esuberante diversità**. È un brand che ama osare e spostare il concetto di bellezza ogni giorno un metro più in là e che si fa portavoce di una **bellezza non convenzionale**, che va oltre i classici canoni estetici, esaltando la bellezza di ogni individuo al di là di ogni stereotipo e celebrando **l'inclusività** e la **multiculturalità**.

Il marchio **100% Made in Italy**, nato nel 2005 ed oggi presente in **75 paesi**, è **esploso oltreoceano grazie al potere dei social network**, generando migliaia di condivisioni e conversazioni online in tutto il mondo. Grazie ai prodotti Fanola, gli hairstylist sono liberi di sperimentare, esprimere la propria creatività e provocare l'**"effetto wow"** che ha reso il brand uno dei più distintivi nel mercato beauty.

## RR

RR è la linea di prodotti professionali in grado di coprire efficacemente tutte le esigenze del parrucchiere con estrema qualità e convenienza. Il marchio, nato nel 2009 e attualmente **presente in 34 paesi**, propone una **gamma di prodotti essenziale ma completa** in grado di combinare ottime performance con un'incredibile facilità d'uso.



### Alama professional

Alama Professional nasce nel 2018 con l'obiettivo di portare la qualità professionale italiana nelle case delle persone rendendo **la qualità vera del salone accessibile a chiunque** e garantendo i **massimi risultati** grazie alla facilità di utilizzo dei prodotti. Il marchio si rivolge alla grande distribuzione organizzata (GDO) italiana ed è **presente in 15 paesi**. L'efficacia dei prodotti proposti deriva dalle **formulazioni testate dai professionisti del settore**. Sin dalla sua nascita, Alama Professional si fonda su tre valori, i pilastri del brand: **Professionalità, Innovazione, Sostenibilità**.

L'obiettivo del brand è portare al consumatore prodotti di qualità professionale proponendo **soluzioni sempre più sostenibili**, grazie a un costante processo di innovazione e attraverso una comunicazione trasparente che contribuisce a costruire un rapporto di fiducia con chi sceglie Alama Professional.

Il termine "**malama**", che in hawaiano significa "**prendersi cura**", costituisce la base della filosofia e del nome da brand, che unisce la cura **dei capelli delle persone** con quella **del pianeta**, secondo il motto: "*As we care for you, we care for our planet*".



### Be Hair Italy

Be Hair Italy, che nasce nel 2018 e si diffonde rapidamente in **29 paesi**, è un marchio caratterizzato da **ricerca tecnica e costante confronto con gli esperti del settore** per la creazione di **prodotti unici e innovativi**, tramite la selezione di ingredienti tecnologicamente avanzati, in grado di garantire elevati standard di performance.

Precursore del **fast cosmetics**, il brand ha creato prodotti in grado di garantire performance elevate nel minor tempo possibile, andando incontro alle esigenze dei professionisti del settore e della clientela. Be Hair Italy offre, ad esempio, prodotti per la colorazione dei capelli privi di ammoniaca e trattamenti ad alta efficacia con tempi di posa inferiori alla media (12 minuti circa).

Il motto del marchio è "*Simply Different*", un vero e proprio mantra che riflette la volontà, tramite la ricerca, di **reinterpretare e riadattare i trattamenti haircare in maniera semplicemente diversa, unica e all'avanguardia**. Alla base della filosofia del brand vi è la convinzione che non basta formulare i prodotti giusti, ma servono anche sistemi di lavoro collaudati e performanti che consentano ai professionisti del settore di esprimere al meglio la propria arte.

### Sinesia

Il marchio Sinesia nasce nel 2021 dalla volontà dell'azienda di immettere nel mercato una linea di **prodotti professionali premium** capace di promuovere la cura dell'**hair scalp e la skincare**. Unendo bellezza e benessere all'insegna di un concetto olistico, i prodotti Sinesia sono infatti pensati per permettere alle persone di prendersi cura della testa nella sua totalità, trattando capelli, viso e cuoio capelluto, **rendendo possibile la cura di sé stessi e del proprio tempo** in linea con la filosofia "*Mind the Time*". La texture e la consistenza raffinata dei prodotti Sinesia consentono alle persone di vivere **vere e proprie esperienze sensoriali**, in grado di generare emozioni positive e una profonda sensazione di piacere e benessere. Grazie alle formulazioni innovative e alla costante accortezza nella selezione di ingredienti ricchi di principi funzionali, i prodotti integrano i concetti di **multifunzionalità, efficienza e sostenibilità**. Il brand, che fonda le proprie radici nel concetto di **Greenrich beauty**, è caratterizzato da formulazioni che rispettano, per la maggior parte, **parametri di naturalità superiori al 90%** secondo le linee guida ISO16128 e **parametri di biodegradabilità degli ingredienti** definiti con metodo OECD 301. Le **formulazioni sicure e vegane** si integrano col potere funzionale in una linea lussuosa, sensoriale e intensamente efficace. Il marchio è oggi presente in 6 paesi.





5

LA  
GOVERNANCE

# 5 La governance<sup>1</sup>

Pettenon Cosmetics appartiene al Gruppo AGF88 Holding, realtà industriale di riferimento nel mercato internazionale del professional hair & skin care che vanta un'esperienza di oltre trent'anni sotto la direzione dei fratelli Gianni e Federico Pegorin e del padre Arturo (mancato a maggio 2020).

## La governance di Pettenon Cosmetics S.p.A. S.B.

[GRI 2-9]

L'**Amministrazione di Pettenon Cosmetics** è affidata a un Consiglio di Amministrazione (CdA) composto da due membri, Gianni Pegorin, Presidente del CdA e Federico Pegorin, Amministratore Delegato, a cui sono stati attribuiti in forma disgiunta tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, ad eccezione di quelli che, per legge o statuto sociale, sono riservati alla competenza del CdA. La rappresentanza legale della Società spetta a entrambi.

Pettenon Cosmetics ha nominato un **Collegio Sindacale**, quale organo di controllo della Società, composto da cinque membri: il Presidente, due Sindaci e due Sindaci Supplenti. La revisione legale è affidata alla società esterna Ernst & Young S.p.A..

amministrativa degli enti previsti dal D. Lgs. 231/2001.

Inoltre, il Consiglio di Amministrazione di Pettenon Cosmetics – con delibera del 9 aprile 2019 – ha istituito ai sensi dell'art. 6 del D. Lgs 231/01 l'**Organismo di Vigilanza** ("OdV"), a composizione collegiale, deputato a vigilare sull'osservanza e sul funzionamento del Modello 231.

L'OdV è composto da tre membri, che svolgono le loro funzioni riferendo periodicamente all'organo amministrativo, e che garantiscono i requisiti di autonomia, indipendenza, professionalità e continuità d'azione in conformità a quanto stabilito dal Decreto e dalle Linee Guida di Confindustria.

Sulla base di quanto disposto dalla Legge 30 novembre 2017, n. 179 recante "Disposizioni per la tutela degli autori di segnalazioni di reati o irregolarità di cui siano venuti a conoscenza nell'ambito di un rapporto di lavoro pubblico o privato" ("**Legge Whistleblowing**"), la Società ha messo a disposizione più canali di comunicazione, il cui accesso è riservato ai soli componenti dell'OdV, per l'eventuale segnalazione di condotte illecite, fondate su elementi di fatto precisi e concordanti o di violazioni di cui il soggetto segnalante sia venuto a conoscenza in ragione delle funzioni svolte.

Tali modalità di trasmissione delle segnalazioni sono volte a garantire la massima riservatezza dei segnalanti, anche al fine di evitare atteggiamenti ritorsivi o qualsiasi altra forma di discriminazione o penalizzazione nei loro confronti.

[GRI 2-24]

In ottemperanza alle prescrizioni previste dal **D. Lgs. 231/2001** e consapevole dell'importanza di adottare e attuare efficacemente un sistema idoneo a prevenire la commissione di comportamenti illeciti nel contesto aziendale, la Società ha adottato - con delibera del CdA in data 9 aprile 2019 - un **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/01** ("Modello 231"), successivamente aggiornato con delibera del 29 luglio 2021, sul presupposto che lo stesso costituisca un valido strumento di sensibilizzazione dei destinatari ad assumere comportamenti corretti e trasparenti, idonei pertanto a prevenire il rischio di commissione di illeciti penali ricompresi nel novero dei reati presupposto della responsabilità

<sup>1</sup> La presente struttura organizzativa si riferisce al periodo di rendicontazione del documento, ovvero 01/01/2022-31/12/2022.



[GRI 2-23]

Pettenon Cosmetics, sensibile all'esigenza di improntare lo svolgimento delle attività aziendali al rispetto del principio di legalità, ha adottato un **Codice Etico** che sancisce una serie di principi, valori e norme di comportamento da applicare nella gestione aziendale che la Società riconosce come propri e dei quali esige l'osservanza da parte sia dei propri organi sociali e dipendenti sia dei terzi che, a qualunque titolo, intrattengano con essa dei rapporti commerciali.

La Società ha reso disponibile nel proprio sito web, all'interno della intranet aziendale, il Codice Etico e le parti Generale e Speciale del Modello 231, così da permetterne la visione a tutti i portatori di interesse.

Al fine di rafforzare il proprio sistema di controllo e prevenire il rischio di non conformità, il CdA – con delibera del 22 marzo 2022 – ha istituito la **Funzione Compliance all'interno della propria**

**Direzione Affari Legali e Societari**, con l'obiettivo di creare un presidio trasversale a tutte le unità di business per promuovere una cultura aziendale improntata sui principi di correttezza e rispetto delle leggi e prevenire in tal senso il rischio di incorrere in sanzioni giudiziarie o amministrative, perdite finanziarie rilevanti o danni di reputazione in conseguenza di violazioni di norme imperative ovvero di autoregolamentazione.

[GRI 205-3]

Tutti i dipendenti e partner commerciali dell'azienda sono tenuti a conoscere e rispettare la normativa interna aziendale in materia di lotta alla corruzione tramite accettazione della clausola prevista all'interno dei contratti sottoscritti. Nel corso del 2022, in linea con gli esercizi precedenti, **non è stato registrato alcun caso di corruzione.**



**Being green and clean  
is not just an aspiration  
but an action.**



6

LA GOVERNANCE  
DI SOSTENIBILITÀ

# 6 La governance di sostenibilità

[GRI 2-12] [GRI 2-13] [GRI 2-14]

Pettenon Cosmetics, allo scopo di favorire la diffusione di principi legati alla sostenibilità all'interno dell'azienda si è dotata di un sistema di **governance della sostenibilità**, come di seguito descritto.

Il **Consiglio di Amministrazione di Pettenon Cosmetics** svolge un ruolo di guida e supervisione strategica delle attività dell'azienda, approvando l'analisi di materialità e il Bilancio di Sostenibilità. In conformità con quanto stabilito dalla Legge di Stabilità 2016, il CdA ha istituito, con delibera del 15 dicembre 2021, la figura del **"Responsabile d'impatto"**, a cui sono stati affidati compiti e funzioni che consentono alla Società di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente, nonché di perseguire le finalità di beneficio comune individuate nell'oggetto sociale della Società e gli interessi delle varie categorie di stakeholder. In particolare, il Responsabile d'impatto redige il piano di gestione dei benefici comuni, assicura il coinvolgimento di tutte le funzioni aziendali nell'attuazione dello stesso, supporta gli amministratori fornendo informazioni e dati in merito al contesto interno ed esterno nel quale la Società opera, e promuove la trasparenza dei risultati dell'impatto garantendone la pubblicazione sul sito web aziendale e attraverso canali appositi. Inoltre, è stata istituita una figura ad hoc, il **"Direttore della sostenibilità"**, responsabile di sviluppare i progetti di sostenibilità aziendale e di favorire il coinvolgimento di tutte le funzioni aziendali. Tra i suoi principali ambiti di responsabilità rientrano il coordinamento di tutte le attività in materia di sostenibilità e dei due comitati manageriali di sostenibilità di

seguito descritti, costituiti anch'essi nel 2021, e l'applicazione della strategia di sostenibilità in collaborazione con tutte le direzioni dell'azienda.

Il **"Comitato di sostenibilità tecnico"** ha il compito di discutere, proporre e valutare le questioni di sostenibilità legate all'impronta ambientale delle attività dell'impresa. In particolare, l'attività connessa alla ricerca e sviluppo delle formulazioni, il monitoraggio dei consumi energetici e dell'impronta idrica del sito produttivo e il controllo della catena di approvvigionamento. Sono membri del Comitato: il Direttore R&D, il Direttore Operations, il Responsabile area formulazioni, il Responsabile ufficio acquisti e i suoi collaboratori, il Marketing manager, il Responsabile facilities (Ufficio tecnico), il Responsabile soffiaggio e serigrafia e il Private label manager.

Il **"Comitato di sostenibilità corporate e comunicazione"** discute e valuta aspetti legati alla sostenibilità sociale e alla governance d'impresa; nel dettaglio: la gestione delle risorse umane legata alla salute e sicurezza, la formazione, il benessere dei dipendenti, la dimensione esterna che riguarda la comunità locale, i consumatori e l'impatto sulla comunità di aspetti rilevanti come la diversità e inclusione. Fanno parte del Comitato di sostenibilità corporate e comunicazione: il Direttore legale e affari societari, il Direttore risorse umane e i suoi collaboratori, il Direttore comunicazione, il Marketing manager e il Corporate communication manager. Entrambi i Comitati si riuniscono mensilmente.

Pettenon Cosmetics ha introdotto anche la figura del **"Responsabile di rendicontazione"** per presidiare

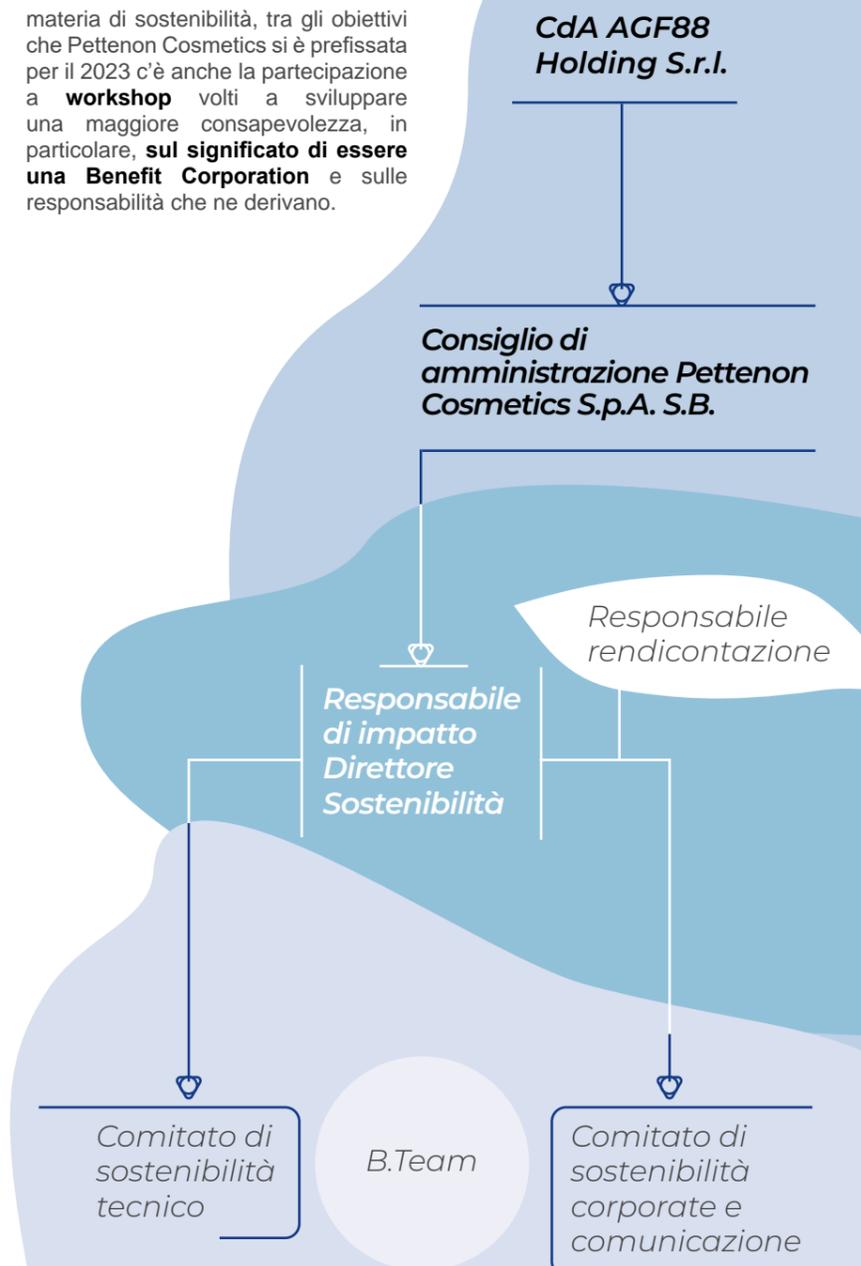
il processo di redazione del Bilancio di Sostenibilità, la raccolta dei dati e l'elaborazione degli stessi, a garanzia del rispetto degli adempimenti legati alla rendicontazione della sostenibilità d'impresa.

Inoltre, Pettenon Cosmetics si è dotata di un gruppo di lavoro, il **"B. Team"**, che ha l'obiettivo di **sensibilizzare, informare e coinvolgere i dipendenti e i principali enti locali** nel progetto di sostenibilità aziendale, attraverso un programma di comunicazione interna ed esterna e attività di reparto articolate. Il B. Team ambisce a **diffondere la cultura aziendale** concentrandosi sui valori di sostenibilità ambientale e sociale e a **rafforzare il coinvolgimento** dei propri dipendenti, collaboratori e stakeholder, utilizzando strumenti di comunicazione quali:

- **sondaggi**, per ottenere riscontro sulle percezioni dei diversi stakeholder in merito all'attuale impegno in materia di sostenibilità dell'impresa;
- **focus group**, per raccogliere tempestivamente feedback e opinioni;
- **incontri formativi e informativi**, per condividere con gli stakeholder coinvolti i macro-obiettivi aziendali e definire micro-obiettivi di reparto;
- **workshop**, per sensibilizzare gli attori coinvolti in merito alle principali iniziative promosse dalla Società;
- **newsletter**, per incrementare la diffusione di messaggi "green" e coinvolgere i diversi reparti aziendali in merito alle questioni di sostenibilità.

Al fine di incrementare il livello di conoscenza del **top management** in

materia di sostenibilità, tra gli obiettivi che Pettenon Cosmetics si è prefissata per il 2023 c'è anche la partecipazione a **workshop** volti a sviluppare una maggiore consapevolezza, in particolare, **sul significato di essere una Benefit Corporation** e sulle responsabilità che ne derivano.





7

LA STRATEGIA  
DI SOSTENIBILITÀ

# 7 La strategia di sostenibilità

«Abbiamo articolato il nostro progetto di sostenibilità su cinque diverse finalità di beneficio comune con la trasformazione in Società Benefit, un impegno culturale a 360 gradi e la costruzione di basi solide e strategiche anche nei processi industriali»

**Federico Pegorin,**  
CEO di Pettenon Cosmetics

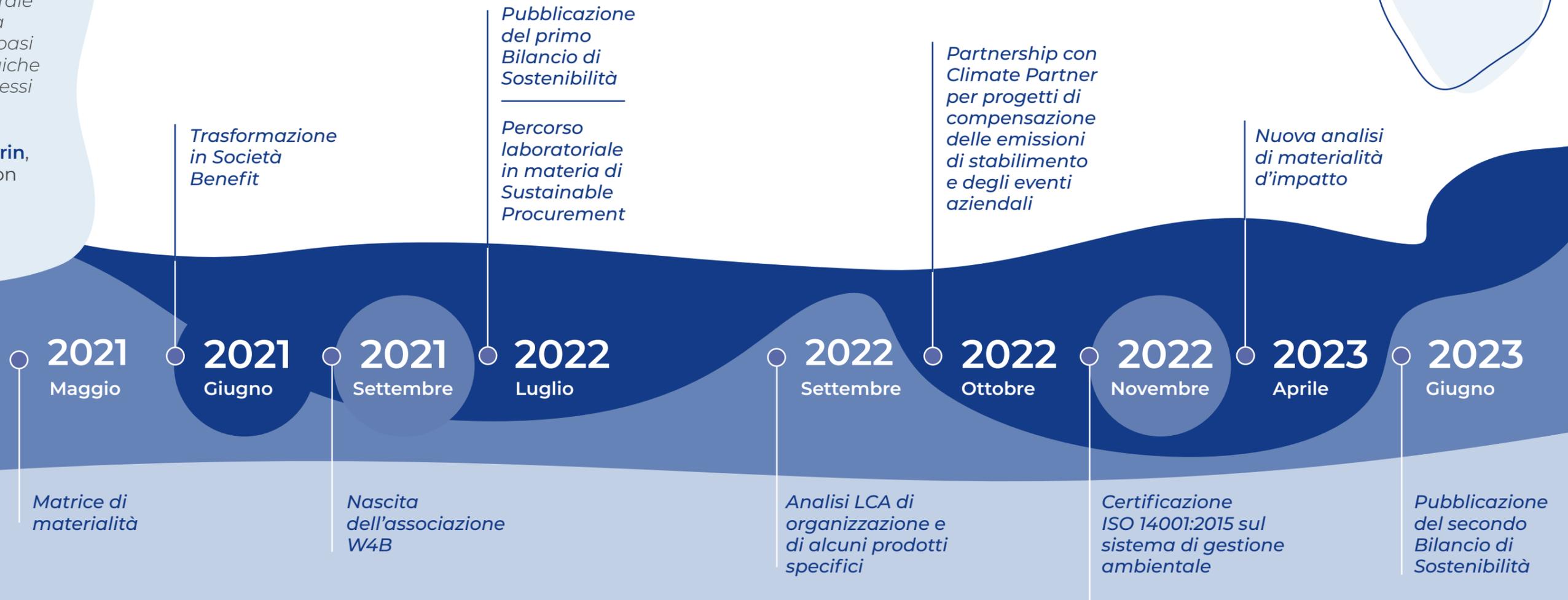
Con atto notarile datato 11 giugno 2021, Pettenon Cosmetics è diventata ufficialmente **Società Benefit**, dando così forma giuridica al suo impegno a operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, luoghi, comunità, ambiente, attività culturali e sociali, organismi e associazioni e altri portatori di interesse, perseguendo, oltre allo scopo di massimizzare i profitti e dividere gli utili, una o più finalità di beneficio comune.

**Le Società Benefit devono indicare specificatamente nell'oggetto del proprio statuto le finalità di beneficio comune** che intendono perseguire, mediante una gestione volta a bilanciare l'interesse dei soci con quello di tutti coloro sui quali l'attività sociale possa avere un impatto. Tale impatto dovrà essere misurato attraverso l'utilizzo di uno standard di valutazione esterno e comunicato

attraverso una relazione annuale concernente il perseguimento del beneficio comune.

diffusa al mondo per la rendicontazione dell'impatto ambientale, sociale ed economico.

Nel 2022 Pettenon Cosmetics ha pubblicato la sua prima relazione d'impatto, il **Bilancio di Sostenibilità 2021**, redatto secondo gli standard internazionali univoci della **Global Reporting Initiative** (c.d. "GRI Standards") – la metodologia più



Il nuovo Statuto di Pettenon Cosmetics ha consentito di formalizzare la strategia di sostenibilità dell'azienda e incorporare **cinque finalità specifiche di beneficio comune** nel proprio oggetto sociale:



### Ricerca e Innovazione

La costante attività di ricerca e sviluppo di formule ottenute attraverso tecniche innovative utilizzate allo scopo di ridurre i consumi e gli sprechi di risorse.



### Tutela dell'ambiente

Massimizzando l'utilizzo di materiali e packaging sostenibili e favorendo gli aspetti di raccolta e di riciclo dei prodotti.



### Gender Diversity e multiculturalità

Ideare e sviluppare progetti di comunicazione e marketing finalizzati a promuovere e diffondere il valore della multiculturalità e la parità di genere.



### Formazione e valorizzazione delle persone

Il sostegno di attività formative finalizzate all'inserimento nel mondo del lavoro.



### Supporto alla comunità

Il sostegno a iniziative filantropiche nei confronti di categorie di soggetti coinvolti direttamente e indirettamente dall'attività societaria.

## Il processo svolto per l'identificazione dei temi materiali: l'analisi di materialità

[GRI 2-29] [GRI 3-1] [GRI 3-2]

Il D. Lgs. 254/2016, recependo la Direttiva 2014/95/UE, ha introdotto nell'ordinamento italiano l'**obbligo di rendicontare** le iniziative realizzate e politiche adottate in relazione a temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione attiva e passiva. Alla luce dei principi richiamati dall'Art. 3 del Decreto, i temi da includere all'interno del documento devono tenere in considerazione sia le circostanze aziendali specifiche che le evoluzioni generali di settore. Pettenon Cosmetics ha svolto la sua prima **analisi di materialità** già nel 2021, per identificare le tematiche da considerare più rilevanti o "materiali". Con riferimento all'esercizio 2022, Pettenon Cosmetics ha avviato un processo di aggiornamento dell'analisi di materialità conformemente a quanto previsto dal principale standard di rendicontazione di sostenibilità europeo, ovvero la Global Reporting Initiative (GRI), che a ottobre 2021 ha pubblicato il **GRI Standard 3 – Material**

**Topics**, entrato in vigore a partire dal 1° gennaio 2023. Il nuovo standard definisce "temi materiali" i temi che generano gli **impatti più significativi su economia, ambiente e persone, inclusi gli impatti sui diritti umani**. Pertanto, il processo di valutazione degli impatti relativi ai temi materiali di Pettenon Cosmetics è stato svolto in accordo con quanto prescritto dagli standard di riferimento, utilizzando un insieme di attività quali l'analisi di contesto e il coinvolgimento diretto degli stakeholder chiave dell'azienda.

Il processo adottato per l'aggiornamento dell'analisi di materialità 2022 si è articolato nelle seguenti **fasi**:

1. *Analisi dei contesti interno ed esterno;*
2. *Stakeholder engagement esterno;*
3. *Coinvolgimento interno;*
4. *Valutazione degli impatti generati;*
5. *Definizione dell'analisi di materialità.*

# 1 Analisi dei contesti interno ed esterno

La prima fase del processo di aggiornamento dell'analisi di materialità ha previsto un'analisi approfondita dei contesti interno ed esterno all'azienda con l'obiettivo di **classificare tutti i potenziali impatti – negativi e positivi – generati da Pettenon Cosmetics tramite le proprie attività di business**, in relazione ai temi materiali identificati dall'azienda nel corso del precedente esercizio. Per l'analisi del contesto interno è stata valutata la documentazione a supporto di attività e progetti realizzati nel corso degli anni da Pettenon Cosmetics (e.g. LCA di organizzazione per le tematiche ambientali), mentre per l'analisi del contesto esterno sono state svolte attività di benchmark dei principali player del settore. Questa prima fase si è conclusa con la definizione di una tassonomia degli impatti generati su economia, ambiente e società e con l'aggiornamento della lista dei temi potenzialmente rilevanti per Pettenon Cosmetics.

# 2 Stakeholder engagement esterno

La seconda fase del processo è stata determinata dal coinvolgimento di un **campione selezionato di stakeholder ed esperti esterni** di Pettenon Cosmetics appartenenti alle seguenti categorie: clienti, mondo accademico, associazioni di categoria e distributori. Al fine di verificare gli impatti effettivamente percepiti, a ogni stakeholder è stato richiesto di **valutare, su una scala da 1 a 5, la capacità di Pettenon Cosmetics di generare impatti (positivi o negativi, attuali o potenziali) su economia, ambiente e società** in relazione ai temi potenzialmente rilevanti identificati nella fase 1. L'attività di ascolto delle istanze degli stakeholder si è svolta tramite interviste one-to-one o invio di una survey.

# 3 Coinvolgimento interno

Le evidenze emerse nelle prime due fasi del processo di aggiornamento dell'analisi di materialità sono state sottoposte ad una **valutazione quali-quantitativa da parte dei referenti interni** di Pettenon Cosmetics tramite interviste di approfondimento. Ad ogni responsabile è stato richiesto di **prendere**

**in considerazione i presidi attuati dall'azienda e valutare, su una scala da 1 a 5, la capacità di Pettenon Cosmetics di generare impatti (positivi o negativi, attuali o potenziali) su economia, ambiente e società** in relazione ai temi potenzialmente rilevanti identificati nella fase 1. Il coinvolgimento interno ha, inoltre, consentito di raccogliere riflessioni di carattere qualitativo circa la rilevanza complessiva delle tematiche identificate e di avviare le prime riflessioni sui potenziali presidi da attivare per rafforzare il posizionamento dell'azienda e limitarne l'impatto generato.

# 4

## Valutazione degli impatti generati

Sulla base delle evidenze emerse durante le attività di coinvolgimento degli stakeholder esterni ed interni all'azienda, gli impatti generati da Pettenon Cosmetics sono stati **classificati e valutati secondo le logiche di «significatività e probabilità»** di accadimento utilizzando un tool di valutazione coerente con i principali framework di riferimento.

**Il punteggio finale di impact materiality** attribuito ad ogni singolo tema riflette, pertanto, le valutazioni quali-quantitative raccolte durante tutto il processo di engagement ed è dato dall'aggregazione (media ponderata) dei seguenti contributi:

- la valutazione effettuata dai **rappresentanti delle funzioni interne** coinvolti tramite interviste one-to-one (peso assegnato pari al 50%);
- la valutazione effettuata dagli **stakeholder ed esperti esterni** coinvolti tramite survey e/o interviste one-to-one (peso assegnato pari al 50%);
- il contributo del **Sustainability Director** che ha permesso, a seguito di un incontro di approfondimento, di svolgere un'attività di fine tuning delle valutazioni espresse sulle diverse tematiche al fine di garantire una coerenza d'insieme dei risultati emersi. Il fattore di ponderazione (+0,2) è stato attribuito alle seguenti tematiche: *benessere dei lavoratori, diversità e pari opportunità, ricerca e innovazione, energia ed emissioni e comunità locale*;
- **Analisi desk** di approfondimento degli impatti, incluse le principali evidenze emerse dalle **analisi per la valutazione degli impatti di natura ambientale** effettuate da Pettenon Cosmetics nel corso del 2022 (i.e. Life Cycle Assessment di organizzazione), che ha consentito di attribuire un fattore di ponderazione (+0,2) alle seguenti tematiche: *ricerca e innovazione, energia ed emissioni, gestione delle risorse idriche e gestione sostenibile della catena di fornitura*.

# 5 Definizione dell'analisi di materialità

I risultati dell'analisi di materialità sono stati ricondotti a **5 livelli di impatto generato**: il livello 5 corrisponde a valutazioni "molto elevate"; il livello 4 corrisponde a valutazioni "medio-elevate"; il livello 3 corrisponde a valutazioni "medio-basse"; il livello 2 corrisponde a valutazioni "basse"; il livello 1 corrisponde a valutazioni "molto basse". I risultati sono stati successivamente condotti a una **visione di sintesi** attraverso la seguente tabella:

Beneficio comune	Tema materiale	Valutazione impatto
Formazione e valorizzazione delle persone	Salute e sicurezza dei lavoratori	☆☆☆☆☆
Formazione e valorizzazione delle persone	Formazione ed istruzione	☆☆☆☆☆
Gender Diversity e multiculturalità	Diversità e pari opportunità	☆☆☆☆☆
Tutela dell'ambiente	Gestione delle risorse idriche	☆☆☆☆☆
Tutela dell'ambiente	Energia ed emissioni	☆☆☆☆☆
Ricerca e innovazione	Ricerca e innovazione	☆☆☆☆☆
Formazione e valorizzazione delle persone	Benessere dei lavoratori	☆☆☆☆
Tutela dell'ambiente	Gestione dei rifiuti	☆☆☆☆
Supporto alla comunità	Comunità locale	☆☆☆☆
Ricerca e innovazione	Packaging responsabile	☆☆☆
Tutela dell'ambiente	Gestione sostenibile della catena di fornitura	☆☆☆
Ricerca e innovazione	Responsabilità e qualità del prodotto	☆☆☆
Ricerca e innovazione	Marketing ed etichettatura	☆☆☆

La tabella che segue contiene l'associazione tra i benefici comuni di Pettenon Cosmetics, i temi materiali e gli impatti generati – positivi e negativi – maggiormente significativi per le **tematiche che hanno registrato un livello di impatto "molto-elevato"**, oltre che del contributo di tali tematiche ai Sustainable Development Goals (SDGs) delle Nazioni Unite.

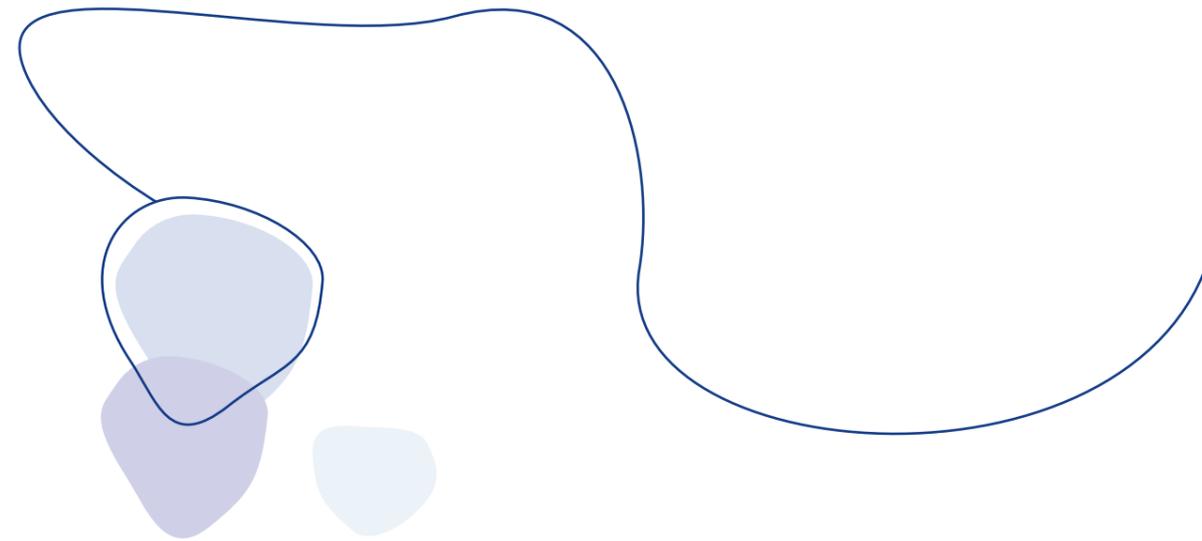
Beneficio comune	Tema materiale	Descrizione dei principali impatti generati	SDGs
Formazione e valorizzazione delle persone	Salute e sicurezza dei lavoratori	- Incidenti e malattie professionali dei dipendenti derivanti da un'applicazione inefficace di procedure e azioni preventive	
Formazione e valorizzazione delle persone	Formazione ed istruzione	+ Miglioramento delle competenze e conoscenze del personale attraverso formazione specifica, upskilling e reskilling - Creazione di una situazione di mismatch delle competenze dei dipendenti a causa del mancato aggiornamento dei programmi formativi attuati dall'azienda	
Gender Diversity e multiculturalità	Diversità e pari opportunità	+ Promozione della leadership femminile nei confronti di dipendenti e stakeholder grazie ad iniziative di promozione e valorizzazione dell'empowerment femminile - Peggioramento della qualità della vita professionale per dipendenti appartenenti a gruppi sociali sottorappresentati a causa della mancata applicazione di pratiche di prevenzione e contrasto alla discriminazione	
Tutela dell'ambiente	Gestione delle risorse idriche	+ Riduzione degli impatti sulla risorsa idrica durante le fasi produttive e di utilizzo dei prodotti tramite lo sviluppo formulazioni concentrate e/o waterless - Impatto sulla risorsa idrica generato durante la fase di utilizzo dei prodotti da parte dei clienti	
Tutela dell'ambiente	Energia ed emissioni	- Generazione di emissioni GHG dirette e indirette (Scope 1, Scope 2 e Scope 3) nei processi aziendali e lungo la catena del valore	
Ricerca e innovazione	Ricerca e innovazione	+ Creazione di valore economico, intellettuale e ambientale grazie ad attività di Ricerca e Sviluppo nella progettazione dei prodotti	

Per il dettaglio delle iniziative realizzate in riferimento agli impatti positivi e delle azioni di mitigazione intraprese relativamente agli impatti negativi si rimanda ai contenuti dei capitoli successivi

# La catena del valore di Pettenon Cosmetics e gli SDGs

[GRI 2-6]

I temi emersi dall'analisi di materialità sono stati ricondotti ai cinque benefici comuni definiti dall'azienda e, parallelamente, ai **Sustainable Development Goals** (SDGs, gli "Obiettivi di sviluppo sostenibile") **delle Nazioni Unite** che Pettenon Cosmetics intende supportare tramite l'impegno lungo tutte le fasi del ciclo di vita dei propri prodotti. La tabella che segue sintetizza la connessione tra, da un lato, i benefici comuni dell'azienda, i relativi SDGs e i temi materiali identificati e, dall'altro, le varie fasi di cui si compone la catena del valore di Pettenon Cosmetics.



Benefici comuni	SDGs	Temi materiali	Approvvigionamento delle materie prime	Produzione e packaging	Comunicazione e marketing	Distribuzione	Consumatori e fase d'uso	Gestione "fine vita" del prodotto
Ricerca e innovazione		<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing ed etichettatura</li> <li>Packaging responsabile</li> </ul>		✓	✓		✓	✓
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Ricerca e innovazione</li> <li>Responsabilità e qualità del prodotto</li> </ul>	✓	✓			✓	✓
Tutela dell'ambiente		<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestione sostenibile della catena di fornitura</li> <li>Energia ed emissioni</li> <li>Gestione dei rifiuti</li> <li>Gestione delle risorse idriche</li> </ul>	✓	✓		✓	✓	✓
Gender Diversity e multiculturalità		<ul style="list-style-type: none"> <li>Diversità e pari opportunità</li> </ul>			✓		✓	
Formazione e valorizzazione delle persone		<ul style="list-style-type: none"> <li>Salute e sicurezza dei lavoratori</li> <li>Benessere dei lavoratori</li> <li>Formazione e istruzione</li> </ul>		✓			✓	
Supporto alla comunità		<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunità locale</li> </ul>		✓			✓	



8

I CINQUE  
BENEFICI COMUNI

# 8 I cinque benefici comuni

Pettenon Cosmetics, aderendo alla **forma giuridica di Società Benefit**, all'interno del proprio oggetto sociale ha previsto le **finalità di beneficio comune** che intende perseguire unitamente all'attività economica. L'azienda ha scelto di continuare a promuovere una serie di azioni quali ricerca e innovazione, tutela dell'ambiente, multiculturalità e parità di genere, formazione e valorizzazione delle persone e iniziative solidali, per

favorire benefici comuni e promuovere l'impatto positivo del business sui propri stakeholder. Nelle seguenti sezioni della presente relazione, per ciascuna delle suddette finalità di beneficio comune, vengono presentate le principali iniziative promosse dall'azienda, gli indicatori di performance utilizzati per quantificarne gli impatti, i principali highlights e gli obiettivi futuri.



Inspired by sustainability.  
Guided by beauty.



RICERCA E  
INNOVAZIONE

9

# 9 Ricerca e innovazione



[GRI 416-2; 417-2; 417-3]

Indice di **naturalità** e **biodegradabilità** dei 20 prodotti "top seller" superiore al

**90%**

**44%**

delle materie prime derivanti da **olio di palma** certificate **RSPO** (Roundtable on Sustainable Palm Oil)

Implementazione del software di

**Ecodesign GABI**

**LCA**

dei prodotti **Fanola Shampoo Antigiallo No Yellow, Alter Ego Color Care Shampoo e Inebrya Restructuring Shampoo** da 300 ml e 1 l (6,4% del fatturato aziendale)

Per garantire la massima professionalità dei propri prodotti, Pettenon Cosmetics opera continui **investimenti a tutela di sicurezza e qualità**, attraverso **personale altamente specializzato e qualificato, formazione costante e consulenze specialistiche** con partner internazionali. Il continuo **monitoraggio e aggiornamento sulle normative cosmetiche europee ed extraeuropee** tutela i professionisti e i clienti di tutto il mondo, offrendo prodotti conformi e servizi sempre più personalizzabili.

Il **laboratorio interno di Ricerca e Sviluppo** lavora alla realizzazione di nuove formulazioni per prodotti in grado di rispondere efficacemente alle esigenze dei differenti mercati. Il laboratorio, in continua collaborazione con dipartimenti specializzati, effettua test di stabilità e analisi legate sia alla qualità che alla sicurezza dei prodotti. Il reparto Regulatory fornisce assistenza documentale a 360 gradi.

I **laboratori di controllo e qualità**, con personale altamente qualificato, sono preposti ad eseguire tutti i controlli necessari a garantire la qualità dei prodotti. I test chimici vengono effettuati su più livelli del processo produttivo: dalle materie prime, ai semilavorati fino al prodotto finito. Il **laboratorio microbiologico** è di livello di biosicurezza 2, con un sistema automatico di filtrazione dell'aria in ingresso e in uscita. Inoltre, è mantenuto in depressione per garantire la totale sicurezza degli operatori che vi lavorano. Nell'ottica di assicurare la qualità del prodotto, quale elemento distintivo del mercato, il laboratorio è stato costruito con dei criteri molto più affini all'ambito farmaceutico.

L'impegno di Pettenon Cosmetics si concretizza nell'applicazione di un **sistema di gestione della qualità conforme alla norma ISO 9001** e nell'utilizzo di processi produttivi basati su metodi scientifici e standardizzati.

I **laboratori chimici e microbiologico** sono di nuovissima costruzione e presentano superfici lisce ed efficacemente sterilizzabili. Ad ulteriore garanzia dell'attenzione alla qualità e precisione, l'azienda si avvale di enti certificatori esterni per taratura, manutenzione e convalida del buon funzionamento degli strumenti in dotazione.

Grazie alla multidisciplinarietà delle ricerche svolte dai laboratori interni e nell'ottica di uno sviluppo continuo dei propri prodotti, l'azienda investe nello sviluppo di **brevetti** che interessano principalmente la formulazione cosmetica e la composizione dei prodotti Pettenon Cosmetics, oltre al design e al packaging di confezionamento. Ad oggi l'azienda ne possiede quattro.

Tutti i prodotti Pettenon Cosmetics vengono sviluppati a seguito di un attento e scrupoloso controllo che ne garantisce la conformità qualitativa, la sicurezza per la salute del consumatore e la **conformità in materia di etichettatura, informazioni e comunicazioni di marketing**, nel rispetto della normativa cosmetica vigente (Reg. 1223/2009). Come negli esercizi precedenti, anche nel 2022 l'azienda non ha ricevuto alcuna sanzione, ammenda o avviso relativo agli impatti sulla salute e sicurezza dei propri prodotti né concernente l'etichettatura, le informazioni e le comunicazioni di marketing riportate sugli stessi.

## Open Factory 2022

Per il secondo anno consecutivo, Pettenon Cosmetics ha aperto le porte del proprio stabilimento di San Martino di Lupari in occasione dell'**ottava edizione di Open Factory**, l'evento di opening di turismo industriale e cultura manifatturiera organizzato da ItalyPost che si è tenuto il 27 novembre 2022.

L'evento ha portato tutti gli interessati al settore hair & skin care a scoprire il cuore dell'azienda. I 127 partecipanti, infatti, hanno potuto seguire tutte le fasi del processo di creazione di un prodotto cosmetico visitando il laboratorio interno di ricerca e sviluppo, microbiologia e controllo qualità, il reparto di soffiaggio e serigrafia dei packaging e le aree di produzione e confezionamento. Nel corso della giornata, i 31 volontari di Pettenon Cosmetics hanno accompagnato i partecipanti all'evento suddivisi in 11 tour dell'azienda. È stata un'occasione importante per permettere alla comunità di conoscere Pettenon Cosmetics anche dall'interno e mostrare il modo in cui l'azienda persegue i suoi obiettivi di innovazione, sostenibilità e qualità.



*La costante attività di ricerca e sviluppo di formule ottenute attraverso tecniche innovative utilizzate allo scopo di ridurre i consumi e gli sprechi di risorse.*

## Innovazione nelle formulazioni

Nella piena consapevolezza della propria responsabilità verso l'ambiente, Pettenon Cosmetics pone particolare attenzione all'**innovazione, qualità, sicurezza e sostenibilità** dei propri prodotti pensati per permettere alle persone di prendersi cura di sé e, al contempo, preservare l'ambiente circostante generando valore condiviso e duraturo. L'impegno costante nella ricerca, il progresso scientifico e la volontà dell'azienda di volersi continuamente migliorare l'hanno portata a sviluppare un'ampia gamma di prodotti professionali dalle performance elevate ma con una crescente attenzione alla **sostenibilità delle formulazioni**.

La naturalità e la biodegradabilità dei prodotti Pettenon Cosmetics sono garantite dall'applicazione di standard internazionali rigorosi. Nello specifico, la **naturalità** dei prodotti dell'azienda viene calcolata applicando le **linee guida ISO 16128**, ovvero

le disposizioni che definiscono le modalità di validazione del calcolo degli indici di naturalità dei cosmetici e/o dei loro ingredienti; mentre per determinare la **biodegradabilità**, vengono considerate le **linee guida OECD 301** applicate alle materie prime che compongono il prodotto, la cui media ponderale, per una parte dei prodotti Pettenon Cosmetics, è superiore all'85%. Per i **20 "top seller"** dell'azienda si registrano **indici di naturalità e biodegradabilità superiori al 90%**.

Nel 2022, grazie all'acquisto di 1337 tonnellate di prodotti sostenibili BASF (Badische Anilin und Sodafabrik, la più grande azienda chimica tedesca) certificati RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil, organizzazione attiva nella trasformazione sostenibile della produzione dell'olio di palma), l'azienda **ha risparmiato 694 tonnellate equivalenti di emissioni di CO<sub>2</sub>** rispetto all'acquisto degli stessi prodotti non certificati.

## L'innovazione nel packaging

Nel corso del 2022 Pettenon Cosmetics si è dotata di un **software di Ecodesign, GABI**, con lo scopo di ridurre l'impatto ambientale del packaging dei propri prodotti già in fase di progettazione. GABI permette all'azienda di confrontare i materiali a

sua disposizione per poterli catalogare e ordinare secondo il livello di impatto, per poi procedere verso l'analisi delle grammature e forme al fine di identificare quelle che consentono il maggior risparmio di materia prima vergine (e.g. plastica).

### Che cos'è l'Ecodesign?

L'**Ecodesign**, o *design per la sostenibilità*, è un modello di progettazione ideato per **minimizzare l'impatto ambientale dell'intero ciclo di vita dei prodotti**, concentrandosi su materiali utilizzati, processo di produzione, durata e possibilità di riciclo. L'implementazione dei principi di Ecodesign implica:

- la predilezione di materie prime riciclabili o a basso impatto ambientale;
- formulazioni che consentano di ridurre al minimo la quantità di materiale impiegato;
- la creazione di prodotti facilmente scomponibili nelle loro componenti per poterle recuperare;
- il contenimento del volume di rifiuti da smaltire e dell'inquinamento causato dal prodotto.

L'applicazione di questo modello di progettazione consente di ripensare i processi di produzione **in un'ottica di circolarità e sostenibilità** in modo da migliorare l'efficienza energetica e l'impatto ambientale complessivi dei prodotti così creati.



[GRI 301-2]

L'impegno in materia di innovazione e sostenibilità si concretizza anche nella **scelta dei materiali utilizzati per gli imballaggi** dei prodotti Pettenon Cosmetics. L'azienda si impegna attivamente per minimizzare l'utilizzo delle materie prime più impattanti privilegiando l'utilizzo di **materiali alternativi** quali la **plastica riciclata e riciclabile e la carta riciclata o certificata FSC**.

Nel corso del 2021 i comitati di sostenibilità interni all'azienda hanno definito e approvato specifici **parametri di riciclabilità** per gli imballaggi dei nuovi prodotti, come l'utilizzo di una percentuale minima di materiali riciclati pari al 50%. Nel 2022 l'azienda ha utilizzato il 12,5% di plastica riciclata – contro il 3% del 2021 – che le ha consentito di risparmiare 85 tonnellate di plastica vergine; Pettenon Cosmetics ha, inoltre, impiegato il 7,9% di carta FSC – un aumento del 55% rispetto all'esercizio precedente.

Inoltre, l'azienda dispone internamente di un **reparto di serigrafia, soffiaggio, etichettatura e confezionamento** per incontrare al meglio le esigenze della propria clientela e, al contempo, monitorare i consumi e gli impatti anche di queste fasi del processo produttivo. Il reparto di soffiaggio, che consente il **recupero e il riciclo al 100% dei flaconi obsoleti** (circa 8 tonnellate all'anno), copre la produzione del 48% dei vasi e flaconi PE sul consumo totale dell'organizzazione, il cui 11% è costituito da plastica riciclata – valore più che triplicato rispetto al 2,9% del 2021.

# Il Life Cycle Assessment di prodotto

Nel corso del 2022, con l'obiettivo di conoscere il reale impatto ambientale dei propri prodotti, Pettenon Cosmetics ha sottoposto all'**analisi LCA Fanola Shampoo Antigiallo No Yellow, Alter Ego Color Care Shampoo e Inebrya Restructuring Shampoo** nelle versioni da 300 millilitri e da un litro, che rappresentano il 6,4% del fatturato dell'azienda.

## Cos'è l'LCA di prodotto?

Il **Life Cycle Assessment (LCA, i.e. Valutazione del Ciclo di Vita di prodotto)** è uno degli strumenti principali per la **valutazione dell'impronta ambientale associata a un prodotto lungo il suo intero ciclo di vita** (i.e. «dalla culla alla tomba»): dall'estrazione delle materie prime alla produzione, uso e smaltimento a fine vita, includendo i trasporti tra le varie fasi. Spesso l'LCA si apre con lo **Screening**: una fase preliminare utile per tracciare un primo profilo del prodotto in chiave ambientale, che fornisce una misurazione iniziale delle principali categorie d'impatto e presenta un'introduzione metodologica all'LCA. A livello normativo, uno studio LCA deve essere condotto conformemente alle norme internazionali di riferimento:

- la ISO 14040:2006 Environmental management — Life cycle assessment — Principles and framework;
- la ISO 14044:2006 Environmental management — Life cycle assessment — Requirements and guidelines.

Durante lo svolgimento dell'analisi sui prodotti Pettenon Cosmetics, sono state seguite le linee guida per lo studio LCA nel settore cosmetico PCR (Product Category Rule) 2015:07 versione 2.0 del 27/10/2020, Cosmetics (soap, perfume, and toilet preparations) che si trovano all'interno del programma dell'International EPD (Environmental Product Declarations) System.

L'LCA si è articolato in quattro fasi:

- I. definizione dell'**obiettivo** e del **campo di applicazione dell'analisi**;
- II. compilazione di un inventario degli **input** e degli **output del sistema** (i.e. la quantificazione dei flussi di materiali e di energia lungo l'arco dell'intero ciclo di vita dei prodotti in esame);
- III. valutazione del **potenziale impatto ambientale** correlato a tali input e output (i.e. i flussi di materiali ed energia precedentemente individuati vengono ordinati, classificati e aggregati in determinati gruppi chiamati "indicatori aggregati d'impatto");
- IV. interpretazione dei **risultati**.

Dall'analisi LCA dei suddetti prodotti è emerso che gli **impatti ambientali principali** derivano dal consumo idrico, in particolare durante la fase d'uso, dal contributo al cambiamento climatico e dall'utilizzo di fonti energetiche fossili. Escludendo, invece, la fase d'uso dei prodotti, è stato rilevato che **l'incidenza maggiore sul ciclo di vita dei prodotti** risiede nelle fasi di produzione delle materie prime, distribuzione dei prodotti e produzione degli imballaggi.

## Obiettivi per il futuro

### Estendere

l'analisi di **Life Cycle Assessment a nuovi prodotti** Pettenon Cosmetics anche tramite l'adozione di software interni

### Raggiungere

la **Product Life Cycle Neutralization**

### Proseguire

gli studi di **ecodesign degli imballaggi** anche tramite l'utilizzo di software dedicati

### Sviluppare

**nuovi prodotti** in conformità con i parametri minimi di **naturalità e biodegradabilità** definiti dall'azienda

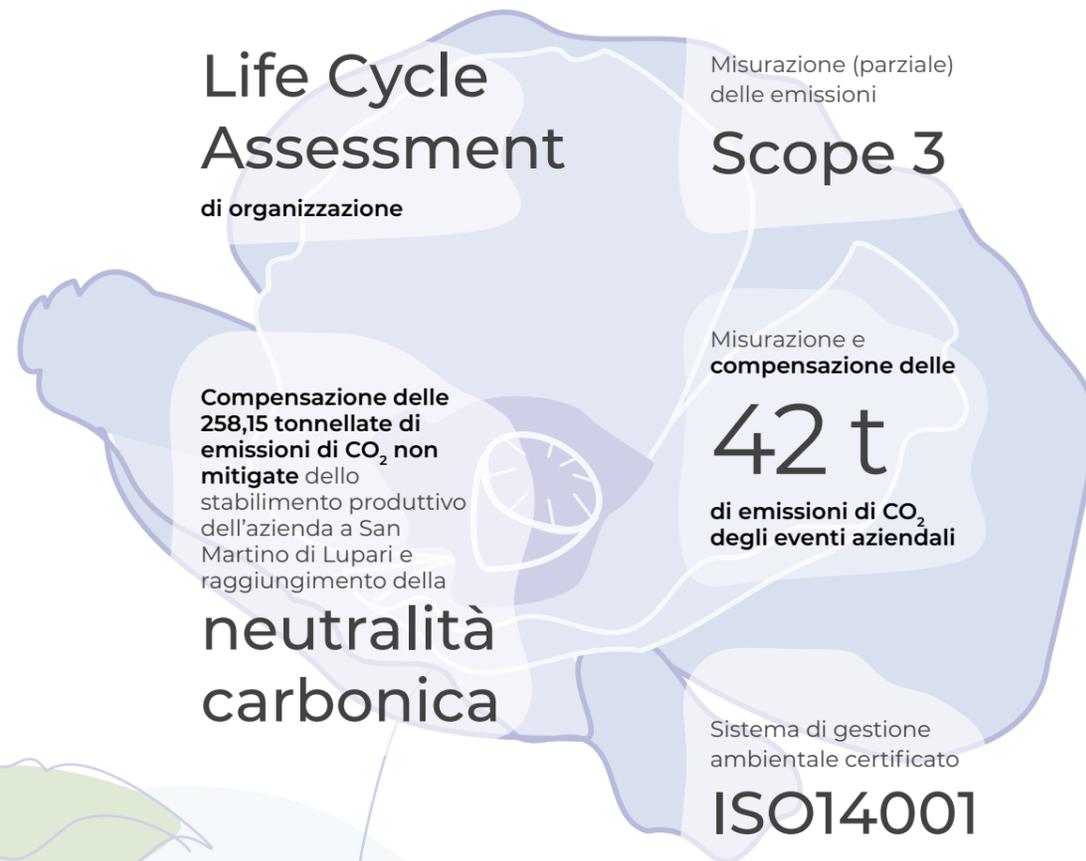




10

TUTELA  
DELL'AMBIENTE

# 10 Tutela dell'ambiente



## Riduzione dell'impatto ambientale dell'azienda



*Tutelare il sistema ambientale massimizzando l'utilizzo di materiali e packaging sostenibili e favorendo gli aspetti di raccolta e di riciclo dei prodotti.*

Pettenon Cosmetics si impegna a diffondere e consolidare una **cultura della salvaguardia dell'ecosistema**, promuovendo comportamenti responsabili, e dando adeguata informazione e formazione ai fini del risparmio energetico e della corretta gestione dei rifiuti e materiali riciclabili. L'azienda concretizza il proprio impegno di sensibilizzazione circa le tematiche di sostenibilità ambientale nel proprio programma aziendale che definisce **le linee guida nell'impegno per la sostenibilità e l'ambiente**.

## Il Life Cycle Assessment di organizzazione

Nel corso del 2022, **Pettenon Cosmetics** si è sottoposta all'analisi **LCA di organizzazione (OLCA)** al fine di individuare gli impatti ambientali principali derivanti dalle sue attività, a partire dai quali definire un percorso strategico di sostenibilità aziendale.

### Cos'è l'LCA di organizzazione?

L'analisi **LCA di organizzazione** (Organisational Life Cycle Assessment, OLCA) è lo strumento che permette di ottenere la **quantificazione completa dei potenziali impatti ambientali associati alle varie attività di un'organizzazione**. Infatti, il perimetro di analisi include l'acquisizione delle materie prime e la loro trasformazione, il trasporto di materiali e semilavorati, la produzione del portafoglio prodotti, la distribuzione, l'uso e il fine vita degli stessi. Attraverso lo studio OLCA è quindi possibile:

- identificare le **categorie di impatto ambientale più rilevanti** per l'azienda;
- identificare le **fasi del ciclo di vita** (sia interne che esterne ai cancelli aziendali) e i processi **che contribuiscono in maniera più significativa all'impronta ambientale complessiva dell'organizzazione**;
- identificare le **cause principali degli impatti** (i.e. dove si originano, da valutare guardando sia internamente sia esternamente all'azienda);
- definire una **baseline della strategia di sostenibilità dell'azienda** e individuare potenziali azioni di miglioramento ambientale.

Perciò, si tratta di uno strumento che offre all'organizzazione una serie di informazioni indispensabili per la **pianificazione di una strategia ambientale accurata e basata sui dati reali della propria produzione**. L'OLCA è, quindi, il punto di partenza per un percorso strutturato di carbon neutrality e per la definizione di obiettivi di ecodesign e target in materia ESG perché grazie ad esso l'azienda ottiene un **quadro completo dei propri impatti ambientali**: cioè non solo di quelli ricadenti negli Scope 1 e 2 comunemente contabilizzati, ma anche di quelli appartenenti allo **Scope 3**.

Dall'analisi OLCA di Pettenon Cosmetics è emerso che:

- i temi ambientali più rilevanti per l'azienda sono: l'utilizzo delle **risorse idriche**, il **cambiamento climatico** e l'impiego di **fonti energetiche fossili**;
- le fasi del ciclo di vita con impatto ambientale maggiore sono: la **produzione degli ingredienti e del packaging** e la **distribuzione**.

Poiché l'azienda ha un controllo limitato sulla fase d'uso dei propri prodotti – che genera un impatto

significativo su tutti i temi ambientali rilevanti –, può contribuire a limitare l'impatto favorendo **formulazioni che richiedono un minore impiego di acqua e sensibilizzando i clienti al corretto utilizzo dei prodotti** affinché nessuna risorsa venga sprecata. Pettenon Cosmetics aveva già intrapreso entrambe le attività già prima del 2022 attraverso la creazione di prodotti solidi, in polvere e waterless e la responsabilizzazione dei propri clienti mediante le informazioni e le modalità d'uso dei prodotti riportate in etichetta.

## Consumi energetici

[GRI 302-4]

Gli edifici industriali dell'azienda adottano le più avanzate tecnologie per ridurre l'impatto ambientale: **3.600 m<sup>2</sup> di pannelli fotovoltaici** di ultima generazione producono attualmente circa 200.000 kWh annui di energia pulita, a cui si affianca, nello stabilimento di San Martino di Lupari, **l'utilizzo di energia elettrica da fonti 100% rinnovabili**.

Pettenon Cosmetics si è dotata di un impianto di illuminazione a LED integrato con sensori di presenza e di dispositivi di **regolazione della tensione energetica** che, insieme a nuovi impianti di miscelazione ad alto risparmio di energia, consentono l'efficientamento energetico e un risparmio annuale di circa il **2,1%**.

[GRI 302-1]

Consumi di energia suddivisi per fonte	UdM	2020	2021	2022
Totale	GJ	23.688	31.329	37.617
Consumo di gas metano	GJ	12.812	14.850	18.123
Consumo di benzina per la flotta auto	GJ	n.d.	725	1.510
Consumo di diesel per la flotta auto	GJ	n.d.	1.749	2.442
Consumo da energia elettrica acquistata (non rinnovabile)	GJ	0	0	0
Consumo da energia elettrica acquistata (rinnovabile)	GJ	10.080	13.194	14.805
Consumo di energia da pannelli fotovoltaici (rinnovabile)	GJ	796	811	737

[GRI 302-3]

Pettenon Cosmetics ha integrato all'interno dell'analisi dei consumi **l'indice di intensità energetica**, che esplicita l'energia utilizzata nello stabilimento principale dell'azienda per tonnellata di produzione. Nel 2022, **a fronte di un aumento della**

**produzione pari allo 0,4%** rispetto all'esercizio precedente, il consumo energetico, inteso come l'energia consumata rapportata alla quantità totale di produzione annua espressa in tonnellate, è aumentato di 0,17 punti percentuali rispetto al 2021, e **risulta pari a 1,21 GJ**.

# Emissioni di gas a effetto serra

Pettenon Cosmetics si impegna a rendicontare le **emissioni dirette ed indirette dei gas a effetto serra (GHG)** secondo quanto previsto dal Greenhouse Gas Protocol, ovvero secondo la distinzione delle emissioni in Scope, dove con Scope 1 vengono identificate le emissioni derivanti dalle fonti possedute e controllate direttamente da Pettenon Cosmetics e con Scope 2 le emissioni derivanti dalla produzione di energia elettrica importata e consumata dall'azienda. Nella contabilizzazione si è tenuto conto del potenziale di riscaldamento globale o Global Warming Potential (GWP) specifico di ogni gas serra, che ne esprime il contributo relativamente all'effetto della CO<sub>2</sub>, il cui potenziale di riferimento è pari a 1. Le emissioni vengono misurate in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente (tCO<sub>2</sub>e).

[GRI 305-1; 305-2]

Emissioni di gas a effetto serra	UdM	2020	2021	2022
Scope 1	Ton. CO <sub>2</sub> eq.	743	1.045	1.247,78
Scope 2 (location based)	Ton. CO <sub>2</sub> eq.	782	1.016	1.074,44
Scope 2 (market based)	Ton. CO <sub>2</sub> eq.	0	0	0



# L'impegno verso la Carbon Neutrality

## Cos'è la Carbon Neutrality?

L'espressione **carbon neutrality** o **neutralità climatica** indica un impatto climatico pari a zero, cioè che le **emissioni di gas a effetto serra generate** dalle attività di un'organizzazione vengono **completamente compensate** mediante il finanziamento di progetti per la protezione e salvaguardia del clima. Si tratta, quindi, dell'esito di un processo di quantificazione, riduzione e compensazione delle emissioni di CO<sub>2</sub> derivanti dal business aziendale.



Nel corso del 2022, con il supporto di **Climate Partner** (ente promotore di progetti di neutralità climatica nel rispetto degli SDGs delle Nazioni Unite), lo **stabilimento principale di Pettenon Cosmetics** ha raggiunto la **neutralità climatica** grazie all'uso di energia elettrica da fonti 100% rinnovabili, metano CO<sub>2</sub> free e la compensazione delle emissioni della flotta auto aziendale. Nel dettaglio, l'azienda ha supportato un progetto per la tutela del clima e la protezione degli oceani realizzato da **Plastic Bank**, compensando l'emissione di **258.150 chilogrammi di CO<sub>2</sub>**. Si è trattato di un progetto combinato che, oltre a proteggere il clima marino, per ogni tonnellata di CO<sub>2</sub> risparmiata ha previsto la raccolta di 10 chilogrammi di plastica nelle aree costiere, intercettandola prima che entrasse in mare e proteggendo gli ecosistemi marini. Inoltre, attraverso il sostegno

ad un progetto per la protezione delle foreste di Matavén in Colombia, Pettenon Cosmetics ha compensato **42 tonnellate di CO<sub>2</sub>** per le **emissioni derivanti dai propri eventi aziendali**.

Pettenon Cosmetics, consapevole che la carbon footprint di un'azienda dipende largamente anche dalle emissioni che non sono sotto il suo diretto controllo – come i viaggi di lavoro dei dipendenti e lo spostamento casa-lavoro –, ha deciso di calcolare anche le sue **emissioni indirette (Scope 3)** considerando l'**employee commuting** (i.e. lo spostamento casa-lavoro dei dipendenti), i **viaggi di lavoro** del proprio personale e le **emissioni generate dai combustibili per la produzione di energia elettrica**. Dal calcolo è emerso che circa il **58% delle emissioni** generate da Pettenon Cosmetics **è di tipo indiretto**.



[GRI 305-3]

Emissioni indirette (Scope 3)	UdM	2020	2021	2022
Spostamento dei dipendenti da e verso il luogo di lavoro	Ton. CO <sub>2</sub> eq.	n.d	n.d	870,68
Viaggi di lavoro	Ton. CO <sub>2</sub> eq.	n.d	n.d	468,24
Emissioni generate da combustibili per la produzione di energia elettrica	Ton. CO <sub>2</sub> eq.	n.d	n.d	394,65



Conoscere questi dati costituisce il primo passo per individuare le **strategie climatiche più efficaci** e i **comportamenti più virtuosi** in grado di ridurre le emissioni in modo continuo e compensare l'impatto ambientale di quelle inevitabili.

### La foresta Echosline

Pettenon Cosmetics, tramite il brand **Echosline**, sostiene attivamente **Treedom**, un'organizzazione impegnata nella piantumazione di alberi a livello globale.

Nel 2021, in occasione del World Environment Day, Echosline ha **donato 350 alberi da frutto**, 200 in Camerun e 150 in Madagascar, al fine di promuovere la sicurezza alimentare della popolazione locale, incrementare la protezione delle risorse agricole del territorio e, al contempo, tutelare e ripristinare la biodiversità e contrastare la desertificazione ed erosione del suolo. Si stima che i 350 alberi selezionati per la foresta Echosline abbiano una **capacità di assorbimento di circa 34 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente**.

## Gestione dei rifiuti

Pettenon Cosmetics si impegna nella **gestione e valorizzazione dei materiali di scarto** dello stabilimento mediante il recupero e riciclo degli stessi.

Tutti i rifiuti materiali prodotti nel sito produttivo, quali, ad esempio, gli scarti dei materiali utilizzati per l'imballaggio dei prodotti, vengono **differenziati** e, se possibile, **recuperati e riutilizzati all'interno dei processi produttivi**.

I materiali in questione sono principalmente la plastica utilizzata per i flaconi e la carta da imballaggio dei prodotti. Nel 2021 all'interno del sito produttivo è stato installato un

**impianto di filtraggio e depurazione** che consente da un lato di ridurre la quantità di rifiuti liquidi prodotti, e dall'altro di reimpiegare la risorsa prima dello smaltimento definitivo tramite processi di filtrazione. Nel 2022 tale impianto ha consentito di recuperare totalmente la quantità di rifiuti liquidi prodotti.

Infine, come già riportato all'interno del capitolo "9. Ricerca e innovazione", il **reparto di soffiaggio interno** consente all'azienda il **recupero e il riciclo al 100% dei flaconi obsoleti** per dar vita a nuovi elementi in plastica, riducendo in tal modo i materiali di scarto.

[GRI 306-3; 306-4; 306-5]

Rifiuti prodotti destinati e non a smaltimento	UdM	2020	2021	2022
<b>Totale</b>	t	<b>2.583,8</b>	<b>1.516,6</b>	<b>1382,4</b>
imballaggi in carta e cartone	t	147,9	166,7	167,3
imballaggi compositi	t	12,6	6,5	0
imballaggi in plastica	t	32,6	40,0	33,7
imballaggi in legno	t	106,0	155,5	125
imballaggi in materiali misti	t	112,0	107,0	142
imballaggi metallici ferro - acciaio	t	40,0	32,8	38,7
imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose	t	190,4	826,0	730
fanghi prodotti dal trattamento biologico	t	-	40,4	69,4
soluzioni acquose di lavaggio e acque madri	t	1.928,5	32,0	0
altri rifiuti	t	13,6	109,5	76,2
<b>Peso totale dei rifiuti non destinati a smaltimento</b>	t	<b>644,4</b>	<b>1.429,6</b>	<b>1382,0</b>
Peso totale dei rifiuti pericolosi non destinati a smaltimento	t	192,4	827,3	730,3
Peso totale dei rifiuti non pericolosi non destinati a smaltimento	t	451,9	602,3	651,7
<b>Peso totale dei rifiuti destinati a smaltimento</b>	t	<b>1.939,4</b>	<b>86,8</b>	<b>0,4</b>
Peso totale dei rifiuti pericolosi destinati a smaltimento	t	1.928,8	59,5	0,4
Peso totale dei rifiuti non pericolosi destinati a smaltimento	t	10,6	27,3	0

I rifiuti generati da Pettenon Cosmetics, che nel 2021 avevano già subito una riduzione drastica rispetto ai valori del 2020 (-41%), nel 2022 sono ulteriormente diminuiti dell'8%.

## Consumi idrici

[GRI 303-3]

Pettenon Cosmetics considera l'acqua un bene prezioso, pertanto si impegna nel limitare il più possibile i consumi idrici, favorendo, ove possibile, il riutilizzo della risorsa utilizzata durante i processi produttivi e limitandone lo spreco. A tal fine, l'azienda ha integrato un **software di supervisione dei consumi** in grado di monitorare quotidianamente i consumi idrici dei processi di raffreddamento e di produzione ed effettua su base giornaliera letture dirette dei consumi, con l'obiettivo di individuare tempestivamente eventuali criticità e preservare la risorsa.

Nel corso del 2022, l'azienda ha utilizzato 90.823 m<sup>3</sup> di acqua, registrando una riduzione dell'8% rispetto all'esercizio precedente. Tutti i prelievi idrici effettuati fanno riferimento ad aree classificate come a rischio di stress idrico medio.

In ottica di miglioramento continuo, l'azienda ha avviato una serie di **progetti volti a limitare il consumo della risorsa** nei processi produttivi e durante la fase di utilizzo dei prodotti Pettenon Cosmetics. Contestualmente, è stato consolidato il **processo di monitoraggio dei consumi** e sono state avviate **campagne di sensibilizzazione mirate** rivolte sia al personale interno all'azienda che ai collaboratori Pettenon Cosmetics.

### Alama loves Water

#### Il primo shampoo secco di un brand Pettenon Cosmetics

Il brand **Alama Professional**, che mette l'innovazione e la sostenibilità al centro della propria attività, ha lanciato un prodotto nuovo, che parla di futuro grazie a una grande innovazione formulistica: si tratta del primo **shampoo in polvere** del brand, prodotto senza l'uso di acqua e con un impatto ambientale ridotto. Il **Frequent Powder Shampoo** di Alama Professional è anche un prodotto vegano e concentrato, che permette fino a 50 lavaggi nel formato da 50 grammi. Questo **prodotto waterless** pone le basi per rivoluzionare le abitudini dei consumatori, con l'obiettivo di contribuire alla salute del nostro pianeta.



### La collaborazione con WAMI

«Questo progetto si inserisce perfettamente nel nostro percorso come Società Benefit intrapreso già nel 2021 e ci permette di intervenire con azioni concrete per la salvaguardia del nostro pianeta.»

**Afsoon Neginy**, Group Chief Operating Officer & Sustainability Director

Prosegue anche la collaborazione tra Pettenon Cosmetics e **WAMI** ("Water with a Mission"), ancora una volta attraverso il brand **Alama Professional** che, in occasione della fiera Cosmoprof 2023, ha **donato 500.000 litri di acqua** compensando l'impronta idrica giornaliera di circa 2.000 persone o di 500 famiglie da quattro persone o di una sola persona per quasi sei anni.



## Obiettivi per il futuro

### Misurare

l'impronta carbonica di organizzazione e ottenere la certificazione **Carbon Footprint ISO14064**

### Aumentare

Aumentare l'autoproduzione di energia elettrica attraverso l'ampliamento dell'**impianto fotovoltaico** esistente

### Ridurre

**i consumi idrici** attraverso il **recupero delle acque di raffreddamento**

### Proseguire

le attività volte alla **compensazione delle emissioni del sito San Martino di Lupari** (Scope 1 e 2) e degli **eventi corporate**

### Realizzare

iniziative volte alla **sensibilizzazione dei dipendenti** in materia di **mobilità sostenibile**



11

GENDER  
DIVERSITY E  
MULTICULTURALITÀ

# 11

## Gender Diversity e multiculturalità

[GRI 406-1]

57%

di dipendenti donne

54%

di donne in posizione quadro

65

associate a Women4Beauty

L'attività di Pettenon Cosmetics in materia di gender diversity e multiculturalità è orientata prevalentemente su due direttrici: la valorizzazione dei principi di diversità e multiculturalità in azienda e la promozione degli stessi nella società e nel territorio di riferimento.

Come espresso all'interno del proprio **Codice Etico**, Pettenon Cosmetics **promuove la cultura della diversità e inclusione tutelando l'integrità fisica, culturale e morale di tutti i suoi dipendenti e collaboratori**. L'azienda adotta un sistema di gestione a garanzia della libertà e della personalità individuale **denunciando fermamente molestie o comportamenti discriminatori** basati su età, genere, orientamento sessuale, stato civile e familiare, religione, lingua, origini etniche o nazionali, disabilità fisiche o mentali, convinzioni personali, opinioni politiche e sindacali, e altre caratteristiche personali non attinenti al lavoro.

Le politiche adottate dall'azienda garantiscono il **comportamento corretto ed equo** di tutto il personale, dalle più alte cariche alle singole unità operative, a favore di un ambiente lavorativo **ispirato ai principi di libertà, equità e lealtà**. Pettenon Cosmetics incoraggia i propri dipendenti e collaboratori a segnalare eventuali violazioni di tali principi tramite lo strumento di **Whistleblowing**, con garanzia di tutela della riservatezza dei dati personali del segnalante e del presunto responsabile della violazione. Analogamente agli esercizi precedenti, nel 2022 **non sono pervenute segnalazioni** relative a episodi di discriminazione.

L'impegno verso le tematiche di diversità, inclusione e parità di genere trova espressione nelle **iniziative** che Pettenon Cosmetics sostiene. L'azienda si impegna, infatti, a promuovere la **leadership femminile** tramite la valorizzazione delle donne in ogni aspetto della vita aziendale.

[GRI 2-7] [GRI 405-1]

Composizione del personale	UdM	2020	2021	2022
Numero totale dei dipendenti	N	330	386	437
Uomini	N	143	168	188
	%	43%	44%	43%
Donne	N	187	218	249
	%	57%	56%	57%
Età inferiore a 30 anni	N	77	90	104
	%	23%	23%	24%
Età compresa tra i 30 e i 50 anni	N	188	223	256
	%	57%	57%	59%
Età superiore ai 50 anni	N	65	73	77
	%	20%	20%	18%



*Ideare e sviluppare progetti di comunicazione e marketing finalizzati a promuovere e diffondere il valore della multiculturalità e la parità di genere.*

Nel 2022 il **96% dei dipendenti** (di cui il 43% uomini e il 57% donne) era assunto **a tempo indeterminato**, mentre il restante 4% (di cui il 35% uomini e il 65% donne) a tempo determinato; l'azienda non ha impiegato dipendenti a ore non garantite. Inoltre, il **95% dei dipendenti** era assunto **a tempo pieno**, mentre il restante 5% a tempo parziale (*headcount*).

Numero totale di dipendenti per categoria e genere	UdM	2020	2021	2022
	N	330	386	437
Totale Dirigenti	N	9	10	13
Uomini	N	5	6	10
	%	56%	60%	77%
Donne	N	4	4	3
	%	44%	40%	23%
Totale Quadri	N	29	37	39
Uomini	N	14	17	18
	%	48%	46%	46%
Donne	N	15	20	21
	%	52%	54%	54%
Totale Impiegati	N	152	182	207
Uomini	N	41	51	59
	%	27%	28%	29%
Donne	N	111	131	148
	%	73%	72%	71%
Totale Operai	N	140	157	178
Uomini	N	83	94	101
	%	59%	60%	57%
Donne	N	57	63	77
	%	41%	40%	43%



Numero totale di dipendenti per categoria e fasce di età	UdM	2020	2021	2022
<b>Totale Dirigenti</b>	<b>N</b>	<b>330</b>	<b>386</b>	<b>437</b>
Totale Dirigenti	N	9	10	13
Età inferiore a 30 anni	N	-	-	-
	%	-	-	-
Età compresa tra i 30 e i 50 anni	N	2	3	7
	%	22%	30%	54%
Età superiore ai 50 anni	N	7	7	6
	%	78%	70%	46%
<b>Totale Quadri</b>	<b>N</b>	<b>29</b>	<b>37</b>	<b>39</b>
Età inferiore a 30 anni	N	-	-	-
	%	-	-	-
Età compresa tra i 30 e i 50 anni	N	18	22	27
	%	62%	59%	69%
Età superiore ai 50 anni	N	11	15	12
	%	38%	41%	31%
<b>Totale Impiegati</b>	<b>N</b>	<b>152</b>	<b>182</b>	<b>207</b>
Età inferiore a 30 anni	N	48	55	62
	%	32%	30%	30%
Età compresa tra i 30 e i 50 anni	N	88	107	120
	%	58%	59%	58%
Età superiore ai 50 anni	N	16	20	25
	%	11%	11%	12%
<b>Totale Operai</b>	<b>N</b>	<b>140</b>	<b>157</b>	<b>178</b>
Età inferiore a 30 anni	N	29	35	42
	%	21%	22%	24%
Età compresa tra i 30 e i 50 anni	N	80	91	102
	%	57%	58%	57%
Età superiore ai 50 anni	N	31	31	34
	%	22%	20%	19%

Inoltre, Pettenon Cosmetics sostiene progettualità e supporta attivamente le associazioni del territorio impegnate nella promozione della cultura di genere.

### Women4Beauty

W4B, che oggi conta circa 65 associate, grazie alla collaborazione con donne provenienti da ambienti diversi e con esperienze eterogenee, propone attività per la crescita professionale diversificate sulla base delle necessità e degli obiettivi di realizzazione delle donne partecipanti.

Il progetto poggia su quattro forti pilastri: **attività di sviluppo professionale, percorsi di coaching differenziati, partecipazione attiva alla vita associativa nei cicli di incontri proposti dall'associazione e aumento del valore delle donne in ambito lavorativo** grazie al coinvolgimento di professioniste in qualità di mentori che orientino i percorsi di crescita delle associate.

W4B accompagna le donne in percorsi di sviluppo delle abilità e delle qualità femminili, attraverso attività di:

- **Talent coaching:** rivolto alle giovani donne che vogliono essere orientate nella scelta del proprio percorso professionale;
- **Upskilling coaching:** rivolto alle professioniste che desiderano espandere il proprio modello di leadership o che, trovandosi in un passaggio professionale apicale, vogliono potenziarlo;
- **Reskilling coaching:** finalizzato a sostenere le donne che hanno l'obiettivo di rimettersi in gioco in ambito lavorativo o che vogliono piantare nuovi semi professionali.

Inoltre, W4B organizza **tavole rotonde**, ovvero cicli di incontri tematizzati pensati per creare, grazie al supporto di figure chiave, dialoghi circolari e momenti di scambio tra le associate, così da diffondere nuovi punti di vista e opportunità per promuovere l'alleanza al femminile e l'arte della resilienza.

L'associazione coordina anche dei **working group**, ovvero gruppi di lavoro in forma di laboratori, workshop e seminari pensati per far fiorire il potenziale delle partecipanti attraverso attività pratico-esperienziali.

Nel corso del 2022, l'associazione ha tenuto tavole rotonde e seminari in materia di, ad esempio, resilienza, realizzazione professionale, gestione del conflitto, maternità e carriera, e ironia e autostima.





### Alter Ego Italy sostiene A.N.D.O.S. e il progetto "Cicatrici"

A ottobre 2022, mese di sensibilizzazione alla prevenzione del tumore al seno, il brand **Alter Ego Italy** ha deciso di dare un contributo concreto alla sede di Ferrara della onlus **A.N.D.O.S., Associazione Nazionale Donne Operate al Seno**. Tra il 9 e il 17 ottobre, presso l'ex Refettorio di San Paolo a Ferrara, si è tenuta la mostra "Cicatrici": 22 fotografie scattate da Stefano Pesaro e Federica Veronesi a donne che sono state operate al seno per sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema della prevenzione del tumore alla mammella. Ciascuno scatto, accompagnato da una frase che sintetizza la lotta contro questo avversario, voleva rappresentare anche un messaggio di **speranza** attraverso la testimonianza di donne che hanno lottato con coraggio e che hanno deciso di condividere la loro esperienza. Da Ferrara la mostra si è poi spostata a Roma, presso la sala del Cenacolo della Camera dei Deputati, dal 13 al 22 luglio 2022.

### Alter Ego Italy e Pink is Good: una crema per la ricerca

«Abbiamo deciso di collaborare con Fondazione Umberto Veronesi perché condividiamo i suoi valori e da sempre riteniamo che investire nella ricerca scientifica sia il miglior modo per sviluppare nuove conoscenze per poi impiegarle al servizio della comunità»

**Afsoon Neginy**, Group Chief Operating Officer & Sustainability Director

Il brand **Alter Ego Italy** ha creato una crema per prendersi cura della bellezza delle mani per il progetto "Pink is Good" della **Fondazione Umberto Veronesi** per promuovere la **ricerca sui tumori femminili**: parte del ricavato della vendita della crema, acquistabile nei saloni AEI, sarà destinato al finanziamento di una **borsa di studio a sostegno della ricerca scientifica**. Per sensibilizzare le donne alla prevenzione del tumore al seno, nel periodo natalizio i saloni AEI hanno regalato la crema alle proprie clienti.



### Pittarosso Pink Parade

Nel 2022 il brand **Alama Professional** ha scelto di sostenere come Top Partner **Pittarosso Pink Parade**, la manifestazione podistica amatoriale a favore della **Fondazione Umberto Veronesi** giunta alla nona edizione, che si impegna a finanziare la **ricerca scientifica contro i tumori tipicamente femminili** e a sensibilizzare sempre di più le donne sull'importanza della **prevenzione**. Grazie alle iscrizioni all'evento, alle donazioni e ai contributi delle aziende partner, sono stati raccolti **oltre 800.000 euro** che in questa edizione sono stati destinati a un progetto sulle cellule tumorali che mira a valutare nuovi strumenti di diagnosi precoce e terapia mirata per prevenire le recidive nel tumore al seno.

### Il supporto alla Fondazione Cinquezerocinque

La **Fondazione Cinquezerocinque** ha come obiettivo quello di promuovere il mestiere dell'**imprenditore nel settore dell'haircare**, trasmettendo non solo la tecnica ma anche la filosofia e la psicologia alla base della professione del parrucchiere. Un altro importante obiettivo della Fondazione è quello di **fornire un'opportunità lavorativa alle donne**, contribuendo così ad aumentare la loro indipendenza economica. Inoltre, la Fondazione si impegna a sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema della donna attraverso percorsi di formazione e iniziative di sensibilizzazione, al fine di promuovere la **parità di genere** e la **valorizzazione del ruolo della donna** nella società.

### Al Pride di Milano con il brand Fanola

Pettenon Cosmetics, con il brand **Fanola**, ha partecipato come **Ambassador al Pride di Milano**, evento che ha rappresentato un'opportunità importante per dimostrare il suo impegno per **la diversità e l'inclusione**, valori che sono al centro della cultura aziendale di Pettenon Cosmetics e di cui Fanola si fa portavoce. L'azienda ritiene, infatti, che sia fondamentale sostenere la **lotta contro la discriminazione e l'intolleranza** e contribuire alla **promozione dell'uguaglianza di diritti** per tutti. Si è trattato di una bella occasione per connettersi con altre aziende e individui che condividono i valori della promozione della diversità e dell'inclusione.





### L'impegno a sostegno dei diritti delle donne iraniane

Da settembre 2022, a seguito della morte di Mahsa Amini, in Iran le donne (ma non solo) stanno combattendo per il riconoscimento e il rispetto dei loro diritti. Pettenon Cosmetics ha scelto di sostenerle supportando **My Stealthy Freedom**, associazione no profit che nasce nel 2014 per contrastare l'obbligo di indossare l'hijab nella Repubblica Islamica e che oggi contribuisce a rafforzare la voce delle **donne iraniane** che lottano per la **libertà**.



## Welfare e work-life balance

Pettenon Cosmetics identifica come capisaldi della politica aziendale i programmi di conciliazione tra vita professionale e vita privata, così come il welfare a supporto delle esigenze familiari, poiché contribuiscono positivamente al benessere dei dipendenti, alla riduzione del divario di genere e a contrastare le interruzioni di carriera.

Per quanto riguarda gli interventi mirati sul piano della **conciliazione tra vita lavorativa e vita privata**, nel 2021, Pettenon Cosmetics ha introdotto per tutti i dipendenti delle aree impiegate il lavoro a distanza (fino al 50% delle giornate lavorative), mettendo a disposizione strumenti di collaborazione e team working, in linea

con la filosofia "work from anywhere". Tale sperimentazione ha permesso di porre basi solide per la definizione di un'impostazione più strutturata dello smart working in modo da garantire una maggiore flessibilità lavorativa e una migliore conciliazione dei tempi di vita e lavoro. Inoltre, sono operativi i contratti di **lavoro part-time** e la possibilità di adottare, per alcuni reparti, un **orario flessibile**. A supporto delle esigenze familiari, Pettenon Cosmetics adotta politiche a favore dei congedi parentali e a sostegno di altre situazioni di difficoltà familiare. Come ulteriore misura di welfare per i propri collaboratori, Pettenon Cosmetics ha implementato i ticket elettronici utilizzabili presso gli esercenti convenzionati.



## Obiettivi per il futuro

### Proseguire

e ulteriormente arricchire i **percorsi di valorizzazione delle diversità e della multiculturalità** nella società e territorio di riferimento, anche attraverso i brand e prodotti dell'azienda

### Ottenimento

della **certificazione di genere** UNI/PDR 125:2022

### Realizzazione

di un **workshop** rivolto al top management in tema **diversità e inclusione**



**FORMAZIONE E  
VALORIZZAZIONE  
DELLE PERSONE**

**12**

12

# Formazione e valorizzazione delle persone

Più di **14mila** ore di formazione erogate

Turnover in entrata pari al **26%**

**100%** dei dipendenti assunti con **contratto collettivo nazionale**

Tasso di retention dei dipendenti che hanno usufruito del **congedo parentale** pari al **96%**

Pettenon Cosmetics e il mondo del professional haircare stanno attraversando importanti trasformazioni, legate all'attuale situazione politico-economica e alla progressiva digitalizzazione del mercato. L'azienda identifica nella **formazione dei propri dipendenti** e collaboratori lo strumento chiave per sostenere la propria crescita e preservare la qualità del servizio offerto ai propri clienti. Il **piano di formazione** sviluppato da Pettenon Cosmetics permette di agevolare lo sviluppo e la crescita professionale di tutti i lavoratori tramite l'apprendimento continuo e mirato, una gestione dinamica delle conoscenze e competenze e la valorizzazione delle attitudini professionali dei singoli, assicurandosi al contempo che tutti possano lavorare al meglio delle proprie capacità, in un ambiente lavorativo salubre e sicuro.

## Le persone sono la nostra forza

[GRI 404-1; GRI 404-2]

Annualmente, sulla base dell'analisi dei fabbisogni formativi individuati, Pettenon Cosmetics progetta, pianifica e realizza il **Piano di formazione** per tutto il personale dipendente, proposto dalla funzione Formazione e Sviluppo Risorse Umane e condiviso con il CdA.

I programmi di formazione possono riguardare quattro **macro-ambiti**:

- **formazione manageriale**, per garantire il continuo aggiornamento e miglioramento professionale, e per approfondire le novità di settore e gli aspetti relativi al contesto circostante, quali le normative in essere, le strategie adottate dai principali competitor e le nuove esigenze del mercato. Nel corso del 2022 sono stati erogati corsi in materia di sviluppo della managerialità, leadership e negoziazione;
- **formazione tecnica specifica**, per approfondire specifiche tematiche e per garantire l'acquisizione di specifiche competenze tecniche da parte dei dipendenti;

- **formazione professionale**, per sviluppare e aggiornare le competenze trasversali dei dipendenti e favorire la crescita professionale migliorando la qualità del lavoro svolto. Nel corso del 2022, l'azienda ha erogato corsi di formazione linguistica, comunicazione, utilizzo del pacchetto Microsoft Office, team building e Modello 231;
- **formazione obbligatoria**, conformemente a quanto richiesto dalle normative vigenti. Il personale dell'azienda partecipa ai corsi relativi alla salute e sicurezza sul lavoro, sicurezza informatica, protezione dei dati e disciplina antiriciclaggio.

In funzione del tipo di area tematica da approfondire e del livello di conoscenza che si intende far raggiungere ai dipendenti, la funzione Formazione e Sviluppo Risorse Umane identifica la **modalità didattica** più efficace ed efficiente tra quelle attivabili, quali formazione SAP, workshop, training intensivi, formazione tecnica mirata (interna ed esterna), corsi e-learning, webinar, convegni e conferenze.

Per i neoassunti Pettenon Cosmetics prevede specifici **programmi di onboarding** volti a fornire tutti gli strumenti e le conoscenze adeguati affinché le nuove risorse possano inserirsi e integrarsi tempestivamente all'interno dell'azienda. Tali programmi comprendono riunioni con i team dei vari dipartimenti, visite allo stabilimento, formazione tecnica specifica, formazione sulle procedure e policy dell'azienda e condivisione della cultura aziendale.



*Il sostegno di attività formative finalizzate all'aumento della competitività delle proprie persone.*

**20** dipendenti che hanno partecipato a **Master** o corsi impartiti da **business school**

Ore totali di formazione annue per dipendente	UdM	2020	2021	2022
<b>Numero totale ore di formazione per genere</b>	h	4.460	7.000	14.364
Uomini	h	n.d.	n.d.	6.033
Donne	h	n.d.	n.d.	8.331
<b>Numero totale ore di formazione per categoria di dipendenti</b>	h	4.460	7.000	14.364
Dirigenti	h	n.d.	n.d.	956
Quadri	h	n.d.	n.d.	3.009
Impiegati	h	n.d.	n.d.	4.769
Operai	h	n.d.	n.d.	5.630

Ore medie di formazione annue per dipendente	UdM	2020	2021	2022
Numero totale ore medie di formazione per genere	h	13,5	18,1	32,7
Uomini	h	n.d.	n.d.	31,9
Donne	h	n.d.	n.d.	33,4
Numero totale ore medie di formazione per categoria di dipendenti	h	13,5	18,1	32,7
Dirigenti	h	n.d.	n.d.	73,5
Quadri	h	n.d.	n.d.	77,2
Impiegati	h	n.d.	n.d.	23,0
Operai	h	n.d.	n.d.	31,6

[GRI 401-1]

Nel 2022 Pettenon Cosmetics ha registrato tassi di turnover in entrata e in uscita pari, rispettivamente, al 26% e al 16%, confermando il **trend complessivamente positivo di crescita** dell'organico negli ultimi anni.

Nuovi dipendenti assunti per età e genere	UdM	2020	2021	2022
Totale dei nuovi dipendenti assunti durante l'anno	N	42	88	99
Uomini	N	22	41	45
	%	52%	47%	45%
Donne	N	20	47	54
	%	48%	53%	55%
Sotto i 30 anni di età	N	18	31	40
	%	43%	35%	40%
Tra i 30 e i 50 anni di età	N	22	46	44
	%	52%	52%	44%
Sopra i 50 anni di età	N	2	11	15
	%	5%	13%	15%

Nuovi dipendenti assunti per età e genere	UdM	2020	2021	2022
Totale dei dipendenti che hanno lasciato l'organizzazione durante l'anno	N	62	47	61
Uomini	N	31	25	30
	%	50%	53%	49%
Donne	N	31	22	31
	%	50%	47%	51%
Sotto i 30 anni di età	N	26	15	15
	%	42%	32%	25%
Tra i 30 e i 50 anni di età	N	26	22	30
	%	42%	47%	49%
Sopra i 50 anni di età	N	10	10	16
	%	16%	21%	26%

[GRI 405-1]

Nel 2022 circa il 3,7% dei dipendenti dell'azienda apparteneva alle categorie protette (1,8% nel 2021 e 2,4% nel 2020).

Dipendenti appartenenti alle categorie protette	UdM	2020	2021	2022
Totale	N	8	7	16
Sotto i 30 anni di età	N	0	0	0
Uomini	N	0	0	0
Donne	N	0	0	0
Tra i 30 e 50 anni di età	N	2	1	6
Uomini	N	0	0	3
Donne	N	2	1	3
Sopra i 50 anni di età	N	6	6	10
Uomini	N	4	4	6
Donne	N	2	2	4



[GRI 401-3]

Per quanto riguarda il congedo parentale, nel 2022 ne hanno usufruito 28 persone che hanno, per la maggior parte, ripreso l'attività lavorativa, determinando un **tasso di rientro** pari a circa il **93%**; invece, il **tasso di retention** dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale è pari a circa il **96%**.

Congedo parentale	UdM	2020	2021	2022
Totale dei dipendenti che hanno avuto diritto al congedo parentale	N	84	93	112
Uomini	N	43	46	47
Donne	N	41	47	65
Totale dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	N	19	26	28
Uomini	N	4	6	5
Donne	N	15	20	23
Totale dei dipendenti che sono tornati al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale	N	17	22	26
Uomini	N	4	6	5
Donne	N	13	16	21
Totale dei dipendenti che sono tornati al lavoro dopo aver usufruito del congedo parentale e che sono ancora dipendenti dell'organizzazione nei 12 mesi successivi al rientro	N	14	18	25
Uomini	N	4	6	5
Donne	N	10	12	20

### La Salon Akademy

Pettenon Cosmetics, attraverso il brand Alter Ego Italy, mette a disposizione della formazione professionale la propria **accademia interna, la Salon Akademy**, pensata per informare e formare i collaboratori tramite l'organizzazione di eventi, seminari tecnici e webinar circa le principali evoluzioni di settore e pratiche di sostenibilità. Le attività vengono organizzate sia dal personale interno all'azienda sia da collaboratori esterni. L'Akademy sposa i principi di sostenibilità e si impegna nella diffusione di buone pratiche quali, ad esempio, la raccolta differenziata e la lotta allo spreco.

### Innovation Days

**Innovation Days** è un progetto che mira, tramite corsi digitali e/o in presenza, a supportare lo sviluppo delle conoscenze e competenze dei dipendenti Pettenon Cosmetics. Il progetto prevede **l'erogazione di diversi moduli strutturati per approfondire tematiche di rilevanza relative**, ad esempio, alla sostenibilità dei prodotti e dei processi produttivi, alla crescita personale e professionale dei singoli individui, all'innovazione e alla digitalizzazione, così da permettere ai fruitori del percorso di affrontare meglio le sfide del futuro.

Il format Innovation Days si è svolto con la **collaborazione di professionisti esterni all'azienda e prestigiose università e accademie del territorio**: un tempo dedicato alla crescita professionale e personale dei propri talenti, per rafforzare la cultura aziendale e sviluppare **forme di leadership collaborativa** e responsabile per affrontare ogni giorno le sfide legate all'evoluzione aziendale.

Particolare attenzione è stata data anche alle attività formative volte ad aumentare le **competenze trasversali** dei dipendenti di Pettenon Cosmetics quali, ad esempio, il problem solving, la flessibilità, la capacità di fare squadra, la gestione dei conflitti e la comunicazione efficace, in quanto ritenute fondamentali per fare la differenza in qualsiasi organizzazione.



### Growing Together x Talks

Attraverso il progetto **Growing Together** Pettenon Cosmetics organizza una giornata di formazione rivolta a clienti, partner e distributori al fine di promuovere **l'imprenditorialità sul territorio** e diffondere conoscenze e informazioni sul mondo del business. L'obiettivo dell'evento è presentare e aggiornare i partner sulle visioni del gruppo, comunicare i nuovi progetti e i lanci dei principali brand, oltre a creare un'**opportunità di incontro, dialogo e crescita** attraverso un confronto riguardo le sfide del futuro e i cambiamenti in atto. Nel 2022, sono stati organizzati due eventi in presenza dal titolo **"From Yesterday, to the Future"** e **"Extended Relations"**. Il primo ha affrontato i cambiamenti del mercato e le nuove richieste dei consumatori, mentre il secondo ha affrontato il tema delle relazioni in ambienti in fase di cambiamento e in forte crescita.

Inoltre, sono stati organizzati anche due **Growing Together Pills**: eventi più brevi, sviluppati da remoto e con diversi speaker che hanno approfondito tematiche specifiche.





### Bologna Business School

Nel dicembre del 2021 Pettenon Cosmetics entra formalmente a far parte della **Bologna Business School**, in qualità di Socio Sostenitore con l'obiettivo di avviare una collaborazione sinergica, proficua e duratura su tematiche quali la sostenibilità, l'innovazione, la trasformazione digitale, in particolar modo nel settore cosmetico, e nell'Executive Program "Branding and Marketing Management in the Beauty Industry". Nel corso del 2022 a partecipare ai **Master di formazione** o agli **Open Program** della Bologna Business School sono stati **17 dipendenti** di Pettenon Cosmetics (nel dettaglio, 2 dirigenti, 9 quadri e 6 impiegati).



### CUOA Business School

Nel corso del 2022, come ormai da molti anni, Pettenon Cosmetics ha continuato la sua collaborazione, in qualità di Socio Sostenitore, con **CUOA Business School**, la Business School italiana di **più antica tradizione**. Grazie alla partnership instaurata con CUOA, **tre collaboratori** di Pettenon Cosmetics hanno partecipato ai **Master di formazione** della Business School.

## Obiettivi per il futuro

### Aumentare

**le risorse** destinate alla **formazione** in materia di **sostenibilità** rivolta a dipendenti e top management (e.g. Innovation Days, Growing Together)



13

SUPPORTO  
ALLA COMUNITÀ

# 13

10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE



Il sostegno di iniziative filantropiche nei confronti di categorie di soggetti coinvolti, direttamente e indirettamente, dall'attività societaria.

Sostegno a oltre

# 20

associazioni del territorio

Donazione di oltre 39.000 euro per l'affitto di

# 13

appartamenti per ospitare

# più di 70

rifugiati ucraini a Poznań (Polonia).

## Supporto alla comunità

[GRI 413-1]

Pettenon Cosmetics svolge un ruolo attivo nello sviluppo e promozione delle comunità nelle quali opera, sostenendo attivamente tramite sponsorizzazioni, donazioni e collaborazioni numerosi progetti di enti e associazioni no profit nazionali e locali e tramite iniziative di solidarietà sociale, con il fine di

esaltare la bellezza non solo attraverso la cosmesi professionale, ma anche tramite un concreto rafforzamento della relazione con il territorio e il coinvolgimento di tutti gli stakeholder.

Di seguito le principali collaborazioni realizzate nel corso del 2022.

### Gruppo Polis

Pettenon Cosmetics supporta attivamente **Gruppo Polis** che riunisce 5 Cooperative Sociali padovane che operano da oltre 25 anni **a favore delle persone in difficoltà**. Le Cooperative Sociali realizzano servizi educativi, riabilitativi, residenziali e occupazionali, promuovono il collocamento lavorativo delle persone svantaggiate e sostengono la cultura dell'accoglienza, dell'inclusione e della solidarietà. Da alcuni anni è attivo un **servizio di accoglienza protetta e di accompagnamento socio-lavorativo per donne vittime di violenza e di tratta**.

- **Casa Viola:** progetto nato con l'obiettivo di offrire alle donne vittime di violenza e ai loro figli un alloggio con indirizzo segreto protetto e un percorso di accompagnamento all'inserimento abitativo e lavorativo. Il nome Casa Viola è stato scelto in onore di Franca Viola, la prima donna in Italia a rifiutare il matrimonio riparatore. La struttura è suddivisa in due appartamenti perché pensata per accogliere separatamente:
  - donne in condizione di disagio sociale, per l'inizio di un percorso orientato all'autonomia e al reinserimento abitativo e lavorativo;
  - donne vittime di violenza domestica, accompagnate anche da figli minori, per l'inizio di un percorso orientato all'autonomia e al reinserimento abitativo e lavorativo.
- **La Bussola:** Centro Diurno che si occupa di dare risposte ai bisogni primari dei senza dimora. Un punto di riferimento che accoglie, ma non solo: alla Bussola si cerca di aiutare le persone a ritrovare la propria strada, con percorsi di reinserimento sociale e lavorativo e attraverso un approccio che mira a coinvolgere gli ospiti nella gestione del centro per creare una maggiore responsabilizzazione.
- **Mosaico e New Team Mosaico:** Centri Diurni strutturati per rispondere al bisogno fondamentale di inclusione sociale per le persone con disabilità tramite la formazione e i rapporti con la rete territoriale.

### Fondazione "Città della Speranza" Onlus

La Fondazione "Città della Speranza" è nata il 16 dicembre 1994 in ricordo di Massimo, un bambino scomparso a causa della leucemia. L'obiettivo primario della Fondazione era raccogliere fondi per costruire un reparto di oncoematologia pediatrica nuovo e moderno, perché quello esistente allora era del tutto insufficiente e inadatto a ospitare in modo dignitoso i bambini malati e le loro famiglie.

Franco Masello, Virginio Zilio, Carlo Mazzocco e il Prof. Luigi Zanesco, al tempo Direttore della Clinica di Oncoematologia Pediatrica di Padova, si fecero promotori del progetto e riuscirono a coinvolgere imprese e privati cittadini nella raccolta del capitale necessario a costruire la nuova struttura, che fu inaugurata nel 1996. Oggi la **Clinica di Oncoematologia Pediatrica**, diretta dal Prof. Giuseppe Basso, è collegata ai più importanti centri italiani e mondiali e, grazie ai **finanziamenti erogati da Città della Speranza**, è il centro di riferimento nazionale per la diagnosi delle leucemie acute e per la caratterizzazione molecolare di linfomi e sarcomi, nonché centro di coordinamento di protocolli nazionali ed europei di diagnosi e cura di linfomi, sarcomi, tumori cerebrali ed epatici e tumori rari. Dal 2014 la Clinica è anche il centro di coordinamento regionale della rete oncologica pediatrica del Veneto.

La Fondazione investe circa 2 milioni l'anno in Ricerca Scientifica e si è dotata di un Comitato Scientifico Internazionale che valuta i progetti da finanziare.



### Fondazione "I Bambini delle Fate"

"**I Bambini delle Fate**" è una Fondazione senza scopo di lucro che **finanzia progetti sociali** gestiti da associazioni di genitori, enti o strutture ospedaliere e **rivolti a bambini e ragazzi con autismo e disabilità** grazie al supporto di imprese e cittadini del territorio. La Fondazione si occupa esclusivamente di finanziare progetti di associazioni, enti e ospedali i cui beneficiari sono bambini e ragazzi con autismo e disabilità e le loro famiglie. I progetti finanziati realizzano **interventi riabilitativi e di inclusione sociale** che migliorano la vita di chi è affetto da autismo e disabilità e assicurano sollievo alle loro famiglie.



Pettenon Cosmetics sostiene:

- **CALEIDO, Centro Autismo:** Cà Leido, Comunità Educativa Diurna per minori, adolescenti con disturbi dello spettro autistico. Cà Leido è un luogo accogliente e familiare in cui i ragazzi possono sentirsi a casa grazie a un progetto psicoeducativo che permette di sviluppare abilità cognitive e sociali atte a migliorare la qualità di vita.
- **Liberamente Onlus:** si occupa di disagio scolastico e difficoltà di apprendimento. La Onlus accoglie ragazzi con metodi non convenzionali, non clinici, seguendo il principio di non essere orientati al

problema ma di andare oltre. In un ambiente emotivamente protetto i ragazzi hanno la possibilità di scoprire e valorizzare le loro caratteristiche, imparare a gestire le emozioni e governare le diverse situazioni e relazioni.

- **F.A.R.C.E.L.A.:** progetto che ha la finalità di integrare socialmente ragazzi affetti da disabilità attraverso la costruzione di forme diverse di autonomia, in linea con la filosofia del "lo so fare da solo". Il progetto prevede attività di diversa natura, quali: arteterapia, basket integrato, musicoterapia, nuoto e il laboratorio teatrale "Farcela".

## Supporto alla popolazione ucraina

Dall'inizio della **guerra in Ucraina** Pettenon Cosmetics si è mossa attivamente per sostenere la popolazione. In particolare, l'azienda ha donato:

- più di 39.000 euro per la locazione di 13 appartamenti per ospitare più di 70 rifugiati a **Poznań**, città polacca che ha accolto numerosi rifugiati ucraini;
- 12.500 euro a **Clinik Medok**, studio medico situato a Kiev;
- 18.000 euro alla **Croce Rossa Italiana per Emergenza Ucraina**, la raccolta fondi che sostiene le necessità dei milioni di persone cui occorrono assistenza umanitaria, farmaci essenziali e cure mediche.

## Obiettivi per il futuro

### Definire

una politica o manifesto di **cittadinanza aziendale**

### Supportare

attivamente le iniziative a sostegno delle **associazioni** e degli **enti del territorio**, e incoraggiare la partecipazione dei dipendenti attraverso iniziative di **volontariato aziendale**



## CROSSabili

**Mattia Cattapan**,  
fondatore di  
CROSSabili

"È stata un'esperienza unica avere dei veri professionisti ed esperti di stile a completa disposizione, che hanno saputo comprenderci e valorizzarci. Una vera botta di autostima. È stato bello fare il modello per un brand conosciuto come Fanola, a dimostrazione che CROSSabili non è solo sport, ma anche tanto altro. Un progetto assolutamente da rifare".

CROSSABILI è un'associazione no profit che si impegna a offrire alle persone con disabilità una serie di attività che mirano all'**inclusione**, alla **condivisione**, al **divertimento**, all'**autonomia** e allo **sport**. Attraverso le sue attività, CROSSABILI si assicura che tutti possano godere del divertimento e vivere esperienze uniche.





14

TABELLA DEI  
CONTENUTI GRI



# 14 Tabella dei contenuti GRI

<b>Dichiarazione d'uso</b>	Pettenon Cosmetics S.p.A. Società Benefit ha rendicontato le informazioni riportate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 01/01/2022 – 31/12/2022 con riferimento agli Standard GRI.
GRI 1 utilizzati	GRI 1: Principi fondamentali – Versione 2021

GRI Standards a cui si fa riferimento nel Bilancio di Sostenibilità	Capitolo / Riferimento diretto
<b>GRI 2 Informativa generale</b>	
2-1	Dettagli organizzativi Copertina
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità 1. Nota metodologica
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto 1. Nota metodologica
2-4	Revisione delle informazioni 1. Nota metodologica
2-5	Assurance esterna 1. Nota metodologica
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business 2. Chi siamo; 4. I nostri brand; 7. La strategia di sostenibilità
2-7	Dipendenti 11. Gender Diversity e multiculturalità
2-8	Lavoratori non dipendenti Nel 2022 Pettenon Cosmetics ha impiegato 24 lavoratori non dipendenti le cui mansioni sono controllate dall'azienda.
2-9	Struttura e composizione della governance 5. La governance
2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti 6. La governance di sostenibilità
2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti 6. La governance di sostenibilità
2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità 6. La governance di sostenibilità
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile Lettera agli stakeholder
2-23	Impegno in termini di policy 5. La governance
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy 5. La governance

GRI Standards a cui si fa riferimento nel Bilancio di Sostenibilità	Capitolo / Riferimento diretto
2-28	Appartenenza ad associazioni L'azienda aderisce alle seguenti associazioni di categoria: Assindustria Venetocentro, Federchimica e Cosmetica Italia.
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder 7. La strategia di sostenibilità
2-30	Contratti collettivi La totalità dei dipendenti di Pettenon Cosmetics è inquadrata con contratto collettivo nazionale.
<b>GRI 3 Temi materiali</b>	
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali 7. La strategia di sostenibilità
3-2	Elenco di temi materiali 7. La strategia di sostenibilità
<b>Area di valutazione dell'impatto: Governo dell'impresa</b>	
204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali 2. Chi siamo
205-2	Comunicazione formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione I membri del CdA, in sede di approvazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. 231/01 vengono a conoscenza delle politiche e procedure anticorruzione adottate dall'azienda. Tutti i dipendenti sono tenuti a conoscere e rispettare le regole in materia di lotta alla corruzione tramite accettazione della clausola prevista all'interno del contratto di assunzione. Tutti i partner commerciali dell'azienda sono soggetti a obbligo di osservanza del Codice Etico e del Modello di Organizzazione, Gestione e controllo ex. D. Lgs. 231/01, dall'atto di sottoscrizione del contratto.
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese Anche nel 2022, analogamente all'esercizio precedente, non sono stati registrati casi di corruzione o cause legali che abbiano riguardato dipendenti dell'organizzazione o operatori delle reti esterne.
206-1	Comportamento anticoncorrenziale Nel corso del 2022, analogamente all'esercizio precedente, l'organizzazione non ha registrato azioni legali riferite a concorrenza sleale, antitrust o pratiche monopolistiche.
418-1	Reclami documenti su violazioni della privacy e perdita dati clienti Nel corso del 2022, analogamente all'esercizio precedente, non sono state registrate denunce comprovate in merito a episodi di fughe, furti o perdita di dati sensibili dei clienti.

GRI Standards a cui si fa riferimento nel Bilancio di Sostenibilità		Capitolo / Riferimento diretto
Area di valutazione dell'impatto: Altri portatori di interesse (clienti) Finalità di beneficio comune: Ricerca e innovazione		
301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	9. Ricerca e innovazione
416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	9. Ricerca e innovazione
417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	9. Ricerca e innovazione
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	9. Ricerca e innovazione
Area di valutazione di impatto: Ambiente Finalità di beneficio comune: Tutela dell'ambiente		
302-1	Consumo di energia interno all'organizzazione	10. Tutela dell'ambiente
302-3	Intensità energetica	10. Tutela dell'ambiente
302-4	Riduzione del consumo di energia	10. Tutela dell'ambiente
303-3	Prelievo idrico	10. Tutela dell'ambiente
305-1	Emissioni di gas a effetto serra dirette (Scope1)	10. Tutela dell'ambiente
305-2	Emissioni di gas a effetto serra indirette (Scope2)	10. Tutela dell'ambiente
306-3	Rifiuti prodotti	10. Tutela dell'ambiente
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	10. Tutela dell'ambiente
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	10. Tutela dell'ambiente
Area di valutazione di impatto: Lavoratori, Altri portatori di interesse (territorio e comunità) Finalità di beneficio comune: Gender Diversity e multiculturalità		
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	11. Gender Diversity e multiculturalità
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	11. Gender Diversity e multiculturalità
Area di valutazione di impatto: Lavoratori, Altri portatori di interesse (territorio e comunità) Finalità di beneficio comune: Formazione e valorizzazione delle persone		
401-1	Nuove assunzioni e turnover	12. Formazione e valorizzazione delle persone
401-3	Congedo parentale	12. Formazione e valorizzazione delle persone
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	L'azienda possiede una politica in materia di salute e sicurezza all'interno del Documento di Valutazione dei Rischi. Sono state definite le procedure per rilevare e analizzare infortuni e mancati infortuni e sono state predisposte le azioni preventive e correttive. Tutti i dipendenti dell'azienda hanno la possibilità di comunicare eventuali problematiche al medico del lavoro tramite canale di comunicazione dedicato.

GRI Standards a cui si fa riferimento nel Bilancio di Sostenibilità		Capitolo / Riferimento diretto
403-3	Servizi per la salute professionale	Per tutelare la salute dei dipendenti, l'azienda prevede l'attività di sorveglianza sanitaria e l'obbligo di sottoporsi a visite mediche di idoneità diversificate per mansione e livelli di rischio.
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	Nei reparti produttivi l'azienda ha installato la "Bacheca Safety e Quality" come strumento di informazione e coinvolgimento dei lavoratori ed è stato predisposto un modulo per raccogliere i suggerimenti dei lavoratori in materia di sicurezza. Inoltre, l'azienda dialoga con i tre Rappresentati dei Lavoratori per la Sicurezza, che partecipano attivamente a una serie di riunioni di coordinamento.
403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	In materia di salute e sicurezza sul lavoro, l'azienda organizza i seguenti corsi: Formazione generale, Formazione specifica rischio basso / alto, Formazione preposti, Formazione primo soccorso, Formazione per l'utilizzo del defibrillatore automatico DAE, Formazione antincendio, Formazione carrello, Formazione dirigenti e addestramenti specifici per area.
Area di valutazione di impatto: Lavoratori, Altri portatori di interesse (territorio e comunità) Finalità di beneficio comune: Formazione e valorizzazione delle persone		
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Per agevolare l'accesso dei lavoratori ai servizi di assistenza medica e sanitaria non relativi al lavoro, l'azienda prevede l'iscrizione dei propri dipendenti al Fondo di Assistenza Sanitaria per i lavoratori dell'industria chimica, chimico farmaceutica, delle fibre chimiche e dei settori abrasivi, lubrificanti e GPL (Faschim). Si tratta di un fondo creato per le esigenze dei propri associati e per i loro familiari, con lo scopo di aiutarli ad affrontare le spese sanitarie. Tale servizio si propone di offrire maggiori possibilità di fronte al bisogno di cure, coperture per le normali necessità ma anche per i grandi imprevisti e tutela per l'associato e per la sua famiglia.
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	L'azienda ha valutato l'esposizione degli impiegati a materiali pericolosi e le misure di prevenzione e mitigazione degli impatti sulla salute e sicurezza sono contenute all'interno del DVR specifico per il rischio chimico.
403-9	Infortuni sul lavoro	Nel corso del 2022 sono stati registrati 8 episodi di infortuni non gravi sul posto di lavoro. Il tasso di infortuni, calcolato come il rapporto tra il numero di infortuni sul lavoro registrabili e il numero di ore lavorate (572.014,75) moltiplicato per 1.000.000 di ore lavorate, è pari a 14.
403-10	Malattie professionali	Nel corso del 2022, in continuità con gli esercizi precedenti, non si sono registrati casi di malattie professionali.
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	12. Formazione e valorizzazione delle persone
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	12. Formazione e valorizzazione delle persone
Area di valutazione di impatto: Altri portatori di interesse (territorio e comunità) Finalità di beneficio comune: Supporto alla comunità		
413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	13. Supporto alla comunità



Bilancio di Sostenibilità 2022  
Pettenon Cosmetics S.p.A. Società  
Benefit

Publicato nel giugno 2023

Redazione, progetto grafico e  
impaginazione a cura di SCS  
Consulting





 **PETTENON**  
**COSMETICS**  
PROFESSIONAL HAIR & SKIN CARE

