



BioNike
SALUTE E BELLESSERE

Report di Sostenibilità 2023

Il nostro impegno per un futuro migliore.
Per la Pelle. Per la Vita.

INDICE

4 Lettera agli stakeholder

6 La nostra identità

10 Il nostro percorso evolutivo

16 La scienza del Bellessere

17 La nostra value proposition

18 Filosofia dei Senza

22 Le nostre creazioni

24 Clienti e consumatori: la nostra forza

28 I fornitori: investiamo in relazioni a lungo termine

32 La sostenibilità in BioNike

34 L'approccio aziendale alla sostenibilità

42 Analisi di materialità e stakeholder engagement

46 Aspettative e interessi dei nostri consumatori

50 Analisi di materialità Survey stakeholder

52 La nostra Governance: performance e best practice

58 Struttura organizzativa e management

60 Performance economiche

60 I risultati

61 Il valore economico generato e distribuito

62 Innovazione e continua ricerca dell'eccellenza: i nostri asset distintivi

64 Le fasi della nostra produzione

65 La gestione della qualità

66 Le nostre persone, la nostra forza

72 La valorizzazione del capitale umano

75 Welfare e wellbeing

76 Diversità e inclusione

77 Sviluppo del know-how

78 La dedizione alla salute e sicurezza dei lavoratori

79 Meccanismi di tutela e prevenzione dei rischi

80 Responsabilità sociale: l'impegno per la comunità e il territorio

82 Progetti a favore della ricerca

83 Sostegno alla comunità

84 Il nostro impegno per l'ambiente

92 Un piano d'azione più responsabile

93 La gestione delle risorse

98 Gestione razionale e controllata delle risorse: acqua e rifiuti

100 Le iniziative intraprese in ambito energetico

102 La nostra impronta di carbonio verificata

106 Nota metodologica

106 Perimetro di rendicontazione

106 Il documento

107 I riferimenti utilizzati

108 Indicatori GRI

118 GRI Content Index

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

GRI 2-22

Crediamo in una
bellezza che nasce dal
sentirsi bene, autentica,
senza tempo: una
bellezza che incontra la
sostenibilità in tutte le
sue sfumature.

Cari stakeholder,

Con entusiasmo vi presentiamo il secondo Report di Sostenibilità di BioNike, in cui emerge chiaramente la nostra visione: **creare la Scienza del Bellesere**.

Crediamo nella Scienza e nell'Esperienza Dermatologica per unire alta Prestazione e alta Dermo-affinità nella cura della pelle, anche la più sensibile.

Crediamo nella Bellezza che nasce dall'essere e non solo dall'apparire, che parte dal sentirsi bene nella propria pelle e per questo è autentica, senza tempo e senza età.

Ci impegniamo a contribuire a una transizione verso un modello di business più responsabile, che coniughi il rispetto dell'ambiente e il benessere delle persone.

Nel 2023 il nostro team è cresciuto del **+18%** rispetto al 2022; **le donne ricoprono un ruolo significativo in BioNike**: rappresentando il **75%** del totale e il **69%** delle figure inquadrare **come quadri**.

Dedichiamo molta **attenzione alle nostre persone**, affinché si sentano rispettate, valorizzate e parte attiva dell'azienda. **Nel 2023** abbiamo erogato **1.278,25 ore di formazione (+85% rispetto al 2022)** in diverse aree chiave, **per favorirne la crescita personale e professionale**.

Siamo orgogliosi di aver **raggiunto gli obiettivi** che ci eravamo **posti**: abbiamo realizzato lo **studio di carbon footprint di organizzazione, verificato** nel 2024 e stiamo strutturando un piano di decarbonizzazione affinché le nostre azioni contribuiscano in modo concreto alla riduzione dell'impatto ambientale. Abbiamo **ottenuto la certificazione ISO 13485** relativa alla produzione di dispositivi medici e mantenuto il nostro sistema di gestione della qualità.

Il desiderio di continuo upgrade e la crescente responsabilità ambientale ci hanno portato a dedicare molti sforzi per migliorare il profilo di **eco-compatibilità delle nostre formulazioni** e sviluppare packaging secondo criteri di **eco-design**, utilizzando materiali riciclati, scomponibili e riciclabili ed evitando sprechi di risorse.

Con l'obiettivo di comprendere meglio le prospettive dei nostri stakeholder in materia di sostenibilità e definire le attività in cui impegnarci maggiormente in futuro, come parte di Sodalis Group, abbiamo preso parte al **primo Stakeholders Engagement Survey**. Inoltre, stiamo lavorando a un ambizioso **piano strategico di sostenibilità - ESG Action Plan** - con progetti significativi che ci consentiranno di implementare **azioni concrete ed efficaci nelle tre aree della sostenibilità** (ambiente, sociale, governance).

Ci siamo dedicati a **nuovi progetti di responsabilità sociale e rinnovato il nostro supporto a progetti intrapresi negli anni scorsi**: sosteniamo la ricerca medica, la tutela della donna e dell'ecosistema marino; nel 2023 abbiamo destinato alla comunità risorse economiche pari a 100.000 euro.

Proseguiamo con determinazione il percorso di sostenibilità che abbiamo strutturato: è nostra responsabilità **prenderci cura del mondo in cui viviamo**, è nostra ambizione **diventare motore positivo di cambiamento**.

Siamo **pronti alle nuove sfide, aperti alle nuove opportunità**, sapendo di poter contare sulle nostre persone che ogni giorno ci danno fiducia, che condividono la nostra passione e amore per il mondo BioNike.

Buona lettura.

Fabio Granata
Presidente

LA NOSTRA
IDENTITÀ:
ESPERIENZA
DERMATOLOGICA
E INNOVAZIONE
SCIENTIFICA
MADE IN ITALY



KEY NUMBERS

1

sito produttivo
interno



124

dipendenti

100%

produzione interna
italiana



2

sedi con uffici

1

laboratorio di ricerca
e sviluppo interno



96 € mln

ricavi netti 2023

5.000

farmacie servite



63

anni di storia

+20

nuovi lanci ogni anno



n1

brand italiano di
Dermocosmesi in
Farmacia

n1

brand più
raccomandato dai
dermatologi italiani*

*Survey sul mercato dermocosmetico svolta nel 2024 su un campione rappresentativo di 880 medici specialisti italiani

85%

Brand awareness

500+

referenze

37

paesi serviti

Incidenza
fatturato
per paese

89%

Italia

11%

estero

Il nostro percorso evolutivo

GRI 2-1 | GRI 2-6

Fin dalle origini, siamo il brand precursore per la cura della pelle sensibile, intollerante e iper-reattiva.





Il brand appartiene a **Icim International**, azienda italiana di estrazione farmaceutica fondata a Milano negli anni 30'.

BioNike **nasce nel 1960** dall'intuizione di un illuminato imprenditore e farmacista che comprese quanto la dermocosmetica potesse essere utile per supportare i trattamenti prescritti dai medici dermatologi.

BioNike è stato **il primo brand a dialogare in Italia con i dermatologi** in merito alle allergie da contatto scatenate dai cosmetici per la presenza di metalli pesanti nelle formulazioni e **il primo brand ad affinare un metodo capace di rilavare quantità infinitesimali di Nichel**.

Questo ci ha permesso di realizzare dermocosmetici **"Nickel Tested"**, formulati anche per la pelle più sensibile.

Nel corso degli anni abbiamo definito una **filosofia formulativa** sempre più rigorosa e d'eccellenza fino ad arrivare alla **Filosofia dei Senza**.

Tutte le nostre creazioni sono formulate **senza conservanti, senza profumo** (o con profumo senza allergeni) e **senza glutine**, eliminando totalmente gli ingredienti identificati dalla letteratura scientifica come causa di reazioni cutanee allergiche.

Un grandissimo e straordinario impegno da parte del nostro laboratorio di ricerca per unire i più alti standard di prestazione e sensorialità alla **massima dermo-affinità per la pelle sensibile**.

Con l'obiettivo di essere il brand di fiducia del consumatore e il partner d'elezione del farmacista e del dermatologo, abbiamo costantemente portato innovazione di alto valore per estendere la nostra gamma, che attualmente conta **oltre 500 prodotti nel mondo dermocosmetico e nutraceutico** ed è in continua espansione.

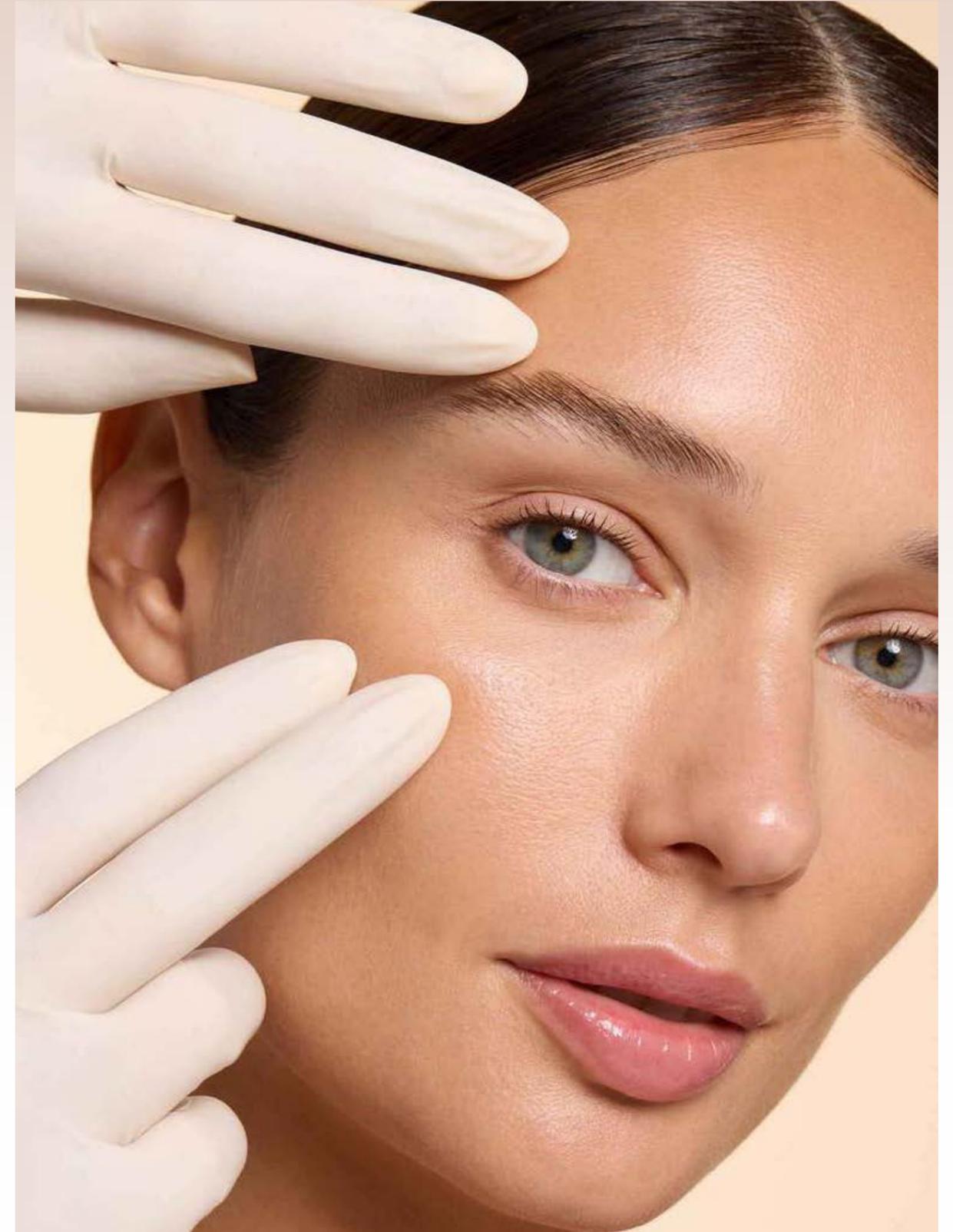
BioNike è oggi **leader nella dermocosmesi** in farmacia ed è parte di **Sodalis Group**, tra i principali gruppi europei indipendenti nel mondo della cura della persona, della salute e della bellezza.

VISION

Creare la **scienza del Bellessere**

MISSION

Difendere la pelle, anche la più sensibile, coniugando l'alta **efficacia** con la massima **dermo-affinità**, rappresentando la scelta migliore per la **salute** e la **bellezza della pelle** per i consumatori, i dermatologi e i farmacisti.



La scienza del Bellessere

La Bellezza è Emozione.
La Scienza è Arte.

Crediamo che l'Essenzialità sia quanto di più prezioso esista. Nelle nostre formule ricerchiamo l'assoluta purezza, eliminando sostanze superflue e selezionando con la massima attenzione solo ingredienti attivi per il benessere della pelle.

Crediamo nel Bellessere: la Bellezza che nasce dall'essere e non solo dall'apparire, che parte dal sentirsi bene nella propria pelle e per questo è autentica, senza tempo e senza età.

Crediamo nella Scienza e nell'Esperienza Dermatologica per unire alta Prestazione e alta Dermo-affinità nella cura della pelle, anche la più sensibile.

Crediamo nel valore dell'Innovazione frutto della Ricerca costante dei nostri laboratori interni e nella Qualità della nostra Produzione proprietaria italiana: perché per noi i nostri prodotti sono creazioni d'Arte realizzate con la massima attenzione in ogni fase del loro sviluppo.

Crediamo in uno Sviluppo Sostenibile e ci impegniamo per un Futuro Migliore, per la pelle, per il pianeta e per la vita.

LA NOSTRA VALUE PROPOSITION



Esperienza dermatologica e innovazione scientifica

Il nostro impegno per la pelle è iniziato nel 1960 e da allora ci siamo sempre dedicati all'innovazione attraverso la nostra avanzata ricerca scientifica e la costante collaborazione con i dermatologi.



Alta prestazione nel rispetto delle pelli più sensibili

Ci siamo sempre posti l'obiettivo di offrire elevata efficacia nel rispetto assoluto della pelle, anche quella più sensibile. Per questo selezioniamo attentamente gli ingredienti in base al loro profilo di tollerabilità cutanea e alle loro prestazioni.



Produzione italiana con tecnologie all'avanguardia

Siamo orgogliosi di formulare e produrre le nostre creazioni con tecnologie all'avanguardia grazie ai nostri laboratori di ricerca proprietari e alla nostra produzione interna, 100% italiana.



Attenzione alla sostenibilità delle formulazioni e del packaging

Abbiamo cura di migliorare costantemente la compatibilità ambientale dei nostri prodotti nelle nostre scelte di formulazione, produzione e packaging e implementiamo progetti concreti per contribuire a uno sviluppo sostenibile.

FILOSOFIA DEI SENZA

Condizione prioritaria per le formulazioni BioNike è il rispetto della pelle anche sensibile; pertanto, da sempre selezioniamo gli ingredienti principalmente in base al loro profilo di tollerabilità cutanea. Secondo questa filosofia formulativa tutti i prodotti BioNike, oltre ad essere Nickel tested, non contemplano l'uso di sostanze indicate dalla letteratura dermatologica come causa più frequente di allergie da contatto: conservanti, profumo, glutine. Una vera e propria filosofia formulativa, frutto di studi e ricerche iniziate negli anni '90 e che evolve in strategie sempre più innovative.

I Senza, cosa significa:



Nickel tested

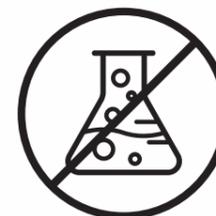
Il Nickel è la causa più frequente di allergia da contatto nei paesi occidentali industrializzati, nella popolazione europea con un'incidenza stimata del 20%.

Si verifica a seguito di contatto con prodotti e oggetti di uso quotidiano che contengono e rilasciano questo metallo sulla pelle, come gioielli, cosmetici, detersivi, accessori. In base alla letteratura dermatologica è sufficiente una traccia di Nickel pari a 1 ppm (parti per milione), cioè lo 0,0001% per indurre la dermatite in soggetti allergici.

Anche i prodotti cosmetici possono contenere tracce di Nickel provenienti dalle materie prime, dal processo produttivo o dal materiale di confezionamento, risultando quindi incompatibili con l'uso da parte di soggetti sensibilizzati a questo metallo.

In BioNike abbiamo definito dei parametri formulativi e di controllo per **garantire per ogni lotto di produzione un contenuto di Nickel in tracce inferiore a 0,1 ppm (0,00001%)**: valore 10 volte più basso di quello che, a livello scientifico, è indicata come contenuto soglia che può determinare la reazione allergica.

Per il make-up, in cui i pigmenti rappresentano una fonte di tracce significative di **Nickel**, oltre che di **Cromo** e **Cobalto** (altri metalli causa di reazioni allergiche) abbiamo definito ulteriori e specifici parametri formulativi e una procedura di **doppio controllo su ogni lotto di produzione**: il controllo del contenuto di Ni, Cr, Co e il controllo della loro cessione dalla formula alla pelle (Metodo secondo Regolamento CE n.1907/2006).

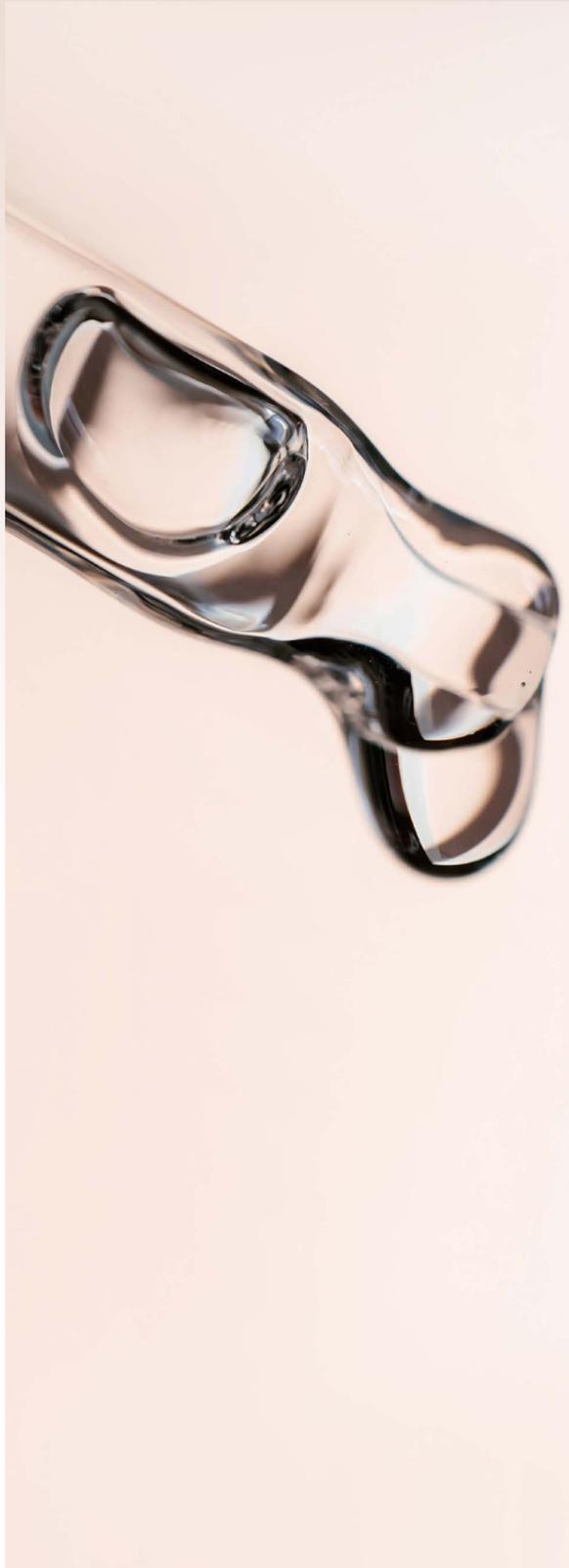


Senza conservanti

Nella maggioranza dei cosmetici è necessario aggiungere dei conservanti per un'adeguata protezione microbiologica.

In base alla normativa (Reg. CE n. 1223/2009 – Allegato V) sono autorizzati numerosi ingredienti conservanti, ma alcuni, come riportato dalla letteratura scientifica, possono determinare reazioni di tipo allergico.

In BioNike adottiamo **speciali strategie formulative per sostituire l'uso dei conservanti tradizionali**, garantendo comunque la **protezione microbiologica** dei prodotti.



Senza profumo

Il **profumo** rappresenta una possibile fonte di sostanze sensibilizzanti - gli **allergeni** - ed è in effetti **una delle più frequenti cause di allergia**, seconda solo al Nickel.

In BioNike formuliamo prevalentemente cosmetici **senza profumo**: selezioniamo e valutiamo attentamente la qualità delle materie prime anche sotto il profilo olfattivo in modo che i nostri prodotti siano piacevoli in uso anche senza profumo aggiunto.

In alcuni casi in cui per ottenere una maggiore gratificazione utilizziamo profumo, scegliamo esclusivamente **profumo senza allergeni** (Non contiene le sostanze individuate come potenziali allergeni e soggette a restrizione di concentrazione nel prodotto finito; Rif. Regolamento CE n. 1223/2009 - Allegato III).



Senza glutine

La presenza di glutine in prodotti ad uso topico può determinare, in soggetti predisposti con barriera cutanea alterata, forme di **intolleranza cutanea** e reazioni allergiche.

In BioNike selezioniamo le materie prime al fine di **escludere qualsiasi fonte di glutine** e ogni lotto di produzione viene analizzato per confermare l'assenza di glutine.

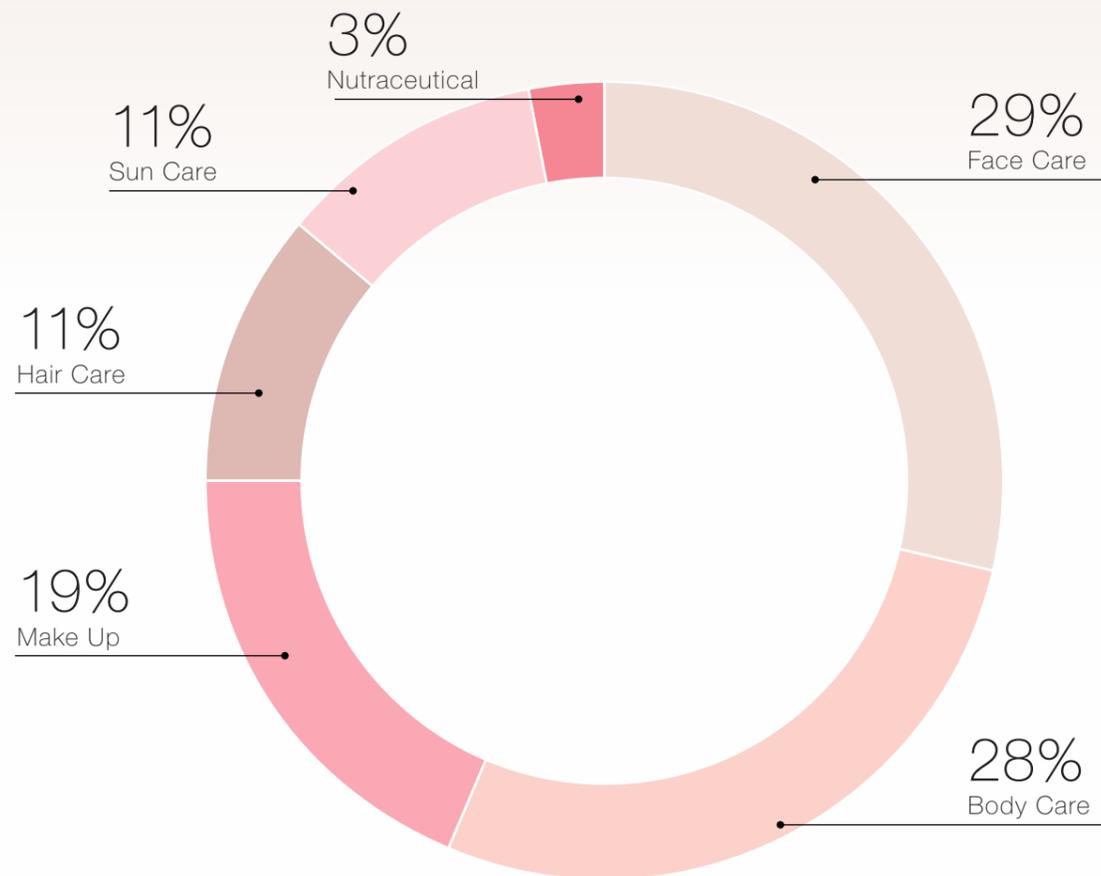
L'indicazione "non contiene glutine o i suoi derivati" consente una decisione informata ai soggetti con "**sensibilità al glutine non-celiaca**" (Gluten Sensitivity).

Le nostre creazioni

Per noi, i nostri prodotti sono creazioni di Scienza e Arte realizzate con cura e attenzione in ogni dettaglio.

Siamo un brand dermo-centrico con un portafoglio di oltre 500 prodotti dermocosmetici e nutraceutici formulati per la salute, il benessere e la bellezza della pelle, anche la più sensibile, intollerante e allergica.

Incidenza % net sales per categoria di prodotto



FACE CARE

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



BODY CARE

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



MAKE UP

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



HAIR CARE

Detersione, trattamento e colorazione capelli, formulati nel massimo rispetto della cute sensibile, allergica e intollerante.



SUN CARE

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



NUTRACEUTICAL

Integratori alimentari formulati con principi attivi meticolosamente selezionati per migliorare la qualità globale della pelle e nutrire la bellezza dall'interno.



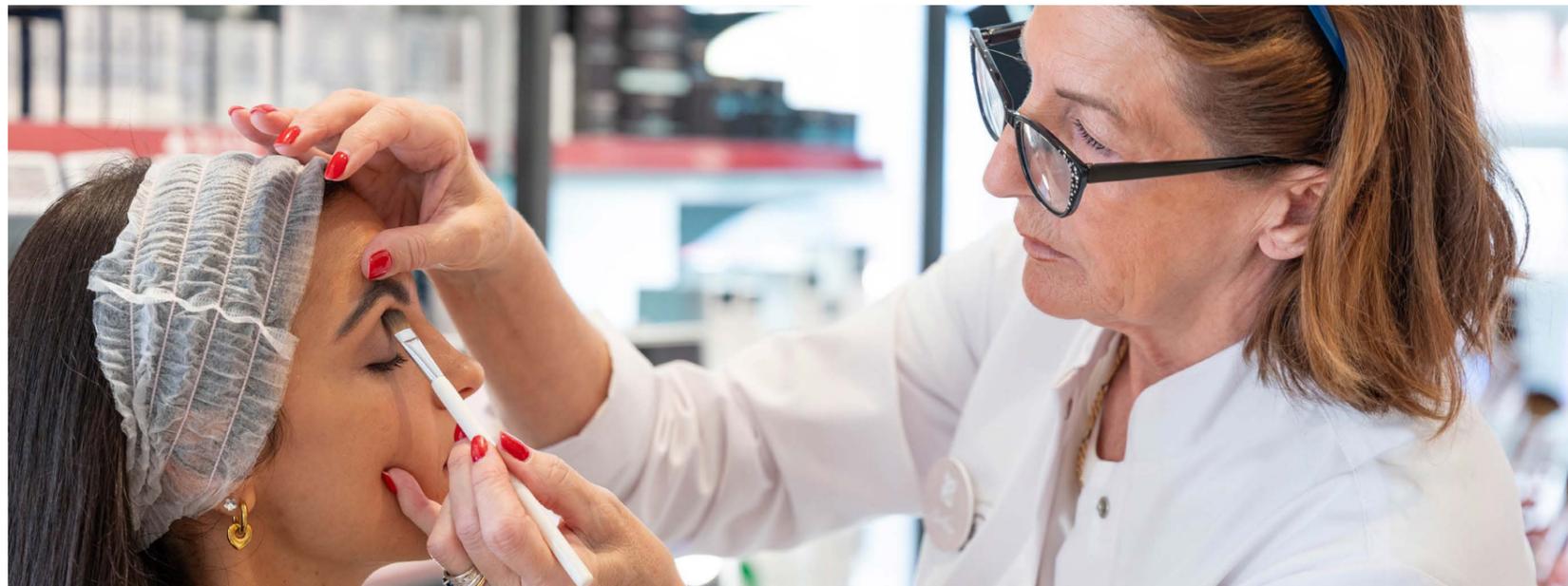
COSMECEUTICAL

Protocolli correttivi con ingredienti bioattivi ad elevate percentuali per un'efficacia globale sull'intera struttura della pelle.

Clienti e consumatori: la nostra forza

GRI 2-6

La soddisfazione dei nostri clienti e dei nostri consumatori è il principio cardine del nostro business



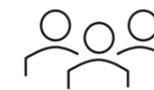
Report di Sostenibilità 2023



+5000
farmacie in Italia

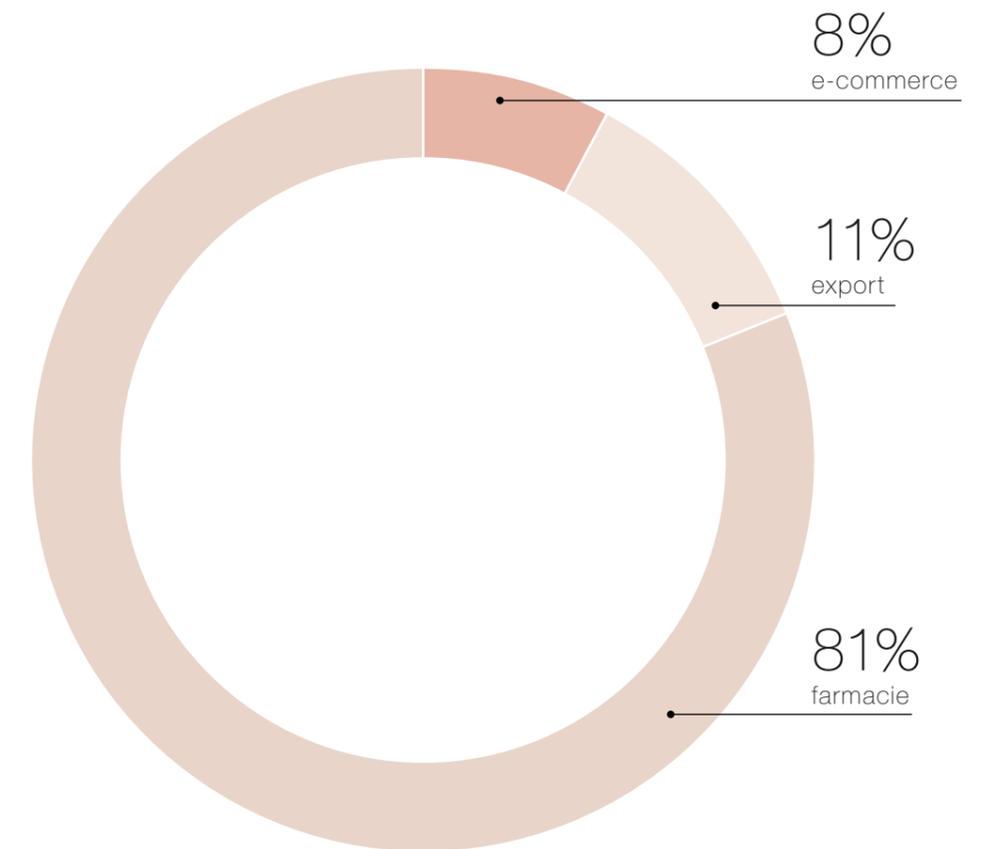


+37
mercati esteri serviti



+24m
utenti attivi l'anno
sul nostro sito

Incidenza %
per canale di
vendita



Report di Sostenibilità 2023

La nostra forza commerciale cura attentamente il rapporto con i clienti, avvalendosi di tre reti di vendita:

- **informazione medica**, in cui sono coinvolti oltre **15.000 medici** con i quali condividiamo le informazioni sui prodotti, avvalendoci della distribuzione campionaria e del materiale informativo.

Il medico specialista è al centro della nostra proposta sul mercato, offrendo soluzioni dermo-cosmetiche come coadiuvanti della terapia farmacologica sui sintomi dermatologici; siamo stati una delle prime realtà a svolgere questo tipo di attività e ne siamo, tuttora, i protagonisti.

Ad oggi, abbiamo una rete capillare di:



50
informatori medici
che si interfacciano
costantemente con:

4.875
dermatologi

2.035
medici estetici

2.025
ginecologi

6.100
pediatri



Le visite avvengono mediamente 5 volte l'anno per un totale di circa **70.000 visite potenziali**. Nel 2023, per il lancio della nuova linea BioNike Cosmeceutical, abbiamo realizzato **17 incontri e 5 webinar** disponibili on demand sul nostro portale di formazione dedicato.



- **51 Agenti** dedicati alla cura delle relazioni con oltre **5.000 farmacie e parafarmacie** che trasferiscono, tramite visite dedicate e continuative, i benefici dei prodotti dermo-cosmetici e nutraceutici delle creazioni BioNike.



- **52 Consulenti formatori** che forniscono, attraverso oltre **10.000 giornate l'anno**, esperienze personalizzate ai farmacisti e ai consumatori.

Il **feedback diretto** è alla **base del rapporto** che instauriamo **con i consumatori finali**, i quali hanno la possibilità di contattarci tramite e-mail per segnalare eventuali reclami. I consumatori possono avvalersi del nostro staff tecnico-scientifico per ottenere supporto nell'utilizzo dei prodotti BioNike; inoltre, in caso di dubbi o richieste specifiche, possono rivolgersi ai farmacisti, i quali agiscono da intermediari, riportandoci i feedback raccolti.

I servizi di **cosmeto-vigilanza** rappresentano un **elemento di raccolta e gestione di eventuali segnalazioni** da parte dei consumatori, mediante cui ne garantiamo la tutela e la sicurezza.

I clienti sono coinvolti in **diversi eventi organizzati sul territorio**. In linea con l'attenzione alla sostenibilità, ci assicuriamo che gli impatti ambientali durante gli eventi siano ridotti al minimo; provvediamo a non ricorrere all'utilizzo di materiali stampati, come folder e cataloghi, facendo ricorso a sistemi digitalizzati.

Il nostro impegno a favore delle attività di formazione si è formalizzato negli anni anche mediante progetti di **cooperazione con Cliniche Universitarie italiane e organismi medici esteri** con l'organizzazione di **convegni ed aggiornamenti scientifici**. Partecipiamo come sponsor ai principali **Congressi di Dermatologia** organizzati dalle varie associazioni nazionali e regionali Sidemast, Sida-pa, Adoi, Aida. Nel programma dei vari Congressi abbiamo divulgato, con l'ausilio dei Key Opinion Leader di riferimento, gli studi clinici effettuati sulle nostre formulazioni innovative e/o brevettate.

I fornitori: investiamo in relazioni a lungo termine

GRI 2-6 | GRI 204-1

La gestione della catena di fornitura rappresenta un elemento chiave ai fini del nostro obiettivo: fornire prodotti di eccellenza che superino le aspettative dei nostri clienti.



Il dipartimento di Ricerca e Sviluppo (R&D) definisce le formule dei prodotti, identificando le materie prime necessarie; in collaborazione con il Controllo Qualità sono effettuate la selezione e valutazione dei fornitori, le quali avvengono tenendo conto dei materiali di input richiesti, secondo rigidi standard di qualità e attraverso una verifica della documentazione inerente alla composizione della materia prima.

Periodicamente i nostri fornitori sono sottoposti ad audit di monitoraggio allo scopo di garantire il rispetto degli standard qualitativi. Per eventuali casi di non conformità, il team Garanzia di Qualità provvede a contattare tempestivamente il fornitore.

Per l'approvvigionamento di materie prime, estratti, coloranti, packaging e servizi di logistica ci rivolgiamo ai fornitori primari (produttori italiani, europei ed extraeuropei) con cui intratteniamo relazioni dirette. I fornitori secondari, a cui ci affidiamo per diversificare la nostra base di approvvigionamento, operano mediante diversi siti produttivi, locali o situati al di fuori dell'Unione europea.

Il nostro sistema operativo segue un modello "make to stock," mentre la produzione è guidata dalla domanda creata dalla rete vendita.

Gli ordini provenienti da zone extra-UE avvengono quasi sempre tramite intermediari con sede in Italia o in Europa; in questo modo siamo in grado di garantire una gestione efficiente della catena di fornitura.

Ai fini della dichiarazione del materiale di imballaggio al CONAI, effettuiamo una mappatura della tipologia di packaging acquistato, per garantirne un corretto riciclaggio e/o recupero a fine vita; negli ultimi anni abbiamo ulteriormente rafforzato i nostri criteri di scelta dei fornitori di pack, indirizzando i nostri sforzi a scelte più mirate a favore di un minor impatto ambientale.



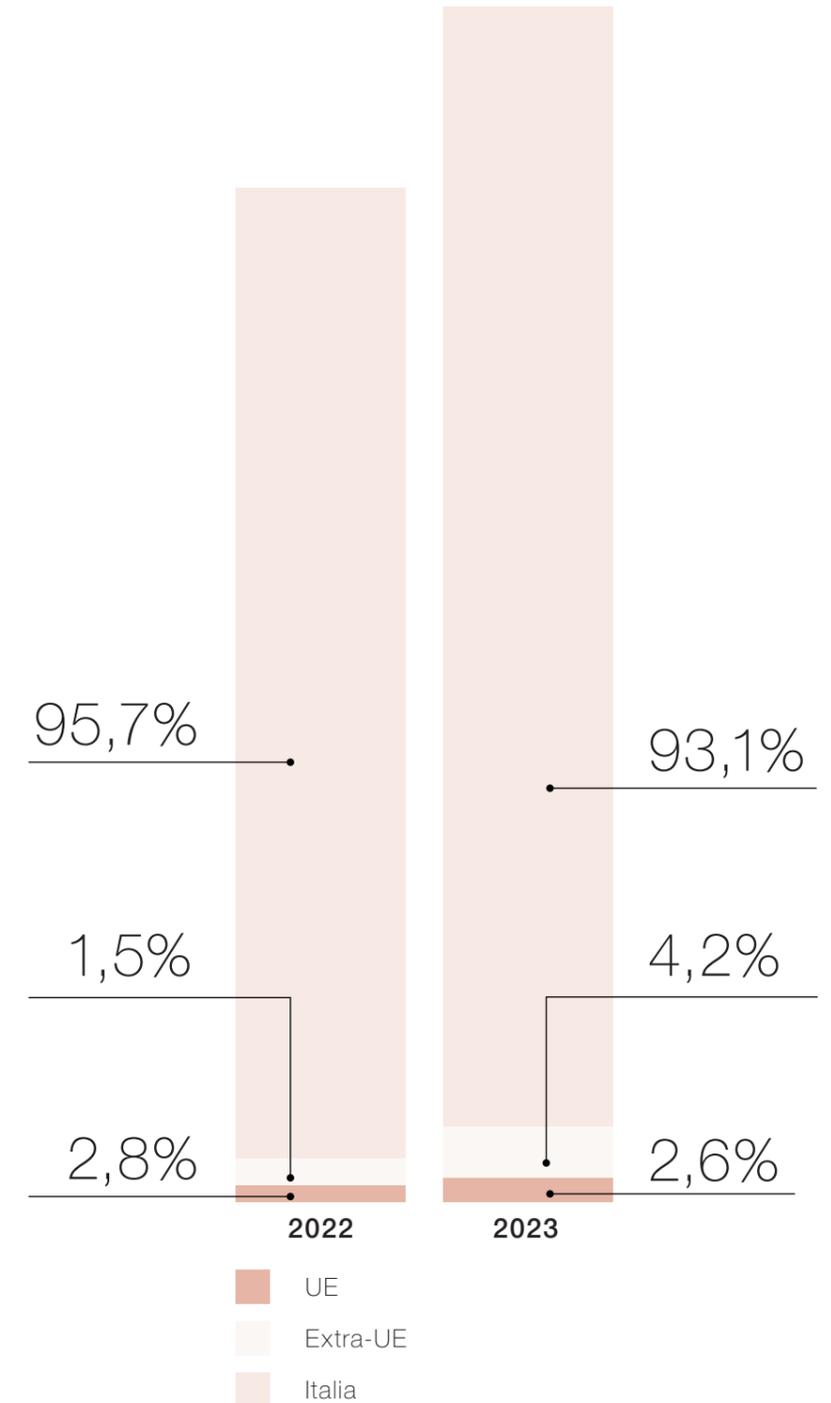
Dal 2022 abbiamo aderito alla tavola rotonda sull'olio di palma sostenibile (RSPO): le materie prime provenienti da olio di palma sono state sostituite – ove possibile in termini di reperibilità - con analoghe materie prime, certificate RSPO, provenienti da fonti certificate come sostenibili.

¹Nel 2023, circa il 93% del budget di spesa è destinato a fornitori con sede in Italia, la restante parte è distribuita sul territorio UE ed Extra-UE.

La posizione geografica è una componente fondamentale nella valutazione dei fornitori: ci consente di ottimizzare i costi di trasporto e spedizione, limitando l'impatto delle forniture in termini di trasporti. In particolare, prediligiamo terzisti e co-packer situati in prossimità della sede produttiva, in modo da snellire la filiera.



Budget di spesa destinato a fornitori locali



1. A valle del progetto di reporting di Sodalis Group, la metodologia di calcolo dell'indicatore è stata revisionata, in coerenza con il sistema di monitoraggio impiegato dal Gruppo. Pertanto, i dati presentati fanno riferimento ai fornitori di materie prime, packaging e prodotti finiti. La definizione di "locale" è riferibile alla nazione Italia.

The background is a vibrant, futuristic landscape. The lower half shows a terrain with glowing, wavy patterns in shades of blue and teal, resembling a digital or biological surface. The upper half is a dark sky filled with numerous small, bright white and yellow stars. A bright, glowing light source is visible at the top center, casting rays of light downwards. The overall color palette is dominated by various shades of blue and teal, creating a sense of depth and mystery.

LA SOSTENIBILITÀ
IN BIONIKE

L'approccio aziendale alla sostenibilità

Lavoriamo ogni giorno per il benessere, prima di tutto della pelle ma anche del mondo in cui viviamo.

Abbiamo deciso di investire le nostre energie per coltivare la salute e la bellezza in modo consapevole, responsabile, altamente qualitativo, nella convinzione che il contributo positivo di ognuno possa fare la differenza per il domani del nostro pianeta.

In linea con questa visione, nel 2023 comincia un percorso strutturato e concreto che, in maniera sempre più sinergica con Sodalis Group, delinea il nostro contributo alla strategia corporate di sostenibilità.

Il nostro approccio riflette l'ESG Action Plan strutturato da Sodalis Group: un Piano Strategico di Sostenibilità mediante il quale sono state identificate le azioni concrete da implementare in ambito ambientale, sociale e di governance, guidate dall'analisi di materialità, di cui ne presentiamo il nostro contributo².



2. Nell'identificare le tematiche ESG risultate rilevanti per BioNike e Sodalis Group, è stata considerata anche la loro connessione con gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs), definiti all'interno dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Con l'impegno di agire su questi temi, cercheremo di contribuire - nella misura possibile - al raggiungimento delle sfide globali in ambito di sostenibilità. La correlazione è frutto di un'analisi degli indicatori GRI, rendicontati nel presente documento, e degli obiettivi definiti rapportati agli SDGs e ai target secondo il framework Linking the SDGs and the GRI Standards.

GOVERNANCE

Pillar	Dove siamo	Target futuri	Anno target	SDGs	
HONESTY <i>Garantire e favorire comportamenti etici e responsabili</i>	2° Report di Sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> Attività di stakeholder engagement Analisi delle aspettative degli stakeholder e recepimento nell'ESG Action Plan 	<ul style="list-style-type: none"> 2° Bilancio di sostenibilità di Gruppo Analisi di doppia materialità e mappatura IRO Formalizzazione del Sustainability Champions Team e di meccanismi di mbo sugli obiettivi esg dell'Action Plan Adesione al codice etico di Gruppo 	2024 - 2026	
EVOLUTION <i>Investire in progetti di ricerca e sviluppo</i>	3 brevetti registrati	100% Categorie di prodotti valutati per gli impatti su salute e sicurezza	Investimenti in R&D focalizzati sul miglioramento del profilo di sostenibilità dei prodotti su formulazioni e packaging	2024 - 2026	
SATISFACTION <i>Attuare strategie di comunicazione efficaci</i>	Monitoraggio e analisi costante della customer satisfaction	Iniziative di engagement 474 consumatori coinvolti	Integrazione delle esigenze dei nostri consumatori in ambito ESG all'interno delle nostre scelte strategiche di prodotto e processo	2024 - 2026	
RECIPROCITY <i>Privilegiare un approvvigionamento responsabile e controllato</i>	Relazioni stabili e di fiducia e vendor rating dei fornitori su criteri tecnico - qualitativi	93% budget di spesa destinato a fornitori nazionali	<ul style="list-style-type: none"> Valutazione dei fornitori su criteri di sostenibilità attraverso rating ESG verificati Adesione al codice di condotta di Gruppo 	2025 - 2026	
CLARITY <i>Agire e comunicare secondo principi e valori rigorosi</i>	Comunicazione chiara e incisiva	ZERO casi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e riguardanti comunicazioni di marketing	Rafforzare una cultura aziendale informata per una comunicazione efficace sugli impatto socio-ambientali	2024 - 2026	

SOCIAL

Pillar	Dove siamo		Target futuri	Anno target	SDGs	
EMPATHY <i>Promuovere l'equilibrio vita-lavoro e il welfare aziendale</i>	95% dipendenti con contratto full-time	92% dei dipendenti è assunto tramite un accordo di contrattazione collettiva	POTENZIAMENTO DELLA COMUNICAZIONE CORPORATE INTERNA ED ESTERNA	Tramite invio di newsletters e pubblicazione di contenuti sulle nostre properties corporate digitali	2024	  
EQUALITY <i>Promuovere percorsi di crescita equi</i>	75% dei dipendenti è rappresentato da donne	69% delle figure apicali (Dirigente + Quadro) è rappresentato da donne	CREAZIONE DI UN SISTEMA DI GESTIONE DELLA PARITÀ DI GENERE	Per rafforzare un ambiente lavorativo inclusivo e rispettoso	2025	  
GROWTH <i>Rafforzare il potenziale, valorizzare il capitale umano</i>	32 assunzioni	+18% rispetto al 2022	EROGAZIONE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE ESG AI DIPENDENTI	DEFINIZIONE PIANI DI CRESCITA PER OGNI TEAM DI FUNZIONE	2024 - 2026	   
MOTIVATION <i>Attrarre e trattenere talenti</i>	Finanziamento di borse di studio per la ricerca scientifica	Partecipazione a summit e congressi del nostro settore	SODALIS AMBASSADORS PROGRAM	PARTNERSHIP CON UNIVERSITÀ	2024 - 2026	   

ENVIRONMENT

Pillar	Dove siamo	Target futuri	Anno target	SDGs
PLANNING <i>Contrastare il cambiamento climatico</i>	Analisi di Carbon Footprint 165t CO₂3 evitate nel biennio grazie ad energia rinnovabile	Buone pratiche volte a favorire un minor impatto ambientale derivante dall'energia impiegata	GROUP CARBON MANAGEMENT Costruzione dell'inventario di Scope 3 studio delle emissioni di GHG per implementare potenziali interventi di miglioramento e fissare dei target di riduzione delle emissioni	2025 
CARE <i>Valorizzare la risorsa idrica</i>	-7% consumi di acqua rispetto ai pezzi venduti (vs 2022)	Sistema di osmosi inversa per il trattamento delle acque e impianto di depurazione per le acque di lavaggio	GROUP WATER FOOTPRINT Per le Società produttive del Gruppo, al fine di misurare il nostro impatto sul comparto idrico e intervenire per ottimizzare l'utilizzo di acqua	2025 
RATIONALIZATION <i>Utilizzare le risorse energetiche in modo consapevole</i>	7% Fabbisogno energetico coperto da fonti rinnovabili Analisi dei consumi energetici e interventi mirati a ridurre e ottimizzare i consumi	Approvvigionamento di energia elettrica da fonti rinnovabili attraverso l'impianto fotovoltaico	GROUP ENERGY ANALYSIS Per approfondire il consumo energetico per le realtà produttive, così da poter individuare le aree di spreco e le potenziali opportunità di risparmio	2025 
RECYCLING <i>Gestire i rifiuti responsabilmente</i> OPTIMIZATION <i>Analizzare e riprogettare il fine vita dei materiali</i>	Realizzazione di studi finalizzati all'utilizzo e all'ottimizzazione del packaging	Alternative a minor impatto nelle linee di prodotto (linee di prodotto biodegradabili, formule testate per la compatibilità all'ambiente marino, ricerca di packaging riciclato e riciclabile)	LIFE CYCLE ASSESSMENT (LCA) Per comprendere le performance ambientali di ogni ciclo produttivo in forma oggettiva e tecnicamente argomentata e procedere con opportune valutazioni	2024 - 2026 

Analisi di materialità e stakeholder engagement

GRI 2-29 | GRI 3-1 | GRI 3-2



Consideriamo in maniera costante il punto di vista degli stakeholder: ci impegniamo a mantenere con loro un dialogo collaborativo e trasparente.

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



CATEGORIA	INTERESSE	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	FREQUENZA
CLIENTI E DISTRIBUTORI 	Performance economica, market share e sell out	Incontri e comunicazioni periodici	<i>Ad hoc</i>
COMUNITÀ FINANZIARIA 	Performance economica	Incontri sistematici Assemblea degli azionisti	<i>Settimanale</i>
RISORSE UMANE E SINDACATI 	Equilibrio vita/lavoro Welfare aziendale Pari opportunità Inclusione Politica remunerativa Sviluppo di carriera Formazione continua	Newsletter/comunicazione e-mail Incontri di valutazione individuali Eventi aziendali Attività di formazione e sensibilizzazione Opportunità di crescita professionale	<i>Ad hoc</i>
ENTI DI CERTIFICAZIONE 	Rispetto normativo e delle procedure Qualità e performance del prodotto Company & Brand reputation	Audit Test strumentali	<i>Ad hoc</i>

CATEGORIA	INTERESSE	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO	FREQUENZA
MONDO ACCADEMICO E COMUNITÀ SCIENTIFICA 	Qualità e performance del prodotto Attività di ricerca	Eventi Formazioni Incontri e comunicazioni	<i>Ad hoc</i>
COMUNITÀ E TERRITORIO 	Benessere del pianeta e delle persone Brand reputation e positioning	Incontri e comunicazioni periodici	<i>Ad hoc</i>
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE 	Conformità normativa	Canali digitali/portali Assistenza/comunicazioni digitali	<i>Mensile</i>
MEDIA 	Brand awareness Brand reputation Market share Sell out	Contratti	<i>Mensile</i>
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA 	Andamento del settore di riferimento Networking	Incontri e comunicazioni	<i>Ad hoc</i>
FORNITORI E PARTNER 	Performance economica e qualità del prodotto	Incontri e comunicazioni periodici	<i>Ad hoc</i>

Aspettative e interessi dei nostri consumatori

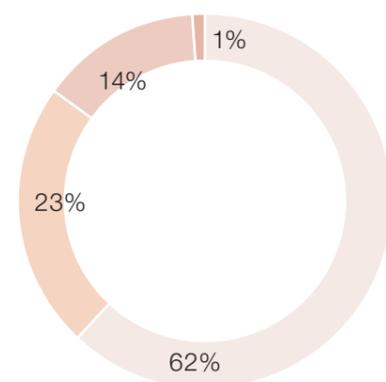
Nell'ambito dell'attività di stakeholder engagement, nel 2024 abbiamo svolto una **survey diretta ai consumatori** iscritti alla nostra newsletter. La survey è stata realizzata con l'obiettivo di comprendere la percezione dei consumatori sulla conoscenza delle iniziative in ambito di sostenibilità da noi intraprese, sugli aspetti ambientali e sociali adottati che più li avessero colpiti e sui temi su cui vorrebbero vederci impegnati nel prossimo futuro.

Alla survey hanno partecipato **474 consumatori**, di cui il 98% donna. **Più del 62%** dei rispondenti ha reputato **BUONO il nostro impegno** e ha una **BUONA conoscenza delle iniziative** da noi svolte.

Il **67%** dei rispondenti ha affermato di **apprezzare l'uso di formule eco-friendly nei nostri prodotti** e il **47%** apprezza l'uso di **materiale riciclabile e/o riciclato**.

Tra gli aspetti ambientali e sociali che trattiamo quale ti ha colpito di più?

Come valuti il nostro impegno in ambito di sostenibilità?



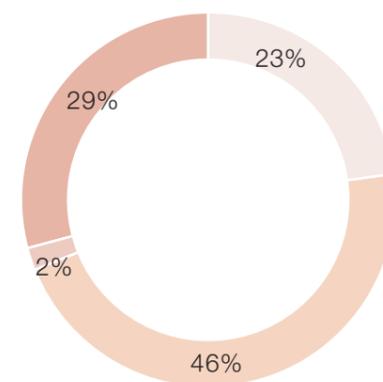
Buono
 Discreto
 Eccellente
 Scadente

1%
Non ne sono a conoscenza

5%
Nessuna delle precedenti

47%
L'utilizzo di materiali riciclati

Quanto conosci le nostre iniziative in ambito di sostenibilità?



Buona conoscenza
 Discreta conoscenza
 Elevata conoscenza
 Scarsa conoscenza

67%
L'utilizzo di formule eco-compatibili

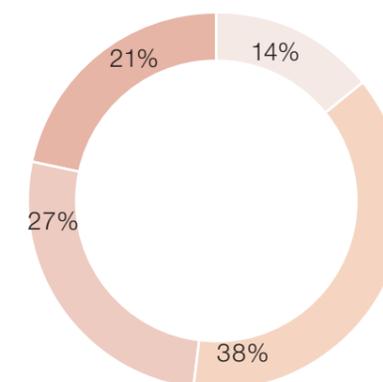
16%
Il sostegno a iniziative sociali

8%
Il linguaggio inclusivo

Qualità, formule sempre più eco-compatibili con l'ambiente e comunicazione di prodotto chiara e trasparente: i principali fattori che guidano le scelte dei nostri consumatori.

Ci impegniamo a **superarne le aspettative** creando prodotti in linea con le loro esigenze e a minor impatto ambientale, generando, al contempo, valore economico condiviso con le comunità in cui operiamo.

Quando acquisti cosmetici e integratori alimentari



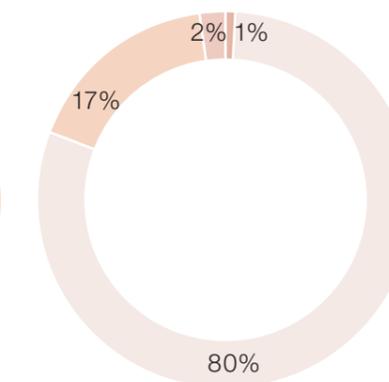
Scegli prodotti che abbiano una formula eco-compatibile

Scegli prodotti che espongono un marchio che indica un basso impatto ambientale

Scegli prodotti con chiare istruzioni che assicurano che la confezione sia facilmente riciclabile

Nessuna delle precedenti

Quando consumi cosmetici e integratori alimentari



Butti il flacone nel cestino che ti è più vicino senza considerare di differenziarlo

Butti il flacone nella raccolta differenziata per riciclarlo

Riutilizzi il flacone per riciclarlo

Nessuna delle precedenti

Aspettative dei consumatori

Abbiamo interrogato i nostri consumatori anche sulle loro aspettative così da allineare il nostro percorso alle loro attese. L'**81%** ha dichiarato che nel prossimo futuro **si aspetta la creazione di prodotti con un minor impatto ambientale attraverso l'adozione di pratiche di ecodesign ed economia circolare** e il **63%** richiede il nostro impegno nella riduzione delle emissioni legate ai nostri processi aziendali. Siamo felici di constatare che i nostri consumatori hanno la nostra stessa sensibilità e attenzione e che i progetti che abbiamo deciso di intraprendere sono in linea con l'impegno che ci viene richiesto.

81%

Creazione di prodotti a minor impatto ambientale (ecodesign e pratiche di economia circolare)

63%

Impegno nella riduzione delle emissioni legate ai processi aziendali

46%

Supporto alle comunità locali in progetti di sviluppo economico, promozione sociale e tutela ambientale

25%

Sviluppo di buone pratiche per rafforzare la diversità e l'inclusione

24%

Comunicazione chiara e trasparente sugli impatti del business

17%

Implementazione di un modello di gestione responsabile

9%

Formalizzazione dei principi e dei valori aziendali e condivisione con i principali stakeholder

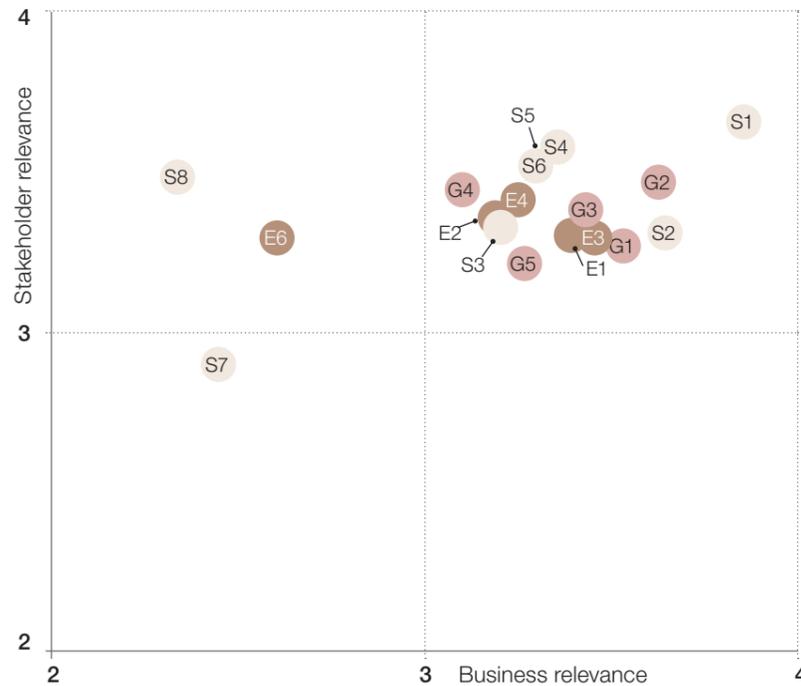


Analisi di materialità Survey stakeholder

In considerazione della crescente consapevolezza sull'importanza di coinvolgere i portatori d'interesse nel nostro percorso di sostenibilità, tra il 2023 e il 2024 abbiamo partecipato ad **un'iniziativa strutturata di engagement con i principali interlocutori di Sodalis Group**, al fine di cogliere le percezioni inerenti ai **temi materiali** da noi identificati e indirizzare in modo coerente con i nostri obiettivi futuri le linee strategiche del Gruppo. L'analisi ha visto l'identificazione dei temi, divisi tra materiali ed emergenti, in base alle nostre attuali capacità di presidio³. I risultati dell'analisi sono frutto del coinvolgimento di **377 partecipanti** con un **tasso di risposta del 56%**, ritenuto rappresentativo delle aspettative degli stakeholder del Gruppo. L'attività di engagement intrapresa ha consentito la rappresentazione dei risultati ottenuti nella matrice di materialità che, in veste grafica, illustra la rilevanza di ciascuna tematica da parte degli stakeholder e del Top Management e il relativo allineamento.

3. Per ulteriori dettagli sull'approccio metodologico all'analisi di materialità, si rimanda al Bilancio consolidato di Sodalis Group accessibile da questo [link](#)

Matrice di materialità



ENVIRONMENTAL

- E1**
Gestione energetica
- E2**
Emissioni atmosferiche e cambiamento climatico
- E3**
Gestione dei materiali
- E4**
Gestione dei rifiuti
- E5**
Acqua e stress idrico
- E6**
Tutela della biodiversità

SOCIAL

- S1**
Qualità e sicurezza dei prodotti
- S2**
Acquisizione e mantenimento dei talenti
- S3**
Diversità, inclusione e pari opportunità
- S4**
Welfare e benessere lavorativo
- S5**
Salute e sicurezza sul lavoro
- S6**
Sviluppo delle competenze dei dipendenti
- S7**
Relazioni col territorio e le comunità locali
- S8**
Tutela dei diritti umani

GOVERNANCE

- G1**
Governance responsabile
- G2**
Innovazione, ricerca e sviluppo
- G3**
Customer satisfaction
- G4**
Trasparenza e integrità di business
- G5**
Gestione della supply chain

LA NOSTRA
GOVERNANCE:
PERFORMANCE
E BEST
PRACTICE



KEY HIGHLIGHTS



96 € mln
ricavi netti 2023



474

consumatori coinvolti in
attività di engagement

+6,3%
di aumento net sales

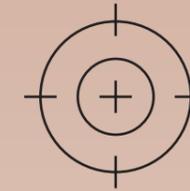


77%

valore economico generato e
distribuito agli stakeholder

2°

Report di Sostenibilità pubblicato



Obiettivi programmati 2022

✓ raggiunto ⌚ in corso



**MASSIMIZZAZIONE
DEGLI STANDARD
DI QUALITÀ**



**CERTIFICAZIONE
UNI ISO 13485**



**Mantenimento delle
certificazioni in essere.**

Mantenimento certifi-
cazione Sistema di Gestione
della Qualità UNI ISO
9001:2015



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

Alla data di redazione del
presente documento, la
certificazione ISO 13485
risulta conseguita (no-
vembre 2024)



**Riduzione dei reclami in
rapporto al numero di
pezzi venduti.**

Nel 2023 l'incidenza dei
reclami sul numero di pezzi
venduti risulta diminuita del
17% rispetto al 2022



**Ottimizzazione dei me-
todi produttivi in ter-
mini di tempo, qualità,
consumi.**

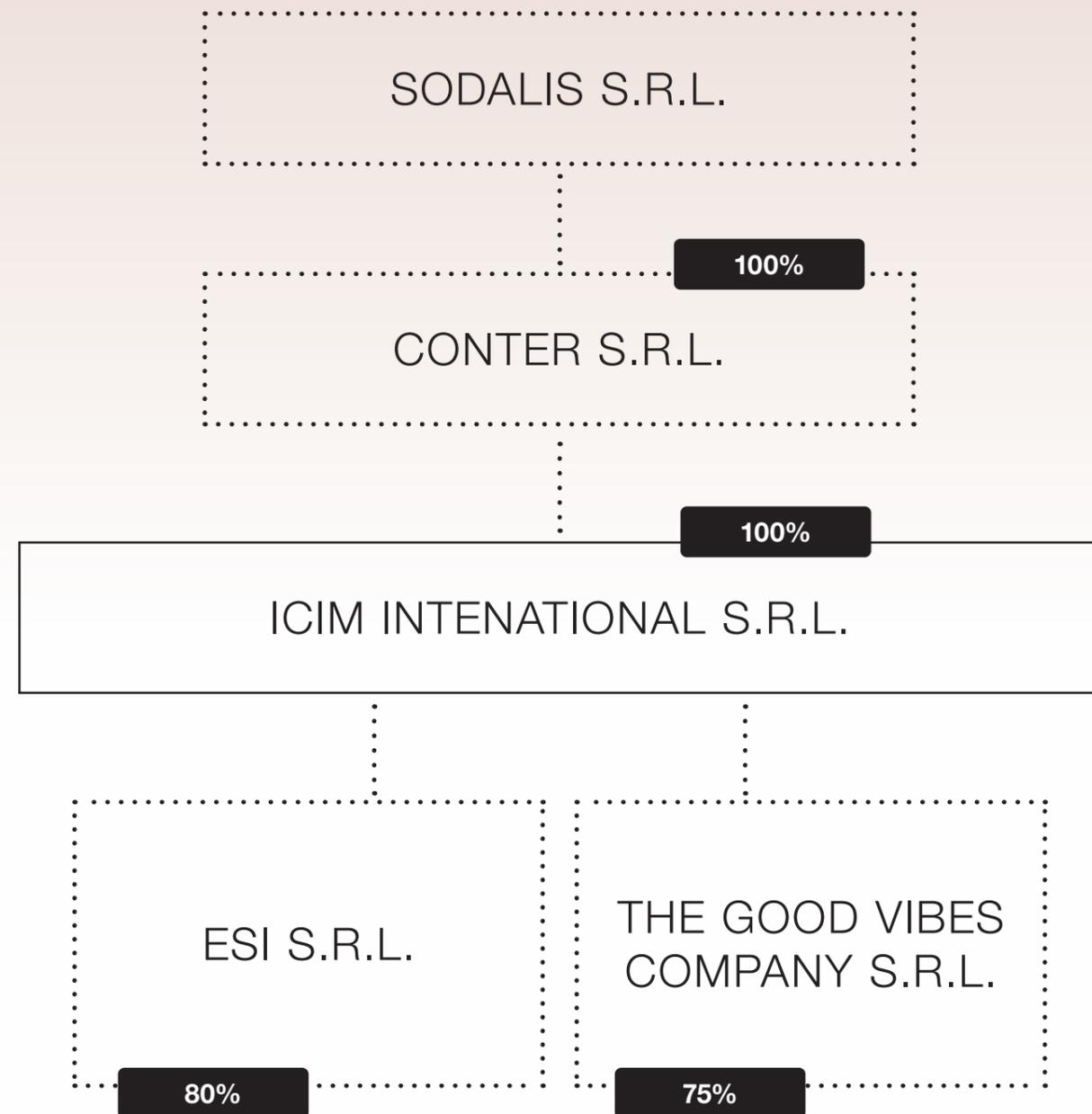
In corso

GOVERNANCE

Pillar	Dove siamo	Target futuri	Anno target	SDGs	
HONESTY <i>Garantire e favorire comportamenti etici e responsabili</i>	2° Report di Sostenibilità	<ul style="list-style-type: none"> Atività di stakeholder engagement Analisi delle aspettative degli stakeholder e recepimento nell'ESG Action Plan 	<ul style="list-style-type: none"> 2° Bilancio di sostenibilità di Gruppo Analisi di doppia materialità e mappatura IRO Formalizzazione del Sustainability Champions Team e di meccanismi di mbo sugli obiettivi esg dell'Action Plan; Adesione al codice etico di Gruppo 	2024 - 2026	
EVOLUTION <i>Investire in progetti di ricerca e sviluppo</i>	3 brevetti registrati	100% Categorie di prodotti valutati per gli impatti su salute e sicurezza	Investimenti in R&D focalizzati sul miglioramento del profilo di sostenibilità dei prodotti su formulazioni e packaging	2024 - 2026	
SATISFACTION <i>Attuare strategie di comunicazione efficaci</i>	Monitoraggio e analisi costante della customer satisfaction	Iniziative di engagement 474 consumatori coinvolti	Integrazione delle esigenze dei nostri consumatori in ambito ESG all'interno delle nostre scelte strategiche di prodotto e processo	2024 - 2026	
RECIPROCITY <i>Privilegiare un approvvigionamento responsabile e controllato</i>	Relazioni stabili e di fiducia e vendor rating dei fornitori su criteri tecnico - qualitativi	93% budget di spesa destinato a fornitori nazionali	<ul style="list-style-type: none"> Valutazione dei fornitori su criteri di sostenibilità attraverso rating ESG verificati Adesione al codice di condotta di Gruppo 	2025 - 2026	
CLARITY <i>Agire e comunicare secondo principi e valori rigorosi</i>	Comunicazione chiara e incisiva	ZERO casi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e riguardanti comunicazioni di marketing	Rafforzare una cultura aziendale informata per una comunicazione efficace sugli impatto socio-ambientali	2024 - 2026	

Struttura organizzativa e management

GRI 2-9 | GRI 405-1



Dal 2017 ICIM fa parte di Sodalis Group, gruppo italiano leader nel mercato Health, Beauty & Personal Care, attraverso la società controllata Conter S.r.l. che detiene il 100% del capitale; un nuovo assetto che ha consentito di rispondere alla crescita esponenziale del business, sia in termini commerciali sia organizzativi.

Attraverso le acquisizioni strategiche conseguite da Sodalis Group di **ESI S.r.l.** nel 2019 e **The Good Vibes Company S.r.l.** nel 2023, ICIM detiene rispettivamente l'80% e il 75% delle società controllate⁴.

La nostra struttura organizzativa è basata su un **modello tradizionale**: gli organi sociali sono rappresentati dal Consiglio di Amministrazione

e dal Collegio Sindacale monocratico. Le figure apicali sono distribuite tra la sede di Lainate e quella di Lodi Vecchio, headquarter del Gruppo.

Con l'ingresso di ICIM International in Sodalis Group, **il nostro stabilimento di Lainate contribuisce sinergicamente alla crescita produttiva del Gruppo e delle sue controllate**, producendo non solo a marchio BioNike ma anche per gli altri brand del Gruppo. Di conseguenza è stato attuato un lavoro che ha coinvolto l'area pianificazione e l'area operations, al fine di ottimizzare il carico delle macchine e delle linee e incrementarne la produttività.

STRUTTURA ORGANIZZATIVA



4. Sono escluse dal perimetro di rendicontazione del presente documento le performance di sostenibilità delle società controllate da Icim (Esi S.r.l. e The Good Vibes Company S.r.l.).

Performance economiche

GRI 201-1 | GRI 201-4

I risultati

Nonostante le variazioni sulle abitudini e sui comportamenti di acquisto da parte dei consumatori, il 2023 ha rappresentato il consolidamento alla normalità del sell out pre-pandemia nel canale Igiene e cura della persona. L'omnicanalità si è concretizzata con un incremento di sell-out del canale online del +23,5% e del canale Pharma del +9%. Complessivamente, nel 2023 abbiamo registrato un'evoluzione positiva del fatturato, chiudendo l'esercizio con una net sales in aumento del +6,3% con una diversa struttura dei canali rispetto agli anni precedenti.

Il comparto make-up è cresciuto del +23,4% in termini di sell-out grazie al rilancio strategico di alcune linee. Il mondo delle colorazioni permanenti, presidiato dalla nostra linea Shine On, si ripositiona sul mercato con un incremento del +20% rispetto ai livelli pre-pandemia. Anche l'importante crescita registrata dalle categorie skin care viso, hair care e sun care ha contribuito all'incremento del net sales. Infine, il nuovo trattamento Cosmeceutical che ha visto la luce nell'ultima parte del 2022 ha registrato risultati importanti, a un solo anno dal lancio.

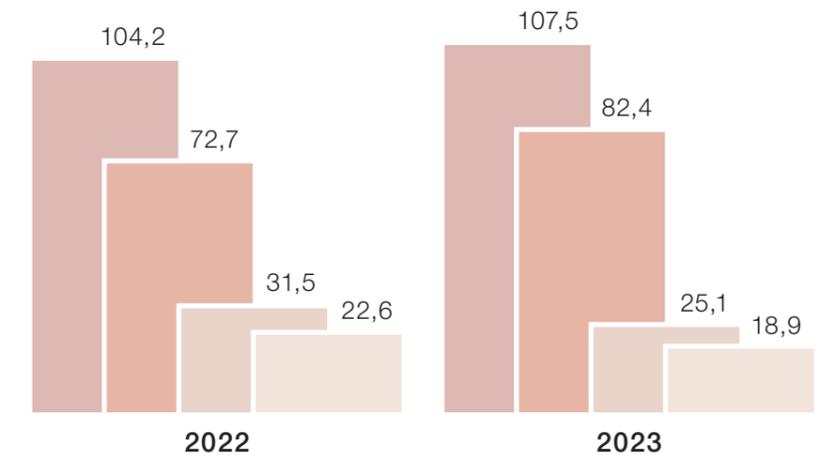
Il valore economico generato e distribuito

I prospetti riportati di seguito evidenziano il valore generato e distribuito, elaborato sulla base del conto economico del periodo di riferimento.

Nel corso del biennio, cresce il **valore economico generato**, grazie soprattutto all'incremento dei ricavi netti⁵, di cui il 77% **distribuito ai nostri stakeholder** (+13% vs 2022)⁶, destinato in buona parte al sostentamento del sistema di imprese delle filiere di fornitura e alla remunerazione e rafforzamento dell'organico⁷.

- Valore economico generato e ricevuto
- Valore economico distribuito
- Valore economico trattenuto
- Utile di esercizio

Valore economico generato, distribuito e trattenuto



5. Il valore economico generato si riferisce al valore dei ricavi derivanti dalla vendita di prodotti finiti, oltre al valore derivante dalle attività finanziarie dell'impresa e dagli altri ricavi.

Il valore economico ricevuto corrisponde, invece, alla quota parte degli altri ricavi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione sotto forma di contributi in c/esercizio, prevalentemente destinati a rafforzare le attività di investimento in R&D dell'azienda.

6. Il valore economico distribuito accoglie i costi, classificati per le principali categorie di stakeholder che ne hanno beneficiato.

7. Il valore economico trattenuto è rappresentato dalla differenza tra il valore economico generato e ricevuto, e il valore economico distribuito, del quale ne fa parte, oltre all'utile di esercizio, le voci non allocabili alle diverse categorie di stakeholder.

Innovazione e continua ricerca dell'eccellenza: i nostri asset distintivi

In BioNike siamo guidati da una solida visione strategica che si fonda sulla **continua ricerca dell'eccellenza**. Il nostro percorso si contraddistingue da sempre su principi quali la ricerca scientifica, l'innovazione, la qualità. Nel corso degli anni abbiamo investito in modo continuo nel nostro laboratorio di Ricerca & Sviluppo interno.

Nel 2023 si confermano i nostri sforzi in attività di analisi, studio di fattibilità e ricerca di nuove materie prime per la realizzazione di innovative formulazioni da impiegare per la prototipazione e lo sviluppo sperimentale di nuovi prodotti. **In ambito dermocosmetico**, in qualità di pionieri nel nostro mercato di riferimento, **abbiamo registrato tre formule** brevettate:

- **2004**: associazione di l-carnosina e beta-glucano e composizioni che la contengono;
- **2015**: associazione antiossidante e composizioni che la contengono;
- **2020**: formulazioni alimentari con attività antiossidante intra ed extracellulare di tipo migliorato.

Abbiamo instaurato e consolidato **accordi con laboratori universitari e primarie aziende multinazionali** specializzate nella sintesi di materie prime innovative e nell'isolamento di principi attivi ad alto contenuto cosmetologico. Collaboriamo con **dermatologi, tricologi, pediatri, ginecologi e medici estetici** per garantire la massima qualità delle nostre formulazioni. Dedichiamo una parte significativa delle nostre risorse al mantenimento e al miglioramento degli **standard di qualità**, con un costante focus sulla **soddisfazione delle esigenze del cliente finale**.

Effettuiamo sperimentazioni cliniche per attestare l'efficacia dei nostri prodotti: abbiamo partecipato al **contest clinico-fotografico** sull'efficacia di **Triderm Immugel** nelle infezioni virali di cute e mucose. Inoltre, abbiamo realizzato uno **studio osservazionale** sui protocolli Cosmeceutical con un panel di Donne Dermatologhe, e collaboriamo con l'**Istituto San Raffaele di Milano** per uno **studio clinico sul DM Defence Body Anticellulite**. Infine, abbiamo organizzato un incontro di aggiornamento su "**Acne in clinica dermatologica**".

+1.040

progetti dedicati allo sviluppo di prodotti

+200

studi di efficacia, di cui **22 studi clinici**

3

formule brevettate



Nel 2023 è nato **Cosmeceutical**, il nuovo trattamento con ingredienti bioattivi ad elevate percentuali per un'efficacia globale sull'intera struttura della pelle. I protocolli Cosmeceutical sono il **risultato di intensi sforzi di ricerca e sviluppo, supportati dalla collaborazione con dermatologhe di alto profilo internazionale**.

Il trattamento si propone di **supportare le pratiche di trattamento dermo-estetico professionale**, integrando i risultati ottenuti in ambulatorio e fornendo una risposta specifica a diverse problematiche cutanee.

L'innovazione passa anche attraverso il packaging, progettato per riflettere la nostra dedizione alla scientificità e all'eleganza, con un design minimalista che trasmette rigore e qualità. I vasi delle creme, inoltre, sono stati sviluppati con una **capsula interna che permette di ricaricare il vaso in vetro**.

Siamo convinti che l'invecchiamento della pelle debba essere supportato quotidianamente, e non semplicemente combattuto. La linea Cosmeceutical rappresenta così un'importante innovazione nella skincare, offrendo protocolli specifici e risultati tangibili per la salute e la bellezza della pelle.

Il nostro laboratorio di Ricerca&Sviluppo si dedica costantemente al miglioramento dell'impatto ambientale delle formulazioni cosmetiche. **L'innovazione, la qualità e l'avanguardia formulativa sono i valori alla base del percorso di sostenibilità che abbiamo intrapreso.** Negli ultimi anni abbiamo dedicato importanti energie a sviluppare formulazioni con un profilo di eco-compatibilità ottimale.

100%
fotoprotezioni BioNike testate con l'ecosistema marino

100%
portfolio di prodotti skin care e make-up sottoposto ad upgrade per migliorare il profilo ambientale

La determinazione e l'impegno sono parte essenziale della nostra crescita: ci consentono di mantenere una posizione di leadership nel settore, fornendo ai nostri clienti prodotti di alta qualità basati su evidenze scientifiche solide.

Le fasi della nostra produzione

La nostra offerta comprende una **vasta gamma di prodotti dermocosmetici**, tutti formulati internamente; la skin care rappresenta il cuore dell'expertise dell'azienda.

La ricerca e la creazione di formulazioni avvengono nei nostri laboratori interni di Lainate, riservando un'attenzione scrupolosa alla **selezione di materie prime** e un **rigoroso controllo** su ogni lotto di produzione, garantendo la conformità alle specifiche chimico-fisiche e microbiologiche.

Nel processo di **sviluppo**, le formule dei prodotti sono sottoposte a diversi test estremamente accurati, al fine di convalidare la tollerabilità e l'efficacia di ciascun prodotto.

Nel processo di progettazione ci dedichiamo alla scelta del **packaging** in modo da **garantire qualità, sicurezza, completa preservazione della formulazione, praticità e gratificazione** al consumatore finale **evitando sprechi di risorse e di materiali.**



La gestione della qualità

**GRI 416-1 | GRI 416-2
GRI 417-1 | GRI 417-2
GRI 417-3**

La qualità dei nostri prodotti è supportata dal **Sistema di Gestione per la Qualità (UNI EN ISO 9001:2015)**, l'applicazione costante delle c.d. Good Manufacturing Practices - GMP (**UNI EN ISO 22716:2008**) in ambito cosmetico e i requisiti regolamentari per i dispositivi medici (**UNI CEI EN ISO 13485:2021⁸**).

Il nostro **Manuale della Qualità** illustra come aderiamo alla norma ISO 9001:2015 e rispondiamo ai requisiti obbligatori richiesti dalle normative di settore. Ci assicuriamo che tutto il personale sia adeguatamente sensibilizzato e formato sui principi e le metodologie del Sistema di Gestione per la qualità.

La soddisfazione del cliente è un elemento imprescindibile, il cui monitoraggio ci consente di prenderci cura delle relazioni che instauriamo, di mantenerle nel tempo e rafforzarne la fiducia. La **gestione delle non conformità** e la qualità

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

100%
categorie di prodotti valutati per gli impatti sulla salute e la sicurezza⁹

100%
valutati periodicamente in base alla compliance alle policy interne¹⁰

ZERO
casi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura dei prodotti, e riguardanti comunicazioni di marketing

8. La certificazione è stata conseguita nel novembre 2024.

9. Le categorie di prodotti sono asservibili a cosmetici, intergratori e dispositivi medici.

10. Le informazioni richieste dalle procedure dell'organizzazione in materia di informazione ed etichettatura dei prodotti ricomprendono l'approvvigionamento dei componenti, l'utilizzo sicuro dei prodotti o servizi, Il contenuto, con particolare riferimento alla presenza di sostanze che possono generare un impatto ambientale o sociale e lo smaltimento dei prodotti e i relativi impatti ambientali o sociali.

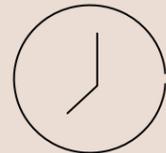
LE NOSTRE
PERSONE,
LA NOSTRA
FORZA



KEY HIGHLIGHTS



+18%
dell'organico rispetto
al 2022



1278
ore di formazione erogate
(+85% rispetto al 2022)

99%

dei dipendenti inquadrati con un
contratto a tempo indeterminato

10

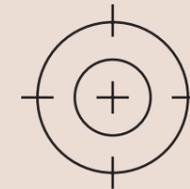
ore medie di formazione
per dipendente

17%

dipendenti con età inferiore
ai 30 anni

100_k €

valore economico destinato
alla comunità



Obiettivi programmati 2022

✓ raggiunto ⌚ in corso



EMPLOYER BRANDING

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

+20%
dell'organico
rispetto al 2022

Elaborazione di
un codice etico
di Gruppo

Coinvolgimento
di 474
consumatori
alla survey
per cogliere
aspettative e
percezioni sul
percorso ESG
intrapreso

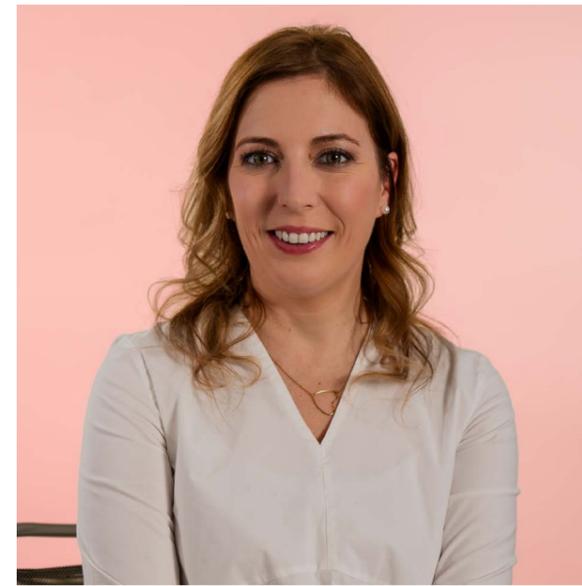
SOCIAL

Pillar	Dove siamo		Target futuri	Anno target	SDGs	
EMPATHY <i>Promuovere l'equilibrio vita-lavoro e il welfare aziendale</i>	95% dipendenti con contratto full-time	92% dei dipendenti è assunto tramite un accordo di contrattazione collettiva	POTENZIAMENTO DELLA COMUNICAZIONE CORPORATE INTERNA ED ESTERNA	Tramite invio di newsletters e pubblicazione di contenuti sulle nostre properties corporate digitali	2024	  
	99% dipendenti con contratto a tempo indeterminato	specifico piano welfare e portale aziendale dedicato ai dipendenti				
EQUALITY <i>Promuovere percorsi di crescita equi</i>	75% dei dipendenti è rappresentato da donne	69% delle figure apicali (Dirigente + Quadro) è rappresentato da donne	CREAZIONE DI UN SISTEMA DI GESTIONE DELLA PARITÀ DI GENERE	Per rafforzare un ambiente lavorativo inclusivo e rispettoso	2025	  
	91% rapporto medio della retribuzione donna-uomo					
GROWTH <i>Rafforzare il potenziale, valorizzare il capitale umano</i>	32 assunzioni	+18% rispetto al 2022	EROGAZIONE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE ESG AI DIPENDENTI	DEFINIZIONE PIANI DI CRESCITA PER OGNI TEAM DI FUNZIONE	2024 - 2026	   
	1.278 ore di formazione erogate	10 ore medie di formazione per dipendente	Per promuovere un senso di consapevolezza e responsabilità sull'impatto socio-ambientale delle attività	Per migliorare le competenze del nostro capitale umano e aumentarne la motivazione		
MOTIVATION <i>Attrarre e trattenere talenti</i>	Finanziamento di borse di studio per la ricerca scientifica	Partecipazione a summit e congressi del nostro settore	SODALIS AMBASSADORS PROGRAM	PARTNERSHIP CON UNIVERSITÀ	2024 - 2026	   

La valorizzazione del capitale umano

GRI 2-7 | GRI 2-8 | GRI 2-30 | GRI 401-1 | GRI 401-2 |
GRI 401-3 | GRI 404-1

Le persone sono la nostra forza: contribuiscono alla crescita dell'azienda e alla creazione di valore condiviso.

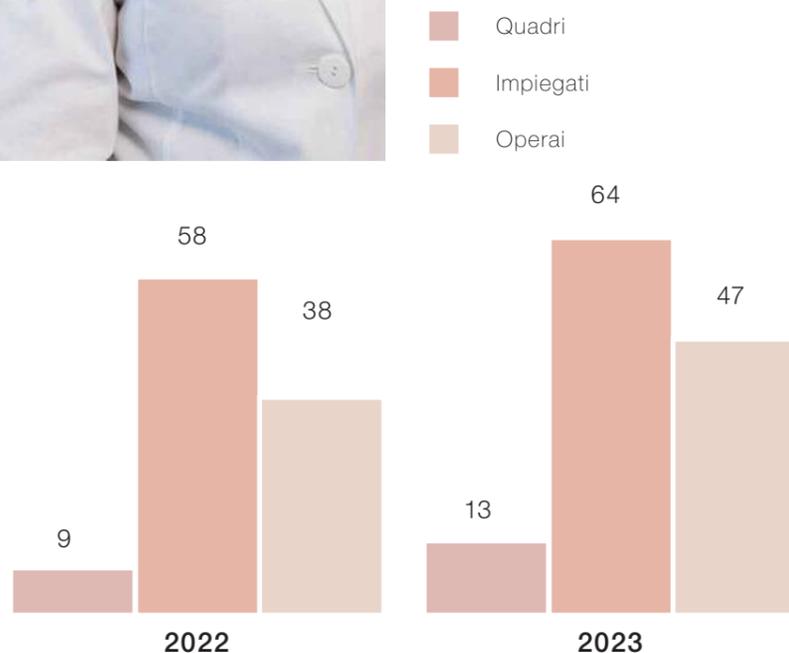




Alla fine del 2023, ICIM International ha registrato un aumento del 18% delle risorse rispetto al 2022, contando **124 dipendenti**¹¹, di cui il 99% assunti con contratto a tempo indeterminato.

La diversificazione delle competenze è essenziale per la crescita e il successo nel lungo periodo. Lo staff tecnico-scientifico è composto da laureati in discipline scientifiche, tecnici di laboratorio e consulenti esterni in possesso di competenze che abbracciano più aree. Oltre alle risorse assunte direttamente dall'azienda, ci avvaliamo di un'ampia rete di figure specializzate con cui collaboriamo in maniera continuativa, tra cui i liberi professionisti (gli agenti che operano con un mandato per conto della Società Icim) e i lavoratori somministrati, dedicati prevalentemente a rafforzare il comparto di Lainate nei reparti di confezionamento e di produzione.

Dipendenti per figura professionale



11. La gestione delle politiche e delle condizioni di lavoro è regolata dalle normative nazionali della contrattazione di categoria (CCNL Chimico), da cui è coperto il 100% dei lavoratori, a prescindere dalla tipologia di contratto in essere.

Welfare e wellbeing

L'attenzione alla qualità della vita, al benessere delle persone, alle pari opportunità e alla formazione sono fattori imprescindibili per la nostra azienda, in cui le persone ricoprono un ruolo prioritario. Ai dipendenti offriamo **programmi di welfare** e sosteniamo l'equilibrio tra la vita lavorativa e quella personale; prevediamo contratti di lavoro **part-time** per favorire le richieste di flessibilità dei dipendenti.

Sono previsti due meccanismi di welfare contrattuali: l'assistenza sanitaria aderendo al **Faschim** e un sistema assicurativo integrativo con il **Fonchim**. Inoltre, offriamo: **ticket restaurant, portale di scontistica aziendale e possibilità di smart working** compatibilmente con le mansioni esercitate, nonché un **premio produzione** erogato a fronte del raggiungimento di determinati obiettivi aziendali. Per le figure apicali, abbiamo previsto l'inserimento di **meccanismi di MBO** (Management By Objectives) parametrato su obiettivi qualitativi e quantitativi. A supporto dell'attenzione che dedichiamo ai dipendenti abbiamo attuato numerose **attività di team building**, con l'obiettivo di rafforzare i legami, migliorare lo spirito di gruppo e la comunicazione.

Ci dedichiamo a rendere attrattivo e stimolante l'ambiente di lavoro, in questo modo favoriamo la produttività, la coesione aziendale e il benessere; al contempo riduciamo il turnover e consolidiamo la nostra posizione nel settore della dermocosmesi. Un solido **employer branding** attira talenti di qualità e contribuisce a costruire una reputazione positiva nel mercato del lavoro. Grazie al rafforzamento del nostro impegno, nel 2023 abbiamo registrato l'ingresso di **32 nuovi collaboratori** a fronte di 13 uscite, con un incremento netto dell'organico del **+18%**.

+18%
turnover complessivo



Diversità e inclusione

**GRI 405-1 | GRI 405-2
GRI 406-1**

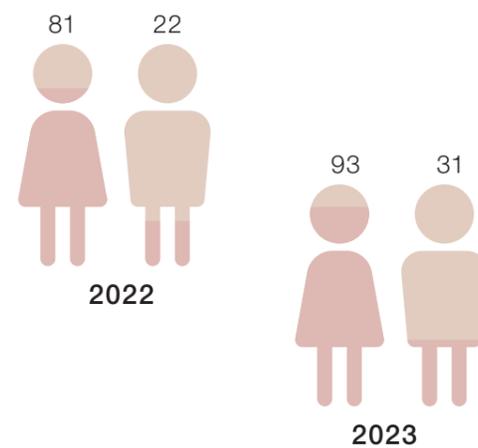
Riconosciamo l'importanza di una cultura della diversità e dell'inclusione come elemento caratterizzante la crescita aziendale. Siamo un'azienda che mette al centro le persone, ecco perché crediamo che la promozione di un ambiente di lavoro inclusivo rappresenti non solo una responsabilità morale verso il cambiamento e l'innovazione, ma sia in grado di rafforzare le fondamenta per la creazione di un luogo in cui le nostre persone si sentano rispettate e valorizzate. Facciamo il possibile affinché vi siano pari opportunità di crescita e sviluppo professionale per tutti i dipendenti, indipendentemente dall'origine, dal genere, dall'orientamento sessuale, dalle abilità o dal background.

Le donne ricoprono un ruolo significativo, sia a livello operativo che strategico-decisionale: rappresentano il 75% del nostro organico e il 69% delle figure inquadrare come quadri. Crediamo nella possibilità di perseguire una carriera professionale stimolante e dinamica senza dover rinunciare alla

possibilità di una vita personale, familiare e affettiva appagante.
¹²Nel corso del 2023, abbiamo registrato un incremento del numero delle nostre risorse (+18%), di cui il 57% rappresentato da donne.

Il principio della Gender Pay Equality è uno dei nostri fondamenti con cui ci impegniamo a garantire lo stesso livello di retribuzione alle donne e agli uomini che ricoprono posizioni equivalenti; complessivamente, il rapporto della retribuzione uomo-donna¹³ si attesta intorno al 95%.

Dipendenti per genere



12. Nel corso del 2022, non c'è stata alcuna assenza per congedo parentale. Nel corso del 2023 due dipendenti hanno usufruito del congedo parentale e risultano in organico al 31.12.2023.

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

14. Coerentemente con il sistema sanzionatorio previsto dal CCNL, monitoriamo i casi di discriminazione in azienda, al fine di gestirli a favore di un ambiente lavorativo equo e accogliente; nel periodo di riferimento considerato, non si sono registrati casi di discriminazione accertati.

Crediamo nei giovani talenti: ci impegniamo a fornire loro adeguata formazione e una concreta possibilità di lavoro; le figure con meno di 30 anni rappresentano il 17%.

Nel rispetto della diversità e dell'inclusione in ogni sua forma, in ottemperanza alla Legge 68/99, copriamo la quota di personale appartenente alle categorie protette, a cui garantiamo servizi di sostegno, assistenza e strumenti tecnici di supporto, in modo da agevolare lo svolgimento delle mansioni affidate; nel 2023 in organico sono presenti quattro dipendenti inquadrati come operai e impiegati¹⁴.

Sviluppo del know-how

Le persone sono il motore del nostro successo: ognuno, con le diverse competenze, esperienze e abilità contribuisce alla creazione di idee e progetti, per questo ce ne prendiamo cura ogni giorno favorendone la crescita personale e professionale. Dedichiamo loro sia percorsi di formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza ai sensi del D. Lgs. 81/08¹⁵, sia di formazione in grado di rafforzare le hard skills e le soft skills.

Nel 2023 sono state erogate un totale di **1.278 ore formative**, suddivise in diverse aree chiave. È stata fornita formazione sulla **salute e sicurezza sul lavoro** per mantenere il personale aggiornato, mentre nel settore **qualità e compliance** si è garantito un adeguato percorso formativo sul **Sistema di Gestione della Qualità** e sulle normative cosmetiche e medicali. È stato inoltre implementato un processo di **onboarding** per accogliere i nuovi dipendenti. La **formazione ambientale** ha fornito aggiornamenti sulle normative relative all'etichettatura e alle certificazioni, come quelle di **CONAI** e **COSMOS**.

Tutto il team Marketing e Comunicazione ha preso parte a un'importante formazione con focus **e-commerce e digital** con Ninja Marketing; attraverso un percorso di 26 ore di formazione dedicata (16 in presenza e 10 web live), 30 ore on demand e un assessment finale per la valutazione delle competenze, sono stati approfonditi diversi ambiti del marketing digitale e dell'e-commerce, tra cui TikTok marketing, fondamenti di CRM, digital advertising, SEO e SEM e social media marketing.

Infine, sono stati realizzati corsi di **Excel** a diversi livelli per migliorare le competenze informatiche del personale.



15. I contenuti formativi su Salute e Sicurezza hanno riguardato formazione e addestramento in entrata, formazione generale e specifica, gestione dell'emergenza, piano di Primo Soccorso, formazione carrellisti e aggiornamenti sui rischi specifici aziendali.

La dedizione alla salute e sicurezza dei lavoratori

GRI 403-2 | GRI 403-5 | GRI 403-6 | GRI 403-8 | GRI 403-9 | GRI 403-10



Meccanismi di tutela e prevenzione dei rischi

Il benessere e la sicurezza delle persone sono priorità, che tuteliamo condividendo valori e buone pratiche, incoraggiando comportamenti responsabili e fornendo un **ambiente di lavoro adeguato, garantendo adeguata formazione e addestramento a tutti i reparti** così che possano svolgere le proprie mansioni nella migliore gestione dei rischi. Abbiamo nominato il Medico competente che si occupa di visite mediche periodiche e ispezioni dei luoghi di lavoro.

Nella **Politica sulla Sicurezza** sono contenuti i **principi guida** che ci impegniamo a seguire, in conformità agli artt.28 e 30 del D. Lgs 81/08. Attraverso la redazione e il continuo aggiornamento del Documento Valutazione Rischi (DVR), conduciamo un'attenta valutazione sia dei

rischi generici connessi alle ordinarie attività d'impresa (stress, affaticamento, rischi ergonomici, ecc.), sia i rischi specifici tra cui l'esposizione a sostanze tossiche, irritanti o allergeniche durante la produzione, il confezionamento e la manipolazione dei prodotti (rischio chimico) o ancora, rischi legati alla gestione di specifici macchinari e apparecchiature.

Nel corso del 2023 non si sono registrati né malattie professionali né infortuni tra i dipendenti, a esclusione di un infortunio in itinere¹⁶.

700

ore di formazione totali su SSL

94

dipendenti coinvolti in attività formative

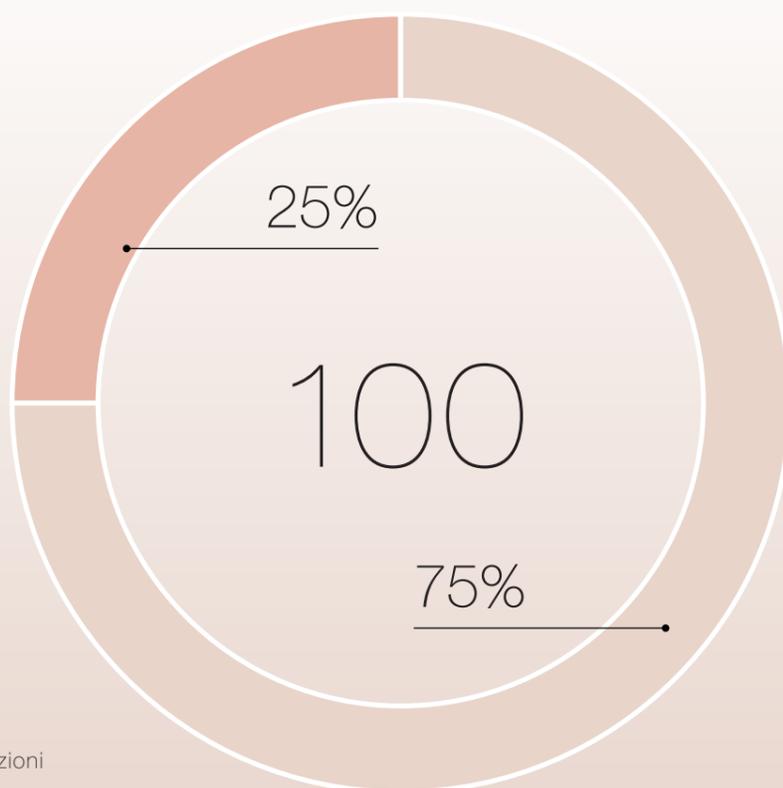
16. L'unico infortunio di un dipendente è costituito da un incidente in itinere, conseguito attraverso una caduta dal proprio mezzo che ha implicato un'assenza lavorativa di 19 giorni. Inoltre, si sono registrati 2 infortuni tra il personale non dipendente, di cui uno in itinere.

Responsabilità sociale: l'impegno per la comunità e il territorio

GRI 2-28

Attraverso donazioni, sponsorizzazioni e partnership durature, sosteniamo Istituti di Ricerca, Enti non-profit e Associazioni impegnate quotidianamente a generare **un impatto positivo su ambiente e società**.

Distribuzione del valore alla comunità - %



- Erogazioni liberali e sponsorizzazioni
- Contributi associativi



Progetti a favore della ricerca

Abbiamo finanziato una **borsa di studio** finalizzata alla ricerca sulle patologie legate all'alopecia presso l'**Università La Sapienza** di Roma e donato attrezzature per un valore di oltre 10mila €.



Giornata Nazionale della Medicina Estetica Sociale per i pazienti oncologici

ROMA - 2 DICEMBRE 2023

Prendersi cura oltre la malattia

Cura della pelle, dei capelli, cosmesi e maquillage

ME
Società Italiana di
Medicina Estetica
lamedicinaestetica.it

infopoint@lamedicinaestetica.it

Abbiamo preso parte all'evento nazionale **"Prendersi cura oltre la malattia. Cura della pelle, dei capelli, cosmesi e maquillage"** presso l'**Ospedale Isola Tiberina - Gemelli di Roma**. Durante la giornata abbiamo svolto delle **sessioni di make-up** per supportare le pazienti in cura oncologica a prendersi cura di sé.

Abbiamo **collaborato con Made in Carcere/Officina Creativa**, una cooperativa sociale, non a scopo di lucro, che offre un percorso formativo a detenute ed ex-detenute, con lo scopo del definitivo reinserimento nella società civile.

La cooperativa offre l'opportunità di acquisire delle competenze tecniche e professionali, per poi lavorare e percepire un regolare stipendio ma, soprattutto, costruire consapevolezza e dignità.

Inoltre la cooperativa sostiene l'ambiente attraverso il recupero di sfridi e materiale tessile scartato dalle imprese, che diventa materia prima per la lavorazione in carcere, invece di essere trasferito negli inceneritori.

Per noi di BioNike sono state realizzate 2500 borse con tessuti derivanti principalmente dalla produzione di divani.

Le borse realizzate le abbiamo poi donate ai nostri clienti farmacisti come regali incentive.



Sostegno alla comunità

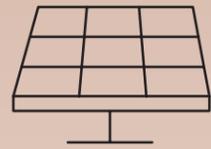
Attraverso la donazione di prodotti, abbiamo sostenuto il **Centro di Accoglienza Ambrosiano Onlus** che accoglie mamme sole con i loro figli, che vivono in situazioni di grave disagio familiare o hanno problemi di alloggio e mancanza di lavoro. Grazie anche alla collaborazione storica con il **Banco Alimentare**, abbiamo donato i nostri prodotti per un valore complessivo di oltre 30mila €.

Abbiamo partecipato come Executive Partner all'**ottava edizione di Women for Women against Violence - Camomilla Award**, iniziativa prodotta dall'Associazione Consorzio Umanitas APS per promuovere il contrasto alla violenza di genere e sostenere le donne che combattono il tumore al seno.

IL NOSTRO
IMPEGNO PER
L'AMBIENTE



KEY HIGHLIGHTS



14%

Fabbisogno di energia elettrica coperto da impianto fotovoltaico



-2%

consumi energetici rispetto al 2022



165
ton CO₂e

evitate nel biennio 2022 - 2023 grazie all'impianto fotovoltaico

-2%

indice di intensità delle emissioni rispetto al 2022



100%

produzione Made in Italy



100%

delle formulazioni testate compatibili con l'ecosistema marino



60%

del packaging derivante da materiale riciclato



Trousse
Glam & Green:

lancio eco-pack scomponibile e riciclabile



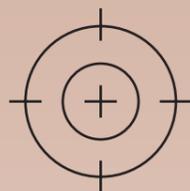
70%

delle formulazioni senza microplastiche



85%

del packaging costituito da materiale 100% riciclabile



Obiettivi programmati 2022

✓ raggiunto ⌚ in corso

⌚

RIDUZIONE DELLE MICROPLASTICHE NELLE NOSTRE FORMULAZIONI

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

.....

2017 - Eliminato le particelle di microplastiche dai nostri prodotti scrub

.....

2020 - Escluso l'uso di microplastiche nello sviluppo di tutti i prodotti di nuova creazione ove possibile

.....

Ad oggi il 70% dei prodotti BioNike non contiene microplastiche

✓

PACKAGING RESPONSABILE

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

.....

Eliminato il foglietto illustrativo da tutti i prodotti viso, corpo, solari e make-up

.....

Eliminato lo sleeve dai detergenti viso, corpo e prodotti per la detersione dei capelli

.....

Sviluppo delle trousse glam&green: eco-pack scomponibile e ricaricabile

✓

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

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

.....

Certificazione ottenuta nel corso del 2024

⌚

INTERVENTI DI RECUPERO DELL'ACQUA

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

.....

L'impianto sarà in funzione e messo a regime nel primo semestre 2025

ENVIRONMENT

Pillar	Dove siamo	Target futuri	Anno target	SDGs
PLANNING <i>Contrastare il cambiamento climatico</i>	Analisi di Carbon Footprint 165t CO₂3 evitate nel biennio grazie ad energia rinnovabile	Buone pratiche volte a favorire un minor impatto ambientale derivante dall'energia impiegata	GROUP CARBON MANAGEMENT Costruzione dell'inventario di Scope 3 studio delle emissioni di GHG per implementare potenziali interventi di miglioramento e fissare dei target di riduzione delle emissioni	2025 
CARE <i>Valorizzare la risorsa idrica</i>	-7% consumi di acqua rispetto ai pezzi venduti (vs 2022)	Sistema di osmosi inversa per il trattamento delle acque e impianto di depurazione per le acque di lavaggio	GROUP WATER FOOTPRINT Per le Società produttive del Gruppo, al fine di misurare il nostro impatto sul comparto idrico e intervenire per ottimizzare l'utilizzo di acqua	2025 
RATIONALIZATION <i>Utilizzare le risorse energetiche in modo consapevole</i>	7% Fabbisogno energetico coperto da fonti rinnovabili Analisi dei consumi energetici e interventi mirati a ridurre e ottimizzare i consumi	Approvvigionamento di energia elettrica da fonti rinnovabili attraverso l'impianto fotovoltaico	GROUP ENERGY ANALYSIS Per approfondire il consumo energetico per le realtà produttive, così da poter individuare le aree di spreco e le potenziali opportunità di risparmio	2025 
RECYCLING <i>Gestire i rifiuti responsabilmente</i> OPTIMIZATION <i>Analizzare e riprogettare il fine vita dei materiali</i>	Realizzazione di studi finalizzati all'utilizzo e all'ottimizzazione del packaging	Alternative a minor impatto nelle linee di prodotto (linee di prodotto biodegradabili, formule testate per la compatibilità all'ambiente marino, ricerca di packaging riciclato e riciclabile)	LIFE CYCLE ASSESSMENT (LCA) Per comprendere le performance ambientali di ogni ciclo produttivo in forma oggettiva e tecnicamente argomentata e procedere con opportune valutazioni	2024 - 2026 

Un piano d'azione più responsabile

Uno degli aspetti su cui ci concentriamo costantemente è la **compatibilità ambientale dei nostri prodotti, lungo tutto il loro ciclo di vita**, agendo in una visione di miglioramento continuo. Le nostre scelte sono dettate da **un'attenzione meticolosa nella formulazione dei prodotti nella scelta del packaging, nel monitoraggio delle risorse impiegate e degli impatti ad esse collegati.**



La gestione delle risorse

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

La ricerca al servizio della sostenibilità nelle nostre formulazioni

Da anni, i nostri laboratori di ricerca e sviluppo sono costantemente impegnati a migliorare il **profilo di eco-compatibilità** delle nostre formulazioni:

- **Eliminazione progressiva delle microplastiche** da tutte le nostre formulazioni: ad oggi il 70% dei prodotti BioNike non contiene microplastiche;
- **Test di biodegradabilità** delle nostre **formulazioni a risciacquo**;
- **Test di eco-compatibilità con l'ecosistema marino e di biodegradabilità** in acqua di mare delle nostre **fotoprotezioni**.

Il nostro laboratorio di ricerca lavora costantemente per migliorare le formulazioni a tutela della biodiversità. Le formule



dei solari DEFENCE SUN¹⁷ sono **testate compatibili con l'ecosistema marino attraverso un test eco-tossicologico condotto da un prestigioso istituto di ricerca indipendente specializzato in studi di ecotossicologia, su 3 specie rappresentative della biodiversità marina** del mar Mediterraneo e appartenenti a diversi livelli trofici funzionali (fitoplancton, zooplancton). I risultati dimostrano per le formule DEFENCE SUN **assenza di tossicità per l'ambiente acquatico.**

17. Escluse le referenze DEFENCE SUN: Stick SPF50+, Spray (bambola) SPF50+, Spray (bambola) SPF 30, Baby&Kid Spray (bambola) SPF50+.

I **filtri UV** contenuti nelle nuove formule DEFENCE SUN sono il risultato di una **rigorosa selezione**, sulla base della compatibilità cutanea e dell'**elevato rispetto della biodiversità marina**. Per questo, le nostre formule sono:

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

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

Packaging: il progetto Eco-Pack

In coerenza con la nostra filosofia e l'esigenza del settore, nel 2021 abbiamo lanciato il **progetto Eco-Pack**, espressione dell'impegno nei confronti di alcuni dei pilastri dell'economia circolare: **Reduce, Reuse, Recycle**.

Riduciamo il packaging superfluo, assicurandoci che ogni componente sia in grado di preservare la qualità e la sicurezza dei nostri prodotti e prediligiamo packaging proveniente da materiale riciclato e/o con più alte proprietà di riciclabilità e riutilizzo.

Dal 2022 utilizziamo materiali riciclati (plastica e alluminio) per tutti i nostri **flaconi di prodotti di detersione viso, corpo e capelli, di fotoprotezione e di trattamento corpo**. Attualmente, tutti i nostri astucci sono realizzati con **carta riciclata o certificata FSC¹⁸**, con cui ne garantiamo la provenienza e la tracciabilità.

2024

- Secondo studio di eco-compatibilità con l'ambiente marino per il rilancio della linea Defence Sun nel 2025
- Rilancio dei detergenti corpo con formule biodegradabili verificate con metodo OECD 301F

18. (Forest Stewardship Council, marchio che attesta la provenienza da foreste gestite secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici).

L'innovazione incontra il benessere

Nel 2023 abbiamo realizzato **le Trousse Glam & Green**: un gioiello di eco-design dall'eleganza senza tempo, in cui si intrecciano la ricercatezza estetica e l'attenzione per l'ambiente.

Tutte le trousse di terre, blush, fondotinta compatti e ombretti in polvere sono state **rilanciate con un nuovo esclusivo eco-pack scomponibile e riciclabile (100% PET e PP)**, pratico ed ergonomico. L'ecodesign è studiato per garantire la **totale separabilità dei componenti** e facilitare le attività di recupero, selezione e riciclo dei materiali.



Inoltre, **abbiamo eliminato il foglietto illustrativo** da tutti i prodotti viso, corpo, solari e make-up, **riducendo l'utilizzo di 10 tonnellate di carta rispetto al 2022** ed **abbiamo eliminato lo sleever** dai detergenti viso, corpo e prodotti per la detersione dei capelli, **riducendo l'uso di plastica di 719 kg.**

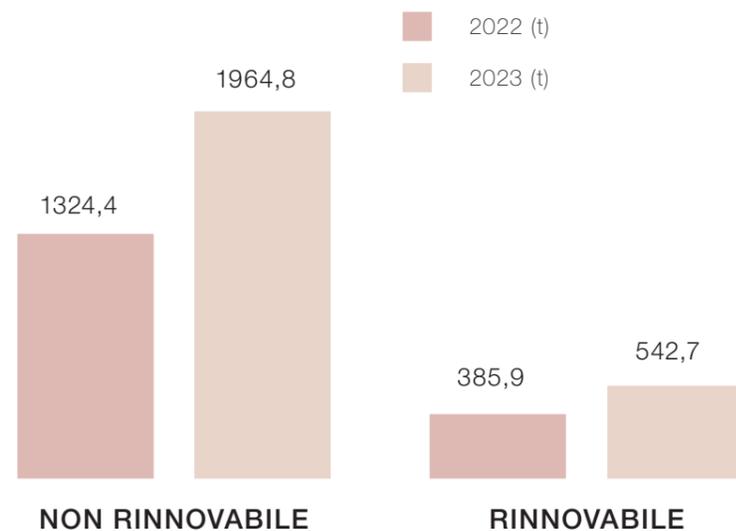
Tra il 2022 e il 2023 abbiamo aumentato complessivamente del +47% il packaging utilizzato, di cui +41% da materiale rinnovabile (legno, carta e cartone)

e +48% da quello non rinnovabile (di origine fossile: plastica, metalli, multimateriale, vetro, ...). Si specifica che l'eliminazione di alcune componenti di packaging superfluo, quali sleeve e foglietti illustrativi, ha contribuito a ridurre la percentuale di acquisto di materiale rinnovabile. L'aumento della quota non rinnovabile, invece, è dovuto all'incremento anche di materiali quali vetro e alluminio, di origine fossile ma tuttavia 100% riciclabili.

Tipologia di packaging acquistato

	(t) 2022	(t) 2023	% 2022 - 2023
Rinnovabile	385,9	542,7	41%
Non rinnovabile	1324,4	1964,8	48%
Totale	1710,2	2507,5	47%

tonnellate acquistate
2023 vs 2022



ROADMAP

✓ raggiunto ⌚ in corso

✓
2023
-10.9t
carta impiegata

- Eliminazione del foglietto illustrativo da tutti i prodotti viso, corpo, solari e make-up.
- Realizzazione delle Trusse Make-up Glam & Green, caratterizzate da un ecopack scomponibile e riciclabile.

⌚
2024
-50%
plastica impiegata

- Utilizzo di nuovi eco-cap, tappi di flaconi e tubi pensati per ridurre l'utilizzo di plastica del 50%.
- Eliminazione dello sleever dai detergenti viso, corpo e prodotti per la detersione dei capelli.

2025

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

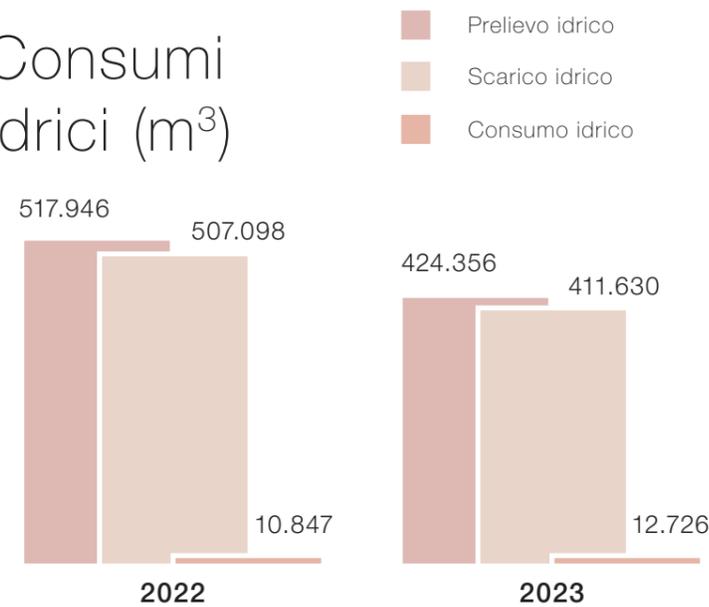
Gestione razionale e controllata delle risorse: acqua e rifiuti

L'acqua è una risorsa preziosa che richiede una gestione responsabile. Nel nostro processo produttivo, **l'acqua in forma di vapore è fondamentale per garantire la qualità dei prodotti finiti**. Abbiamo affrontato varie sfide legate all'uso delle risorse, il che ci ha spinti a rivedere i nostri processi e strategie di investimento per migliorare l'efficienza nel consumo e nel trattamento dell'acqua. **Utilizziamo** tecnologie avanzate, come **un sistema di osmosi inversa**, rinnovato nel

2022, che permette di trattare l'acqua da impiegare nelle formulazioni. L'approvvigionamento idrico proviene da due fonti: l'acquedotto e un pozzo, con una fornitura esclusiva per gli uffici e un sistema dedicato per lo spegnimento incendi. I pozzi sono utilizzati anche per il raffreddamento del processo produttivo. Infine, gestiamo attentamente le acque residue generate, assicurando che gli scarichi, provenienti da vari processi, siano trattati in modo responsabile.

Guardando ai volumi d'acqua prelevati e scaricati nel corso del biennio, emerge un miglioramento nella gestione dei prelievi e degli scarichi (-18% tra il 2022 e il 2023), a fronte di un aumento complessivo dei consumi del +17%, dovuto all'aumento produttivo.

Consumi idrici (m³)



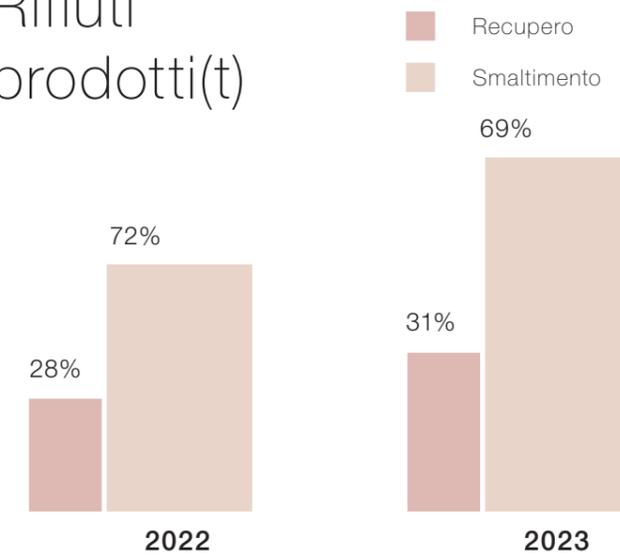
Al fine di garantire il rispetto dell'ambiente e delle normative vigenti nella gestione della risorsa idrica e favorirne un approccio circolare nell'impiego, **nel 2024 finalizzeremo l'ampliamento dell'impianto di recupero e depurazione delle acque** destinate ai lavaggi, così da ottimizzarne l'utilizzo. L'investimento si rafforzerà **nel corso del 2025**, a valle di un'analisi di **water footprint**.

Gestiamo i rifiuti e gli scarti in modo responsabile, consapevoli del loro impatto ambientale. Monitoriamo attentamente il volume dei materiali utilizzati per valutare l'efficienza dei nostri processi e identificare opportunità di riduzione del consumo di risorse. Per il **packaging**, abbiamo sviluppato **modalità di recupero e riciclo**, promuovendo l'economia circolare. Abbiamo implementato un sistema di monitoraggio interno conforme alla normativa vigen-

te, che **raccoglie informazioni dettagliate sui rifiuti**, compreso il codice EER e le caratteristiche dei materiali. I rifiuti generati vengono stoccati in aree specifiche e il loro smaltimento è gestito da trasportatori autorizzati, in conformità con la legislazione provinciale. Utilizziamo anche il Modello Unico di Dichiarazione Ambientale (MUD) e il Formulario di Identificazione dei Rifiuti (FIR) per rendicontare le quantità di rifiuti prodotti annualmente.

Nel 2023, ICIM ha prodotto **906 tonnellate di rifiuti**, di cui circa il **94% non pericolosi** e il **30% destinati a recupero**. Il principale rifiuto prodotto è rappresentato dai fanghi (68% c.a) derivanti dai residui produttivi destinati a discarica; d'altro canto, il 100% dei rifiuti derivanti dagli scarti del packaging viene attentamente smistato e raccolto per essere destinato a recupero¹⁹.

Rifiuti prodotti(t)



19. A valle del progetto di reporting di Sodalis Group e dell'analisi di Carbon Footprint di Organizzazione, la metodologia di calcolo dell'indicatore è stata revisionata per i dati del biennio di riferimento, in coerenza con il sistema di monitoraggio impiegato dal Gruppo

Le iniziative intraprese in ambito energetico

GRI 302-1 | GRI 302-3

Negli anni lo stabilimento produttivo di Lainate ha subito diversi interventi di adattamento alle normative vigenti ed è stato protagonista di importanti investimenti in ottica di adeguamento strutturale alle GMP. Tali attività hanno riguardato sia il plant produttivo, in coerenza con il Sistema di Gestione della Qualità, sia i risparmi energetici e il miglioramento del mix energetico impiegato. Nello stabilimento produttivo di Lainate **utilizziamo energia da fonti rinnovabili**: dal 2016 abbiamo un impianto fotovoltaico con potenza di 346 kWp e l'energia prelevata dalla rete deriva da fonti rinnovabili. Nel 2023 il **totale dei consumi energetici** interni all'organizzazione risulta pari a **13.253 GJ**. Considerando i vettori energetici impiegati, il gas metano si configura come quello maggiormente impattante sul totale dei consumi energetici del 2023, utilizzato

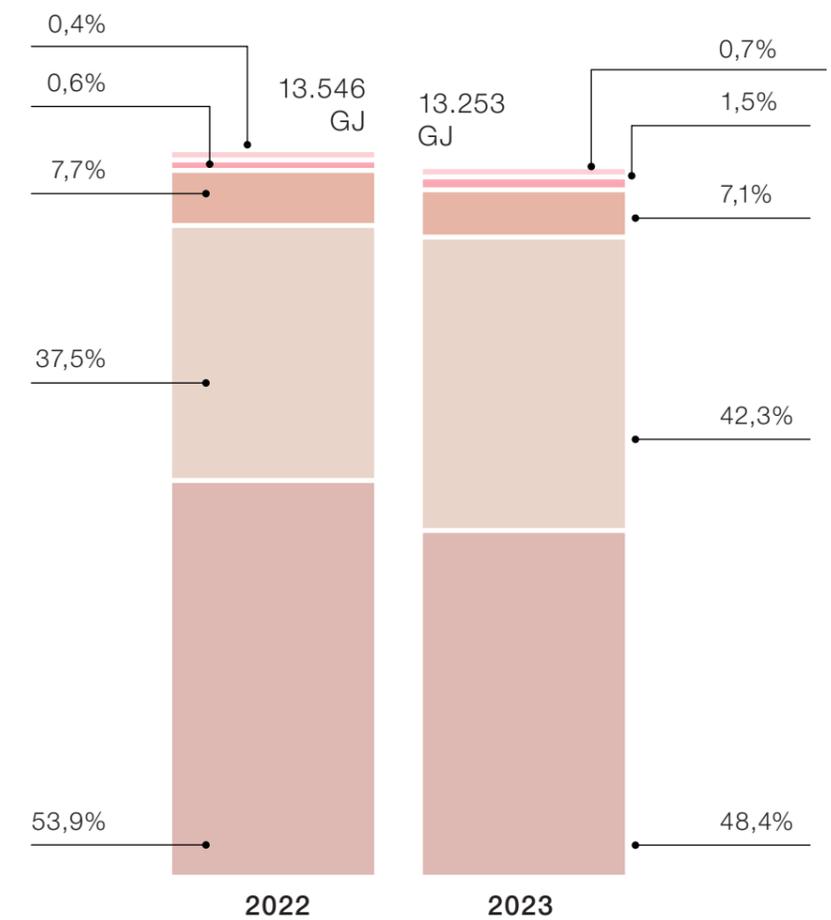
per il riscaldamento delle sedi e la generazione di vapore; segue l'acquisto di energia elettrica dalla rete; **l'impianto fotovoltaico tramite cui autoproduciamo energia ha coperto circa il 7% del totale del fabbisogno energetico del 2023**. Infine, il consumo di carburante è impiegato per la flotta aziendale composta da un parco di auto a uso promiscuo sotto forma di benefit aziendale, e dai furgoni impiegati per la logistica. Nonostante l'aumento dei volumi di produzione, **nel biennio si riscontra una diminuzione del -2,2% di consumi energetici complessivi**.

-5%
indice di intensità energetica



Consumi energetici (GJ)

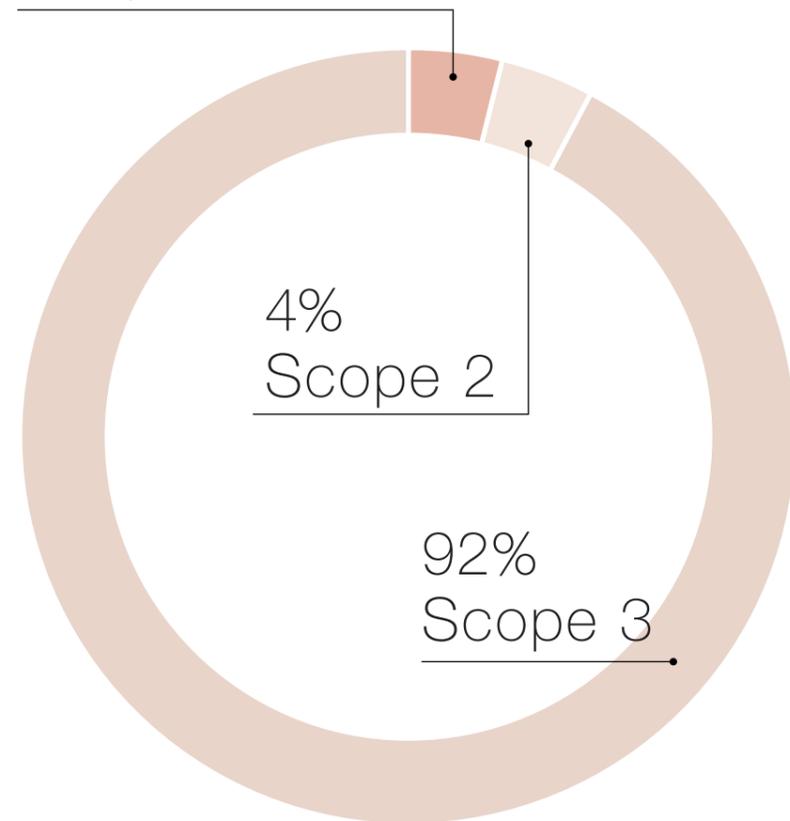
- Inserire definizione
- Benzina
- Diesel
- Energia elettrica autoprodotta e consumata
- Energia elettrica acquistata dalla rete



Carbon Footprint di Organizzazione

- SCOPE 1
Emissioni dirette generate dalle operazioni dell'azienda
- SCOPE 2
Emissioni indirette derivanti da energia importata
- SCOPE 3
Altre emissioni indirette derivanti dall'attività a valle e a monte dell'Organizzazione

4%
Scope 1



La nostra impronta di carbonio verificata

GRI 305-1 | GRI 305-2 GRI 305-4

In linea con i nostri valori e gli obiettivi di sostenibilità, nel 2023 **abbiamo analizzato e rendicontato il nostro impatto ambientale**, con lo studio di Carbon Footprint di Organizzazione per l'annualità 2022, verificato secondo lo standard UNI EN ISO 14064-1:2019. Per l'analisi complessiva delle emissioni prodotte, che considera anche lo Scope 3, presentiamo i dati relativi all'anno 2022, derivanti dallo **studio di Carbon Footprint di Organizzazione secondo la norma ISO 14064-1:2019** nel corso del 2023, verificata nel 2024.

Per l'anno di riferimento 2022 la quota più significativa delle emissioni è rappresentata dallo **Scope 3**, che impatta per oltre il 92%. In particolare, la categoria più rilevante dell'inventario GHG è relativa alle emissioni indirette riconducibili al ciclo di vita dei beni acquistati. Il restante 8% riguarda le emissioni dirette (**Scope 1**) e le emissioni indirette derivanti dall'energia acquistata in rete (**Scope 2**).

Questa prima rendicontazione delle emissioni aziendali ci spinge a gestire in modo ancor più responsabile le diverse attività di business. Nel 2024 concretizzeremo il nostro impegno attraverso la formalizzazione di un **piano di mitigazione** per mettere in atto azioni concrete e strutturate, partendo da un sempre più accurato controllo dei consumi interni di energia, sino alla sensibilizzazione di dipendenti e consumatori sul tema e una gestione sempre più accurata della nostra supply chain. Siamo consapevoli di quanto la decarbonizzazione sia un percorso complesso e sfidante, ma le nostre iniziative rappresentano l'impegno e la

determinazione nel voler **ridurre concretamente l'impatto ambientale lungo tutta la catena del valore. Continueremo ad agire in maniera incisiva sulla nostra carbon footprint**, con uno sguardo proiettato alla qualità della vita delle generazioni future.

Nel 2023 abbiamo prodotto **885 t CO₂e²⁰** relativamente allo Scope 1 e allo Scope 2; di queste, il 53% deriva dal consumo di energia elettrica (Scope 2) e il restante è riferibile alla combustione mobile e stazionaria (rispettivamente, l'impiego di gas metano per il riscaldamento e di combustibili che alimentano la flotta aziendale) che compongono lo Scope 1.

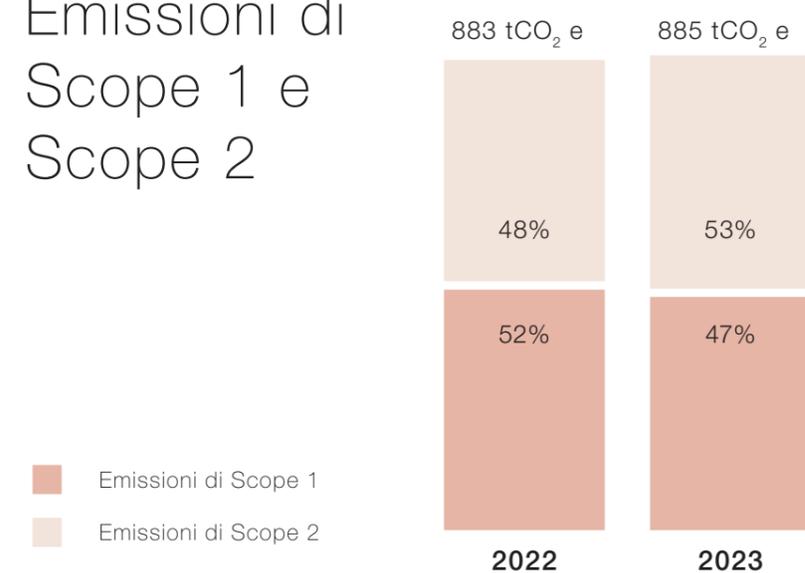
Guardando alle performance del biennio di riferimento, le emissioni prodotte risultano complessivamente stabili, nonostante l'incremento dei volumi di produzione.

L'impiego di fonti energetiche rinnovabili rappresenta il nostro principale contributo diretto nella lotta contro i cambiamenti climatici. Grazie all'**autoproduzione** di energia elettrica dal nostro impianto fotovoltaico²¹, nel biennio abbiamo complessivamente evitato **165 tonnellate di CO₂e²²**.

-2%

indice di intensità delle emissioni

Emissioni di Scope 1 e Scope 2



165

tonnellate di CO₂e evitate nel biennio 2022-2023 grazie all'impianto fotovoltaico

20. Il calcolo delle emissioni si riferisce alla somma delle tonnellate di CO₂ equivalente prodotte nel 2022, anno base. I gas inclusi nel calcolo sono CO₂, CH₄ e N₂O. L'approccio utilizzato è del controllo operativo e le metodologie utilizzate prevedono la consultazione dei database nazionali (ISPRA) e/o intergovernativi (DEFRA). Il GWP è il Global Warming Potential o "potenziale di riscaldamento globale". In questa analisi stati utilizzati i Global Warming Potentials riportati dall'IPCC (Fifth Assessment Report) e calcolati facendo riferimento a un intervallo temporale di 100 anni e uguali a 1 per i dati presenti in DEFRA.

21. Tale categoria rientra tra le emissioni di Scope 3.

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

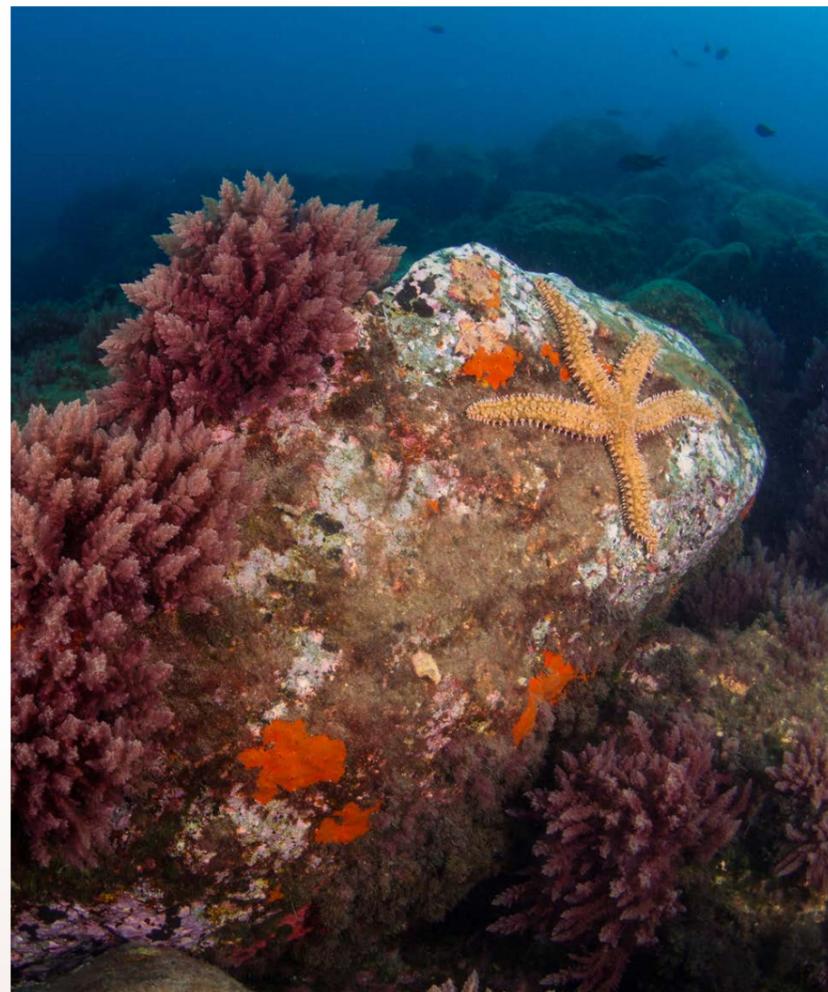
Il nostro sostegno alla tutela dell'ambiente marino

Nel biennio 2022-2023 abbiamo sostenuto **Worldrise Onlus per la salvaguardia del mare e del suo ecosistema** con il progetto **"UN MARE DI STELLE"**, realizzando ogni anno importanti attività per tutelare le aree marine protette italiane, promuovere la ricerca e sensibilizzare la popolazione.

Campagna 30x30 Italia: dal 2023 siamo supporting partner della campagna che mira a proteggere il 30% dei mari entro il 2030. L'obiettivo della campagna è garantire la funzionalità e la salute del Mar Mediterraneo attraverso una rete di Aree Marine "altamente e pienamente" Protette;

Progetto AMPLification: supportiamo l'Area Marina Protetta di Portofino, finanziando la sua tutela e attività di sensibilizzazione dei cittadini e delle comunità locali.

Per il 2024, oltre a proseguire nei progetti sopra menzionati, supporteremo la prima edizione di **SEAtizen Science nell'Area Marina Protetta di Golfo Aranci** in Sardegna, finalizzata a diffondere cultura e generare nuova conoscenza per la salvaguardia del mare.



NOTA METODOLOGICA

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

Perimetro di rendicontazione

Ragione sociale	ICIM International
Natura della proprietà	Privata
Forma giuridica	Società a responsabilità limitata
Ubicazione della sede principale	Viale Italia 60, Lainate (MI)
Paesi serviti	37

Il documento

Questo documento rappresenta il secondo Report di Sostenibilità di **ICIM International S.r.l.** (di seguito anche “la società” e/o “**Icim**” e/o “**BioNike**”). Le informazioni riportate all’interno del documento sono state raccolte e rielaborate al fine di assicurare la comprensione delle attività svolte dalla società, del suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto prodotto dalle stesse. Il perimetro di rendicontazione utilizzato in questo documento include le informazioni relative alle attività svolte da ICIM International S.r.l.; alla data di redazione del presente Report, la Società detiene il 75% del capitale sociale di The Good Vibes Company S.r.l. e l’80% del capitale sociale di ESI S.r.l., entrambe escluse dal perimetro di rendicontazione²³.

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

23. ESI S.r.l., coerentemente con il percorso di sostenibilità intrapreso dal Sodalis Group, ha deciso di rendicontare le sue performance di sostenibilità in un documento a sé stante, pubblicato nel sito ufficiale della società e accessibile da questo link. Le performance di sostenibilità di The Good Vibes Company sono presentate nel Bilancio consolidato 2023 di Sodalis Group, pubblicato nel sito ufficiale della società e accessibile da questo link.

I riferimenti utilizzati

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

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

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

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

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

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

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

Indicatori GRI

Nella presente sezione, si riportano i dettagli relativi agli indicatori GRI utilizzati nel documento per una maggiore chiarezza e comparabilità delle performance ESG nel triennio di riferimento.

GRI 201-1

Valore economico generato e distribuito

Valore economico direttamente generato e distribuito

	2022	% on tot.	2023	% on tot.
VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO	104.226.137	100,0%	107.486.100	100,0%
Valore economico generato	103.970.306	99,8%	107.300.622	99,8%
Valore economico ricevuto	255.831	0,2%	185.478	0,2%
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	72.728.185	69,8%	82.411.854	76,7%
Fornitori	63.052.817	60,5%	72.818.034	67,7%
Risorse umane	5.997.592	5,8%	6.617.261	6,2%
Pubblica Amministrazione	3.167.865	3,0%	2.239.846	2,1%
Amministratori e sindaci	257.230	0,2%	255.520	0,2%
Banche e altri finanziatori	104.952	0,1%	381.687	0,4%
Comunità locale	147.729	0,1%	99.507	0,1%
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	31.497.952	30,2%	25.074.246	23,3%
<i>di cui utile di esercizio</i>	<i>22.579.313</i>	<i>21,7%</i>	<i>18.895.636</i>	<i>17,6%</i>

GRI 2-7

Lavoratori

Dipendenti per genere	2022	2023
Donna	82	93
Uomo	23	31
Totale complessivo	105	124
Dipendenti per tipologia di contratto	2022	2023
TEMPO DETERMINATO	0	2
Donna	0	1
Uomo	0	1
TEMPO INDETERMINATO	105	122
Donna	82	92
Uomo	23	30
Totale	105	124
Dipendenti per forma di impiego	2022	2023
FULL-TIME	98	118
Donna	76	88
Uomo	22	30
PART-TIME	7	6
Donna	6	5
Uomo	1	1
Totale	105	124

GRI 2-8

Lavoratori non dipendenti

Lavoratori non dipendenti per tipologia di contratto

	2022	2023
Liberi professionisti	110	108
Somministrati	36	37
Tirocinanti	1	
Totale	147	145

GRI 401-1

Turnover

Nuove assunzioni

FASCIA D'ETÀ	2022	2023
Fino a 29 anni	7	12
30-50	10	13
50	1	7
Totale	18	32
GENERE	2022	2023
Donne	14	22
Uomini	4	10
Totale	18	32

Cessazioni

FASCIA D'ETÀ	2022	2023
Fino a 29 anni	1	5
30-50	9	3
50	8	5
Totale	18	13
GENERE	2022	2023
Donne	14	11
Uomini	4	2
Totale	18	13

Turnover

	2023
Turnover positivo - assunzioni	30%
Turnover negativo - cessazioni	-12%
Turnover complessivo	18%

GRI 405-1

Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

Organi di governo per genere

	2022			2023		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Consiglio di Amministrazione	-	4	4	-	4	4
Collegio sindacale	1	-	1	1	-	1
Totale	1	4	5	1	4	5
<i>Percentuale</i>	<i>20%</i>	<i>80%</i>	<i>100%</i>	<i>20%</i>	<i>80%</i>	<i>100%</i>

Organi di governo per fascia d'età

	2022				2023			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Consiglio di Amministrazione	-	-	4	4	-	-	4	4
Collegio sindacale	-	-	1	1	-	-	1	1
Totale	0	0	5	5	0	0	5	5
<i>Percentuale</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

Dipendenti per figura professionale e genere

	2022			2023		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Quadri	6	3	9	9	4	13
Impiegati	52	6	58	56	8	64
Operai	24	14	38	28	19	47
Totale	82	23	105	93	31	124
<i>Percentuale</i>	<i>79%</i>	<i>21%</i>	<i>100%</i>	<i>75%</i>	<i>25%</i>	<i>100%</i>

Dipendenti per figura professionale e fascia d'età

	2022				2023			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Quadri		2	7	9	0	5	8	13
Impiegati	9	32	17	58	12	34	18	64
Operai	5	20	13	38	9	24	14	47
Totale	14	54	37	105	21	63	40	124
<i>Percentuale</i>	<i>14%</i>	<i>51%</i>	<i>35%</i>	<i>100%</i>	<i>17%</i>	<i>51%</i>	<i>32%</i>	<i>100%</i>

Categorie protette per figura professionale e genere

	2022	2023
Operai	3	3
Impiegati	2	1
Totale	5	4

Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini

	2022	2023
Quadri	97%	101%
Impiegati	85%	87%
Operai	90%	94%

GRI 204-1

Pratiche di approvvigionamento

Budget di spesa destinato a fornitori locali

	2022	2023
Italia	95,7%	93,1%
UE	2,8%	2,6%
Extra-UE	1,5%	4,2%
Totale complessivo	100%	100,0%

GRI 306-3 | GRI 306-4 | GRI 306-5

Rifiuti prodotti | Rifiuti non destinati a smaltimento | Rifiuti destinati allo smaltimento

Rifiuti prodotti (t)

	2022	2023
TIPOLOGIA		
Non pericolosi	600,6	844,7
Pericolosi	38,5	61,9
Totale	637,75	906,58
Destinazione		
Recupero	180,1	276,6
Smaltimento	457,7	630,0
Totale	637,7	906,58

GRI 303-3 | GRI 303-4 | GRI 303-5

Prelievo Idrico | Scarico Di Acqua | Consumo Di Acqua

Bilancio idrico (m³)

	2022	2023
PRELIEVO IDRICO	517.945	424.356
da acquedotto	23.379	22.972
da pozzo	494.566	401.384
SCARICO IDRICO	507.098	411.630
da uso sanitario	12.532	10.246
da pozzo	494.566	401.384
Consumo idrico²⁴	10.847	12.726

GRI 302-1

Energia consumata all'interno dell'organizzazione

Consumi di energia interni all'organizzazione²⁵

		2022	2023
Consumo di gas metano (riscaldamento)	<i>Gas metano</i>	7.296,07	6.414,41
Consumo di energia elettrica	<i>Energia elettrica acquistata dalla rete</i>	5.079,83	5.604,86
	<i>Energia elettrica autoprodotta e consumata</i>	1.040,19	939,33
Carburante (flotta aziendale)	<i>Diesel</i>	77,11	204,66
	<i>Benzina</i>	53,12	89,58
Totale energia consumata all'interno dell'organizzazione		13.546,32	13.252,84

24. Il consumo di acqua è dato dalla differenza tra il prelievo idrico totale e lo scarico di acqua totale

25. Fonte dei fattori di conversione utilizzati:

- Gas metano: Tabella 1 Delibera EEN 9/11
- Energia elettrica: PCC 2021 GWP 100 Vers.1.00
- Gasolio: Tabella 1 Delibera EEN 9/11 - EN ISO 3675
- Benzina: Tabella 1 Delibera EEN 9/11 - ISO 1716.

GRI 305-1 | GRI 305-2

Emissioni dirette di GHG | Emissioni indirette di GHG da consumi energetici

Emissioni di GHG (t CO₂ e)²⁶

Sottocategoria		Attività	2022	2023
SCOPE 1 Emissioni dirette di GHG	1.1 Emissioni dirette da combustione stazionaria	Consumi gas metano riscaldamento	449,3	395,0
	1.2 Emissioni dirette da combustione mobile	Consumi gasolio mezzi aziendali	5,7	15,1
		Consumi benzina mezzi aziendali	3,9	6,6
Valore totale Scope 1			458,95	416,79
SCOPE 2 Emissioni indirette da energia importata	2.1 Emissioni indirette da consumo di elettricità importata	Consumo di energia elettrica media tensione - location based	424,4	468,3
Valore totale Scope 2			424,39	468,25
Totale emissioni di Scope 1 e 2			883,34	885,04

Emissioni di CO₂ evitate (t CO₂ e)

	2022	2023
Da consumo di energia elettrica da fotovoltaico	86,9	78,5

GRI 302-3 | GRI 305-4

Intensità energetica | Intensità delle emissioni di GHG

Emissioni di CO₂ evitate (t CO₂ e)

	2022	2023
Indice di intensità energetica (Gj/N°)	1,1E-03	1,0E-03
Indice di intensità delle emissioni (tCO ₂ e/N°)	6,9E-05	6,7E-05

26. Fonte dei fattori di emissione utilizzati:

- Gas naturale: DEFRA 2023 Fuels - Gaseous fuels - Natural gas (100% mineral blend) - I
- Gasolio - flotta aziendale: Ecoinvent 3.9.1 transport, passenger car, medium size, diesel, EURO 5 | Cutoff, U
- Benzina - flotta aziendale: Ecoinvent 3.9.1 transport, passenger car, medium size, petrol, EURO 5 | Cutoff, U
- Energia elettrica - mix: ISPRA - Fattori di emissione per la produzione ed il consumo di energia elettrica in Italia (Stima dei fattori di emissione di gas serra dal settore elettrico per la produzione lorda di energia elettrica al netto dai pompaggi. 2023p)

GRI 404-1

Ore medie di formazione annua per dipendente

Ore medie formazione

	2022			2023		
	uomini	donne	totale	uomini	donne	totale
Quadri	3,3	5,8	5,0	11,3	10,7	10,8
Impiegati	4,5	5,9	5,7	10,0	14,8	14,2
Operai	12,8	6,0	8,4	6,9	3,5	4,9
Totale	9,3	5,9	6,6	8,3	11,0	10,3

GRI 403-9

Infotuni sul lavoro

LAVORATORI DIPENDENTI	2022	2023
TOT ore lavorate	169.702	180.738
Decessi causati da infotuni sul lavoro	0	0
Tasso decessi causati da infotuni sul lavoro	0	0
Infotuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	0	0
Tasso infotuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	0	0
Infotuni sul lavoro registrabili	2	0
Tasso infotuni sul lavoro registrabili	11,8	0,0
LAVORATORI NON DIPENDENTI <i>ma il cui lavoro e/o luogo di lavoro è sotto il controllo dell'organizzazione</i>	2022	2023
TOT ore lavorate	56.666	68.553
Decessi causati da infotuni sul lavoro	0	0
Tasso decessi causati da infotuni sul lavoro	0	0
Infotuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	0	0
Tasso infotuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	0	0
Infotuni sul lavoro registrabili	1	1
Tasso infotuni sul lavoro registrabili	17,7	14,6

GRI Content Index

Icim International srl ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 01.01.2022 – 31.12.2023 con riferimento agli standard GRI.

STANDARD GRI INFORMATIVA	Pagina
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 2022	
2-1 Dettagli organizzativi	10; 106
2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	106
2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	106
2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	10; 24; 28
2-7 Dipendenti	72; 109
2-8 Lavoratori non dipendenti	72; 110
2-9 Struttura e composizione della governance	58
2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	4
2-27 Conformità a leggi e regolamenti	
2-28 Appartenenza ad associazioni	80
2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	42
2-30 Contratti collettivi	72
GRI 3: INFORMATIVE SU TEMI MATERIALI 2022	
3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	42
3-2 Elenco di temi materiali	42
GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICHE 2016	
201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	60; 108
201-4 Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	60
GRI 204: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO 2016	
204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	28; 114
GRI 302: ENERGIA 2016	
302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	100; 115
302-3 Intensità energetica	100; 116
303-3 Prelievo idrico	93; 115
303-4 Scarico di acqua	93; 115
303-5 Consumo di acqua	93; 115

STANDARD GRI INFORMATIVA	Pagina
GRI 305: EMISSIONI 2016	
305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	102; 116
305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	102; 116
305-4 Intensità delle emissioni di GHG	102; 116
GRI 306: RIFIUTI 2020	
306-3 Rifiuti prodotti	93; 114
306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento	93; 114
306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	93; 114
GRI 401: OCCUPAZIONE 2016	
401-1 Nuove assunzioni e turnover	72; 110
401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	72
401-3 Congedo parentale	72
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018	
403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	78
403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	78
403-6 Promozione della salute dei lavoratori	78
403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	78
403-9 Infortuni sul lavoro	78; 117
403-10 Malattie professionali	78
GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016	
404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	72; 117
GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016	
405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	58; 76; 112
405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	76
GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE 2016	
406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	76
GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 2016	
416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	65; 76
416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	65
GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA 2016	
417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	65
417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	65
417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	65

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





BioNike
SALUTE E BELLESSERE