



*BioNike*  
SALUTE E BELLESSERE

# Report di Sostenibilità 2024

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

# INDICE

## 4 LETTERA AGLI STAKEHOLDER

## 8 KEY NUMBERS

## 10 LE NOSTRE RADICI, LA NOSTRA EVOLUZIONE

12 Chi siamo

20 La nostra Filosofia Formulativa: i Senza

22 Le nostre creazioni: dermocosmesi d'eccellenza per ogni esigenza

30 Clienti e consumatori: i pilastri del nostro business

42 Fornitori: relazioni solide e trasparenti

## 44 SOSTENIBILITÀ UN PERCORSO IN EVOLUZIONE

48 Analisi di materialità e stakeholder engagement

52 Aspettative e interessi dei nostri consumatori

57 Verso la CSRD

58 Action Plan: dalla strategia alle azioni

## 64 I PRINCIPI DELLA NOSTRA GOVERNANCE

68 Struttura organizzativa e management

70 Performance economiche

74 Innovazione e ricerca: i nostri asset distintivi

84 La gestione della qualità

## 86 IL NOSTRO IMPEGNO PER LE PERSONE

90 Valore umano, crescita condivisa

92 Diversità e inclusione

96 Coltiviamo il talento, investiamo nel futuro delle nostre persone

98 Welfare e wellbeing

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

108 Il nostro contributo per la ricerca

## 110 TUTELA DELL'AMBIENTE: LE NOSTRE AZIONI

116 Le nostre formulazioni: la ricerca al servizio dell'ambiente

124 Eco-design del packaging

136 La gestione delle risorse idriche

139 La gestione dei rifiuti

140 La gestione dell'energia

146 Le nostre iniziative a tutela dell'ambiente

## 148 NOTA METODOLOGICA

# LETTERA AGLI STAKEHOLDER

## GRI 2-22

Cari stakeholder,

presentiamo con orgoglio il nostro **terzo Report di Sostenibilità**, che racconta il 2024 come un anno di evoluzione e consapevolezza crescente.

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: in BioNike, ogni giorno trasformiamo la nostra visione – **creare la Scienza del Bellessere** – in scelte concrete.

Sempre spinti dal principio del miglioramento continuo, lavoriamo ogni giorno per il **benessere**, prima di tutto della **pelle** ma anche del **mondo in cui viviamo**.

Crediamo che l'eccellenza si raggiunga attraverso un processo di continuo miglioramento: desideriamo fare la nostra parte per creare un domani in cui il **rispetto dell'Ambiente**, la **valorizzazione della Donna**, la **celebrazione dell'Arte**, il **sostegno alla Ricerca** e lo **sviluppo della Società** possano essere asset fondanti della nostra realtà.

Nel 2024 abbiamo dato forma al nostro **ESG Action Plan** allineato con le priorità emerse dalla prima Stakeholders Engagement Survey condotta da Sodalis Group. Un piano che guida le nostre azioni e che ci accompagna nelle decisioni di oggi, per un futuro migliore.

**Da sempre investiamo le nostre risorse nella ricerca** per farne il nostro più grande punto di forza: crediamo fortemente nel valore della ricerca e dell'innovazione come motore di progresso per migliorare la vita delle persone. Il nostro lavoro si riflette nei numeri raggiunti fino ad oggi: **oltre 1.118 progetti** dedicati allo **sviluppo di prodotti** e più di **200 studi di efficacia**, di cui **24 studi clinici**. Abbiamo registrato **2 formule brevettate** e depositato nel corso dell'anno **1 domanda di brevetto**.

Risultati che ci hanno portato a essere oggi **il brand più consigliato dai dermatologi italiani**, un riconoscimento che rafforza il legame di fiducia con la comunità medico-scientifica.

Il nostro team è cresciuto ancora, portando nuove competenze e nuove energie. La presenza femminile resta centrale, così come la volontà di **valorizzare il talento attraverso la formazione** continua e un ambiente di lavoro attento all'equilibrio e al benessere.

Dal punto di vista ambientale, abbiamo proseguito nel percorso che ha come traguardo il **miglioramento** della nostra **impronta ambientale complessiva**. A guidarci è il raggiungimento di tre grandi obiettivi: lo sviluppo di **eco-pack**, l'utilizzo di **energia rinnovabile** e una **gestione più efficiente dei rifiuti**.

Il nostro percorso continua, con coerenza e dedizione.

Ogni traguardo ci invita a guardare più a fondo, a fare meglio, a scegliere con consapevolezza. **A rendere possibile tutto questo sono le persone in BioNike: competenti, appassionate, attente.**

**A chi condivide con noi questo cammino, il nostro grazie.**

Buona lettura

**Fabio Granata**  
Presidente

# IL BRAND PIÙ CONSIGLIATO DAI DERMATOLOGI ITALIANI





LE NOSTRE RADICI, LA  
NOSTRA EVOLUZIONE



# CHI SIAMO

GRI 2-1 | GRI 2-6

Dal 1960, BioNike è esperienza dermatologica e innovazione scientifica per il bene della pelle sensibile e allergica.

**Fin dalle origini, pionieri per la cura della pelle sensibile e allergica.**

**Dal greco Bio=Vita e Nike=Vittoria, BioNike significa “Vittoria della Vita”** e porta nella sua etimologia questa importante promessa.

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 al problema cre-

scente delle allergie da contatto a cosmetici per la presenza di Nickel e il primo brand ad adottare un metodo analitico per rilevarne anche quantità infinitesimali.

Questo ha portato alla realizzazione di dermocosmetici **Nickel tested** in cui le tracce di Nickel sono molto al di sotto della soglia di sensibilizzazione e pertanto ideali per soggetti allergici a questo metallo. Nel corso degli anni abbiamo definito una filosofia formulativa sempre più rigorosa e d'eccellenza per eliminare quegli ingredienti identificati dalla letteratura scientifica come causa più frequente di reazione allergica da contatto cutaneo.

Un grandissimo e straordinario impegno da parte del nostro laboratorio di ricerca per **unire i più alti standard di prestazione e sen-**

**sorialità alla massima tollerabilità per la pelle sensibile e allergica.** 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 il **brand più consigliato dai dermatologi italiani, leader nella dermocosmesi in farmacia** e parte di Sodalis Group, tra i principali gruppi europei indipendenti nel mondo della cura della persona, della salute e della bellezza.





### Il nostro manifesto

## 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 **Benessere**: 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.

Vision

## Creare la Scienza del Bellessere.

Mission

Difendiamo 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.

Report di Sostenibilità 2024



Report di Sostenibilità 2024



## Il nostro impegno

### 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 DELLA PELLE SENSIBILE**

Ci poniamo l'obiettivo di offrire elevata efficacia nel rispetto della pelle, anche la più sensibile, e selezioniamo con cura gli ingredienti in base alla prestazione e al loro profilo di tollerabilità cutanea.



#### **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 all'azienda e 100% italiana.



#### **CURA DELL'ECO-SOSTENIBILITA' DI FORMULE E PACKAGING**

Abbiamo cura di migliorare costantemente la compatibilità ambientale dei nostri prodotti nelle scelte formulative, produttive e di packaging. Con progetti concreti, proteggiamo l'ambiente, supportiamo il talento femminile e la ricerca.

# LA NOSTRA FILOSOFIA FORMULATIVA: I SENZA

Le nostre formule uniscono l'alta efficacia al miglior profilo di tollerabilità, eliminando ingredienti identificati a livello scientifico e dermatologico come causa più frequente di reazioni allergiche.



Nickel Tested

Controlliamo il Nickel su ogni lotto a garanzia di tracce inferiori a 0,00001%, 10 volte inferiori alla soglia di sensibilizzazione stimata. Nei prodotti make-up effettuiamo un doppio controllo di Nickel, Cromo e Cobalto su ogni lotto: contenuto e cessione dal prodotto alla pelle.



Senza Profumo o con Profumo Senza Allergeni

Formuliamo senza profumo, valutando attentamente le materie prime in modo che il prodotto risulti comunque piacevole in uso, o con profumo senza gli allergeni identificati dall'Allegato III del Reg. CE n. 1223/2009.



Senza Conservanti

Adottiamo speciali strategie formulative per sostituire l'uso dei conservanti tradizionali identificati dall'Allegato V del Reg. CE n. 1223/2009, garantendo comunque la protezione microbiologica dei prodotti.



# LE NOSTRE CREAZIONI: DERMOCOSMESI D'ECCELLENZA PER OGNI ESIGENZA

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

Innovare per noi significa lavorare in team, condividere le idee più folli e renderle preziose creazioni. Non ci basta scegliere gli attivi più innovativi sul mercato, il packaging più accattivante o le formule più performanti. Grazie alle richieste dei consumatori, alle idee del marketing, alle esigenze di dermatologi e di farmacisti, **cerchiamo di realizzare trattamenti ad alta prestazione anche per la pelle più sensibile.**

Lo facciamo **grazie alla nostra ricerca e alla nostra filosofia formulativa**, attraverso l'utilizzo di principi attivi di ultima generazione, e grazie alla nostra produzione interna ultra-controllata. Formulazioni uniche che vengono valutate per la loro performance con tutti i test disponibili. Il nostro obiettivo è **soddisfare bisogni funzionali con sensorialità ed esperienze d'uso uniche.**

## SKINCARE

Programmi completi di trattamento dermocosmetico, deterzione e nutraceutica, con alta specializzazione per ogni esigenza della pelle e fase della vita.

### DEFENCE MY AGE

*I trattamenti formulati per elevare la qualità della pelle ad ogni età:*

- DEFENCE **MY AGE PEARL**
- DEFENCE **MY AGE**
- DEFENCE **MY AGE GOLD**
- DEFENCE **MY AGE DIAMOND**
- DEFENCE **MY AGE** INTEGRATORI ALIMENTARI

Nutraceutici formulati con Acido ialuronico e Collagene per agire dall'interno in sinergia con i trattamenti skincare migliorando elasticità e compattezza della pelle.





**DEFENCE XAGE**

*L'anti-età multicorrettiva per la pelle sensibile*

• **Complesso REJUVENATE SGF**

Migliora il patrimonio estetico di giovinezza della pelle per un'efficacia anti-età globale ad azione multi-correttiva: promuove l'attività dei fibroblasti e stimola il rilascio dei principali fattori di crescita dermici.

**COSMECEUTICAL**

Protocolli correttivi ispirati alla biorivitalizzazione dermo-estetica con ingredienti bioattivi ad elevate percentuali per un'efficacia globale sull'intera struttura della pelle.



**DEFENCE HYDRA**

*Idratazione Essenziale Lenitiva*

Infonde idratazione immediata e continua per 48 ore in tutti gli strati dell'epidermide, riparando la barriera cutanea.



**DEFENCE HYDRACTIVE**

*Idratazione Attiva Antiossidante*

Idrata intensamente e protegge la pelle dagli stress quotidiani, ad azione antiossidante, anti inquinamento, anti-luce blu.

**DEFENCE**

*Detersione ultra-delicata ed efficace studiata per la clean beauty routine della pelle sensibile e intollerante.*

Formulazioni dalla massima dermo-affinità con tensioattivi delicati e senza SLES (Sodio Lauriletere Solfato) per proteggere la barriera cutanea, offrendo una detersione della pelle equilibrata e in totale comfort.



**AKNET**

*Approccio integrato alla pelle seborroica a tendenza acneica con formule dermocosmetiche e integratore alimentare.*

Formule studiate per ridurre le imperfezioni della pelle a tendenza acneica riequilibrando il microbiota cutaneo. Indicati come coadiuvanti alle terapie farmacologiche, sono prodotti ideali come trattamenti di mantenimento.

## MAKE UP

Formule ad alta prestazione testate per la massima tollerabilità e il comfort ottimale. Il make-up BioNike esalta la bellezza difendendo il benessere della pelle, anche la più sensibile.



**DEFENCE COLOR VISO**

Formule all'avanguardia ad alta tollerabilità, create ad arte per offrire ad ogni tipo di pelle il match ottimale tra luminosità, effetto lifting, coprenza e tenuta.

Con attivi skin care di ultima generazione per migliorare la qualità della pelle giorno dopo giorno offrendo il massimo comfort.



**DEFENCE COLOR OCCHI**

Formule ad alta performance e alta tollerabilità, studiate per intensificare lo sguardo e offrire la migliore combinazione di volume, lunghezza e curvatura alle ciglia, valorizzando al massimo la bellezza anche degli occhi più sensibili.



**DEFENCE COLOR LABBRA**

Rossetti e gloss dalle texture ultra-confortevoli, attivi idratanti e un'ampia gamma di finish e nuance per unire glam e lip care.

## SUN CARE

Fotoprotezione all'avanguardia per offrire una difesa globale dai danni a breve e lungo termine dell'esposizione al sole. Formulata per proteggere anche la pelle più sensibile e allergica di adulti, bambini e neonati, preservando allo stesso tempo l'ecosistema marino.



**DEFENCE SUN**

La fotoprotezione a 4 DIMENSIONI per difendere la pelle sensibile dai danni del sole a breve e lungo termine.

Con sistema filtrante esteso e complesso NBCS\* per FOTOPROTEZIONE su 4 DIMENSIONI:

- 1D: Protezione dai raggi UVA e UVB
- 2D: Protezione dell'omeostasi cellulare
- 3D: Protezione dai radicali liberi generati da raggi UV e IR
- 4D: Protezione e riparazione dei danni al DNA dei cheratinociti

\*Italian patent pending



**AGE-UV SPECIALIST**

Protezione correttiva quotidiana SPF 50+ clinicamente testata ad azione anti-rughe e anti-macchie, con spiccata efficacia preventiva nei confronti del foto-invecchiamento.

Trattamento ideale da utilizzare sul viso tutto l'anno, con texture ad alta sensorialità.

## BODY CARE

Idratazione, trattamenti drenanti e cellulite, detersione con formule studiate per unire l'alta efficacia al massimo rispetto della pelle sensibile, perché ogni persona possa sentirsi al meglio nel proprio corpo.



### DEFENCE MY BODY

Programma completo di trattamento IN & OUT ad alta performance e alta dermo-affinità studiato per drenare, agire sulla cellulite, idratare e rimodellare. Dispositivi medici, dermocosmetici e integratori alimentari da combinare per risultati sinergici e potenziati.

### TRIDERM

Prodotti formulati per detergere e prendersi cura della pelle di tutta la famiglia, ad alta tollerabilità, per il benessere cutaneo anche in caso di dermatiti. Un'ampia gamma di prodotti ideali per la detersione quotidiana e per ogni tipo di esigenza.

- TRIDERM A.D.
- TRIDERM D.S.



## HAIR CARE

Detersione, trattamento e colorazione capelli, con formulazioni studiate per combinare l'alta prestazione con il massimo rispetto della pelle più sensibile, allergica e intollerante.



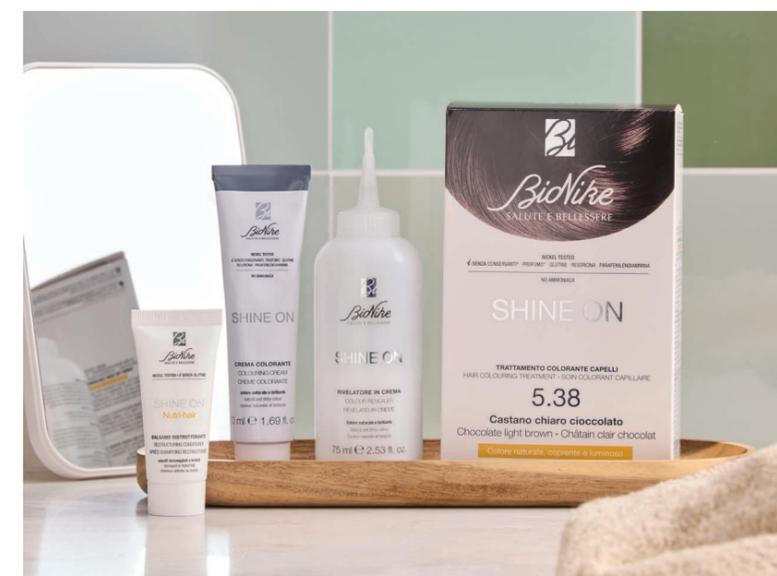
### DEFENCE HAIR

Formule studiate per la bellezza dei capelli e il benessere della cute, anche la più sensibile.

### SHINE ON

Colorazione capelli ad alta tollerabilità formulata per minimizzare il rischio di allergie, garantendo un colore naturale e brillante e proteggendo la struttura del capello.

- Senza ammoniaca
- Senza parafenilendiammina
- Senza resorcina
- Nickel tested



# CLIENTI E CONSUMATORI: I PILASTRI DEL NOSTRO BUSINESS

GRI 2-6

La soddisfazione di chi sceglie i nostri prodotti è al centro del nostro business.

Mettiamo a disposizione dei nostri partner un **tool di formazione online**, accessibile in qualsiasi momento, con contenuti testuali e video sviluppati e curati dal nostro Marketing Scientifico, al fine di offrire maggiore conoscenza delle referenze strategiche.



+37

mercati esteri serviti



+2.4M

utenti attivi l'anno sul nostro sito



70.000

visite potenziali



La nostra rete commerciale è articolata, competente e orientata all'ascolto, capace di garantire un dialogo continuo e qualificato grazie a tre canali principali:

### Informazione medica

Nel 2024 abbiamo svolto analisi di marketing intelligence e marketing research al fine di avviare una riorganizzazione dell'area dell'Informazione Medica.

La nuova Governance proposta rappresenta un passo significativo verso l'ottimizzazione dei flussi informativi all'interno della nostra organizzazione, garantendo al contempo un'efficace distribuzione delle risorse e una comunicazione fluida e trasparente. Nel 2025 saranno previste queste principali novità:

- **incremento degli area manager a 4 figure** e inserimento di una figura di coordinamento al fine di raggiungere una copertura territoriale più capillare;
- inserimento di **2 Brand Manager** con l'obiettivo di gestire e rafforzare l'immagine del Brand nell'area medicale;

- nomina di un **responsabile dell'Ufficio Congressi**, incaricato di pianificare e gestire i congressi e gli eventi aziendali, con un focus particolare sul coinvolgimento dei professionisti del settore medico e dei KOL (Key Opinion Leader);
- **focalizzazione** delle attività di informazione scientifica sulle specialità di **pediatria, dermatologia e ginecologia**, considerate più affini all'anima di BioNike;
- istituzione dell'**Advisory Board BioNike che coinvolge i Key Opinion Leader**, professionisti più rappresentativi dal punto di vista clinico nella dermocosmetica. Gli incontri sono finalizzati ad analizzare gli scenari correnti e le esigenze future: gli spunti emersi ci aiuteranno nello sviluppo di nuovi trattamenti sempre più innovativi. Il 6 Dicembre presso il nostro Headquarter si è tenuto il primo incontro dal titolo: "**B-NEXT Prospettive future: ricerca e sviluppo di BioNike in Dermocosmesi**". L'evento ha rappresentato un'occasione di confronto e discussione tra gli esperti

sulla gestione dermo-cosmetologica di alcune delle principali problematiche della pelle e del cuoio capelluto;

- nomina di un "**KOL Engagement Consultant**" che gestisce le relazioni con i Key Opinion Leader, assicurando che le esigenze e le aspettative di questi influenti professionisti dell'ambito dermocosmetico siano soddisfatte;
- creazione dell'**Accademy BioNike**, eventi di formazione territoriali in cui con i Key Opinion Leader eroghiamo un servizio di formazione sul territorio per le aree terapeutiche più importanti.

Questa riorganizzazione si inserisce in un più ampio business plan triennale di BUMed Bionike, caratterizzato da obiettivi sfidanti e da significativi investimenti volti a rafforzare la strategia di prodotto e consolidare il nostro posizionamento nel settore medicale.

### Farmacie e Parafarmacie

Un team di **54 Agenti** cura i rapporti con **oltre 5.000 farmacie** e parafarmacie; attraverso visite regolari trasferiscono i benefici dei prodotti dermocosmetici e nutraceutici delle creazioni BioNike.

### Consulenti formatori

I nostri **55 Consulenti formatori**, presenti su tutto il territorio nazionale, offrono in farmacia un servizio dedicato di consulenza, prova prodotto e masterclass, per supportare il cliente nella scoperta delle linee BioNike e delle ultime novità del brand.



53

informatori medici che si interfacciano costantemente con:

4.681

dermatologi

777

medici estetici

1.243

ginecologi

4.440

pediatri



54

agenti



55

consulenti formatori

+5.000

farmacie e parafarmacie



10.000

giornate all'anno di consulenza



B-NEXT Prospettive future: ricerca e sviluppo di BioNike in Dermocosmesi



## VISUAL MERCHANDISING IN FARMACIA

Progettiamo **soluzioni espositive efficaci per valorizzare i prodotti**, rendere l'esperienza d'acquisto più intuitiva e rafforzare la riconoscibilità del marchio nel punto vendita.

I nostri servizi comprendono: allestimenti a scaffale ad alto impatto visivo con glorifier e tester, reglette per evidenziare le referenze e le novità, soluzioni category stagionali per le linee in maggior effort, general tester dedicato al comparto Make-up, adattato alle esigenze espositive del punto vendita, con soluzioni tailor made, allestimenti vetrine realizzati su misura ed expo per il punto vendita.





## Congressi

Partecipiamo ai principali congressi dermatologici durante i quali condividiamo i risultati di studi clinici condotti sulle nostre formulazioni innovative.

**Nel 2024 abbiamo partecipato a otto congressi**, tra i quali i principali:

### S.I.Der.P

**XXII Congresso S.I.Der.P di dermatologia pediatrica tenutosi a Lucca dal 17 al 19 Ottobre.**

BioNike, da sempre partner di Dermatologi e Pediatri, è stata presente al congresso con la linea TRIDERM A.D., studiata per la pelle sensibile, iper-reattiva e a tendenza atopica.



### Sidapa

**Congresso Sidapa (Società Italiana di Dermatologia Allergologica, Professionale e Ambientale)** che si è svolto a Perugia dal 13 al 15 Novembre. Durante l'evento, il Dott. Marco Pignatti, esperto in dermatologia, ha tenuto una relazione scientifica sulla correlazione tra disbiosi e alcune problematiche dermatologiche.

La partecipazione a questo evento sottolinea il nostro impegno nel promuovere una dermatologia scientifica e all'avanguardia, che si basa sulla ricerca, l'innovazione e la salute della pelle a 360°.



### SIDeMaST

**98° Congresso SIDeMaST (Società Italiana di Dermatologia Medica, Chirurgica, Estetica e delle Malattie Sessualmente Trasmesse)** che si è svolto ai Giardini Naxos dal 28 al 31 Maggio. Il congresso è stato un momento di aggiornamento sulla dermatologia nei suoi molteplici aspetti: clinica, ambulatoriale, pediatrica, allergologica ed infettivologica. Protagonista dello spazio espositivo BioNike Triderm IMMU-GEL, dermocosmetico coadiuvante delle infezioni virali di cute e mucose.



## SIME

45° Congresso SIME, congresso Nazionale di Medicina Estetica che si è svolto a Roma dal 10 al 12 Maggio. Il congresso ha rappresentato un'opportunità per condividere con gli specialisti del settore l'innovazione e l'efficacia alla base dei trattamenti BioNike Cosmeceutical.



## Eventi di formazione

Nel corso dell'anno abbiamo realizzato **31 giornate di formazione** per supportare i clienti nella scoperta delle linee BioNike e delle ultime novità del brand.



## AIDA

XXXII Congresso AIDA (Associazione Italiana Dermatologi Ambulatoriali), che si è svolto a Riccione dall'8 all'11 Maggio, durante il quale sono state presentate le ultime innovazioni del settore dermatologico. Durante l'evento abbiamo presentato la nostra linea Triderm A.D., studiata appositamente per la cura della pelle sensibile, reattiva e a tendenza atopica.



Due esclusivi eventi di formazione rivolti ai responsabili dei reparti cosmesi delle farmacie per il lancio del **nuovo protocollo Biorivitalizzante con Triplo Retinolo della linea BioNike Cosmeceutical**.

Gli eventi, che hanno visto la partecipazione di oltre 100 partecipanti, si sono svolti a Roma, nell'incantevole Palazzo Brancaccio e a Milano, nella suggestiva cornice della Sala Mengoni di Cracco in Galleria.



## Ascolto e coinvolgimento dei consumatori

Crediamo nel valore del confronto diretto. I consumatori possono contattarci via e-mail per ricevere supporto o segnalare eventuali reclami. Il nostro team tecnico-scientifico è sempre disponibile per rispondere a dubbi, fornire chiarimenti, per supporto nell'utilizzo dei prodotti BioNike, anche tramite l'intermediazione dei farmacisti.

Inoltre, il nostro servizio di **cosmeto-vigilanza** rappresenta un presidio fondamentale per raccogliere, gestire e monitorare ogni segnalazione, garantendo sicurezza e tutela.

Nel 2025 porteremo avanti lo sviluppo del brand, dedicando importanti energie per rafforzare la già solida connessione con il consumatore finale, attraverso touchpoint integrati e innovativi. Al fine di trasmettere in maniera trasparente e diretta la nostra **value proposition**, saremo impegnati nella realizzazione di un nuovo pack system, con un piano comunicativo sempre più omnichannel e in grado di trasmettere, oltre al nostro apporto scientifico quotidiano, il nostro impegno socio-ambientale.



Sempre spinti dal principio di miglioramento continuo, nel corso dell'anno abbiamo effettuato un'analisi multistakeholder, per valutare e misurare la Brand Awareness tra consumatori e medici.



### Medici

Tra giugno e luglio 2024 sono stati intervistati **880 medici specialisti italiani**. A ciascun medico intervistato è stato chiesto di indicare le marche ricordate e consigliate nelle aree di impiego in cui sono presenti i prodotti BioNike, specificando anche le motivazioni alla base del consiglio. Infine, sono stati richiesti quali aspetti siano ritenuti essenziali per un prodotto efficace, per ciascuna area di impiego indagata.

Dall'analisi effettuata è emerso che **BioNike è la marca più consigliata dai dermatologi italiani** ed è la **1° marca nell'indice di Doctor Positioning**, espressione del livello di soddisfazione dei medici per ciascuna azienda fornitrice di prodotti di dermocosmesi.



### Farmacisti

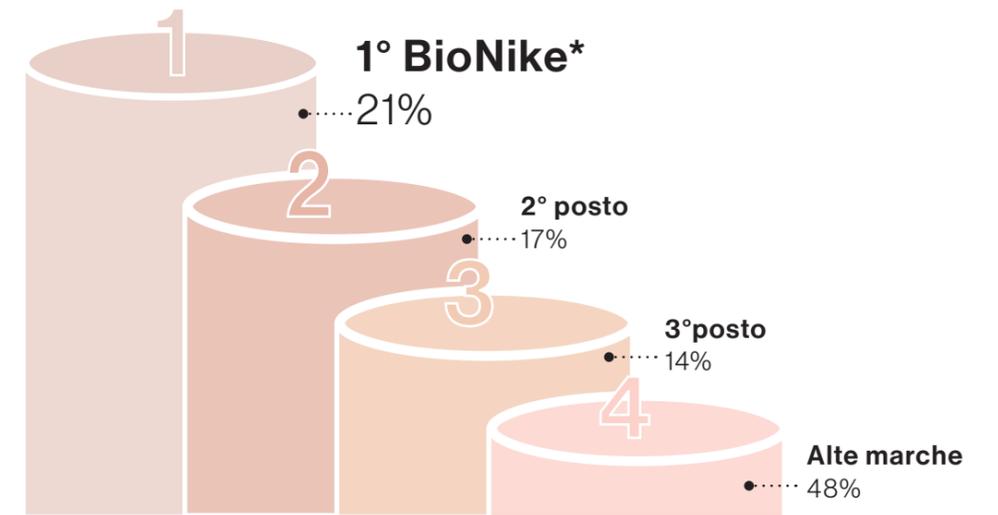
Anche l'analisi annuale condotta da TradeLab sul sentiment dei farmacisti ha confermato l'eccellente performance di BioNike: il marchio si posiziona al **secondo posto nell'indice di Trade Positioning**, che misura il grado di soddisfazione dei farmacisti verso la marca. La valutazione complessiva ha raggiunto i 98 punti, con un incremento di 21 punti rispetto all'analisi svolta nel 2023.



**BIONKE 1° MARCA CONSIGLIATA  
DAI DERMATOLOGI ITALIANI**

## Qual è la prima marca che consiglia più spesso ai suoi pazienti?

(media aree di impiego considerate per specialista)



### Consumatori

L'obiettivo dell'indagine è monitorare lo stato di salute del brand nella percezione del pubblico femminile, in particolare nel percepito dei consumatori (target femminile, acquirenti in farmacia).

Nel 2024 è stata realizzata una prima fase qualitativa attraverso **focus group online** con un campione di **64 donne, di età compresa tra i 30 e i 65 anni**, abituali acquirenti di prodotti di bellezza e cura di sé (in particolare skincare viso, skincare corpo, make-up, fotoprotezione, detersione e trattamento della pelle sensibile) presso farmacie e parafarmacie. I risultati sono stati estremamente positivi: **BioNike è particolarmente apprezzato dai consumatori per la sua storicità**, coniugata alla **costante innovazione** e alla comprovata **efficacia** nel pieno rispetto della pelle, anche la più sensibile.

Il secondo step, previsto nel corso del 2025, consisterà in un'analisi quantitativa basata su **web interviste** a un campione di **1.500 donne tra i 30 e i 70 anni**, acquirenti di dermocosmesi in farmacia o parafarmacia (fisiche o online, inclusi corner pharma della grande distribuzione). I risultati dell'analisi saranno disponibili nel secondo semestre del 2025.

\*BioNike riparametrata all'universo vs Best Competitors

# FORNITORI: RELAZIONI SOLIDE E TRASPARENTI

GRI 2-6 | GRI 204-1

La gestione della catena di fornitura è un pilastro fondamentale per garantire l'eccellenza dei nostri prodotti e la coerenza con gli standard che ci siamo dati. Investiamo in **relazioni durature** con partner selezionati, con l'obiettivo di costruire una filiera trasparente, affidabile ed efficiente.

Il dipartimento di **Ricerca & Sviluppo (R&D)** è il punto di partenza per ogni formula: individua le materie prime necessarie e lavora in stretta sinergia con il team di **Controllo Qualità**, che si occupa della selezione e della valutazione dei fornitori. La scelta si basa su parametri rigorosi, che includono sia le **caratteristiche dei materiali** sia la **documentazione tecnico-normativa** relativa alla composizione delle materie prime.

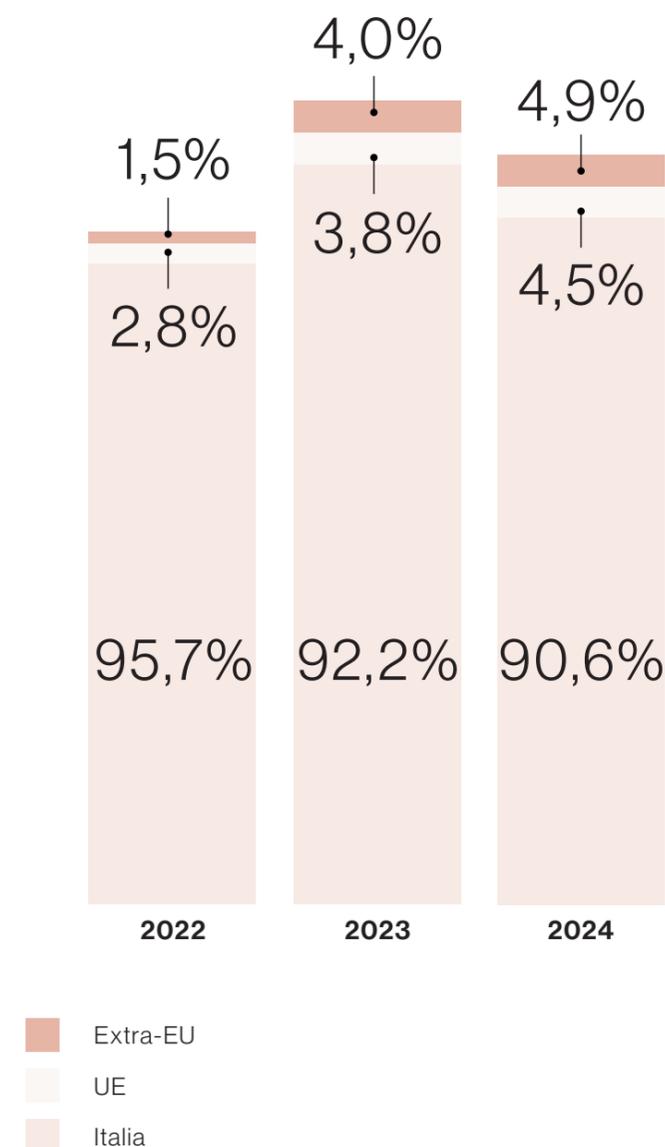
I fornitori vengono sottoposti **periodicamente ad audit di monitoraggio**, per verificare il rispetto degli standard qualitativi richiesti. In caso di non conformità, il team **Controllo Qualità** interviene tempestivamente per attivare le necessarie azioni correttive, mantenendo un dialogo costruttivo con il fornitore coinvolto.

Per l'approvvigionamento di **materie prime, estratti, coloranti, packaging e servizi di logistica**, ci affidiamo principalmente a **fornitori primari** – produttori diretti – con sede in Italia, in Europa e in paesi extra-UE, con i quali manteniamo rapporti diretti e consolidati. A questi si affiancano **fornitori secondari**, che operano attraverso stabilimenti locali o internazionali e ci consentono di diversificare la base di approvvigionamento in modo strategico.

La nostra organizzazione segue un modello operativo di tipo **"make to stock"**, dove la produzione è guidata dalla domanda proveniente dalla rete vendita. Gli ordini extra-UE vengono generalmente gestiti tramite intermediari **con sede in Italia o in Europa**, in modo da garantire una maggiore tracciabilità e una gestione semplificata dei flussi logistici.

**La posizione geografica dei fornitori** è uno dei criteri prioritari nella valutazione: preferiamo partner localizzati in prossimità della nostra sede produttiva per **ottimizzare i tempi e i costi di trasporto**. In particolare, collaboriamo con **terzisti e co-packer situati in aree limitrofe**, con l'obiettivo di snellire la catena di fornitura, migliorarne l'efficienza operativa e contribuire, ove possibile, alla riduzione delle emissioni associate alla logistica.

## Budget di spesa destinato a fornitori locali



1. Coerentemente con il sistema di monitoraggio impiegato da Sodalis Group, i dati presentati fanno riferimento ai fornitori di materie prime, packaging e prodotti finiti. Le percentuali riportate per il 2023 differiscono leggermente da quelle riportate nel precedente bilancio di sostenibilità a seguito dell'integrazione di nuove informazioni sulla spesa nell'anno 2023. La definizione di "locale" è riferibile alla nazione Italia.

<sup>1</sup>Nel 2024 circa il **91% del budget di spesa è destinato a fornitori con sede in Italia**, la restante parte è distribuita sul territorio UE ed Extra UE.

In materia di **packaging**, abbiamo avviato una mappatura puntuale delle tipologie acquistate, necessaria per la corretta **dichiarazione al CONAI** e per garantire un ciclo di vita ottimale dei materiali.

Negli ultimi anni abbiamo ulteriormente rafforzato i nostri criteri di selezione dei fornitori di pack, orientando le scelte verso soluzioni che rispondano a requisiti tecnici e qualitativi, tenendo conto anche delle caratteristiche ambientali dei materiali utilizzati.

A conferma della volontà di orientare la filiera a criteri sempre più responsabili, dal 2022 BioNike ha aderito alla **Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)**. In questo ambito, abbiamo sostituito – ove possibile – le materie prime provenienti da olio di palma con alternative **certificate RSPO**, provenienti da filiere che rispettano criteri riconosciuti di sostenibilità ambientale e sociale, compatibilmente con la reperibilità sul mercato.





**SOSTENIBILITÀ:  
UN PERCORSO  
IN EVOLUZIONE**



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.



## 2023

### ESG ASSESSMENT

valutazione del posizionamento aziendale sui temi ESG

### CARBON FOOTPRINT

misurazione delle emissioni di CO<sub>2</sub>

### SUSTAINABILITY REPORT

primo bilancio di sostenibilità pubblicato



## 2024

### MATERIALITY ASSESSMENT & STAKEHOLDER ENGAGEMENT

identificazione dei temi prioritari e coinvolgimento degli stakeholder

### ESG ACTION PLAN

formalizzazione del piano strategico e degli obiettivi di Sodalis Group



## 2025

### TOWARD DOUBLE MATERIALITY

evoluzione del reporting in linea con la CSRD

### CARBON FOOTPRINT

nuova misurazione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e definizione dei piani di mitigazione e compensazione

# 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.



**CLIENTI**  
Consumatori  
Distributori

**ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA**  
Associazioni di categoria



**COMUNITÀ FINANZIARIA**  
Istituti bancari  
Soci

**COMUNITÀ E TERRITORIO**  
Organizzazioni non-profit  
Associazioni culturali e/o sportive



**RISORSE UMANE E SINDACATI**  
Dipendenti e collaboratori  
Management  
Sindacati

**MEDIA**  
Giornali nazionali e locali  
Riviste del settore  
TV



**MONDO ACCADEMICO E COMUNITÀ SCIENTIFICA**  
Università  
Centri di ricerca

**PUBBLICA AMMINISTRAZIONE**  
Amministrazioni locali  
Enti nazionali di previdenza e assistenza  
Enti pubblici di controllo



**ENTI DI CERTIFICAZIONE**  
Enti di certificazione

**FORNITORI E PARTNER**  
Fornitori di beni  
Fornitori di servizi  
Appaltatori esterni  
Partner commerciali



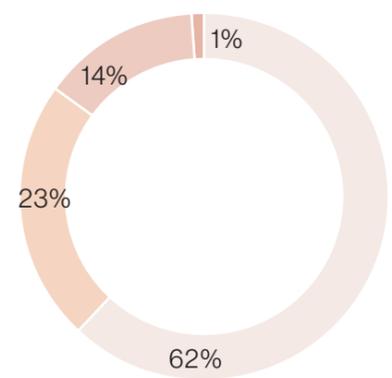
| CATEGORIA  | INTERESSE   | MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO  | FREQUENZA          |
|--|---|---|--------------------|
| <b>Clienti e distributori</b><br>     | Performance economica, market share e sell out  | Incontri e comunicazioni periodici  | <i>Ad hoc</i>      |
| <b>Comunità finanziaria</b><br>       | Performance economica   | Incontri sistematici<br>Assemblea degli azionisti   | <i>Settimanale</i> |
| <b>Risorse umane e sindacati</b><br> | Equilibrio vita/lavoro<br>Welfare aziendale<br>Pari opportunità<br>Inclusione<br>Politica remunerativa<br>Sviluppo di carriera<br>Formazione continua | Newsletter/comunicazione e-mail<br>Incontri di valutazione individuali<br>Eventi aziendali<br>Attività di formazione e sensibilizzazione<br>Opportunità di crescita professionale | <i>Ad hoc</i>      |
| <b>Enti di certificazione</b><br>   | Rispetto normativo e delle procedure<br>Qualità e performance del prodotto<br>Company & Brand reputation  | Audit<br>Test strumentali   | <i>Ad hoc</i>      |

| CATEGORIA   | INTERESSE   | MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO                                   | FREQUENZA      |
|---|---|--|----------------|
| <b>Mondo accademico e comunità scientifica</b><br> | Qualità e performance del prodotto<br>Attività di ricerca               | Eventi<br>Formazioni<br>Incontri e comunicazioni             | <i>Ad hoc</i>  |
| <b>Comunità e territorio</b><br>                   | Benessere del pianeta e delle persone<br>Brand reputation e positioning | Incontri e comunicazioni periodici                           | <i>Ad hoc</i>  |
| <b>Pubblica amministrazione</b><br>               | Conformità normativa  | Canali digitali/portali<br>Assistenza/comunicazioni digitali | <i>Mensile</i> |
| <b>Media</b><br>                                 | Brand awareness<br>Brand reputation<br>Market share<br>Sell out         | Contratti  | <i>Mensile</i> |
| <b>Associazioni di categoria</b><br>             | Andamento del settore di riferimento<br>Networking                      | Incontri e comunicazioni                                     | <i>Ad hoc</i>  |
| <b>Fornitori e partner</b><br>                   | Performance economica e qualità del prodotto                            | Incontri e comunicazioni periodici                           | <i>Ad hoc</i>  |

# ASPETTATIVE E INTERESSI DEI NOSTRI CONSUMATORI

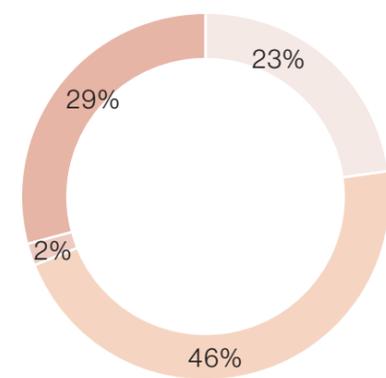
Nell'ambito dell'attività di stakeholder engagement, nel 2024 abbiamo svolto una **survey diretta ai consumatori** iscritti alla nostra newsletter. La survey è stata realizzata con l'obiettivo di comprendere la percezione dei consumatori sulla conoscenza delle iniziative in ambito di sostenibilità da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

Come valuti il nostro impegno in ambito di sostenibilità?



Buono  
 Eccellente  
 Discreto  
 Scadente

Quanto conosci le nostre iniziative in ambito di sostenibilità?



Buona conoscenza  
 Elevata conoscenza  
 Discreta conoscenza  
 Scarsa conoscenza



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?



## Qualità, consapevolezza e trasparenza: le scelte che contano, per noi e per chi ci sceglie.

Le scelte dei nostri consumatori si orientano sempre più verso formule efficaci e rispettose della pelle, ma anche dell'ambiente. A guidarle sono tre fattori chiave: **qualità, caratteristiche ambientale dei prodotti e comunicazione trasparente.**

In BioNike ci impegniamo ogni giorno per andare oltre le aspettative, creando prodotti in grado di coniugare efficacia, sicurezza

dermatologica e attenzione agli aspetti ambientali rilevanti, generando valore per le persone e per i territori in cui operiamo.

Per allineare al meglio il nostro percorso alle loro attese, abbiamo scelto di ascoltarli direttamente. L'**81%** dei consumatori intervistati si aspetta, nel prossimo futuro, **prodotti con un impatto ambientale ridotto**, realizzati attraverso pratiche di **ecodesign** ed

**economia circolare.** Il **63%** richiede un impegno concreto nella **riduzione delle emissioni** legate ai processi aziendali.

Siamo orgogliosi di condividere questa stessa sensibilità e visione. I progetti che stiamo realizzando vanno esattamente in questa direzione: un'evoluzione consapevole che parte dall'ascolto e si traduce in azioni concrete.

### Aspettative dei consumatori

- 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





# VERSO LA CSRD

Tra il 2023 e il 2024, in risposta alla crescente attenzione verso il coinvolgimento attivo degli stakeholder nei processi di sostenibilità, il Gruppo ha avviato un'importante iniziativa strutturata di **stakeholder engagement**. L'obiettivo è stato raccogliere percezioni e aspettative in merito ai temi materiali identificati, al fine di guidare in modo coerente l'evoluzione delle strategie ESG. L'iniziativa ha coinvolto 377 interlocutori con un tasso di risposta del 56%, ritenuto rappresentativo della base stakeholder. I risultati sono stati sintetizzati nella **matrice di materialità**<sup>2</sup>, che rappresenta graficamente la rilevanza attribuita ai diversi temi sia dagli stakeholder sia dal top management. I temi emersi sono stati successivamente associati agli **indicatori GRI Standards**, funzionali alla rendicontazione delle performance di sostenibilità.

A fine 2024 il Gruppo ha compiuto un ulteriore passo avanti approcciandosi in via volontaria e anticipata al principio di **doppia materialità** previsto dalla **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**<sup>3</sup>. In conformità con quanto stabilito dagli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** e dalle **linee guida EFRAG** contenute nel documen-

to *"Implementation Guidance for the Materiality Assessment"*, il processo<sup>4</sup> consente di valutare in modo integrato sia gli **impatti generati sull'ambiente e sulle persone** (*impact materiality*), sia i **rischi e le opportunità ESG rilevanti per il business**, le performance economico-finanziarie e il valore d'impresa nel tempo (*financial materiality*), raccordando i temi materiali precedentemente identificati con le questioni di sostenibilità suggerite dagli ESRS<sup>5</sup>.

**Icim**, in qualità di una delle principali società del Gruppo, ha contribuito attivamente al percorso di valutazione della doppia materialità attraverso un **coinvolgimento top-down e bottom-up**, volto a garantire la piena rappresentazione delle tematiche più rilevanti per il proprio settore di riferimento e nel contesto aziendale in cui opera. Come parte del **team multidisciplinare** incaricato della valutazione degli impatti, rischi e opportunità (IRO) si sta lavorando all'identificazione delle tematiche di **duplice rilevanza** sulle quali il Gruppo e le sue controllate forniranno informazioni dettagliate nei prossimi periodi di rendicontazione, includendo strategie, obiettivi, azioni e risultati associati.

2. I risultati della matrice di materialità di Sodalis Group sono pubblicati nel Bilancio di sostenibilità 2024 disponibile sul sito.

3. Direttiva (UE) 2022/2464 – recepita in Italia con il D.Lgs. n. 125 del 6 settembre 2023.

4. Riferimenti adottati: European Sustainability Reporting Standards (ESRS), linee guida EFRAG contenute nel documento "Implementation Guidance for the Materiality Assessment".

5. Standard "ESRS 1 – Prescrizioni generali".

# ACTION PLAN: DALLA STRATEGIA ALLE AZIONI

## GOVERNANCE

Il nostro contributo all'**ESG Action Plan**, la roadmap di sostenibilità sviluppata da Sodalis Group<sup>6</sup>.

6. 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.

| Pillar   | Target   | Anno target | Progressi 2024   | SDGs  |  |
|--|--|-------------|--|---|--|
| <b>HONESTY</b><br><i>Garantire e favorire comportamenti etici e responsabili</i>           | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Analisi di doppia materialità e mappatura IRO</b></li> <li>Formalizzazione del <b>Sustainability Team</b> e di meccanismi di MBO sugli obiettivi ESG dell'Action Plan</li> <li><b>Adesione al codice etico di Gruppo</b></li> </ul>  | 2024 - 2026 | <b>3°</b> Report di Sostenibilità<br>Attivazione di <b>meccanismi di MBO</b> su obiettivi ESG  | Contributo alla definizione e valutazione degli impatti, <b>rischi e opportunità (IROs)</b> di Sodalis Group  |  |
| <b>EVOLUTION</b><br><i>Investire in progetti di ricerca e sviluppo</i>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Investimenti in R&amp;D</b> focalizzati al <b>miglioramento del profilo di eco-compatibilità dei nostri prodotti</b>, attraverso le nostre scelte di formulazione e packaging</li> <li>Riformulazione dei nostri prodotti per l'eliminazione delle microplastiche</li> </ul> | 2024 - 2026 | <b>2</b> Brevetti registrati<br><b>1</b> Brevetto depositato<br><b>UNI ISO 13485</b><br>Ottenimento della certificazione relativa alla produzione di dispositivi medici<br><b>Partner per la Ricerca della Fondazione IEO-MONZINO</b><br><b>Collaborazioni con Istituto San Raffaele e SIME</b><br>Istituzione dell' <b>Advisory Board</b> | <b>100%</b> categorie di prodotti valutati per gli impatti su salute e sicurezza<br><b>82%</b> dei prodotti <b>senza microplastiche</b><br><b>Collaborazione costante con stakeholder</b> scientifici, farmacie e buyer del settore attraverso partecipazione a summit, congressi ed eventi formativi |  |
| <b>SATISFACTION</b><br><i>Attuare strategie di comunicazione efficaci</i>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Integrazione delle esigenze dei nostri consumatori in ambito ESG</b> all'interno delle nostre scelte strategiche di prodotto e processo</li> </ul>   | 2024 - 2026 | Monitoraggio e analisi costante della <b>customer satisfaction</b><br>Rafforzamento del <b>canale e-commerce proprietario</b>  | <b>474</b> consumatori coinvolti alla survey per cogliere aspettative e percezioni sul percorso ESG intrapreso  |  |
| <b>RECIPROCITY</b><br><i>Privilegiare un approvvigionamento responsabile e controllato</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Valutazione dei fornitori su criteri di sostenibilità attraverso <b>rating ESG verificati</b></li> <li><b>Adesione al codice di condotta di Gruppo</b></li> </ul>   | 2025 - 2026 | Relazioni stabili e di fiducia e vendor rating dei fornitori su criteri tecnico -qualitativi   | <b>91%</b> budget di spesa destinato a fornitori nazionali  |  |
| <b>CLARITY</b><br><i>Agire e comunicare secondo principi e valori rigorosi</i>             | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Rafforzare una cultura aziendale informata</b> per una comunicazione efficace sugli impatti socio-ambientali</li> </ul>  | 2024 - 2026 | <b>Comunicazione interna</b> relativa alle <b>tematiche ESG</b>  | <b>ZERO</b> casi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e riguardanti comunicazioni di marketing   |  |

# ACTION PLAN: DALLA STRATEGIA ALLE AZIONI

## SOCIAL

| Pillar  | Target  | Anno target  | Progressi 2024   | SDGs   |   |
|---|---|--|--|--|---|
| <b>EMPATHY</b><br><i>Promuovere l'equilibrio vita-lavoro e il welfare aziendale</i> | <b>POTENZIAMENTO DELLA COMUNICAZIONE CORPORATE INTERNA ED ESTERNA</b><br>Per la creazione di un clima positivo basato sul coinvolgimento dei dipendenti                                     | 2024   | <b>96%</b> dipendenti con contratto full-time<br><b>98%</b> dipendenti con contratto a tempo indeterminato<br><b>100%</b> dei dipendenti è assunto tramite un accordo di contrattazione collettiva | Specifico <b>piano welfare</b> e portale aziendale dedicato ai dipendenti<br>Avvio del progetto <b>"La Casa degli Orti"</b> per benessere e inclusione                               |      |
| <b>EQUALITY</b><br><i>Promuovere percorsi di crescita equi</i>                      | <b>CREAZIONE DI UN SISTEMA DI GESTIONE DELLA PARITÀ DI GENERE</b><br>Per rafforzare un ambiente lavorativo inclusivo e rispettoso   | 2025   | <b>76%</b> dei dipendenti è rappresentato da donne<br><b>94%</b> rapporto medio della retribuzione donna-uomo  | <b>69%</b> delle figure apicali (quadro) è rappresentato da donne  |     |
| <b>GROWTH</b><br><i>Rafforzare il potenziale, valorizzare il capitale umano</i>     | <b>EROGAZIONE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE ESG AI DIPENDENTI</b><br>Per promuovere un senso di consapevolezza e responsabilità sull'impatto socio-ambientale delle attività                       | <b>DEFINIZIONE PIANI DI CRESCITA PER OGNI TEAM DI FUNZIONE</b><br>Per migliorare le competenze del nostro capitale umano e aumentarne la motivazione | 2024 - 2026<br><b>18</b> assunzioni<br><b>1.009</b> ore di formazione erogate  | <b>7,6</b> ore medie di formazione per dipendente  |     |
| <b>MOTIVATION</b><br><i>Attrarre e trattenere talenti</i>                           | <b>SODALIS AMBASSADORS</b><br>Creare una squadra di talenti in grado di diffondere i valori del Gruppo e comunicare il loro senso di appartenenza, contribuendo a rafforzare la Sodalis Way | <b>PARTNERSHIP CON UNIVERSITÀ</b><br>Vogliamo creare partnership durature con le Università con l'obiettivo di attrarre nuovi talenti                | 2024 - 2026<br>Rafforzamento del processo di onboarding e miglioramento delle competenze   | Donazioni a <b>Università di Perugia, Fondazione Ca' Granda, FotoFinder Italia</b><br>Presenza attiva alla <b>Milano Beauty Week</b><br><b>Avvio del Sodalis Ambassadors Program</b> |     |

# ACTION PLAN: DALLA STRATEGIA ALLE AZIONI

## ENVIRONMENT

| Pillar   |  | Target   | Anno target | Progressi 2024   | SDGs   |   |
|--|--|--|-------------|--|--|---|
| <b>PLANNING</b><br><i>Contrastare il cambiamento climatico</i>                         | <b>GROUP CARBON MANAGEMENT</b>   | Costruzione dell'inventario di Scope 3 e studio delle emissioni di GHG per implementare potenziali interventi di miglioramento e fissare dei target di riduzione delle emissioni | 2025        | <b>Aggiornamento dello studio di di Carbon Footprint</b>   | <b>466,2 t CO<sub>2</sub> e</b><br>evitate grazie all'acquisto di Garanzie d'origine e impianto fotovoltaico   |    |
| <b>CARE</b><br><i>Valorizzare la risorsa idrica</i>                                    | <b>GROUP WATER FOOTPRINT INTERVENTI DI RECUPERO DELL'ACQUA</b>             | Al fine di misurare il nostro impatto sul comparto idrico e intervenire per ottimizzare l'utilizzo di acqua  | 2025        | <b>-3% consumo idrico unitario per pezzo prodotto</b><br><br>Sistema di <b>osmosi inversa</b> per il trattamento delle acque e <b>impianto di depurazione</b> per le acque di lavaggio | Installazione di un <b>impianto di recupero delle acque</b> nel 2024 per massimizzare, dove applicabile, il riutilizzo di acqua prelevata (messa in funzione nel 2025) |    |
| <b>RATIONALIZATION</b><br><i>Utilizzare le risorse energetiche in modo consapevole</i> | <b>GROUP ENERGY ANALYSIS PROGETTO DI ESTENSIONE DEL PARCO FOTOVOLTAICO</b> | Per individuare le aree di spreco e le potenziali opportunità di risparmio   | 2025        | <b>-15% consumo energetico complessivo</b>   | <b>100% energia elettrica da fonti rinnovabili</b> grazie all'acquisto di Garanzie d'origine e impianto fotovoltaico   |  |
| <b>RECYCLING</b><br><i>Gestire i rifiuti responsabilmente</i>                          | <b>LIFE CYCLE ASSESSMENT (LCA)</b>   | Per comprendere le performance ambientali dei nostri prodotti in forma oggettiva e tecnicamente argomentata e procedere con opportune valutazioni                                | 2024 - 2026 | <b>Avvio dello studio LCA sulla linea Defence Sun</b><br><br>Interventi sull'over-packaging per la linea Defence Sun   | <b>27.000kg</b> di carta risparmiata<br><br><b>912kg</b> di plastica evitati   |  |
| <b>OPTIMIZATION</b><br><i>Analizzare e riprogettare il fine vita dei materiali</i>     |  | Massimizzazione dell'impiego di materiali riciclati, riciclabili e riutilizzabili nel packaging dei nostri prodotti  |             | <b>Miglioramento del profilo di eco-compatibilità</b> dei prodotti grazie alle nostre scelte di formulazione e packaging   |  |   |

# I PRINCIPI DELLA NOSTRA GOVERNANCE

## KEY HIGHLIGHTS



**89€ mln**  
net net sales



**474**

consumatori coinvolti  
in attività di engagement

**79%**

del valore economico generato  
distribuito agli stakeholder



**3°**

report di sostenibilità  
pubblicato

**1**

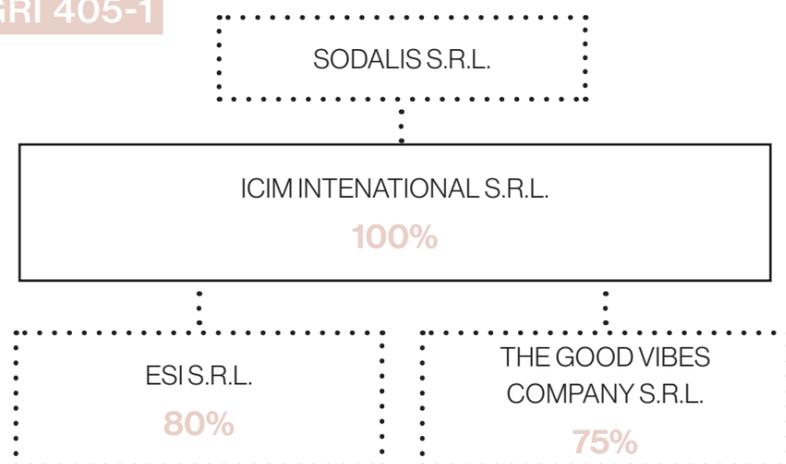
nuova certificazione ISO  
ottenuta: UNI EN ISO 13485

# GOVERNANCE

| Pillar   | Target   | Anno target | Progressi 2024   | SDGs  |  |
|--|--|-------------|--|---|--|
| <b>HONESTY</b><br><i>Garantire e favorire comportamenti etici e responsabili</i>           | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Analisi di doppia materialità e mappatura IRO</b></li> <li>Formalizzazione del <b>Sustainability Team</b> e di meccanismi di MBO sugli obiettivi ESG dell'Action Plan</li> <li><b>Adesione al codice etico di Gruppo</b></li> </ul>  | 2024 - 2026 | <b>3°</b> Report di Sostenibilità<br>Attivazione di <b>meccanismi di MBO</b> su obiettivi ESG  | Contributo alla definizione e valutazione degli impatti, <b>rischi e opportunità (IROs)</b> di Sodalis Group  |  |
| <b>EVOLUTION</b><br><i>Investire in progetti di ricerca e sviluppo</i>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Investimenti in R&amp;D</b> focalizzati al <b>miglioramento del profilo di eco-compatibilità dei nostri prodotti</b>, attraverso le nostre scelte di formulazione e packaging</li> <li>Riformulazione dei nostri prodotti per l'eliminazione delle microplastiche</li> </ul> | 2024 - 2026 | <b>2</b> Brevetti registrati<br><b>1</b> Brevetto depositato<br><b>UNI ISO 13485</b><br>Ottenimento della certificazione relativa alla produzione di dispositivi medici<br><b>Partner per la Ricerca della Fondazione IEO-MONZINO</b><br><b>Collaborazioni con Istituto San Raffaele e SIME</b><br>Istituzione dell' <b>Advisory Board</b> | <b>100%</b> categorie di prodotti valutati per gli impatti su salute e sicurezza<br><b>82%</b> dei prodotti <b>senza microplastiche</b><br><b>Collaborazione costante con stakeholder</b> scientifici, farmacie e buyer del settore attraverso partecipazione a summit, congressi ed eventi formativi |  |
| <b>SATISFACTION</b><br><i>Attuare strategie di comunicazione efficaci</i>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Integrazione delle esigenze dei nostri consumatori in ambito ESG</b> all'interno delle nostre scelte strategiche di prodotto e processo</li> </ul>   | 2024 - 2026 | Monitoraggio e analisi costante della <b>customer satisfaction</b><br>Rafforzamento del <b>canale e-commerce proprietario</b>  | <b>474</b> consumatori coinvolti alla survey per cogliere aspettative e percezioni sul percorso ESG intrapreso  |  |
| <b>RECIPROCITY</b><br><i>Privilegiare un approvvigionamento responsabile e controllato</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Valutazione dei fornitori su criteri di sostenibilità attraverso <b>rating ESG verificati</b></li> <li><b>Adesione al codice di condotta di Gruppo</b></li> </ul>   | 2025 - 2026 | Relazioni stabili e di fiducia e vendor rating dei fornitori su criteri tecnico - qualitativi  | <b>91%</b> budget di spesa destinato a fornitori nazionali  |  |
| <b>CLARITY</b><br><i>Agire e comunicare secondo principi e valori rigorosi</i>             | <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Rafforzare una cultura aziendale informata</b> per una comunicazione efficace sugli impatti socio-ambientali</li> </ul>  | 2024 - 2026 | <b>Comunicazione interna</b> relativa alle <b>tematiche ESG</b>  | <b>ZERO</b> casi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e riguardanti comunicazioni di marketing   |  |

# STRUTTURA ORGANIZZATIVA E MANAGEMENT

GRI 2-9 | GRI 405-1



Dal 2017 ICIM S.p.A. fa parte di **Sodalis Group**, gruppo italiano leader nel mercato Health, Beauty & Personal Care, che ne detiene il 100% del capitale. Questo nuovo assetto ha accompagnato e sostenuto la significativa crescita del business, sia a livello commerciale che organizzativo.

Negli anni successivi, grazie alle acquisizioni strategiche effettuate da Sodalis Group, ICIM ha ampliato il proprio perimetro: oggi detiene l'**80% di ESI S.r.l.** (acquisita nel 2019) e il **75% di The Good Vibes Company S.r.l.** (acquisita nel 2023), entrambe società controllate<sup>7</sup>.

La nostra struttura si basa su un **modello di governance tradizionale**, che prevede la presenza del **Consiglio di Amministrazione** e un **sindaco unico**. Le funzioni direzionali e gestionali sono distribuite tra la sede di **Lainate** e quella di **Lodi Vecchio**, headquarter del Gruppo. Attualmente, i componenti degli organi di governo sono tutti **di genere maschile, over 50 e non appartenenti a minoranze o categorie vulnerabili**.

<sup>7</sup> 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.)

Dall'ingresso di ICIM International in Sodalis Group, lo **stabilimento di Lainate** è diventato un punto di riferimento strategico per la **crescita produttiva del Gruppo** e delle sue società controllate, contribuendo con efficienza e flessibilità alla produzione non solo dei prodotti a marchio BioNike, ma anche di quelli degli altri brand del Gruppo che rappresentano, nel 2024, il 36% della produzione complessiva. Tra tutte le consociate, è Deborah Group la società che maggiormente si avvale del contributo di ICIM seguita da Goovi, Novamex, ESI e Conter.

Per questo motivo, proseguono i progetti di miglioramento che coinvolgono le aree **pianificazione e operations**, attraverso interventi di ottimizzazione dello stoccaggio, miglioramento dell'efficienza delle macchine e delle linee produttive, utilizzo di software per la gestione della produzione industriale, con l'obiettivo di ampliare e ottimizzare la capacità produttiva della sede di Lainate.

## Struttura organizzativa



# PERFORMANCE ECONOMICHE

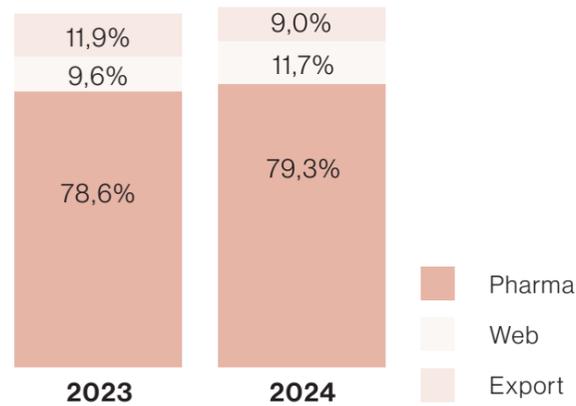
## GRI 201-1

L'esercizio 2024 conferma il positivo trend di crescita registrato anche nel corso dello scorso esercizio: il net net sales chiude a **89,1 Milioni di Euro, in crescita dell'1,1%**.

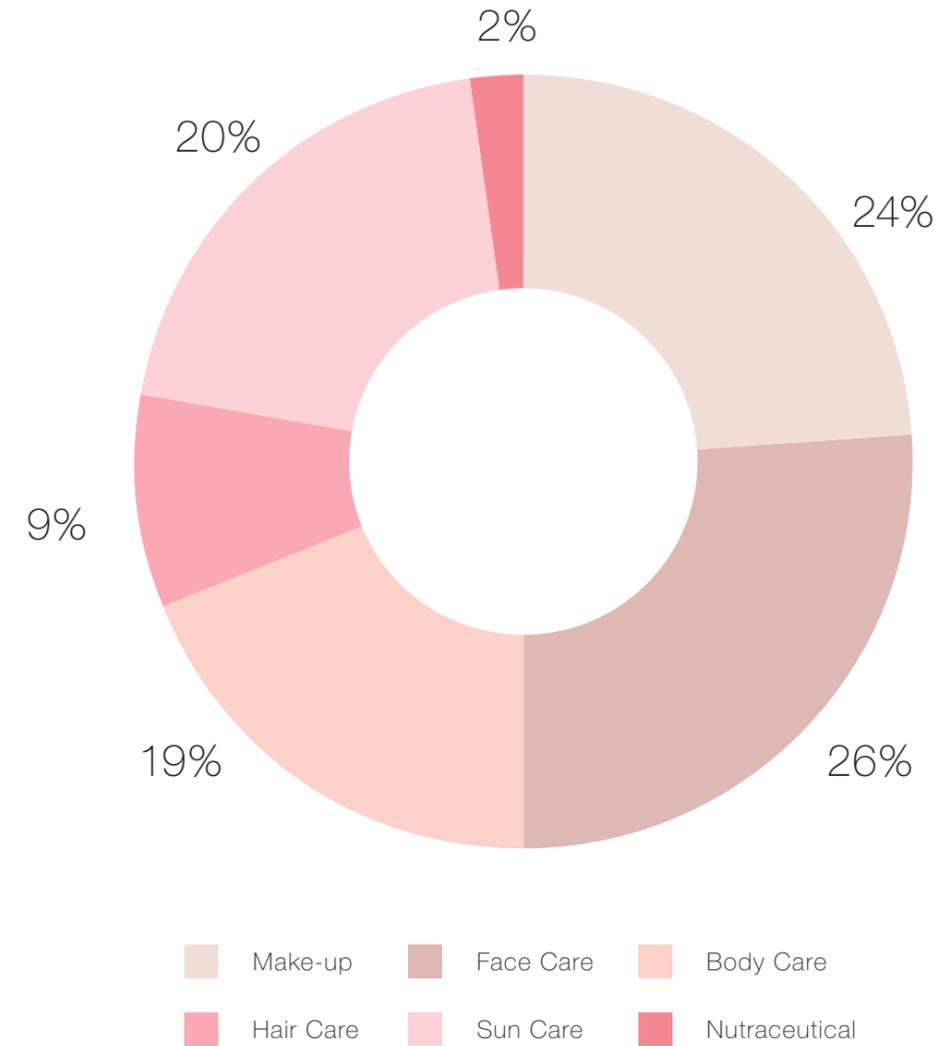
Le **vendite nazionali pari a 81 milioni di Euro**, generate sia dalle farmacie e parafarmacie sia dalle vendite online, appresentano il **91% del fatturato, in crescita del 4,4%** rispetto all'anno precedente. Le vendite nelle parafarmacie e farmacie crescono del 2% mentre le vendite online registrano una crescita del 23%. Il canale web è stato potenziato per soddisfare le nuove abitudini di acquisto dei consumatori: nel 2023 abbiamo inaugurato il nostro canale proprietario, che ci ha consentito di rafforzare ulteriormente il legame diretto con il consumatore finale. Per quanto riguarda l'**export**, che genera rappresenta il **9% del fatturato pari a 8 milioni di Euro**, ha registrato una **flessione del 23%** rispetto al 2023. Il 2024 è stato un anno di transizione a seguito di una riorganizzazione della rete di distribuzione allo scopo di consolidarne la solidità. Il principale mercato export di riferimento rimane il Sud Africa, seguito dal Marocco che rappresenta un nuovo mercato.

Per quanto riguarda le categorie di prodotto, i prodotti per la **cura viso generano il 26% del fatturato**, il **make-up il 23%**, i **prodotti solari il 20%** ed i prodotti **trattamento corpo il 19%**. Tutte le categorie registrano una crescita del fatturato rispetto al 2023, ad eccezione del make-up in flessione.

## Net net sales per canale di vendita



## Incidenza % net net sales per categoria di prodotto





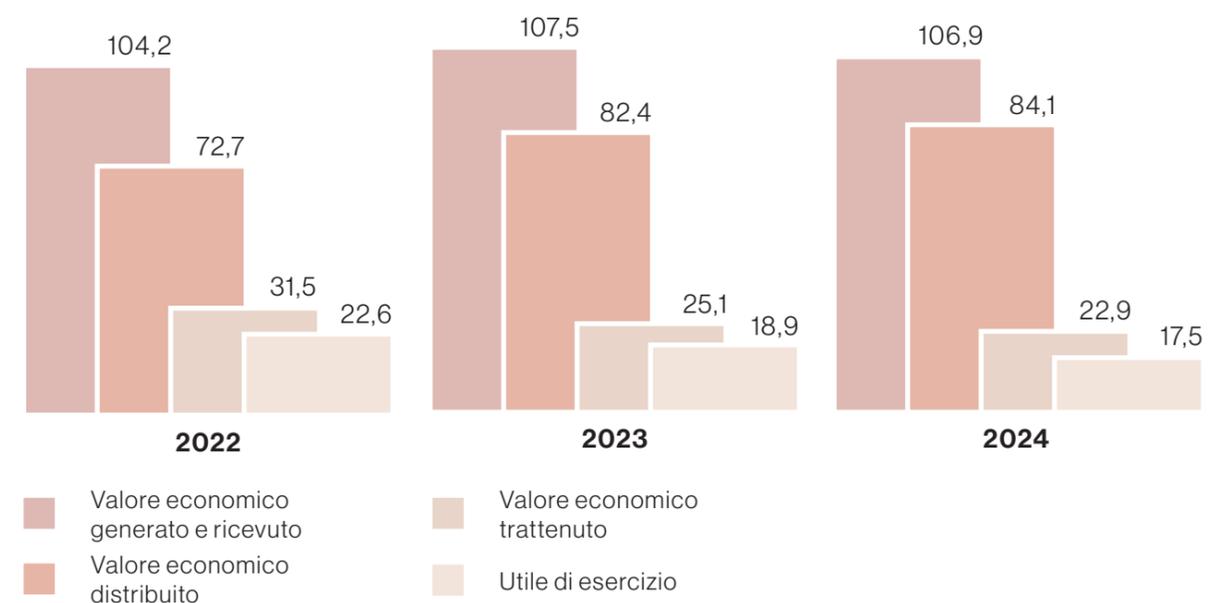
In termini di **sell out** nel mercato della dermocosmesi nei canali farmacia, parafarmacia, corner della grande distribuzione ed e-commerce, **nel 2024 BioNike si conferma il leader di mercato a volume ed il secondo player del mercato a valore** con un quota del 4,8% a volume e del 5,0% a valore. Rispetto al precedente anno le quote registrano una flessione del 0,3% a valore e del 2,3% a volume.

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

Rispetto al 2023 il **valore economico generato** ha subito una lieve flessione. Mentre i ricavi della gestione caratteristica hanno continuato a crescere (+3%), si sono ridotti i proventi finanziari e il valore ricevuto. Nonostante tutto, c'è stato un **incremento del 2% del valore distribuito agli stakeholder**. Dopo la straordinaria crescita registrata nel 2023 (+13% rispetto all'anno precedente), nel 2024 l'azienda ha distribuito ai soggetti con i quali entra in relazione il **79% del valore generato**<sup>8</sup>.

Guardando alle voci più rilevanti che compongono il valore distribuito, il 68% è destinato al sistema di imprese delle filiere di fornitura e il 7% alle nostre risorse umane, rafforzate da un 15% in più del valore ricevuto rispetto al 2023<sup>9</sup>.

## Valore economico generato, distribuito e trattenuto



8. Il valore economico distribuito accoglie i costi, classificati per le principali categorie di stakeholder che ne hanno beneficiato.  
 9. Il valore economico trattenuto è rappresentato dalla differenza tra il valore economico generato e ricevuto, e il valore economico distribuito. È composto, oltre che dall'utile di esercizio, dalle voci non allocabili alle diverse categorie di stakeholder.

# INNOVAZIONE E RICERCA: I NOSTRI ASSET DISTINTIVI

Crediamo fortemente nel valore della ricerca e dell'innovazione come motore di progresso per migliorare la vita delle persone. Investiamo continuamente nel nostro **Laboratorio di Ricerca & Sviluppo interno** per promuovere uno studio costante sulla salute e il benessere della pelle e stimolare la continua innovazione delle nostre formulazioni.

I nostri ricercatori si dedicano allo sviluppo di prodotti unici sul mercato, creati secondo la nostra distintiva **Filosofia dei Senza** per il massimo rispetto della pelle sensibile.

Nel 2024 si confermano i nostri sforzi in attività di analisi, studi di fattibilità e per la realizzazione di innovative formulazioni da impiegare per l'ideazione e lo sviluppo di nuovi prodotti. I **progetti totali** che ci hanno visti impegnati in **ricerca e sviluppo** sono stati **116**, di cui 17 progetti sviluppati presso terzi. Dei 99 sviluppati internamente, il 63% si è concluso nel 2024. Nella maggior parte dei casi, infatti, si tratta di progetti complessi che richiedono diversi anni di studi.

Sul totale dei progetti in lavorazione sviluppati internamente, il **60%** circa riguarda la **creazione dei nuovi prodotti**, mentre il restante 40% la riformulazione di prodotti già esistenti.

Dei 17 sviluppati dai terzi, circa l'88% dei progetti ha permesso la creazione di nuovi prodotti, mentre quasi il 12% ha comportato aggiornamenti formulativi di prodotti già esistenti.

Nel 2024 sono stati avviati 74 progetti finalizzati allo sviluppo di nuovi prodotti.

Nello stesso periodo, si sono conclusi complessivamente 63 progetti, di cui 36 hanno portato al lancio di nuovi prodotti.



In questi ultimi anni il nostro centro R&D di Lainate è stato impegnato nello studio e nello sviluppo di un'innovativa tecnologia formulativa per le fotoprotezioni della **nuova linea Defence Sun, tecnologia con domanda di brevetto depositata**.

La domanda di brevetto depositata riguarda una rivoluzionaria associazione di filtri UVA e UVB con un complesso protettivo, che prende il nome di NBCS\* perché basato sulla combinazione dei seguenti ingredienti:

- **Niacinamide**, forma attiva della Vitamina B3: esercita una potente azione antiossidante e protettiva sulle cellule e sul loro DNA;
- **Betaina di Glicina**, biomolecola ottenuta da processi di up-cycling: svolge un ruolo fondamentale nella protezione delle cellule dallo stress osmotico;
- **Carnosina**, dipeptide fisiologico: fornisce una protezione mirata contro i radicali liberi;
- **Sechium edule**, attivo vegetale da up-cycling: offre una duplice azione protettiva, contrastando i radicali liberi e preservando l'integrità del DNA cellulare.

**La nuova tecnologia PRO-REPAIR 4D** combina il sistema filtrante esteso, per garantire una protezione ad ampio spettro UVA e UVB, con il complesso **NBCS\***. Questa combinazione è sinergica e assicura **fotoprotezione su 4 dimensioni**, difendendo la pelle dai danni a breve e lungo termine:

1. Protezione da raggi UVA e UVB;
2. Protezione dell'omeostasi cellulare sotto il profilo energetico e osmotico;
3. Protezione dai radicali liberi generati da UV e IR;
4. Protezione e riparazione dei danni al DNA dei cheratinociti.

Questo brevetto si affiancherà ai brevetti già concessi negli anni precedenti:

**2015:** associazione antiossidante e composizioni che la contengono;

**2020:** formulazioni alimentari con attività antiossidante intra ed extracellulare di tipo migliorato.

*\*Italian patent pending*



**+1.181**

progetti dedicati  
allo sviluppo di prodotti



**2**

studi clinici  
su dispositivi medici



**+200**

studi di efficacia



**2**

brevetti



**24**

studi clinici



**1**

domanda  
di brevetto depositata



**16**

fotoprotezioni testate ecocompatibili con  
l'ecosistema marino e biodegradabili in  
acqua di mare



**100%**

prodotti sottoposti ad upgrade per  
migliorare il profilo ambientale





## Oltre all'importante lavoro che ha portato al deposito della domanda di brevetto, il nostro team R&D di Lainate è impegnato in numerosi altri progetti che prevedono l'adeguamento delle nostre formulazioni a nuove richieste normative:

### Allergeni – Regolamento (UE) n. 1545/2023

Il Regolamento (UE) n. 1545/2023, pubblicato il 26 luglio 2023, modifica il Regolamento (CE) n. 1223/2009 in relazione all'etichettatura delle sostanze allergizzanti presenti nei prodotti cosmetici. Le fragranze, gli estratti vegetali, gli oli essenziali possono infatti contenere molecole in grado di scatenare reazione allergica, ovvero allergia da contatto, in soggetti sensibilizzati.

Come misura di prevenzione secondaria, è importante fornire informazioni sulla presenza di singole sostanze allergizzanti nei prodotti cosmetici in modo che le persone sensibilizzate possano evitare il contatto con la sostanza a cui sono allergiche.

Il Regolamento (UE) n. 1545/2009 ha pertanto aggiornato l'elenco delle sostanze allergizzanti che devono essere obbligatoriamente indicate in etichetta, nell'elenco INCI, quando la loro concentrazione supera lo 0,001% nei prodotti da non sciacquare e lo 0,01% nei prodotti da sciacquare.

**Il nostro laboratorio R&D, ha stabilito un criterio ancora più restrittivo selezionando fragranze e derivati vegetali esenti da queste sostanze allergizzanti.**

### Conformità al Regolamento (UE) 2023/2055 – Microplastiche

In linea con quanto stabilito dal Regolamento (UE) 2023/2055, che definisce le microplastiche e ne di-

sciplina l'utilizzo, abbiamo effettuato un'attenta revisione delle nostre materie prime.

Nel corso di questa valutazione, abbiamo considerato anche quegli ingredienti segnalati dai fornitori come microplastiche, ma che, durante il processo di lavorazione cosmetica, modificano le proprie caratteristiche al punto da non rientrare più nella definizione normativa di microplastica. Questo rientra nella deroga n. 4 del Regolamento.

Attualmente, il mercato non è in grado di offrire alternative tecniche e sensoriali equivalenti per alcuni ingredienti, soprattutto in ambito make-up. Tuttavia, per quanto riguarda i prodotti diversi dal make-up, non utilizziamo né utilizzeremo sostanze classificate come microplastiche, nemmeno quelle ammesse in deroga 5b, che dal 17 ottobre 2025 richiederanno l'inserimento in etichetta delle istruzioni per l'uso e lo smaltimento.

Tempistiche di eliminazione previste dal regolamento:

- Prodotti rinse-off: vietati dal 17 ottobre 2027
- Prodotti leave-on: vietati dal 17 ottobre 2029
- Prodotti make-up: vietati dal 17 ottobre 2035

Ricordiamo che, già con la Legge 205/2017, era stato vietato l'uso di microplastiche nei prodotti rinse-off. Il nuovo regolamento europeo segna un cambiamento importante per il mondo della cosmetica, promuovendo una maggiore attenzione nella scelta degli ingredienti.

Grazie allo straordinario lavoro del nostro laboratorio, 87% dei prodotti BioNike non contiene microplastiche.

## Rigore e tempestività per garantire la sicurezza dei consumatori

La redazione di una black list ovvero di sostanze "escluse" dalle formulazioni, continuamente e prontamente aggiornata in base alle novità scientifiche e normative che intervengono, è una delle prassi utilizzate dall'azienda per garantire prodotti adatti per pelle sensibile e allergica, oltre che più rispettosi dell'ambiente. Una volta individuate, queste sostanze vengono sostituite con alternative adeguate nei prodotti che le contenevano. Ciò naturalmente comporta un complesso lavoro orientato a riformulare alcuni dei prodotti in offerta. Oltre alle microplastiche e ad alcuni ingredienti di origine minerale (olio di paraffina e suoi derivati), un processo simile (analisi della composizione dei prodotti, valutazione della fattibilità della sostituzione, effettiva sostituzione di ingredienti/eliminazione di prodotti/nuove formulazioni "senza") sta riguardando alcuni siliconi volatili, in particolare il ciclopentasilossano, alla luce dell'entrata in vigore del Regolamento (UE) 2024/1328, **che modifica l'allegato XVII del regolamento (CE) n.1907/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio concernente la registrazione, la valutazione, l'autorizzazione e la restrizione delle sostanze chimiche (REACH) per quanto riguarda l'ottametilciclotetrasilossano («D4»), il decametilciclopentasilossano («D5») e il dodecametilcicloesasilossano («D6»).**

Per quanto riguarda il ciclopentasilossano, per esempio, fino a poco tempo fa entrava - per quanto in percentuali minime - in molti prodotti con e senza risciacquo, per le sue proprietà texturizzanti, emollienti e lubrificanti che lo rendevano appetibile per le aziende cosmetiche.

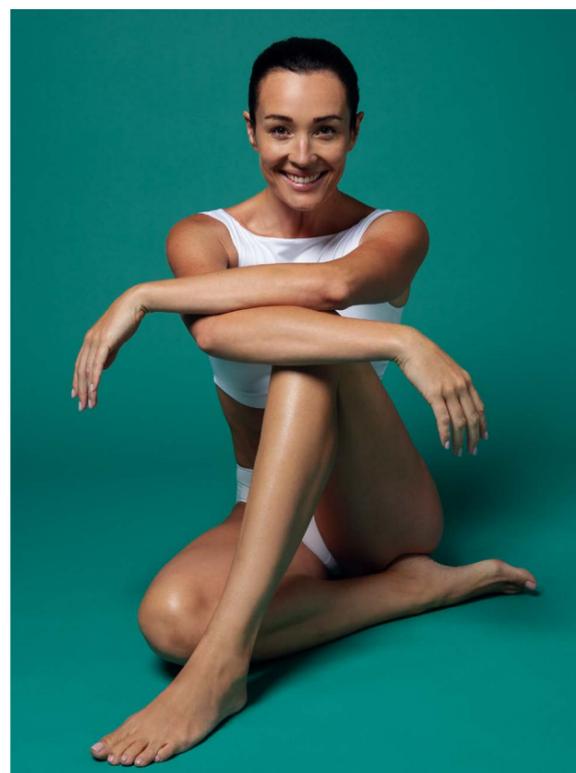
Il laboratorio R&D ha iniziato ormai qualche anno fa ad eliminare o sostituire il D5/D6 (il D4 era già stato abbandonato da anni), seguendo le indicazioni dell'Agenzia europea per le sostanze chimiche, confluite poi nel regolamento (UE) 2024/1328. Questa attività si è intensificata nel 2024, in anticipo rispetto al ter-

mine del periodo di differimento, previsto per giugno 2026 per le sostanze in quanto tali o come componenti di miscele e per giugno 2027 limitatamente ai prodotti finiti.

## Dispositivi medici - Regolamento (UE) 2017/745

Al 26 maggio 2024 sarebbe dovuto concludersi il periodo transitorio previsto dal Regolamento (UE) 2017/745 durante il quale determinati dispositivi medici, continuando a essere conformi alla Direttiva 93/42/CEE (MDD), potevano essere legittimamente immessi sul mercato o messi in servizio.

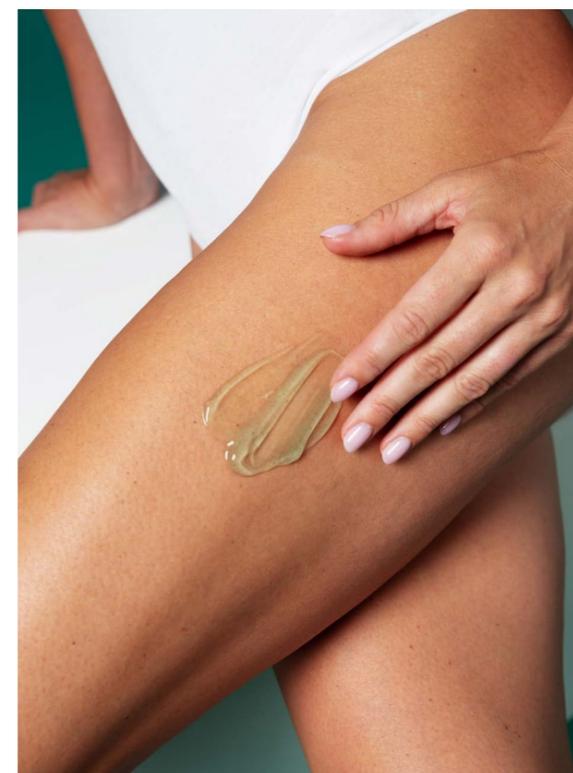
Tuttavia, a causa di problematiche legate al numero degli organismi notificati - non ancora sufficiente a garantire la tempestiva valutazione della conformità della grande quantità di dispositivi in commercio - e alla complessità delle nuove prescrizioni, molti dispositivi non sarebbero stati certificati in conformità di tale



Regolamento prima della fine del periodo di transizione, con il conseguente rischio di carenze di dispositivi medici nell'Unione.

Pertanto, il Regolamento (UE) 2017/745 è stato modificato dal Regolamento (UE) 2023/607 che ha prorogato la validità dei certificati rilasciati ai sensi della Direttiva MDD, fino al 31 dicembre 2027 o al 31 dicembre 2028 a seconda della classe di rischio del dispositivo, a condizione che, entro il 26 maggio 2024, il fabbricante avesse presentato domanda formale a un Organismo notificato, e che entro il 26 settembre 2024 fosse stato sottoscritto un accordo scritto tra le parti.

L'azienda ha investito finora un **impegno significativo nel complesso processo di transizione dalla Direttiva (MDD) al Regolamento (MDR)**, attività tuttora in corso alla data di chiusura del presente documento. A tal fine, già nel novembre 2023 è stata istituita una nuova area Regolatoria dedicata ai Dispositivi medici, con l'inserimento di una risorsa specializzata.



In conformità al Regolamento (UE) 2023/607, ICIM ha scelto di poter usufruire del periodo di estensione per una parte dei propri dispositivi medici:

- tre emulsioni corpo a base di urea con diversa concentrazione della **linea Proxera Psomed** per il trattamento della psoriasi;
- **Triderm Lenil +**, indicato per il trattamento sintomatico di dermatiti atopiche;
- **Gynexelle Hyalo-Duo**, gel vaginale formulato per la secchezza vaginale;
- **Defence My Body Trattamento Cellulite**, crema-gel drenante riducente.

Sulla base della classe di rischio di tali dispositivi, la validità dei certificati MDD è stata estesa fino al 31/12/2028, assunto che l'azienda continui a rispettare tutte le condizioni applicabili, in attesa dell'ottenimento del certificato CE secondo Regolamento MDR.

Per i restanti dispositivi medici (Proxera Psomed 3 shampoo urea 3%; Triderm Lenil Ag; Defence Body Trattamento cellulite gel osmotico dermodrenante) si è deciso di non usufruire della proroga. Pertanto, essi sono stati immessi sul mercato come dispositivi medici solo fino al 26 maggio 2024. I primi due sono successivamente stati normati come cosmetici.

A conferma del valore strategico attribuito ai dispositivi medici, nel novembre 2024 BioNike ha ottenuto la **certificazione UNI EN ISO 13485**, specifica per questo ambito produttivo. Sebbene operassimo già in conformità con i requisiti della norma, il passaggio dalla conformità informale a una certificazione ufficiale ha rappresentato un traguardo importante. Il percorso per l'ottenimento della certificazione ha richiesto un **impegno significativo**, motivato dalla volontà di rafforzare la nostra presenza in un settore nel quale, nel tempo, abbiamo costruito competenze solide. Al tempo stesso ci ha permesso di strutturarci per affrontare in modo efficace i **controlli e gli obblighi introdotti dal Regolamento (UE) 2017/745 (MDR)**.

## Collaborazioni scientifiche: da sempre uno dei nostri punti di forza

Da sempre investiamo le nostre risorse nella ricerca per farne il nostro più grande punto di forza.

Negli anni 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.

- Nel 2024, in occasione del rilancio della linea Defence My Body, abbiamo attivato il progetto divulgativo **#MY BODY** grazie al supporto scientifico **SIME Società Italiana di Medicina Estetica** con l'obiettivo di educare correttamente su come prevenire e trattare le problematiche estetiche e migliorare il proprio benessere. Il progetto, che prevede la realizzazione di 5 contributi video con la Dott.ssa Giuliana Giudice, Medico Estetico & Ginecologa, sarà attivo a partire dal 2025, anno di redazione e pubblicazione del presente documento.
- Su **Defence My Body** Trattamento Cellulite è stato condotto uno studio clinico post-marketing di tipo interventistico, sponsorizzato da ICIM International in collaborazione con l'IRCCS Ospedale San Raffaele di Milano per valutare e confermare l'efficacia e la tollerabilità del dispositivo medico, nonché per soddisfare i requisiti richiesti dal Regolamento (UE) 2017/745 (MDR). Lo studio è stato effettuato su 56 donne, di età compresa tra i 18 e i 55 anni.
- Su **Gynexelle Hyalo-Duo**, gel vaginale, è stato condotto uno studio post-marketing di tipo osservazionale, in collaborazione con una Dottoressa, Specialista in Ginecologia e Ostetricia, con l'obiettivo di valutare e confermare l'efficacia e la tollerabilità del dispositivo medico, nonché di soddisfare i requisiti previsti dal Regolamento (UE) 2017/745 (MDR). Lo studio ha coinvolto un campione di 60 donne, di età compresa tra i 18 e i 65 anni.

Rispetto ai cosmetici, gli **studi clinici sui dispositivi medici** sono regolamentati da procedure più complesse e stringenti, che prevedono, tra l'altro, la valutazione e l'approvazione preventiva da parte di un **Comitato etico** competente, la stipula di una **polizza assicurativa** a tutela dei soggetti e la predisposizione di un'ampia documentazione tecnico-amministrativa a supporto dello studio.

I due studi sopra citati sono stati supervisionati dal nostro team Regolatorio – Dispositivi Medici. I risultati, estremamente positivi, sono stati analizzati e sono attualmente in fase di pubblicazione su due riviste scientifiche, specializzate nella tipologia dei dispositivi oggetto della ricerca.

Il rapporto con i clinici non si limita all'attestazione dell'efficacia dei nostri prodotti, ma inizia ben prima già nello sviluppo e razionalizzazione dei cosmetici, molti dei quali nati in risposta a problematiche dermatologiche. Collaboriamo, infatti, con professionisti che sono leader nel campo dell'allergologia dermato-



logica, del trattamento delle cicatrici e dell'acne, della psoriasi. Effettuiamo sperimentazioni cliniche per testare l'efficacia dei nostri prodotti, ma prima ancora coinvolgiamo i clinici, nello sviluppo e razionalizzazione del cosmetico.

- Anche nel 2024 è proseguito lo studio per l'innovazione nella linea **Cosmeceutical**, lanciata nel 2023. Sono attualmente in fase di studio due nuovi prodotti, formulati con un **ingrediente funzionale inedito per il mercato italiano e con sistemi veicolanti di nuova generazione**, in grado di favorire la penetrazione degli attivi negli strati più profondi dell'epidermide.

Infine, sebbene la descrizione delle relative attività sia rimandata ad altre sezioni del presente bilancio, non si può non menzionare lo straordinario lavoro del nostro centro di Ricerca&Sviluppo per il costante lavoro di miglioramento degli **standard di qualità**, nonché del miglioramento del profilo di eco-compatibilità delle nostre formulazioni.

Negli ultimi anni abbiamo investito con determinazione nello sviluppo di formule sempre più eco-compatibili, con l'obiettivo di unire **efficacia e attenzione all'ambiente**, senza compromessi.

**Determinazione e impegno** sono elementi essenziali della nostra crescita. Ci permettono di consolidare la nostra **leadership nel settore**, offrendo ai clienti **prodotti di alta qualità**, supportati da **solide evidenze scientifiche**.



## L'innovazione guida la crescita del brand, che nel 2025 punta su un piano lanci ricco e articolato.



### MAKE-UP:

focus strategico sul viso, con nuove referenze, concept rinnovati, formule aggiornate e packaging rivisitati.



### SKIN CARE:

espansione della linea Defence My Age.



### COSMECEUTICAL:

ampliamento dell'offerta con tecnologie trasversali e altamente innovative.



### BODY CARE:

valorizzazione della nuova linea Defence My Body grazie al supporto scientifico SIME (Società Italiana di Medicina Estetica).



### FOTOPROTEZIONE:

evoluzione in chiave eco-compatibile con nuove formule testate eco-compatibili e biodegradabili in acqua di mare e packaging con materiale riciclato e riciclabile.

# LA GESTIONE DELLA QUALITÀ

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



La qualità dei nostri prodotti si fonda su un **Sistema di Gestione della Qualità integrato, conforme alle norme UNI EN ISO 9001:2015 e UNI CEI EN ISO 13485:2021**, sull'applicazione costante delle **Good Manufacturing Practices - GMP (UNI EN ISO 22716:2008)** in ambito cosmetico e sull'adozione dei requisiti regolamentari previsti per i dispositivi medici.

Il nostro **Manuale della Qualità** descrive in dettaglio come aderiamo agli standard della ISO 9001:2015 e della ISO 13485:2021 e rispondiamo puntualmente ai requisiti normativi del settore. Ci impegniamo affinché tutto il personale sia **costantemente formato e sensibilizzato** sui principi GMP e sulle procedure del Sistema di Gestione per la Qualità.

La **soddisfazione del cliente** è per noi un pilastro fondamentale: monitorarla ci permette di coltivare relazioni solide, mantenerle nel tempo e rafforzare la fiducia nei nostri confronti. La **gestione delle non conformità** e la **garanzia di qualità** che offriamo sono aspetti centrali del nostro approccio.

Tutti i **dati relativi ai reclami** vengono accuratamente tracciati tramite un sistema di call tracking, classificati per tipologia e sottoposti a **riesame annuale da parte della Direzione**. Le analisi si basano su indicatori quali:

- incidenza sul numero di ordini
- tempo medio di risoluzione
- tipologia di reclamo

Queste attività ci consentono di garantire un **miglioramento continuo** dei nostri prodotti e servizi.

10. Le categorie di prodotti sono asservibili a cosmetici, integratori e dispositivi medici.

11. 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.



100%

categorie di prodotti valutati per gli impatti sulla salute e la sicurezza<sup>10</sup>

100%

categorie di prodotti valutati periodicamente in base alla compliance alle policy interne<sup>11</sup>

zero

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

# IL NOSTRO IMPEGNO PER LE PERSONE



## KEY HIGHLIGHTS



**+7%**

dell'organico  
rispetto al 2023



**1.009**

ore di formazione  
erogate

**15%**

dipendenti con età  
inferiore ai 30 anni

**7,6**

ore medie di formazione  
per dipendente

**69%**

delle figure apicali (quadro) è  
rappresentato da donne

**119k €**

valore economico  
destinato alla comunità

**76%**

dei dipendenti è  
rappresentato da donne

**98%**

dei dipendenti inquadrati  
con un contratto a tempo  
indeterminato

# SOCIAL

| Pillar  | Target  | Anno target | Progressi 2024   | SDGs   |   |
|---|---|-------------|--|--|---|
| <b>EMPATHY</b><br><i>Promuovere l'equilibrio vita-lavoro e il welfare aziendale</i> | <b>POTENZIAMENTO DELLA COMUNICAZIONE CORPORATE INTERNA ED ESTERNA</b><br>Per la creazione di un clima positivo basato sul coinvolgimento dei dipendenti                                     | 2024        | <b>96%</b> dipendenti con contratto full-time<br><b>98%</b> dipendenti con contratto a tempo indeterminato<br><b>100%</b> dei dipendenti è assunto tramite un accordo di contrattazione collettiva | Specifico <b>piano welfare</b> e portale aziendale dedicato ai dipendenti<br>Avvio del progetto <b>"La Casa degli Orti"</b> per benessere e inclusione                               |      |
| <b>EQUALITY</b><br><i>Promuovere percorsi di crescita equi</i>                      | <b>CREAZIONE DI UN SISTEMA DI GESTIONE DELLA PARITÀ DI GENERE</b><br>Per rafforzare un ambiente lavorativo inclusivo e rispettoso   | 2025        | <b>76%</b> dei dipendenti è rappresentato da donne<br><b>94%</b> rapporto medio della retribuzione donna-uomo  | <b>69%</b> delle figure apicali (quadro) è rappresentato da donne  |      |
| <b>GROWTH</b><br><i>Rafforzare il potenziale, valorizzare il capitale umano</i>     | <b>EROGAZIONE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE ESG AI DIPENDENTI</b><br>Per promuovere un senso di consapevolezza e responsabilità sull'impatto socio-ambientale delle attività                       | 2024 - 2026 | <b>18</b> assunzioni<br><b>1.009</b> ore di formazione erogate   | <b>7,6</b> ore medie di formazione per dipendente  |       |
| <b>MOTIVATION</b><br><i>Attrarre e trattenere talenti</i>                           | <b>SODALIS AMBASSADORS</b><br>Creare una squadra di talenti in grado di diffondere i valori del Gruppo e comunicare il loro senso di appartenenza, contribuendo a rafforzare la Sodalis Way | 2024 - 2026 | Rafforzamento del processo di onboarding e miglioramento delle competenze  | Donazioni a <b>Università di Perugia, Fondazione Ca' Granda, FotoFinder Italia</b><br>Presenza attiva alla <b>Milano Beauty Week</b><br><b>Avvio del Sodalis Ambassadors Program</b> |     |

# VALORE UMANO, CRESCITA CONDIVISA

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: con il loro contributo attivo supportano lo sviluppo dell'azienda e ne alimentano il percorso di evoluzione.

Alla fine del 2024, ICIM International conta **133 dipendenti**<sup>12</sup>, registrando un incremento del **7% rispetto al 2023**. Il **98% del personale è assunto con contratto a tempo indeterminato**, a conferma della volontà di investire in relazioni professionali solide e continuative.

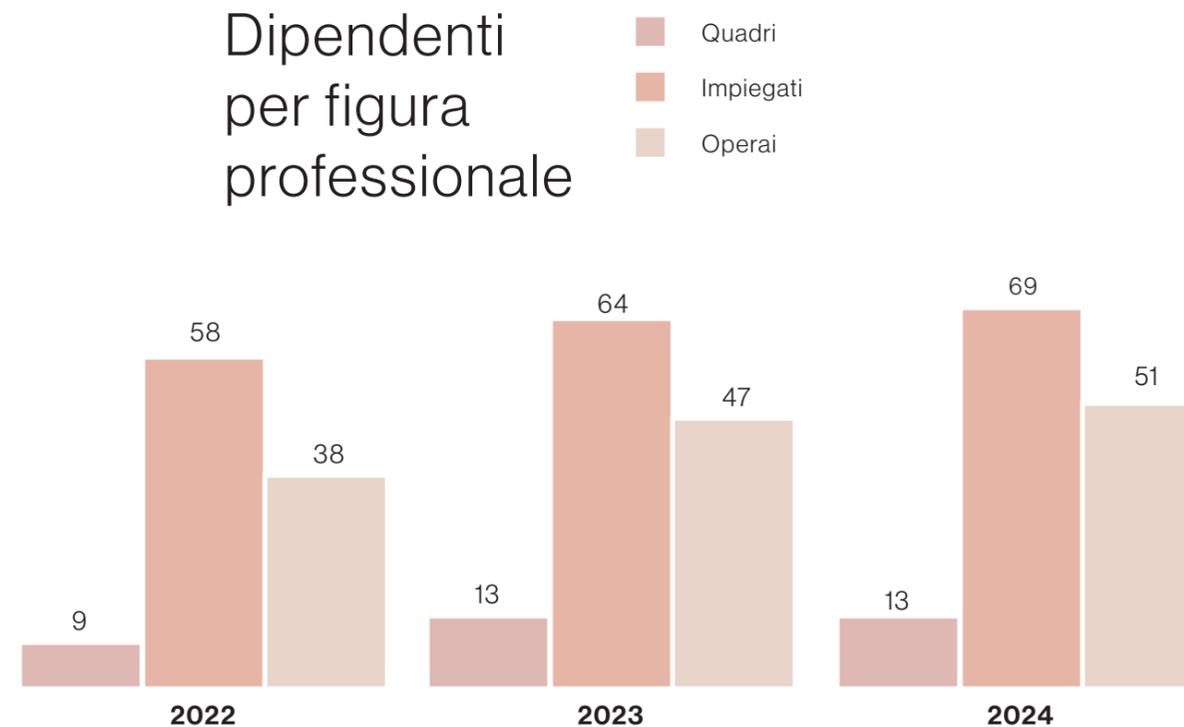
La **diversificazione delle competenze** rappresenta un elemento chiave per lo sviluppo dell'organizzazione e per affrontare con efficacia le sfide del settore. Il nostro staff tecnico-scientifico è composto da **laureati in discipline scientifiche, tecnici di laboratorio e consulenti esterni** con competenze che spaziano in più ambiti specialistici.

<sup>12</sup> 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.

Oltre al personale assunto direttamente, collaboriamo stabilmente con un'ampia rete di figure specializzate, tra cui:

- **liberi professionisti**, che rappresentano il **79,4%** delle collaborazioni esterne (in particolare agenti operanti con mandato per conto della Società ICIM);
- **lavoratori somministrati**, pari al **19,1%**, impiegati principalmente nei reparti di confezionamento e produzione presso il sito di Lainate;
- **tirocinanti**, che costituiscono l'**1,5%**, coinvolti in attività formative a supporto delle aree operative.

## Dipendenti per figura professionale



# DIVERSITÀ E INCLUSIONE

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

Crediamo che la **diversità** sia una ricchezza e che l'**inclusione** sia una leva fondamentale per lo sviluppo umano e aziendale. Promuovere un ambiente di lavoro in cui tutte le persone si sentano rispettate e valorizzate significa, per noi, costruire le basi di un'organizzazione capace di evolvere, innovare e generare valore autentico.

Siamo un'azienda che mette le persone al centro. Per questo lavoriamo ogni giorno per garantire pari opportunità di crescita e sviluppo professionale, indipendentemente da origine, genere, orientamento sessuale, abilità o background.

**Le donne ricoprono un ruolo significativo**, sia a livello operativo che strategico-decisionale: rappresentano **il 76% del nostro organico** e **il 69% delle figure inquadrare come quadri**.

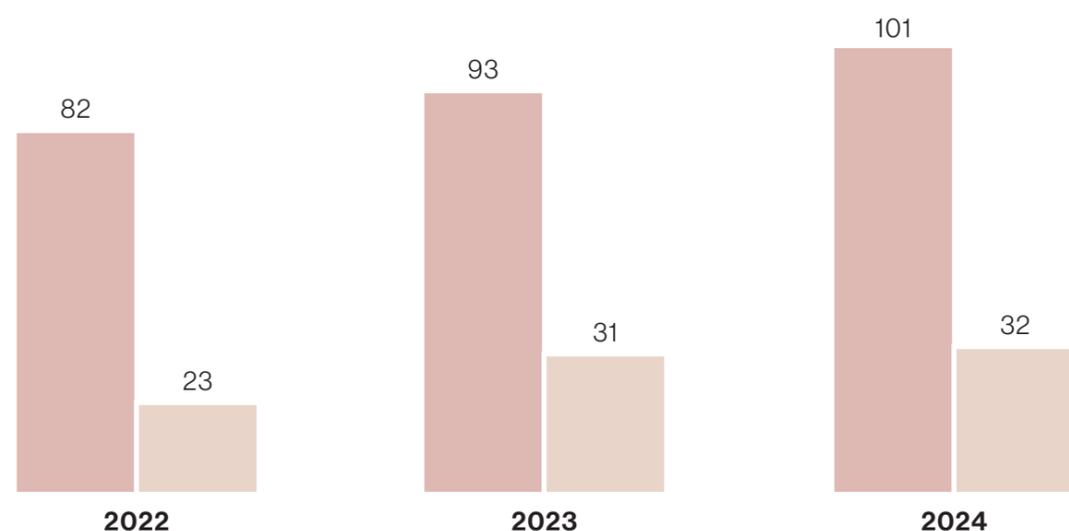
Sosteniamo il diritto a una carriera professionale stimolante senza dover rinunciare a una vita personale, familiare e affettiva appagante. Nel **2024, dieci persone** hanno usufruito del **congedo parentale** (di cui **nove donne e un uomo**). Al termine del periodo, sette sono rientrate e risultano in organico al 31 dicembre 2024, mentre tre donne risultano ancora in congedo alla data di redazione del presente Report.

Nel corso del 2024 abbiamo registrato una **crescita del personale** con una prevalenza femminile: il **61%** delle nuove risorse è rappresentato da donne.



## Dipendenti per genere

Donna  
Uomo



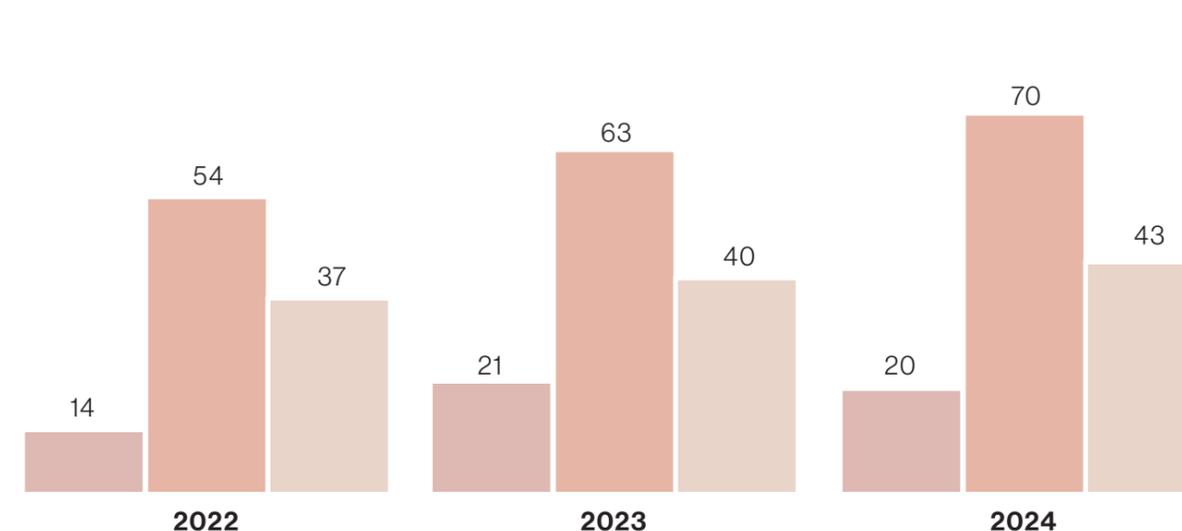
Il **principio di Gender Pay Equality** è parte integrante della nostra cultura: ci impegniamo a garantire **uguale retribuzione** per donne e uomini in posizioni equivalenti. Il rapporto complessivo di retribuzione uomo-donna<sup>13</sup> si attesta intorno al **94%**.

**Crediamo nei giovani talenti** e nelle loro potenzialità: il **15%** delle persone in azienda ha **meno di 30 anni**, a testimonianza dell'attenzione verso le nuove generazioni, a cui offriamo percorsi formativi e reali opportunità professionali.

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.

## Dipendenti per fascia d'età

<30 anni  
30-50 anni  
>50 anni



Nel rispetto della **Legge 68/99** e della nostra visione inclusiva, copriamo la quota di personale appartenente alle **categorie protette**, garantendo servizi di supporto, assistenza e strumenti tecnici adeguati per lo svolgimento delle attività. Nel **2024** risultano presenti in organico **tre dipendenti** (inquadriati come operai e impiegati<sup>14</sup>), in continuità con il dato del 2023 (quattro dipendenti).

Per rafforzare ulteriormente il nostro impegno, abbiamo inserito tra gli **obiettivi di Gruppo per il 2025** l'implementazione di un **Sistema di Gestione della Parità di Genere** secondo lo schema di **certificazione UNI/PdR 125:2022**. L'obiettivo è quello di ottenere la certificazione, comunicando in modo trasparente e tangibile l'attenzione che dedichiamo alla gestione equa e inclusiva delle nostre persone.

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.

# COLTIVIAMO IL TALENTO, INVESTIAMO NEL FUTURO DELLE NOSTRE PERSONE

**Le nostre persone sono il motore del cambiamento e del successo.**

Ciascuna, con le proprie competenze, esperienze e abilità, contribuisce ogni giorno alla nascita di nuove idee e progetti. Per questo investiamo nella loro **crescita personale e professionale**, offrendo percorsi formativi che rispondano a esigenze specifiche e valorizzino il potenziale di ognuno.

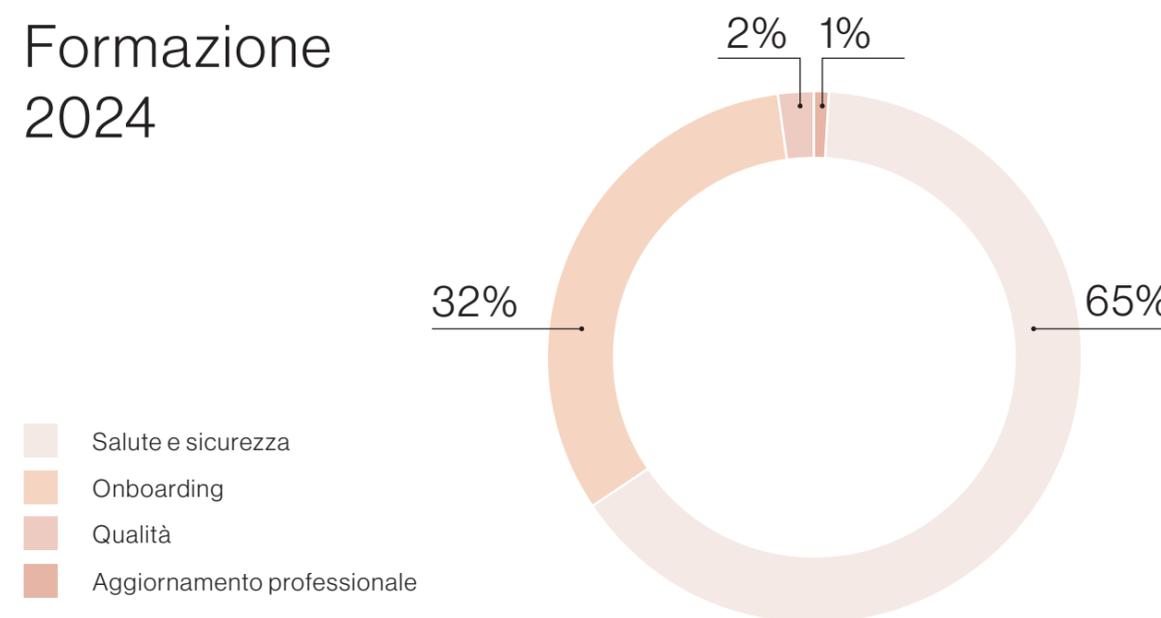
Dedichiamo loro sia percorsi di formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza ai sensi del D. Lgs. 81/08<sup>15</sup>, sia di formazione in grado di rafforzare le hard skills e le soft skills.

Nel 2024 abbiamo erogato complessivamente **1.009 ore di formazione**, articolate in aree chiave che spaziano dalla salute e sicurezza, alle competenze tecniche e digitali, fino allo sviluppo delle soft skills. Rispetto al Piano di Formazione Generale 2024, che raccoglieva le esigenze formative espresse dalle diverse funzioni aziendali, durante l'anno sono state erogate meno ore formative rispetto a quelle preventivate. Tuttavia, va sottolineato un importante incremento della formazione dedicata al personale neoassunto o coinvolto in cambi di mansione, con **120 ore in più rispetto al previsto**. Ancora più significativo

è stato lo sforzo sul fronte della **formazione obbligatoria sulla sicurezza di base**, che ha registrato ben **444 ore aggiuntive** rispetto al piano, a conferma del nostro impegno nella tutela della salute e sicurezza sul lavoro.

In ambito **salute e sicurezza sul lavoro**, sono stati organizzati corsi obbligatori previsti, sia di carattere generale che specifico, per mantenere il personale costantemente aggiornato. Nell'area **qualità e compliance**, il focus si è concentrato sulla formazione relativa al **Sistema di Gestione della Qualità** e sulle principali **normative in ambito cosmetico e medicale**.

## Formazione 2024



Abbiamo inoltre rafforzato i processi interni con:

- l'introduzione di un **programma strutturato di onboarding** per i nuovi ingressi;
- corsi di **formazione tecnica specialistica** per lo svolgimento delle attività professionali;
- sessioni dedicate all'utilizzo del **portale intranet aziendale**, per facilitare l'accesso agli strumenti digitali e ottimizzare i processi di lavoro.



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.

# WELFARE E WELLBEING

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

L'attenzione alla **qualità della vita**, al **benessere delle persone**, alle **pari opportunità** e alla **formazione** rappresenta un pilastro fondamentale per BioNike, dove le persone occupano un ruolo centrale. Offriamo ai dipendenti **programmi di welfare** e promuoviamo attivamente l'**equilibrio tra vita lavorativa e personale**, anche attraverso la possibilità di **contratti part-time**, che al 31 dicembre 2024 rappresentano il **4% del totale**.

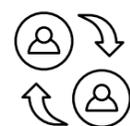
Il nostro sistema di welfare prevede due principali meccanismi contrattuali: l'assistenza sanitaria, garantita tramite adesione ai fondi **Faschim** e **FASI**, e un sistema assicurativo integrativo che si avvale dei fondi **Fonchim** e **Previdai**. Alle figure dirigenziali offriamo inoltre un'assicurazione sanitaria integrativa, un check-up annuale gratuito e coperture assicurative sulla vita.

Completano l'offerta una serie di benefit accessibili a tutti i dipendenti: **ticket restaurant**, **accesso a un portale di scontistica aziendale**, **possibilità di usufruire dello smart working** in base alla mansione svolta, e un premio produzione erogato al raggiungimento di determinati obiettivi aziendali. Per le figure apicali è previsto anche un sistema di **MBO** (Management By Objectives), basato su obiettivi sia qualitativi che quantitativi.

Nel corso dell'anno abbiamo promosso diverse attività di team building, finalizzate a rafforzare i legami interni, migliorare la comunicazione tra i team e incentivare lo spirito di collaborazione.

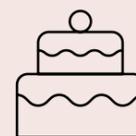
In BioNike cerchiamo di prestare attenzione nei confronti del benessere mentale e fisico dei nostri dipendenti così da ridurre il turnover e consolidare la nostra posizione nel settore della dermocosmesi. Un solido **employer branding** attira talenti di qualità e contribuisce a costruire una reputazione positiva nel mercato del lavoro.

Grazie al rafforzamento del nostro impegno, nel 2024 abbiamo registrato l'ingresso di **18 nuovi collaboratori** a fronte di 11 uscite, con un turnover complessivo del **+6%**.



**+6%**

turnover complessivo



Il 15 maggio BioNike ha festeggiato il **64° compleanno** in una splendida cornice insieme a tutto il team. Accompagnati dall'incantevole melodia dell'arpa abbiamo celebrato l'ennesimo traguardo, risultato della costante ricerca e della continua innovazione per il bene della pelle sensibile. Un **momento di gioia condivisa con tutto il team** che lavora a questo bellissimo progetto e un'occasione per essere grati a tutti coloro che fanno parte del successo del marchio.



## Salute e sicurezza dei lavoratori

Il benessere e la sicurezza delle nostre persone sono una priorità. Per questo promuoviamo una cultura condivisa fatta di valori, buone pratiche e comportamenti responsabili, creando un contesto di lavoro **adeguato e attento alla prevenzione**, supportando ogni reparto con formazione e addestramento mirati per una gestione consapevole e proattiva dei rischi.

Nel corso del 2024 abbiamo rafforzato il nostro presidio su questi temi con due importanti novità:

- l'introduzione di un nuovo **Centro Medico** che ha garantito **tempi più rapidi per il rilascio dei certificati** e una maggiore **efficienza nelle visite periodiche e nelle ispezioni sui luoghi di lavoro**;
- la **nomina di un nuovo RSPP esterno**, con l'obiettivo di presidiare in modo ancora più strutturato e costante le tematiche legate alla sicurezza.



951

ore di formazione totali su SSL



69

risorse coinvolte in attività formative

La nostra **Politica per la Sicurezza**, in linea con gli articoli 28 e 30 del D. Lgs. 81/08, definisce i principi guida del nostro operato. Attraverso la redazione e l'aggiornamento del **Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)**, effettuiamo una mappatura accurata sia dei rischi generici legati alle attività quotidiane (stress, affaticamento, rischi ergonomici), sia dei **rischi specifici**, come:

- l'esposizione a **sostanze chimiche** (tossiche, irritanti o allergeniche) durante le fasi di produzione e confezionamento;
- i rischi connessi all'utilizzo di **macchinari e apparecchiature**.

Nel 2024 si è registrato **un infortunio** sul lavoro che ha coinvolto una dipendente addetta al confezionamento, con un **tasso di infortunio pari a 19,27** rispetto alle ore lavorate. Nel biennio 2023-2024 **non sono stati rilevati casi di malattie professionali**.

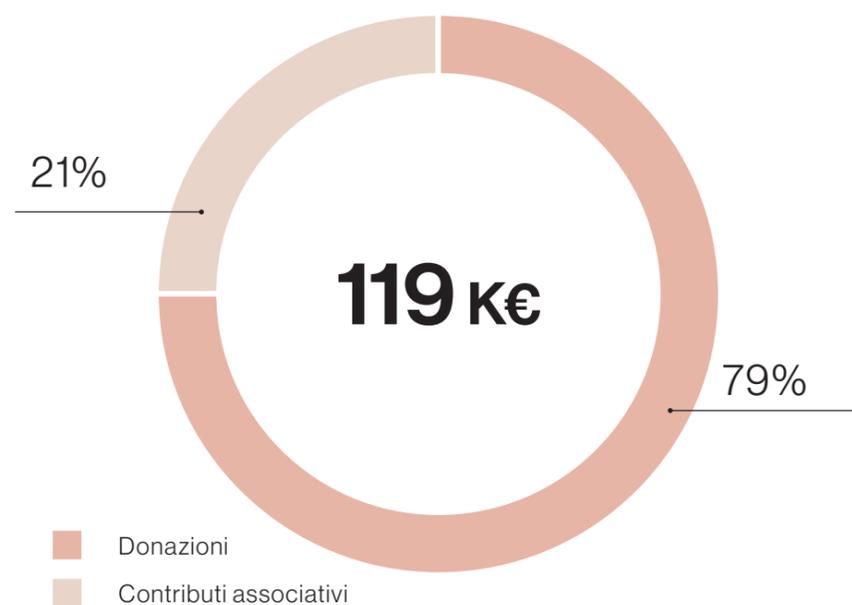


# RESPONSABILITÀ SOCIALE: L'IMPEGNO PER LA COMUNITÀ E IL TERRITORIO

GRI 2-28 | GRI 201-1

Nel corso del 2024, BioNike ha continuato a sostenere iniziative a favore della comunità e delle persone in situazioni di fragilità, rafforzando il proprio impegno verso una cultura del benessere inclusivo.

Distribuzione del valore alla comunità - %



Report di Sostenibilità 2024





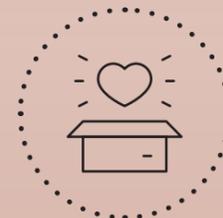
In collaborazione con la **Cooperativa Sociale Il Grappolo**, BioNike ha avviato un progetto di **agricoltura solidale** presso La Casa degli Orti a Lainate, lungo il canale Villoresi. La Casa degli Orti è uno spazio comunale situato sulle rive del Canale Villoresi, a pochi passi dal centro di Lainate, affidato in gestione al **Grappolo Società Cooperativa Sociale**, che si impegna in attività utili all'inserimento lavorativo di persone svantaggiate.

L'iniziativa prevede la cura e la manutenzione dell'orto, affidato in concessione a ICIM, da parte di **una persona con disabilità della cooperativa il Grappolo**. L'Orto BioNike sarà anche uno spazio di condivisione di valore per i dipendenti, i quali potranno partecipare a diverse iniziative, tra cui la semina, la piantumazione e la raccolta di prodotti stagionali.

Inoltre, all'interno dell'area è presente anche una baita in legno, che potrà essere utilizzata per ospitare incontri, attività di sensibilizzazione e iniziative legate al brand. A partire dal 2025 verranno infatti organizzati dei corsi di yoga a prezzi agevolati per i dipendenti ICIM.



Prosegue il sostegno alla **Fondazione Libellule Insieme** nella lotta contro le malattie oncologiche: il ricavato dalla vendita dei prodotti donati da BioNike viene utilizzato dall'associazione per la ricerca e per organizzare giornate di screening gratuiti.



Inoltre, abbiamo partecipato alla **raccolta di donazioni promossa da Es-selunga a favore del Banco Alimentare**, contribuendo a offrire un aiuto concreto a chi si trova in condizioni di difficoltà.



Siamo al **fianco di chi opera ogni giorno per supportare le vittime di violenza**.

In particolare:

Abbiamo donato prodotti **Skinergy** alle donne ospiti dei centri antiviolenza gestiti da **Differenza Donna APS**. In BioNike crediamo che racchiuso in un piccolo gesto ci possa essere qualcosa di molto potente;

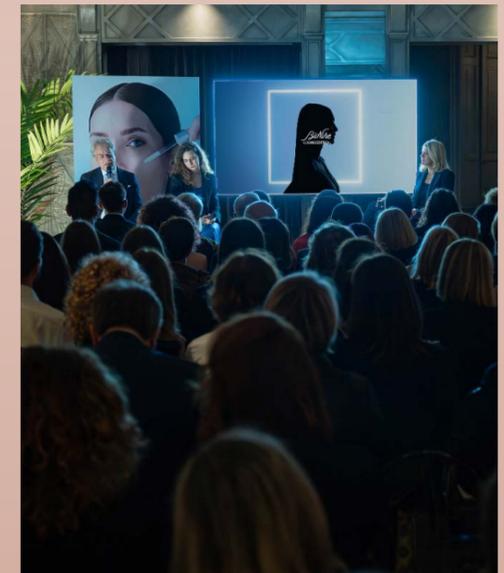
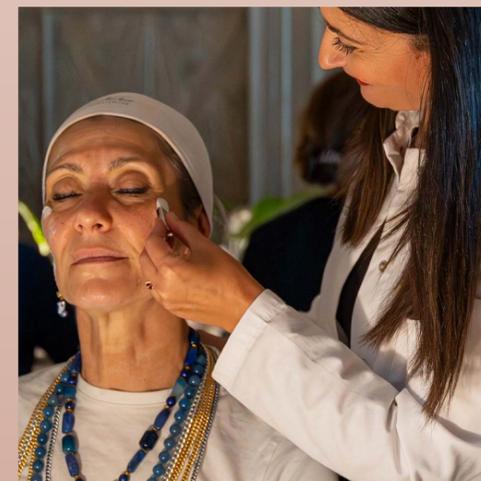
Sosteniamo **SOS Villaggi dei Bambini Onlus**, organizzazione che protegge oltre 2.600 tra bambini, ragazzi e famiglie in gravi situazioni di disagio, comprese le violenze domestiche;

Collaboriamo con la **Fondazione Mediolanum Onlus** nel progetto "La violenza non è un gioco", dedicato alla tutela dei minori.

Fortemente legati al nostro territorio, siamo felici di aver preso parte alla Milano Beauty Week (MBW). La settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere ci ha visti protagonisti con il **Beauty Cube in piazza Duomo**, un vero e proprio hub di bellezza che ha attratto tantissimi visitatori che si sono sottoposti al test della pelle e scoperto le **novità dell'universo Defence My Age**. Siamo stati inoltre **protagonisti presso le farmacie del network Co.Fa** con tante attivazioni speciali e ospiti d'eccezione.



Abbiamo inoltre presentato ad un pubblico di giornalisti e influencer il nuovo protocollo **Cosmeceutical Biorimodellante al Retinolo** con una beauty masterclass interattiva in una location d'eccezione, la sala del ristorante Cracco.



# IL NOSTRO CONTRIBUTO PER LA RICERCA

Sosteniamo la ricerca sulla Salute e le donne nel mondo della Scienza con il progetto “Women in Research”

## BioNike è Partner per la Ricerca di Fondazione IEO-MONZINO

Dal 2023 siamo Partner per la Ricerca della Fondazione IEO-MONZINO che, da oltre 30 anni, sostiene l'Istituto Europeo di Oncologia e il Centro Cardiologico Monzino, eccellenze italiane riconosciute a livello internazionale nel campo della ricerca scientifica e clinica. La collaborazione prevede l'impegno da parte di BioNike a **finanziare la borsa di studio di una ricercatrice dedicata alla Ricerca medica**. Nel corso dell'anno, la Dottorssa Marica Rosaria Ippolito, 32 anni, è stata selezionata come vincitrice della borsa di studio grazie alla sua ricerca innovativa nel campo dell'oncologia sperimentale.

Il suo progetto si concentra sullo studio dell'aneuploidia nel cancro, una condizione caratterizzata da un numero anomalo di cromosomi, che interessa oltre il 90% dei tumori solidi. L'obiettivo della sua ricerca è comprendere come queste alterazioni cromosomiche influenzino la fisiologia cellulare e possano portare allo sviluppo di nuove strategie terapeutiche.



La cerimonia di consegna dell'attestato si è svolta mercoledì 23 ottobre presso l'Aula Magna dell'Università Statale di Milano, dove la Dottorssa Ippolito ha ricevuto ufficialmente la borsa di studio.

Finanziando questa borsa di studio nell'ambito del programma Partner per la Ricerca della Fondazione IEO-MONZINO ETS, rafforziamo ulteriormente il nostro impegno a sostegno della ricerca scientifica e della valorizzazione del talento femminile.

Nel corso del 2025 incontreremo insieme alla Fondazione IEO-MONZINO ETS la borsista per discutere e condividere i risultati e i progressi raggiunti.

Nel corso dell'anno sono state inoltre effettuate **donazioni liberali** alla **Clinica Dermatologica dell'Università degli Studi di Perugia** e alla **SSD Dermatologia Pediatrica della Fondazione IRCCS Ca' Granda**, oltre alla **donazione di strumenti diagnostici a FotoFinder Italia**.



TUTELA  
DELL'AMBIENTE:  
LE NOSTRE AZIONI





# ENVIRONMENT

| Pillar   | Target   | Anno target | Progressi 2024   | SDGs   |
|--|--|-------------|--|--|
| <b>PLANNING</b><br><i>Contrastare il cambiamento climatico</i>                         | <b>GROUP CARBON MANAGEMENT</b><br>Costruzione dell'inventario di Scope 3 e studio delle emissioni di GHG per implementare potenziali interventi di miglioramento e fissare dei target di riduzione delle emissioni | 2025        | <b>Aggiornamento dello studio di Carbon Footprint</b><br><b>466,2 t CO<sub>2</sub> e</b><br>evitate grazie all'acquisto di Garanzie d'origine e impianto fotovoltaico              |     |
| <b>CARE</b><br><i>Valorizzare la risorsa idrica</i>                                    | <b>GROUP WATER FOOTPRINT</b><br><b>INTERVENTI DI RECUPERO DELL'ACQUA</b><br>Al fine di misurare il nostro impatto sul comparto idrico e intervenire per ottimizzare l'utilizzo di acqua                            | 2025        | <b>-3% consumo idrico unitario per pezzo prodotto</b><br>Sistema di <b>osmosi inversa</b> per il trattamento delle acque e <b>impianto di depurazione</b> per le acque di lavaggio |    |
| <b>RATIONALIZATION</b><br><i>Utilizzare le risorse energetiche in modo consapevole</i> | <b>GROUP ENERGY ANALYSIS</b><br><b>PROGETTO DI ESTENSIONE DEL PARCO FOTOVOLTAICO</b><br>Per individuare le aree di spreco e le potenziali opportunità di risparmio   | 2025        | <b>-15% consumo energetico complessivo</b><br><b>100% energia elettrica da fonti rinnovabili</b> grazie all'acquisto di Garanzie d'origine e impianto fotovoltaico                 |    |
| <b>RECYCLING</b><br><i>Gestire i rifiuti responsabilmente</i>                          | <b>LIFE CYCLE ASSESSMENT (LCA)</b><br>Per comprendere le performance ambientali dei nostri prodotti in forma oggettiva e tecnicamente argomentata e procedere con opportune valutazioni                            | 2024 - 2026 | <b>Avvio dello studio LCA sulla linea Defence Sun</b><br>Interventi sull'over-packaging per la linea Defence Sun   |   |
| <b>OPTIMIZATION</b><br><i>Analizzare e riprogettare il fine vita dei materiali</i>     |  |             | <b>Miglioramento del profilo di eco-compatibilità</b> dei prodotti grazie alle nostre scelte di formulazione e packaging   |  |

# LE NOSTRE FORMULAZIONI: LA RICERCA AL SERVIZIO DELL'AMBIENTE

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

Ci impegniamo ogni giorno per migliorare la compatibilità ambientale dei nostri prodotti lungo tutto il ciclo di vita.

Il nostro percorso di ottimizzazione delle performance a livello di **sostenibilità** ha come traguardo il **miglioramento della nostra impronta ambientale complessiva**.

I nostri laboratori di **Ricerca & Sviluppo** lavorano costantemente per migliorare il profilo di eco-compatibilità delle formulazioni. Tra le principali iniziative realizzate:

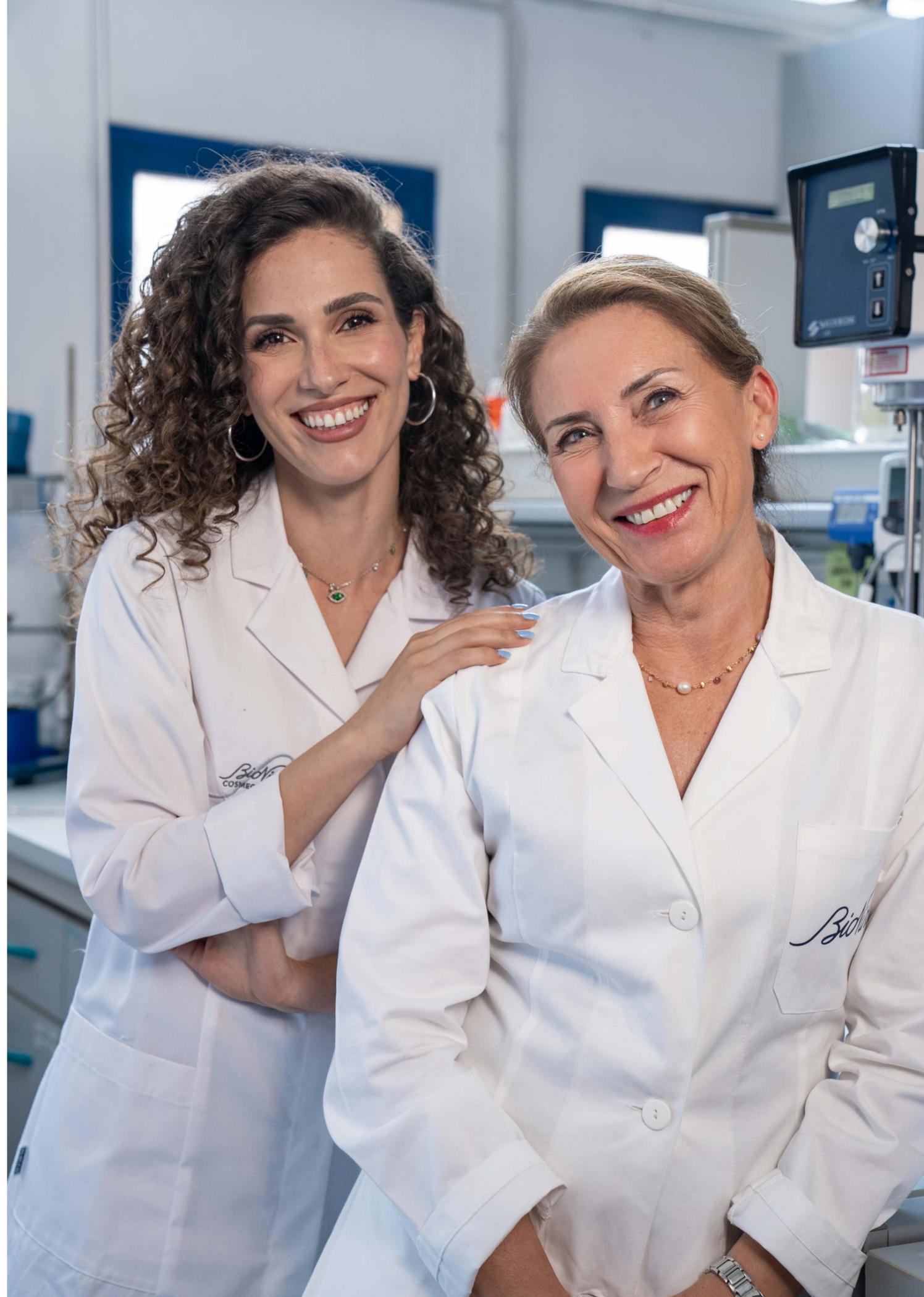


Eliminazione progressiva delle microplastiche dalle nostre formulazioni: ad oggi, **l'82%** dei prodotti BioNike **non contiene microplastiche**;



**Test di biodegradabilità** su alcune **formulazioni a risciacquo**, per valutarne la compatibilità con gli ecosistemi acquatici.

Report di Sostenibilità 2024

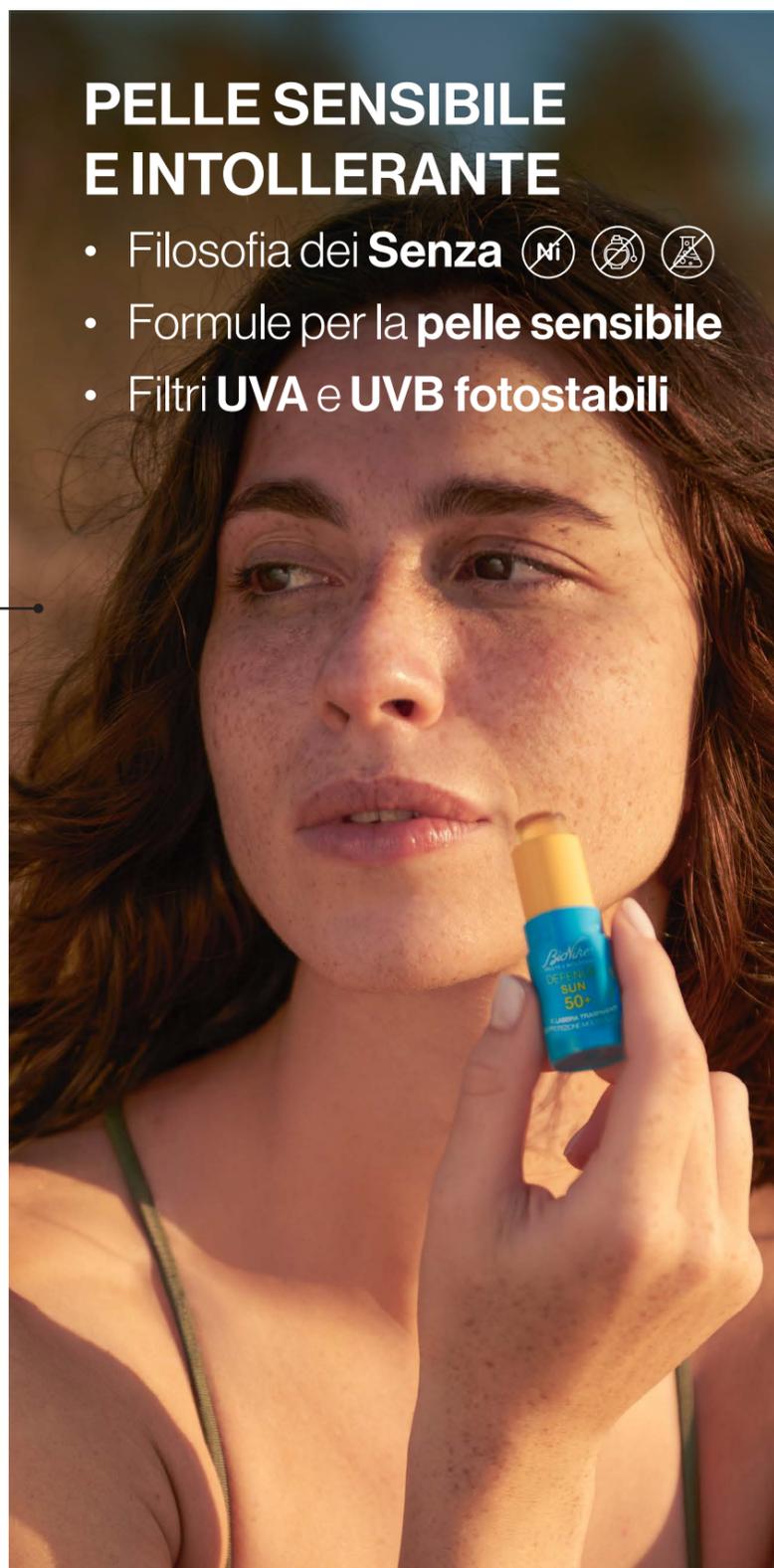


# Rilancio della linea DEFENCE SUN

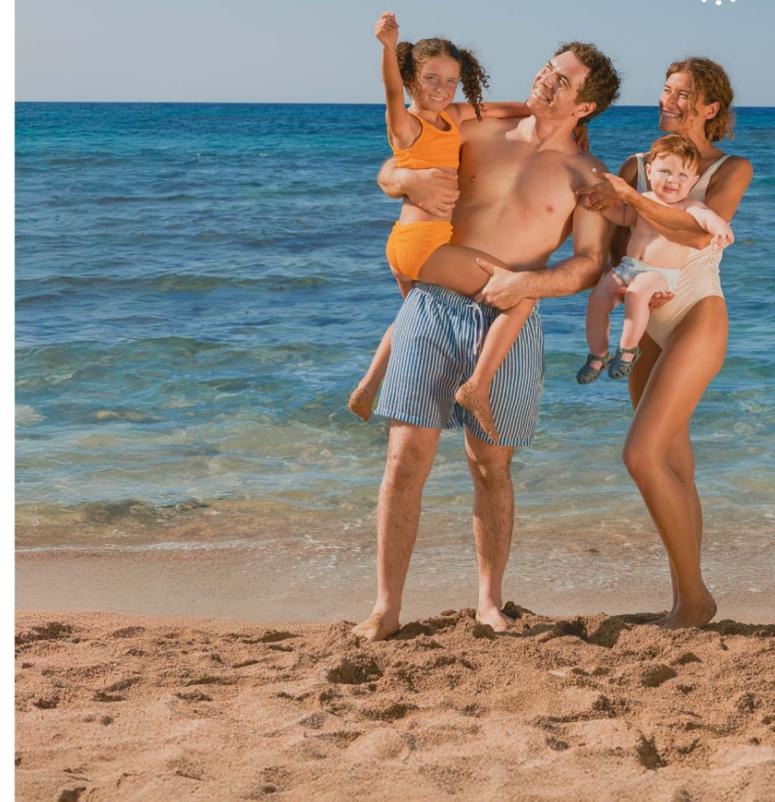
Il 2024 ha visto un importante lavoro di ricerca per il rilancio della linea Defence Sun.

## Fotoprotezione per la pelle sensibile

La formulazione è pensata per le pelli più sensibili, seguendo la nostra **Filosofia dei Senza**, ovvero senza conservanti, profumo, ed è Nickel tested (Regolamento n. 1223/2009, allegato V). Le formule sono **dermatologicamente testate** e contengono filtri UVA e UVB fotostabili (come DHHB, BEMT, EHT, Iscotrizinolo e PBBSA) accuratamente selezionati per assicurare una protezione efficace senza compromettere la delicatezza della pelle.



# Sistema filtrante esteso e complesso NBCS\* per FOTOPROTEZIONE su 4 DIMENSIONI



## Tecnologia

La tecnologia **PRO-REPAIR 4D** rappresenta un'evoluzione della fotoprotezione, agendo su quattro dimensioni: protegge dai raggi **UVA e UVB** (1D), mantiene l'**omeostasi cellulare** (2D), contrasta i **radicali liberi** generati da **UV e infrarossi** (3D) e favorisce la **riparazione del DNA** dei cheratinociti (4D). Questa protezione avanzata si basa su un **sistema filtrante esteso** con filtri UVA/UVB sicuri e autorizzati, combinato con il **complesso NBCS\***, che include ingredienti funzionali come **niacinamide, betaina di glicina, carnosina e sechium edule**, selezionati per la loro azione antiossidante, protettiva e riparatrice a livello cellulare<sup>23</sup>.

23. Italian patent pending

## Rispetto dell'ambiente

Le nostre formule sono:

- **senza OXYBENZONE e OCTOCRYLENE<sup>16</sup>**: 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;
- Con **SPF BOOSTER** di derivazione naturale che amplifica l'efficacia filtrante;
- **Ingrediente per la Water e Wear Resistant da fonti rinnovabili e biodegradabile. Complesso attivi 50% da Up-Cycling.**

**SENZA** Oxybenzone  
e octocrylene

**SENZA**  
Octinoxate

**SENZA**  
Filtri nano





Con  
**SPF  
BOOSTER**

**Ingrediente  
per la Water e  
Wear Resistant  
da fonti  
rinnovabili e  
biodegradabile**





16. Escluso stick solare

In linea con la nostra crescente attenzione verso la **tutela degli ecosistemi marini**, abbiamo sottoposto le referenze viso e corpo della linea un **rigoroso test ecotossicologico** per valutarne il potenziale impatto su quattro categorie rappresentative della biodiversità marina, ciascuna fondamentale per il funzionamento dell'ecosistema, ovvero:

- I **batteri marini**, rappresentati da *Vibrio fischeri*, una specie bioluminescente comunemente utilizzata nei test di tossicità grazie alla sua elevata sensibilità ai contaminanti<sup>17</sup>;
- Gli **echinodermi** sono rappresentati dal riccio di mare *Paracentrotus lividus*, utilizzato per valutare gli effetti del prodotto sulle prime fasi dello sviluppo embrionale, un indicatore importante di rischio ambientale cronico;
- Gli **organismi planctonici animali** include *Acartia tonsa*, un piccolo copepode che riveste un ruolo chiave nella catena alimentare marina e che permette di misurare l'impatto su specie zooplanctoniche;
- Infine, gli **organismi fotosintetici** sono rappresentati dalla microalga *Phaeodactylum tricornutum*, utilizzata nei test di inibizione della crescita per stimare eventuali effetti sui produttori primari marini.

Attraverso i principali standard e metodologie riconosciute (metodi EPA/600/R-95/136 Sezione 15, ISO 11348-3:2007, ISO 14669:99, ISO 10253:2016), sono state analizzate diverse concentrazioni del prodotto, simulate in condizioni controllate che riproducono un possibile scenario di dispersione in mare. I risultati hanno evidenziato che, i **prodotti non rappresentano un rischio per gli organismi testati né per l'equilibrio dell'ambiente marino.**

Inoltre, i nuovi solari sono stati sottoposti al **test OECD 306<sup>18</sup>** che valuta la biodegradabilità aerobica in **acqua di mare naturale**. Un ulteriore passo per verificare la qualità e la responsabilità delle nostre formulazioni anche in relazione alla loro permanenza in ambienti acquatici.



17. Il test, condotto da un laboratorio accreditato secondo la norma UNI EN ISO 11348-3, si è basato sulla misurazione dell'eventuale riduzione della luminescenza del batterio in presenza del prodotto: una diminuzione della luce emessa è indice di effetto tossico.

18. Test di biodegradabilità marina sviluppato dall'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OECD). Serve a valutare la degradazione aerobica (cioè con presenza di ossigeno) di una sostanza in acqua di mare naturale, nel tempo.



16

formulazioni testate compatibili con l'ecosistema marino



16

formulazioni testate per la biodegradabilità in acqua di mare

| Prodotti Defence Sun<br>Pro Repair 4D testati OECD 306 <sup>19 20</sup> | % di<br>biodegradabilità<br>in acqua marina |
|---|---|
| DEFENCE SUN SPRAY SPF50+  | 78,1%                                       |
| DEFENCE SUN FLUIDO VISO ANTI-LUCIDITÀ SPF30                             | 98,3%                                       |
| DEENCE SUN CREMA VISO FONDENTE SPF30                                    | 91,3%                                       |
| DEFENCE SUN FLUIDO VISO ANTI-LUCIDITÀ SPF50+                            | 77,2%                                       |
| DEFENCE SUN CREMA VISO MAT SPF 50+                                      | 98,4%                                       |
| DEFENCE SUN LATTE FLUIDO SPF50+   | 98,9%                                       |
| DEFENCE SUN LATTE SPRAY SPF50+  | 97,8%                                       |
| DEENCE SUN CREMA VISO FONDENTE 50+                                      | 87,4%                                       |
| DEFENCE SUN LATTE SPRAY SPF 30  | 91,1%                                       |
| DEFENCE SUN LATTE SPRAY SPF15   | 94%   |
| DEFENCE SUN LATTE FLUIDO SPF 15   | 96,7%                                       |
| DEFENCE SUN SPRAY SPF 30  | 95,1%                                       |
| DEFENCE SUN LATTE SPRAY SPF50+  | 97,8%                                       |
| BIONIKE DEFENCE SUN SPRAY BABY&KID SPF50+                               | 78,1%                                       |
| DEFENCE SUN LATTE FLUIDO BABY&KID SPF50+                                | 98,9%                                       |
| DEFENCE SUN LATTE FLUIDO SPF30  | 93%   |

19. Sono escluse le referenze Stick SPF50+, Spray (bombola) SPF50+, Spray (bombola) SPF 30, Baby&Kid Spray (bombola) SPF50+  
20. Per le 3 referenze della linea Baby&Kid non sono stati eseguiti dei test diretti poiché le formulazioni afferiscono a quelle per adulti, ad eccezione della presenza del pantenolo, materiale che risulta facilmente biodegradabile secondo test OECD. Pertanto, si riporta in tabella la percentuale di biodegradabilità riferibile alla formulazione per adulti



# ECO-DESIGN DEL PACKAGING

In coerenza con la nostra filosofia e con l'evoluzione del settore, nel **2021** abbiamo dato vita al **progetto Eco-Pack**, con l'obiettivo di integrare un approccio di eco-design nello sviluppo del packaging, ispirato ai principi dell'economia circolare: **Reduce, Reuse, Recycle**.

Riduciamo gli imballaggi superflui, scegliendo materiali che garantiscano al contempo la sicurezza del prodotto e presentino caratteristiche tecniche in linea con i criteri di riciclabilità o riutilizzo. Privilegiamo soluzioni derivate da **materiali che includano contenuto riciclato, oppure più facilmente riciclabili e riutilizzabili**, promuovendo un approccio alla bellezza più attento alla dimensione ambientale.

## La nostra gestione del packaging

Grazie a un lavoro sempre più sinergico tra le aree R&D, Marketing e Supply Chain, si rafforza il nostro approccio proattivo nella ricerca di soluzioni di packaging che uniscano funzionalità, sicurezza e attenzione alla selezione dei materiali in ottica ambientale.

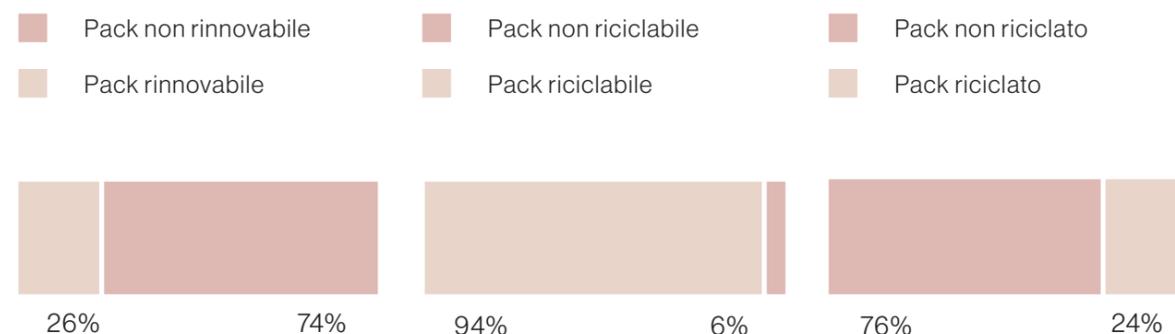
Nel 2024 abbiamo acquistato **1.941.757<sup>21</sup> kg** di materiali per il confezionamento dei nostri prodotti. In termini complessivi, il nostro packaging nel 2024 risulta:

- **94% riciclabile**, cioè facilmente separabile e riciclabile dal consumatore;
- **26% rinnovabile**, grazie all'impiego di materiali di origine naturale come carta, cartone e legno (distinguendoli dai materiali di origine fossile come plastica, metalli, multimateriale, vetro, ecc.);
- **24% composto da materiale riciclato** in termini di volume acquistato.

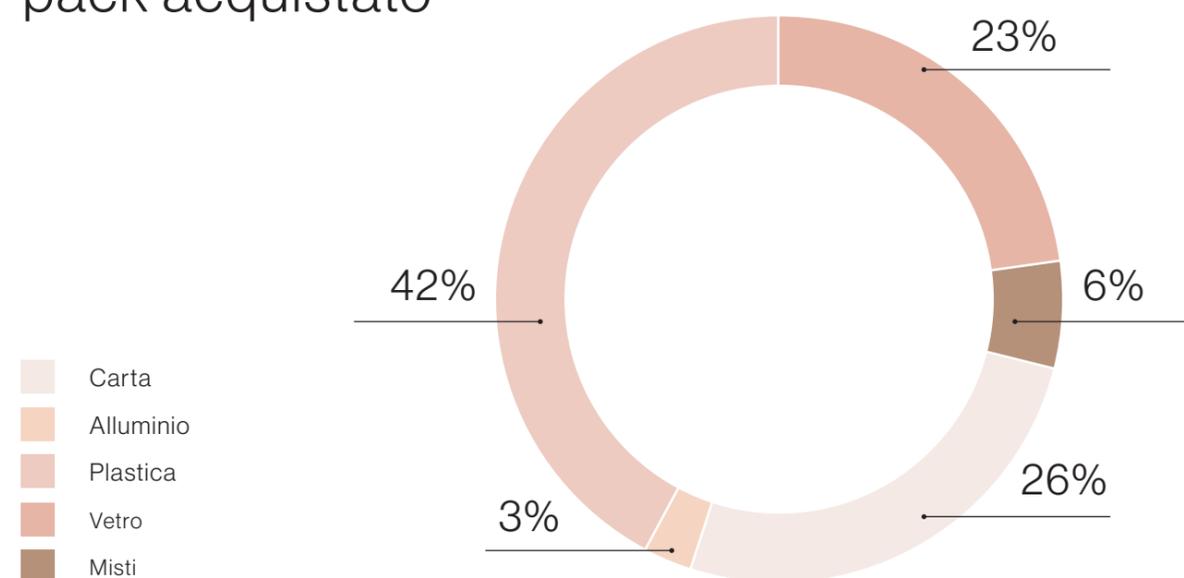
Del pack acquistato, circa il **70%** è rappresentato da **carta, plastica e alluminio** – materiali su cui abbiamo concentrato particolare attenzione nella ricerca di soluzioni alternative ai materiali vergini, privilegiando soluzioni più efficienti in termini di utilizzo delle risorse e compatibili con i criteri di riciclabilità.

21. I valori afferiscono esclusivamente al pack acquistato per il brand BioNike, escludendo l'acquisto dei bulk, dei materiali da esposizione e pubblicità e degli acquisti intercompany con le altre società di Sodalis Group.

## Rinnovabilità del packaging    Riciclabilità del packaging    Packaging riciclato



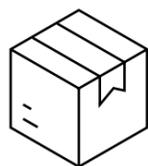
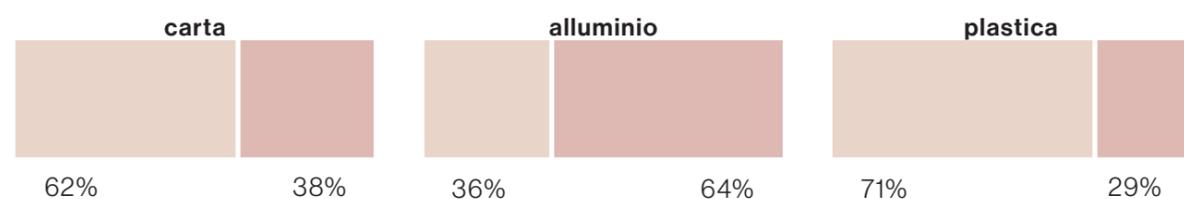
## Ripartizione pack acquistato



I dati riportati in questa pagina sono relativi all'annualità 2024.

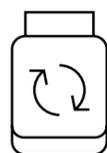
## Packaging in materiale riciclato

■ Frazione non riciclata  
■ Frazione riciclata



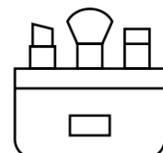
38%

di **carta** che utilizziamo  
proveniente da **fonti riciclate**



64%

dei packaging in  
**alluminio è riciclato**



29%

dei packaging in **plastica**  
costituito da **materiale riciclato**

Questi risultati sono il frutto di un intenso lavoro di analisi, organizzazione e gestione dei dati, parte integrante del percorso ambientale intrapreso: il 2024 rappresenta per noi una fotografia completa della nostra filiera del packaging, utile a definire priorità di intervento e opportunità di miglioramento per il futuro.



## Il nostro percorso

### Dal 2022

- utilizziamo **plastica e alluminio riciclati** per tutti i **flaconi** delle **linee di deterzione viso, corpo e capelli, fotoprotezione e trattamento corpo**. Inoltre, tutti i nostri **astucci** sono oggi realizzati con **carta riciclata o certificata FSC**, garantendone così la provenienza responsabile e la tracciabilità lungo tutta la filiera.

### Nel 2023

- abbiamo presentato le **Trousse Glam & Green**: un esempio di eco-design raffinato, dove si incontrano ricercatezza estetica e attenzione concreta per l'ambiente. Tutte le trousse di terre, blush, fondotinta compatti e ombretti in polvere sono state rilanciate con un nuovo **packaging esclusivo, scomponibile e riciclabile (realizzato in 100% PET e PP)**, progettato per essere pratico, ergonomico e facilmente separabile, facilitando così le operazioni di recupero e riciclo;
- abbiamo **eliminato il foglietto illustrativo da tutti i prodotti viso, corpo, solari e make-up**, sostituendolo con QR CODE;
- abbiamo **rimosso lo sleever dai detergenti viso, corpo e capelli**.

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



## Il nostro percorso

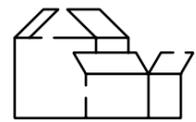
Nel **2024**

- abbiamo **riprogettato il packaging della nuova linea Defence Sun**, contrastando attivamente l'over packaging, senza comprometterne la qualità.
- **Flaconi in PET riciclato al 100%;**
- **Tubi** costituiti da materiale **riciclato al 40%;**
- **Bombole in alluminio 100% riciclato;**
- **Tecnologia BAG ON VALGE con propellenti fluidi inerti;**
- **Eliminazione del cappuccio** per le bombole spray, e sostituzione con il nuovo **erogatore twist&lock;**
- **Eliminazione dell'astuccio in carta** dalle referenze corpo.

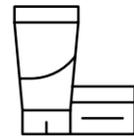


23. A differenza dei propellenti liquidi, evitano la dispersione di sostanze nocive, prediligendo l'utilizzo di azoto o ossigeno già presenti nell'aria

Grazie alle nostre scelte di packaging dal 2022 ad oggi abbiamo risparmiato:



**38 ton**  
di carta



**1,6 ton**  
di plastica

**11 ton**  
per eliminazione foglietti

**0,7 ton**  
eliminazione sleeve

+

**27 ton**  
eliminazione  
astucci Defence Sun

+

**0,9 ton**  
eliminazione  
cappuccio Defence Sun



Life-cycle assessment

Nel 2024 abbiamo **avviato un'importante analisi del ciclo di vita (LCA)** valutando l'impatto ambientale della nuova linea Defence Sun in commercio dal 2025 rispetto alla precedente. L'analisi, condotta secondo gli **standard internazionali ISO 14040 e ISO 14044**, ci permette di misurare in modo rigoroso e trasparente l'**impatto ambientale complessivo** dei nostri prodotti lungo l'intero ciclo di vita: dalle materie prime alla produzione, distribuzione, utilizzo e smaltimento. I risultati attesi nel primo semestre del 2025 mostreranno il reale miglioramento ottenuto grazie al rilancio della nuova linea e costituiranno una base solida su cui pianificare ulteriori azioni correttive e migliorative, orientate a rafforzare la nostra attenzione.

Questo approccio ci permetterà di rafforzare il nostro impegno verso una **cosmetica scientificamente responsabile**, capace di evolversi in modo misurabile e coerente con i nostri valori di innovazione e sostenibilità.





Report di Sostenibilità 2024

Roadmap  raggiunto  in corso



2023

-11t  
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 **packaging scomponibile e riciclabile**.



2024

-27t  
carta risparmiata  
-1,6t  
plastica risparmiata

- Utilizzo di nuovi **tappi di flaconi e tubi** pensati per ridurre l'utilizzo di plastica.
- Eliminazione dello **sleever** dai detergenti viso, corpo e prodotti per la detersione dei capelli.
- Rilancio della linea **Defence Sun** con nuovi pack riciclati e pensati per ridurre l'utilizzo di carta e plastica.



2025

- Riduzione graduale della quantità di plastica utilizzata per i flaconi, optando per **packaging con grammature inferiori**.
- **98%** dei **packaging 100% riciclabile**.
- **30%** 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**.

Report di Sostenibilità 2024

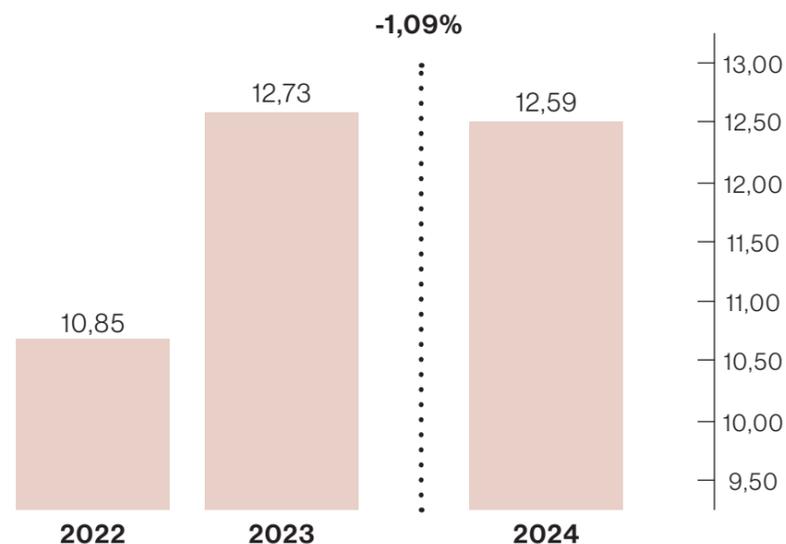
# LA GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE

L'acqua è una risorsa preziosa, che richiede una gestione attenta e responsabile. Nei nostri processi produttivi, in particolare nella fase di utilizzo del vapore, l'acqua riveste un ruolo fondamentale per garantire la qualità dei prodotti finiti.

Negli ultimi anni abbiamo affrontato diverse sfide legate all'impiego di questa risorsa, che ci hanno spinti a **rivedere i processi e le strategie di investimento** con l'obiettivo di migliorarne l'efficienza d'uso e il trattamento.

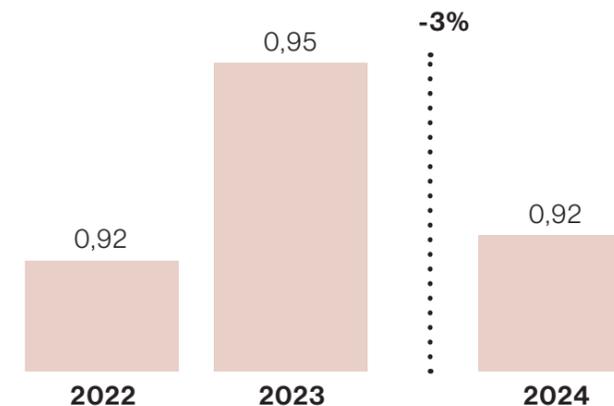
Utilizziamo tecnologie avanzate come il sistema di **osmosi inversa**, rinnovato nel 2022, che consente di trattare l'acqua destinata alle formulazioni. L'approvvigionamento idrico proviene da **due fonti distinte**: l'acquedotto (a uso esclusivo degli uffici) e un pozzo, utilizzato anche per il sistema antincendio.

## Consumi idrici (mc)



Report di Sostenibilità 2024

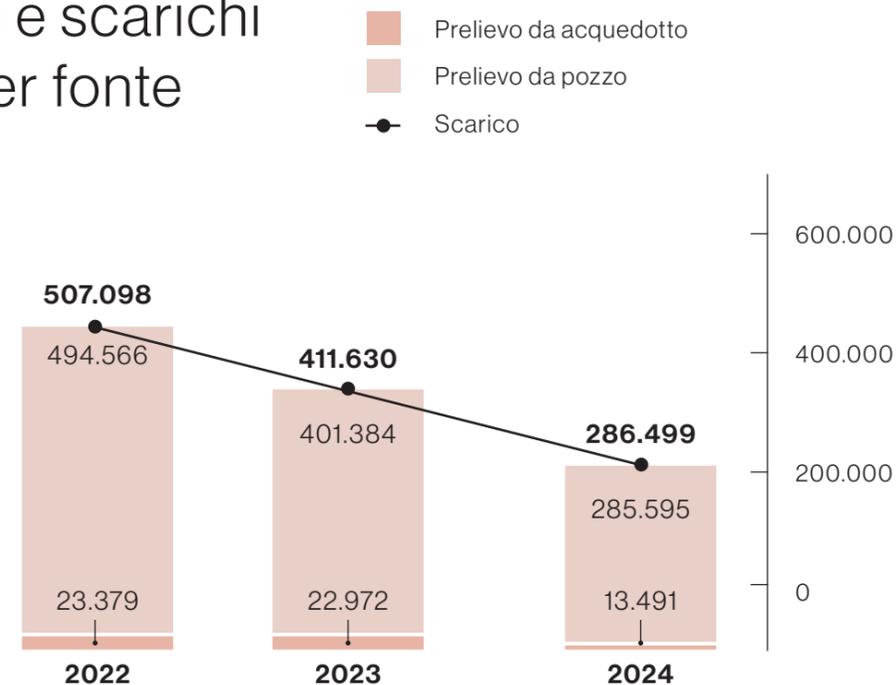
## Quanti litri di acqua consumiamo per pezzo prodotto? (l/pz)



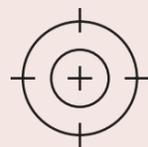
Nel biennio 2023-2024, nonostante si registri una leggera riduzione del consumo di acqua (da 12.726 m3 nel 2023 a 12.587m3 nel 2024), ne abbiamo ottimizzato l'impiego rispetto ai pezzi prodotti: a fronte di un aumento del volume di produzione del +2%, abbiamo ridotto l'**indice di consumo unitario**, ottenendo un valore pari a 0,92 l/pezzo prodotto: una **riduzione** pari a c.a il **3%** rispetto al 2023.

Guardando ai volumi di acqua prelevati e scaricati nel corso del biennio 2024-2023, emerge un miglioramento nella gestione dei prelievi e scarichi sia da acquedotto che da pozzo, complici sia una riduzione nei prezzi venduti del 7% ma anche una migliore gestione della risorsa idrica.

## Prelievi e scarichi idrici per fonte (mc)



Report di Sostenibilità 2024



#### OBIETTIVO 2025

Alla fine del 2024 è stato finalizzato l'ampliamento dell'impianto di recupero e depurazione delle acque di lavaggio, con un duplice obiettivo:

-  Ottimizzare l'uso della risorsa idrica che verrà destinata alla pulizia dei macchinari, con un conseguente risparmio di acqua prelevata dalla rete stimato di circa 1.800mq2 di acqua
-  Ridurre la quantità dei fanghi da smaltimento che verranno poi recuperati

L'investimento sarà ulteriormente rafforzato nel 2025, a valle di un'analisi di **Water Footprint**.

# LA GESTIONE DEI RIFIUTI

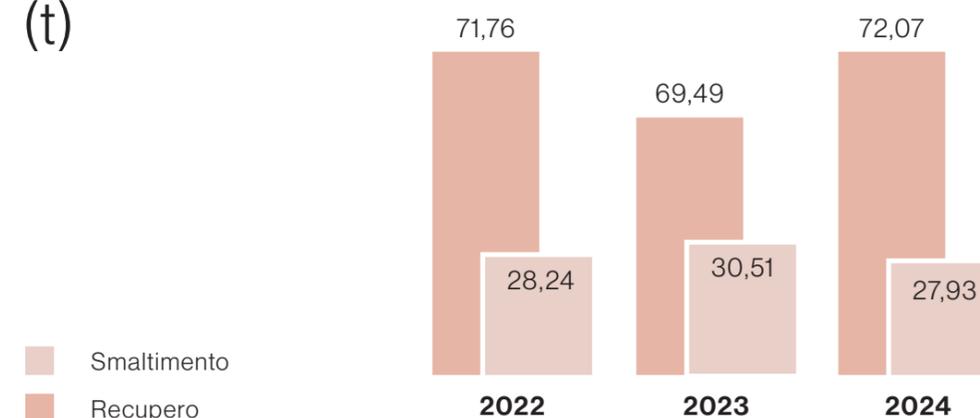
Gestiamo i **rifiuti** e gli scarti con sempre maggiore responsabilità, consapevoli del loro impatto sull'ambiente. Monitoriamo i materiali impiegati per valutare l'efficienza dei processi e identificare margini di miglioramento nella riduzione dei consumi.

Abbiamo sviluppato sistemi di **recupero e riciclo del packaging**, in linea con i principi dell'economia circolare, e adottato un **sistema di monitoraggio interno** conforme alle normative, che rileva dati dettagliati su quantità, codici EER e caratteristiche dei materiali.

I rifiuti vengono stoccati in aree dedicate e smaltiti tramite **trasportatori autorizzati**, nel rispetto della normativa provinciale. Utilizziamo inoltre il **Modello Unico di Dichiarazione Ambientale (MUD)** e il **Formulario di Identificazione dei Rifiuti (FIR)** per rendicontare annualmente le quantità prodotte.

Nel **2024**, ICIM ha prodotto **1.424 tonnellate di rifiuti**, di cui circa il **95% non pericolosi** e il **28% avviati a recupero**, mantenendo un trend allineato agli anni precedenti. Il principale rifiuto generato è rappresentato dai **fanghi** (circa il 72%), residui della produzione destinati a discarica. Diversamente, il **100% degli scarti di packaging** viene accuratamente **smistato, raccolto e avviato al recupero**<sup>25</sup>.

## Rifiuti prodotti (t)



25. 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

# LA GESTIONE DELL'ENERGIA

GRI 302-1 | GRI 302-3

Nel tempo, lo stabilimento produttivo di Lainate è stato oggetto di numerosi interventi di adeguamento alle normative vigenti e di investimenti finalizzati all'allineamento strutturale alle **GMP (Good Manufacturing Practices)**. Questi interventi hanno interessato sia il miglioramento del plant in coerenza con il Sistema di Gestione della Qualità, sia l'adozione di misure volte al risparmio energetico e al miglioramento del mix energetico utilizzato.

**Dal 2016**, nello stabilimento produttivo di Lainate, utilizziamo energia da fonti rinnovabili, grazie all'installazione di un **impianto fotovoltaico da 346 kWp**. Inoltre, per contribuire attivamente alla strategia di riduzione delle emissioni del Gruppo, **dal 2024 i consumi di energia elettrica acquistata dalla rete sono coperti da Garanzie d'Origine, quindi da fonte 100% rinnovabile**. L'investimento ha consentito di azzerare le emissioni di CO<sub>2</sub>eq relative all'approvvigionamento di energia elettrica, contribuendo significativamente a ridurre la nostra impronta.



Una novità rilevante del 2024 è rappresentata dall'**acquisto di energia GDO (Garanzia di Origine)** da parte di ICIM: un passo significativo che consente di **coprire nella loro totalità i consumi di energia elettrica prelevata dalla rete**. Questa scelta strategica permette di **abbattere in modo sostanziale le emissioni indirette di CO<sub>2</sub>** legate all'approvvigionamento elettrico, rafforzando il nostro impegno verso un modello energetico più consapevole e responsabile.



Nel **2024**, il consumo energetico complessivo dell'organizzazione è stato pari a **11.326,91 GJ**, in **diminuzione del 15%** rispetto al 2023 (13.253 GJ consumi), in linea con la contrazione produttiva del 7% registrata nello stesso periodo.

Analizzando i principali vettori energetici:

- il **gas metano**, utilizzato principalmente per il riscaldamento delle sedi e la generazione di vapore, ha **ridotto la sua incidenza** sul totale dei consumi energetici, passando dal 48,4% del 2023 al **43,8%** nel 2024;
- l'**energia elettrica** acquistata dalla rete rappresenta una quota rilevante e **stabile** del fabbisogno complessivo;
- l'**energia autoprodotta** dall'impianto fotovoltaico ha coperto, anche nel 2024, circa il **7% del fabbisogno energetico totale**;
- il **carburante** è destinato all'alimentazione della flotta aziendale, composta sia da veicoli a uso promiscuo (assegnati come benefit) sia da furgoni dedicati alla logistica.

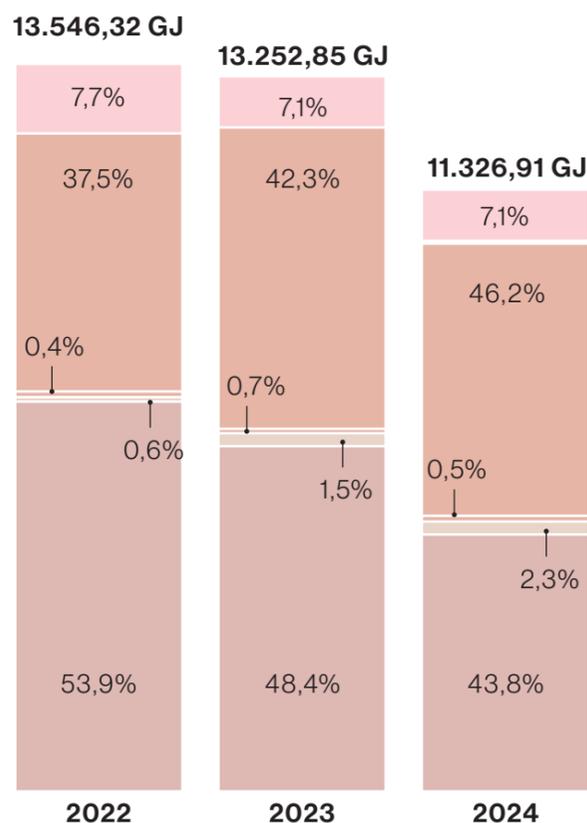
Conseguentemente ad una riduzione della produzione da 2023 a 2024 pari a circa il 7%, anche i **consumi energetici totali sono diminuiti del 15% dal 2023 al 2024**.

**-8%**

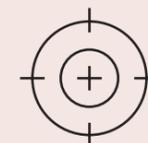
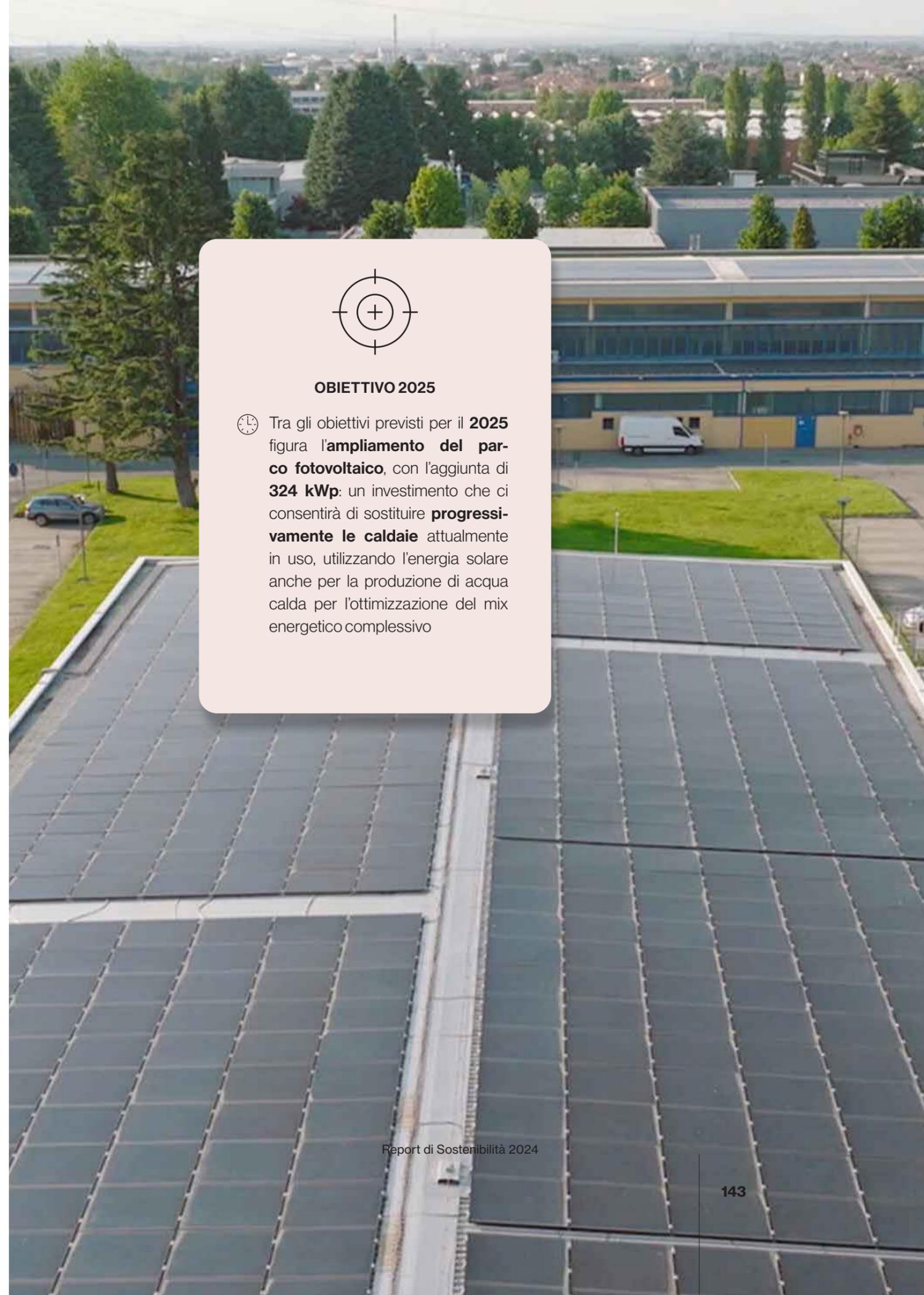
indice di intensità energetica

## Consumi energetici (GJ)

- Energia elettrica autoprodotta e consumata
- Energia elettrica - mix
- Benzina - flotta aziendale
- Gasolio - flotta aziendale
- Gas naturale



Report di Sostenibilità 2024



### OBIETTIVO 2025

🕒 Tra gli obiettivi previsti per il **2025** figura l'**ampliamento del parco fotovoltaico**, con l'aggiunta di **324 kWp**: un investimento che ci consentirà di sostituire **progressivamente le caldaie** attualmente in uso, utilizzando l'energia solare anche per la produzione di acqua calda per l'ottimizzazione del mix energetico complessivo

Report di Sostenibilità 2024

# La nostra impronta di carbonio

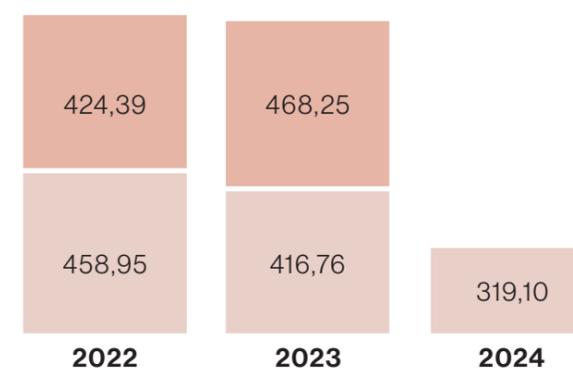
GRI 305-1 | GRI 305-2 | GRI 305-4



In linea con i nostri valori e gli obiettivi di sostenibilità di Sodalis Group e con l'intento di costruire un monitoraggio emissivo sempre più accurato, nel 2024 abbiamo **analizzato e rendicontato il nostro impatto ambientale** attraverso lo studio di **Carbon Footprint di Organizzazione**<sup>26</sup>. I risultati saranno disponibili nel secondo semestre del 2025, in coerenza con il processo di verificata secondo lo standard UNI EN ISO 14064-1:2019<sup>27</sup>.

## Emissioni di Scope 1 e Scope 2 (tCO<sub>2</sub> eq)

■ Emissioni di Scope 1  
■ Emissioni di Scope 2



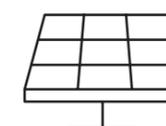
Nel 2024 abbiamo prodotto **319,10 t CO<sub>2</sub>e**<sup>28</sup> relativamente allo Scope 1 e allo Scope 2; di queste, il 93% deriva dalla alla combustione mobile e stazionaria (rispettivamente, l'impiego di gas metano per il riscaldamento e di combustibili che alimentano la flotta aziendale) che compongono lo Scope 1.

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 fotovoltaico<sup>30</sup>, e all'acquisto di GdO, nel **2024 abbiamo complessivamente evitato 466,2 tonnellate di CO<sub>2</sub>e**<sup>31</sup>.



**-64%**

indice di intensità delle emissioni



**466,2 ton di CO<sub>2</sub>e**  
evitate nel 2024 grazie all'impianto fotovoltaico e all'acquisto di GdO

26. In questo bilancio vengono riportate le emissioni relative agli Scope 1 e 2. I dati di Scope 3, alla data di pubblicazione del presente documento, sono in fase di elaborazione. Tuttavia, a fine 2025, lo studio di Carbon Footprint sarà sottoposto a verifica da parte di ente terzo.

27. Scope 1 – Emissioni dirette generate dalle operazioni dell'azienda, Scope 2 – Emissioni indirette derivanti da energia importata

28. Il calcolo delle emissioni si riferisce alla somma delle tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente prodotte nel 2022, anno base. I gas inclusi nel calcolo sono CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> e N<sub>2</sub>O. L'approccio utilizzato è del controllo operativo e le metodologie utilizzate prevedono la consultazione dei database nazionali (ISFRA) 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.

29. I dati riportati sono calcolati con approccio market-based.

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

31. 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.

# LE NOSTRE INIZIATIVE A TUTELA DELL'AMBIENTE

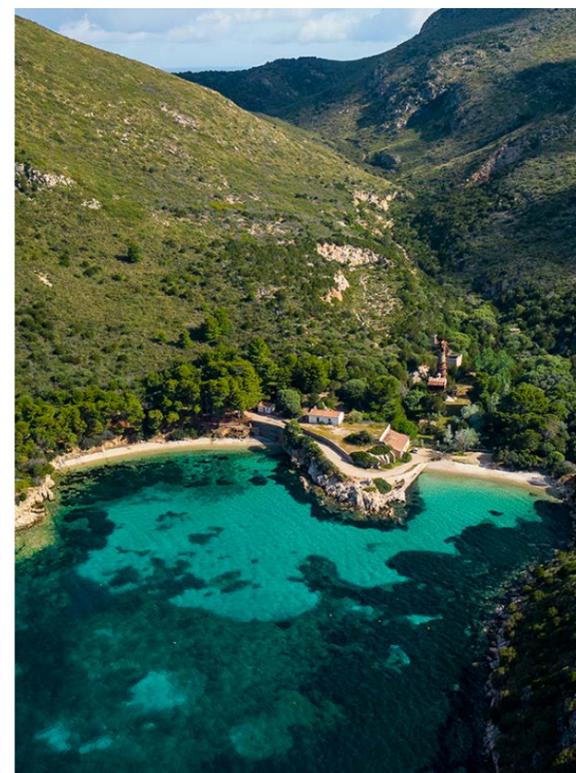
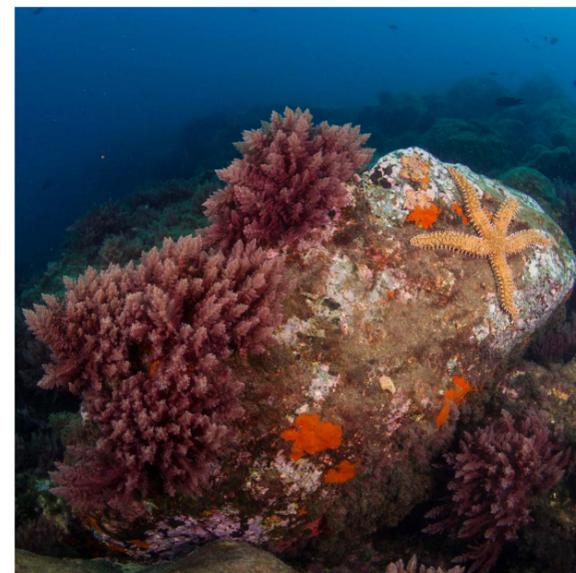
Dal 2022 supportiamo Worldrise, organizzazione no-profit che da oltre un decennio agisce per la conservazione efficace dei mari italiani.

Nel 2022 abbiamo attivato il progetto "UN MARE DI STELLE", che prevede la salvaguardia di gorgonie e loro ospiti, le stelle marine. Il nostro sostegno ha previsto il monitoraggio il recupero di rifiuti e reti fantasma nelle zone densamente popolate di gorgonie a Capo Mortola e Golfo Aranci.

Nel 2023 abbiamo puntato su due macro-progetti sinergici e trasversali, con l'obiettivo di agire concretamente per la salvaguardia dell'ecosistema marino.

- **Campagna 30x30 Italia** 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**, attraverso il quale abbiamo supportato l'Area Marina Protetta di Portofino, finanziando la sua tutela e attività di sensibilizzazione dei cittadini e delle comunità locali.

Nel 2024 è nato il progetto **SEAtizen Scienze** che promuove la partecipazione attiva della comunità nel fornire e consolidare nuove conoscenze per la **salvaguardia degli ecosistemi marini**, fornendo un contributo significativo alla **conservazione del mare**. Durante la **Giornata della Biodiversità dello scorso 22 Maggio** abbiamo dato il via a questo progetto di scienza partecipata, raccogliendo dati fondamentali sulla biodiversità marina presente all'interno dell'**Area di Conservazione Marina Locale a Golfo Aranci**, in Sardegna.



# 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 terzo Report di Sostenibilità di **ICIM International S.r.l.** (di seguito anche “la società” e/o “**Icim**” e/o “**Bio-Nike**”). 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. Il perimetro di rendicontazione utilizzato in questo documento include le informazioni relative alle attività svolte nell'anno 2023 da ESI S.r.l.

Il documento è stato redatto su base volontaria e non costituisce una Dichiarazione di Sostenibilità ai sensi della Direttiva (UE) 2022/2464 - Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) recepita in Italia con Decreto Legislativo 6 settembre 2024, n. 125, poiché la Società, alla data di pubblicazione, non è soggetta agli obblighi previsti dalla normativa.

Report di Sostenibilità 2024

## 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 nella sezione “[Sostenibilità](#)” sito ufficiale della società.

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

Report di Sostenibilità 2024

## 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.     | 2024               | % on tot.     |
|---|--------------------|---------------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|
| <b>Valore economico generato e ricevuto</b> | <b>104.226.137</b> | <b>100,0%</b> | <b>107.486.100</b> | <b>100,0%</b> | <b>106.940.051</b> | <b>100,0%</b> |
| Valore economico generato                   | 103.970.306        | 99,8%         | 107.300.622        | 99,8%         | 106.844.447        | 99,9%         |
| Valore economico ricevuto                   | 255.831            | 0,2%          | 185.478            | 0,2%          | 95.605             | 0,1%          |
| <b>Valore economico distribuito</b>         | <b>72.728.185</b>  | <b>69,8%</b>  | <b>82.411.854</b>  | <b>77%</b>    | <b>84.066.890</b>  | <b>79%</b>    |
| Fornitori                                   | 63.052.817         | 0,1%          | 72.818.034         | 67,7%         | 72.792.206         | 68,1%         |
| Risorse umane                               | 5.997.592          | 5,8%          | 6.617.261          | 6,2%          | 7.622.013          | 7,1%          |
| Pubblica Amministrazione                    | 3.167.865          | 3,0%          | 2.239.846          | 2,1%          | 2.895.116          | 2,7%          |
| Amministratori e sindaci                    | 257.230            | 0,2%          | 255.520            | 0,2%          | 255.000            | 0,2%          |
| Banche e altri finanziatori                 | 104.952            | 0,1%          | 381.687            | 0,4%          | 383.256            | 0,4%          |
| Comunità locale                             | 147.729            | 0,1%          | 99.507             | 0,1%          | 119.298            | 0,1%          |
| <b>Valore economico trattenuto</b>          | <b>31.497.952</b>  | <b>30,2%</b>  | <b>25.074.246</b>  | <b>23,3%</b>  | <b>22.873.162</b>  | <b>21,4%</b>  |
| <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>  | <i>17.482.765</i>  | <i>16,3%</i>  |

### GRI 204-1

Proporzione di spesa verso fornitori locali

Budget di spesa destinato a fornitori locali

|                 | 2022                | %            | 2023                | %            | 2024                | %            |
|-----------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|
| <b>Italia</b>   | <b>32.145.942 €</b> | <b>95,7%</b> | <b>37.227.208 €</b> | <b>92,2%</b> | <b>34.326.190 €</b> | <b>90,6%</b> |
| <b>UE</b>       | <b>949.852 €</b>    | <b>2,8%</b>  | <b>1.545.876 €</b>  | <b>3,8%</b>  | <b>1.696.857 €</b>  | <b>4,5%</b>  |
| Germania        | 347.582 €           | 1,0%         | 1.310.454 €         | 3,2%         | 1.337.493 €         | 3,5%         |
| Francia         | 474.245 €           | 1,4%         | 114.514 €           | 0,3%         | 161.613 €           | 0,4%         |
| Spagna          | 44.719 €            | 0,1%         | 58.925 €            | 0,1%         | 134.418 €           | 0,4%         |
| Altri paesi UE  | 83.306 €            | 0,2%         | 61.984 €            | 0,2%         | 63.333 €            | 0,2%         |
| <b>Extra-UE</b> | <b>505.954 €</b>    | <b>1,5%</b>  | <b>1.624.068 €</b>  | <b>4,0%</b>  | <b>1.878.566 €</b>  | <b>5,0%</b>  |
| <b>Totale</b>   | <b>33.601.748 €</b> | <b>100%</b>  | <b>40.397.153 €</b> | <b>100%</b>  | <b>37.901.613 €</b> | <b>100%</b>  |

Report di Sostenibilità 2024

### GRI 2-7

Lavoratori

| Dipendenti per genere                 | 2022       | 2023       | 2024       |
|---------------------------------------|------------|------------|------------|
| Donna                                 | 82         | 93         | 101        |
| Uomo                                  | 23         | 31         | 32         |
| <b>Totale complessivo</b>             | <b>105</b> | <b>124</b> | <b>133</b> |
| Dipendenti per tipologia di contratto | 2022       | 2023       | 2024       |
| <b>TEMPO DETERMINATO</b>              | <b>0</b>   | <b>2</b>   | <b>2</b>   |
| Donna                                 | 0          | 1          | 2          |
| Uomo                                  | 0          | 1          | 0          |
| <b>TEMPO INDETERMINATO</b>            | <b>105</b> | <b>122</b> | <b>131</b> |
| Donna                                 | 82         | 92         | 99         |
| Uomo                                  | 23         | 30         | 32         |
| <b>Totale</b>                         | <b>105</b> | <b>124</b> | <b>133</b> |
| Dipendenti per forma di impiego       | 2022       | 2023       | 2024       |
| <b>FULL-TIME</b>                      | <b>98</b>  | <b>118</b> | <b>128</b> |
| Donna                                 | 76         | 88         | 96         |
| Uomo                                  | 22         | 30         | 32         |
| <b>PART-TIME</b>                      | <b>7</b>   | <b>6</b>   | <b>5</b>   |
| Donna                                 | 6          | 5          | 5          |
| Uomo                                  | 1          | 1          | 0          |
| <b>Totale</b>                         | <b>105</b> | <b>124</b> | <b>133</b> |

### GRI 2-8

Lavoratori non dipendenti

Lavoratori non dipendenti per tipologia di contratto

|                       | 2022       | 2023       | 2024       |
|-----------------------|------------|------------|------------|
| Liberi professionisti | 110        | 108        | 108        |
| Somministrati         | 36         | 37         | 26         |
| Tirocinanti           | 1          |            | 2          |
| <b>Totale</b>         | <b>147</b> | <b>145</b> | <b>136</b> |

Report di Sostenibilità 2024

## GRI 401 - 1

Turnover

Nuove assunzioni

| FASCIA D'ETÀ   | 2022      | 2023      | 2024      |
|----------------|-----------|-----------|-----------|
| Fino a 29 anni | 7         | 12        | 7         |
| 30-50          | 10        | 13        | 9         |
| 50             | 1         | 7         | 2         |
| <b>Totale</b>  | <b>18</b> | <b>32</b> | <b>18</b> |

Nuove assunzioni

| GENERE        | 2022      | 2023      | 2024      |
|---------------|-----------|-----------|-----------|
| Donne         | 14        | 22        | 11        |
| Uomini        | 4         | 10        | 7         |
| <b>Totale</b> | <b>18</b> | <b>32</b> | <b>18</b> |

Cessazioni

| FASCIA D'ETÀ   | 2022      | 2023      | 2024      |
|----------------|-----------|-----------|-----------|
| Fino a 29 anni | 1         | 5         | 3         |
| 30-50          | 9         | 3         | 6         |
| 50             | 8         | 5         | 2         |
| <b>Totale</b>  | <b>18</b> | <b>13</b> | <b>11</b> |

Cessazioni

| GENERE        | 2022      | 2023      | 2024      |
|---------------|-----------|-----------|-----------|
| Donne         | 14        | 11        | 4         |
| Uomini        | 4         | 2         | 7         |
| <b>Totale</b> | <b>18</b> | <b>13</b> | <b>11</b> |

Turnover

|                                | 2023       | 2024      |
|--------------------------------|------------|-----------|
| Turnover positivo - assunzioni | 30%        | 15%       |
| Turnover negativo - cessazioni | -12%       | -9%       |
| <b>Turnover complessivo</b>    | <b>18%</b> | <b>6%</b> |

Report di Sostenibilità 2024

## GRI 405-1

Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

Organi di governo per genere

|                              | 2022     |          |          | 2023     |          |          | 2024     |          |          |
|------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
|                              | Donne    | Uomini   | Totale   | Donne    | Uomini   | Totale   | Donne    | Uomini   | Totale   |
| Consiglio di Amministrazione | -        | 4        | 4        | -        | 4        | 4        | 0        | 4        | 4        |
| Collegio sindacale           | 1        | -        | 1        | 1        | -        | 1        | 1        | -        | 1        |
| <b>Totale</b>                | <b>1</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>1</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>1</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |

Organi di governo per fascia d'età

|                              | 2022     |          |          |          | 2023     |          |          |          | 2024     |          |          |          |
|------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
|                              | <30      | 30-50    | >50      | Tot.     | <30      | 30-50    | >50      | Tot.     | <30      | 30-50    | >50      | Tot.     |
| Consiglio di Amministrazione | -        | -        | 4        | 4        | -        | -        | 4        | 4        | -        | -        | 4        | 4        |
| Collegio sindacale           | -        | -        | 1        | 1        | -        | -        | 1        | 1        | -        | -        | 1        | 1        |
| <b>Totale</b>                | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>5</b> | <b>5</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>5</b> | <b>5</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>5</b> | <b>5</b> |

Dipendenti per figura professionale e fascia d'età

|               | 2022      |           |           |            | 2023      |           |           |            | 2024      |           |           |            |
|---------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|
|               | <30       | 30-50     | >50       | Tot.       | <30       | 30-50     | >50       | Tot.       | <30       | 30-50     | >50       | Tot.       |
| Quadri        |           | 2         | 7         | 9          | 0         | 5         | 8         | 13         | 0         | 5         | 8         | 13         |
| Impiegati     | 9         | 32        | 17        | 58         | 12        | 34        | 18        | 64         | 12        | 39        | 18        | 69         |
| Operai        | 5         | 20        | 13        | 38         | 9         | 24        | 14        | 47         | 8         | 26        | 17        | 51         |
| <b>Totale</b> | <b>14</b> | <b>54</b> | <b>37</b> | <b>105</b> | <b>21</b> | <b>63</b> | <b>40</b> | <b>124</b> | <b>20</b> | <b>70</b> | <b>43</b> | <b>133</b> |

Categorie protette per figura professionale e genere

|               | 2022     | 2023     | 2024     |
|---------------|----------|----------|----------|
|               | Operai   | 3        | 3        |
| Impiegati     | 2        | 1        | 1        |
| <b>Totale</b> | <b>5</b> | <b>4</b> | <b>3</b> |

Report di Sostenibilità 2024

### Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini

|           | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----------|------|------|------|
| Quadri    | 97%  | 101% | 101% |
| Impiegati | 85%  | 87%  | 87%  |
| Operai    | 90%  | 94%  | 87%  |

### GRI 404-1

Ore medie di formazione annua per dipendente

Ore medie formazione

|               | 2022       |            |            | 2023       |             |             | 2024       |            |            |
|---------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
|               | uomini     | donne      | totale     | uomini     | donne       | totale      | uomini     | donne      | totale     |
| Quadri        | 3,3        | 5,8        | 5,0        | 11,3       | 10,7        | 10,8        | 7,5        | 7,8        | 7,7        |
| Impiegati     | 4,5        | 5,9        | 5,7        | 10,0       | 14,8        | 14,2        | 15,0       | 10,3       | 11,0       |
| Operai        | 12,8       | 6,0        | 8,4        | 6,9        | 3,5         | 4,9         | 5,0        | 1,8        | 2,9        |
| <b>Totale</b> | <b>9,3</b> | <b>5,9</b> | <b>6,6</b> | <b>8,3</b> | <b>11,0</b> | <b>10,3</b> | <b>8,4</b> | <b>7,3</b> | <b>7,6</b> |

### GRI 403-9

Infortuni sul lavoro

Infortuni sul lavoro - Dipendenti

| LAVORATORI DIPENDENTI  | 2022           | 2023           | 2024           |
|--|----------------|----------------|----------------|
| <b>TOT ore lavorate</b>  | <b>169.702</b> | <b>180.738</b> | <b>210.990</b> |
| Decessi causati da infortuni sul lavoro                              | 0              | 0              | 0              |
| Tasso decessi causati da infortuni sul lavoro                        | 0              | 0              | 0              |
| Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)       | 0              | 0              | 0              |
| Tasso infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi) | 0              | 0              | 0              |
| Infortuni sul lavoro registrabili                                    | 2              | 0              | 1              |
| <b>Tasso infortuni sul lavoro registrabili</b>                       | <b>11,8</b>    | <b>0,0</b>     | <b>4,74</b>    |

### LAVORATORI NON DIPENDENTI

ma il cui lavoro e/o luogo di lavoro è sotto il controllo dell'organizzazione

|  | 2022          | 2023          | 2024            |
|--|---------------|---------------|-----------------|
| <b>TOT ore lavorate</b>  | <b>56.666</b> | <b>68.553</b> | <b>51.906,3</b> |
| Decessi causati da infortuni sul lavoro                              | 0             | 0             | 0               |
| Tasso decessi causati da infortuni sul lavoro                        | 0             | 0             | 0               |
| Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)       | 0             | 0             | 0               |
| Tasso infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi) | 0             | 0             | 0               |
| Infortuni sul lavoro registrabili                                    | 1             | 1             | 1               |
| <b>Tasso infortuni sul lavoro registrabili</b>                       | <b>17,7</b>   | <b>14,6</b>   | <b>19,27</b>    |

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

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

Rifiuti prodotti (t)

| TIPOLOGIA      | 2022          | 2023          | 2024            |
|----------------|---------------|---------------|-----------------|
| Non pericolosi | 600,6         | 844,7         | 1.347,27        |
| Pericolosi     | 37,2          | 61,9          | 76,25           |
| <b>Totale</b>  | <b>637,75</b> | <b>906,58</b> | <b>1.423,52</b> |
| DESTINAZIONE   | 2022          | 2023          | 2024            |
| Recupero       | 180,1         | 276,6         | 397,56          |
| Smaltimento    | 457,7         | 630,0         | 1.025,96        |
| <b>Totale</b>  | <b>637,75</b> | <b>906,58</b> | <b>1.423,52</b> |

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

Prelievo Idrico | Scarico Di Acqua | Consumo Di Acqua

Bilancio idrico (m<sup>3</sup>)

|                                    | 2022          | 2023          | 2024          |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>PRELIEVO IDRICO</b>             | 517.945       | 424.356       | 299.086       |
| da acquedotto                      | 23.379        | 22.972        | 13.491        |
| da pozzo                           | 494.566       | 401.384       | 285.595       |
| <b>SCARICO IDRICO</b>              | 507.098       | 411.630       | 286.499       |
| da acquedotto                      | 12.532        | 10.246        | 904           |
| da pozzo                           | 494.566       | 401.384       | 285.595       |
| <b>Consumo idrico<sup>32</sup></b> | <b>10.847</b> | <b>12.726</b> | <b>12.587</b> |

## GRI 302-1

Energia consumata all'interno dell'organizzazione

Consumi di energia interni all'organizzazione<sup>33</sup>

|   |   | 2022             | 2023             | 2024             |
|---|---|------------------|------------------|------------------|
| <b>Consumo di gas metano (riscaldamento)</b>                    | <i>Gas metano</i>                                 | 7.296,07         | 6.414,41         | 4.966,67         |
| <b>Consumo di energia elettrica</b>                             | <i>Energia elettrica acquistata dalla rete</i>    | 5.079,83         | 5.604,86         | 5.234,40         |
|   | <i>Energia elettrica autoprodotta e consumata</i> | 1.040,19         | 939,33           | 808,12           |
| <b>Carburante (flotta aziendale)</b>                            | <i>Diesel</i>                                     | 77,11            | 204,66           | 257,44           |
|   | <i>Benzina</i>                                    | 53,12            | 89,58            | 60,28            |
| <b>Totale energia consumata all'interno dell'organizzazione</b> |   | <b>13.546,32</b> | <b>13.252,84</b> | <b>11.326,91</b> |

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

33. 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 CO<sub>2</sub> e)<sup>34</sup>

|  | Sottocategoria  | Attività   | 2022          | 2023          | 2024          |
|--|---|--|---------------|---------------|---------------|
| <b>SCOPE 1</b><br>Emissioni dirette di GHG                 | 1.1 Emissioni dirette da combustione stazionaria            | Consumi gas metano riscaldamento                             | 449,3         | 395,0         | 295,63        |
|  | 1.2 Emissioni dirette da combustione mobile                 | Consumi gasolio mezzi aziendali                              | 5,7           | 15,1          | 19,13         |
|  |   | Consumi benzina mezzi aziendali                              | 3,9           | 6,6           | 4,34          |
|  |   |  | <b>458,95</b> | <b>416,79</b> | <b>319,10</b> |
| <b>SCOPE 2</b><br>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         | 0             |
| <b>Valore totale Scope 1</b>                               |   |  | <b>424,39</b> | <b>468,25</b> | <b>319,10</b> |
| <b>Totale emissioni di Scope 1 e 2</b>                     |   |  | <b>883,34</b> | <b>885,04</b> | <b>319,10</b> |

## GRI 302-3 | GRI 305-4

Intensità energetica | Intensità delle emissioni di GHG

Emissioni di CO<sub>2</sub> evitate (t CO<sub>2</sub> e)

|   | 2022  | 2023  | 2024  |
|---|-------|-------|-------|
| Indice di intensità energetica (Gj/N° pezzi venduti)        | 1,054 | 1,005 | 0,925 |
| Indice di intensità delle emissioni (kCO <sub>2</sub> e/N°) | 0,069 | 0,067 | 0,026 |

34. 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 | 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 | 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 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<br>INFORMATIVA   | Pagina       |
|---|--------------|
| <b>GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 2022</b>                                       |              |
| 2-1 Dettagli organizzativi  | 12; 148      |
| 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione | 148          |
| 2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto                 | 148          |
| 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business                  | 12; 30; 42   |
| 2-7 Dipendenti  | 90; 151      |
| 2-8 Lavoratori non dipendenti   | 90; 151      |
| 2-9 Struttura e composizione della governance                                 | 68           |
| 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile                    | 4            |
| 2-28 Appartenenza ad associazioni   | 102          |
| 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder                            | 48           |
| 2-30 Contratti collettivi   | 90           |
| <b>GRI 3: INFORMATIVE SU TEMI MATERIALI 2022</b>                              |              |
| 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali                             | 48           |
| 3-2 Elenco di temi materiali  | 48           |
| <b>GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICHE 2016</b>                                   |              |
| 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito                    | 70; 102; 150 |
| <b>GRI 204: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO 2016</b>                           |              |
| 204-1 Proporzioni di spesa verso fornitori locali                             | 42; 150      |
| <b>GRI 302: ENERGIA 2016</b>  |              |
| 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione                       | 140; 156     |
| 302-3 Intensità energetica  | 140; 157     |
| 303-3 Prelievo idrico   | 116; 156     |
| 303-4 Scarico di acqua  | 116; 156     |
| 303-5 Consumo di acqua  | 116; 156     |
| <b>GRI 305: EMISSIONI 2016</b>  |              |
| 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)                                      | 144; 157     |
| 305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)              | 144; 157     |
| 305-4 Intensità delle emissioni di GHG  | 144; 157     |

| STANDARD GRI<br>INFORMATIVA  | Pagina      |
|--|-------------|
| <b>GRI 306: RIFIUTI 2020</b>   |             |
| 306-3 Rifiuti prodotti   | 116; 155    |
| 306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento  | 116; 155    |
| 306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento   | 116; 155    |
| <b>GRI 401: OCCUPAZIONE 2016</b>   |             |
| 401-1 Nuove assunzioni e turnover  | 90; 152     |
| 401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato | 90          |
| 401-3 Congedo parentale  | 90          |
| <b>GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018</b>   |             |
| 403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti  | 98          |
| 403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro  | 98          |
| 403-6 Promozione della salute dei lavoratori   | 98          |
| 403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro                                       | 98          |
| 403-9 Infortuni sul lavoro   | 98; 154     |
| 403-10 Malattie professionali  | 98          |
| <b>GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016</b>   |             |
| 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente   | 90; 154     |
| <b>GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016</b>  |             |
| 405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti   | 68; 92; 153 |
| 405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini  | 92          |
| <b>GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE 2016</b>   |             |
| 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate  | 92          |
| <b>GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 2016</b>  |             |
| 416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi                           | 84          |
| 416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi                     | 84          |
| <b>GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA 2016</b>  |             |
| 417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi  | 84          |
| 417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi                            | 84          |
| 417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing  | 84          |

Il presente Report di Sostenibilità è stato redatto con il supporto metodologico di Tecno ESG SB S.r.l.





*BioNike*  
SALUTE E BELLESSERE