

**WE BELIEVE IN YOU
AND IN YOUR HEALTH.**



Re-forme SRL

P.zza Buonarrotti, 32-20145 Milano- Italy

www.veralab.it

Indice

Lettera aperta agli Stakeholders	p. 04
La nostra storia	p. 07
Organigramma, CDA e i nostri dipendenti	p. 11
La proprietà e il gruppo	p. 19
Clienti e supply chain	p. 23
Informazioni economiche	p. 27
I valori di Veralab	p. 31
Sustainable development goals	p. 37
Gli stakeholders e i punti di interesse	p. 48
Premi e riconoscimenti certificazioni	p. 51
Progetti sociali presenti e futuri	p. 55
Impatto ambientale e gestione rifiuti	p. 62
Energie ed emissioni	p. 64
Conclusioni	p. 66

Lettera aperta agli Stakeholders

Questo è il secondo bilancio sociale che predisponiamo.

La nostra filosofia per il 2023 e per gli anni futuri può essere riassunta con "**compromesso tra continuità e trasformazione**". Per questo scegliamo la parola "consapevolezza": sappiamo che azienda siamo, dove vogliamo andare e come muoverci per non perdere la nostra essenza.

In questo momento di significative **trasformazioni strutturali all'interno della nostra azienda**, desideriamo prendere un momento per **riflettere insieme** su come queste variazioni abbiano influenzato la nostra vision, missione e valori.

È con grande orgoglio che vi comunico che i cambiamenti degli ultimi tempi non hanno destabilizzato l'azienda, ma piuttosto l'hanno spinta verso una **maggiore consapevolezza delle nostre capacità e della nostra identità**. Il 2024 sarà, di fatto, un anno dedicato alla consapevolezza di sé, un'opportunità per esplorare le nostre potenzialità e rafforzare la nostra autenticità.





In questa fase di **crescita e rinnovamento**, ci stiamo impegnando a implementare una governance più attenta, più solida, con focus non solo sui prossimi sviluppi commerciali, ma anche sulle persone.

Non esiste una impresa sostenibile senza il rispetto delle persone che sono il nostro inestimabile patrimonio.

Questo impegno non è solo una risposta alle richieste del momento e ad obiettivi ESG strategici per tutte le aziende, ma riflette anche i valori profondamente radicati che abbiamo sempre abbracciato come azienda.

Crediamo fermamente che **promuovere la diversità**, di qualsiasi natura, non solo sia giusto moralmente, ma sia anche un **vantaggio tangibile per la nostra azienda**, portando prospettive uniche e complementari che arricchiscono il nostro ambiente lavorativo.

Per questo a breve **confidiamo di ottenere la certificazione sulla parità di genere** che ci ha già portato ad ottenere un risultato di cui andiamo molto fieri: una **politica parental care che abbraccia e riconosce tutte le famiglie in tutte le loro declinazioni**. Dove quindi non arriva ancora lo Stato, arriviamo noi a garantire pari diritti a tutti i genitori e a tutte le persone caregivers.

Inoltre, stiamo avviando percorsi dedicati alla diversità, equità e inclusione (DE&I), non solo all'interno della nostra organizzazione, ma anche con un impatto sociale più ampio. Questo impegno riflette il nostro **desiderio di essere un agente di cambiamento positivo nella società**, attraverso azioni concrete che promuovono l'equità e la giustizia sociale.

Il **2024** segna anche un momento di grande sfida e opportunità con il nostro **lancio all'estero**. Questo passo significativo testimonia la fiducia che abbiamo nelle nostre capacità e nella qualità dei nostri prodotti. Siamo pronti ad affrontare questa nuova avventura con determinazione e passione, portando i nostri marchi e i nostri valori in nuovi mercati internazionali.



Infine, vorremmo sottolineare il ruolo fondamentale del **Fondo Peninsula** che è entrato a far parte della nostra famiglia aziendale. Questo partenariato ha rivelato ancora una volta ciò che siamo sempre stati: una squadra forte, coesa e orientata al successo e che non perde mai di vista la propria autenticità e i propri valori.

In conclusione, vorremmo **ringraziarvi per il vostro continuo sostegno e fiducia**. Siamo entusiasti di intraprendere insieme questo nuovo capitolo del nostro viaggio e di realizzare grandi cose per il futuro. E per citare una frase di un libro a noi caro "*cambiare tutti affinché nulla cambi*": con nuove risorse, importanti cambiamenti e piccole rivoluzioni **noi di Re-Forme** rimaniamo sempre gli stessi e fedeli ai nostri valori.







capitolo 02

La nostra storia



La nostra storia

La storia del beauty-brand VeraLab è una storia di passione, di dedizione e di rivoluzione dell'approccio alla bellezza femminile nel rispetto dell'inclusività.

Dobbiamo tornare indietro nel tempo per scoprire le radici del successo che oggi hanno ottenuto i prodotti di **Cristina Fogazzi**, fondatrice e timoniera dell'azienda.

È il **2009** e viene aperto il suo **centro estetico VeraLab Institute a Milano** e, nel **2012**, il blog **Esteticistica.it** per promuovere la sua filosofia sulla cura di sé e del proprio corpo: nessuna falsa speranza o promessa impossibile, nessun trattamento miracoloso contro gli inestetismi, bensì **autenticità, consapevolezza e qualità** in ciò che si propone.

Da qui prende forma la visione imprenditoriale della Cinica, che nel **2015 trasforma il suo blog nel marchio VeraLab** e lancia la sua **prima linea di prodotti skincare**, per viso e corpo. La missione del brand è da subito quella di soddisfare le proprie clienti con prodotti di alta qualità, semplici da usare e realmente efficaci, che facciano attenzione alle specificità del corpo femminile.

L'e-commerce dell'azienda riceve il **forte e crescente apprezzamento della community**: *Luce Liquida*, *Spumone*, *Olio Denso*, *Zero Smog* e *Zero Stress* – della linea viso – e *Slim_Me* e *Mad Mud Superhot Cellulite* – della linea corpo – affeziona la community per la qualità degli ingredienti, tutti naturali e privi di siliconi e parabeni, e per i risultati che se ne ottengono. Non da meno, i prodotti sono il risultato di una filiera tutta italiana che sostiene la produttività sul territorio.

Con più di tre milioni di prodotti venduti all'anno e un fatturato di oltre 63 milioni di euro (nel 2022), **VeraLab è oggi considerata una delle imprese più affermate del settore cosmetico**, la cui crescita esponenziale si basa su un modello di business omni-channel che integra perfettamente on-line e off-line.

All'e-commerce VeraLab, che rappresenta ben oltre la metà del fatturato, negli anni sono stati affiancati diversi **punti vendita fisici**: dai monomarca aperti a **Milano nel 2019 e a Roma nel 2021**, a una serie di **corner in Rinascente** (Milano, Roma, Firenze, Torino,

Catania e Palermo), dalla presenza nelle profumerie **Pinalli** e negli store **Naïma**, fino al recente ingresso nel canale farmacia. Nel 2022 si sono aggiunti i **pop-up store** in **Stazione Centrale Milano e Roma Termini** e, nel **2023**, anche il **temporary store di Napoli Centrale**.

La combinazione si dimostra dirompente, affermando VeraLab nel vertice del settore imprenditoriale della cosmetica. La filosofia dell'Estetista Cinica, competenza, sincerità e professionalità, è estesa a tutto tondo: dal semplice acquisto dei prodotti, all'analisi mirata e attenta di ogni problematica femminile.

Grazie al suo modello di business, VeraLab si è aggiudicata il **prestigioso riconoscimento del Premio Pambianco le Quotabili, nel 2020, 2021 e 2022**, un attestato di merito per le imprese capaci di produrre valore e candidabili alla quotazione in Borsa. Il talento imprenditoriale di Cristina Fogazzi è stato certificato anche dal **Premio Macchianera 2019** e da **Forbes Italia**, che l'ha inserita fra **le 100 donne più influenti dell'anno per la sua capacità di innovare**.

La rivoluzione iniziale dell'approccio alla beauty experience è stata amplificata, infatti, dalla **rilettura in chiave contemporanea del concetto di impresa**, facendo leva su progetti inediti e su un concreto piano di investimento sullo staff, sulla social responsibility e sul welfare.

I prodotti VeraLab sono il risultato di una filiera controllata che sostiene la produttività italiana: ogni referenza è formulata in totale assenza di siliconi e parabeni, con ingredienti naturali e principi attivi innovativi e performanti.

Alla base della filosofia VeraLab, c'è un **progetto di consapevolezza e un programma di trattamenti con un'ottica a lungo termine**.

Ogni problematica sottoposta all'attenzione di VeraLab è analizzata con estremo rigore per trovare soluzioni tailor made grazie al servizio di consulenza su misura che inizia da un'analisi approfondita della pelle e del corpo, per rendere ogni trattamento più efficace.



Questa è la mission che accompagna il marchio VeraLab ed il VeraLab Institute, che si trova in piazza Buonarroti a Milano, in cui un team di specialisti altamente formato e macchinari di ultima generazione garantiscono la migliore esperienza di benessere, fra radiofrequenza, cavitazione, trattamenti a base di ossigeno iperbarico, icoone, veicolazione transdermica, accent e luce pulsata.

Nell'ambito di questa realtà dinamica ed in continua crescita ed evoluzione nascono progetti per trasmettere e far conoscere i valori fondanti del marchio: così è stato per il **Circo Cinico nel 2019 e per il Beauty Truk nel 2020**, progetti itineranti che hanno visto la luce per portare nelle piccole e grandi città della penisola ironia e divertimento, ma soprattutto ciò in cui VeraLab crede: la bellezza, l'accettazione, le connessioni, l'inclusività e la trasparenza.

Nel **2022** VeraLab illumina **Piazza Duomo di Milano** con il suo **albero di Natale Pina**, simbolo di inclusione – il costo dell'elettricità è infatti devoluto alla **Casa di accoglienza Enzo Jannacci** del Comune di Milano, che si occupa di ospitare le persone in condizioni

di indigenza – e di sostenibilità ambientale etica; nel **2023** è **skincare partner del Festival di Sanremo** e guarda al mondo dello spettacolo e degli artisti, facendosi promotrice della bellezza attraverso l'arte, un'attività che si aggiunge alle iniziative culturali e sociali promosse con il progetto "*Bellezze al museo*" per la sensibilizzazione al patrimonio culturale italiano e quello a difesa della salute delle donne realizzato con la **Onlus Komen Italia**.

A Gennaio **2024** la famiglia VeraLab si allarga con l'**ingresso nel capitale sociale di Peninsula Capital**, fondo di private equity internazionale, con una quota del 30%. La partnership strategica mira a **consolidare il piano di sviluppo del beauty brand** spingendolo verso nuove prospettive di crescita nazionale e sovranazionale, facendo leva sulla attuale posizione di leadership di VeraLab nel settore skincare e sulla spiccata vocazione internazionale ed esperienza nel mondo Consumer di Peninsula.

2009

Aprire il centro estetico **VeraLab Institute** a Milano

2012

Aprire il blog **estetistacnica.it**

2015

Trasforma il suo blog nel marchio **VeraLab**

2019

Nasce lo Shop **monomarca** a **Milano** e il progetto itinerante **il Circo Cinico**

2020

Nasce il progetto itinerante **Beauty Truk**

2021

Nasce lo Shop **monomarca** a **Roma** e i corner shops in **Rinascente**

2022

Illumina Piazza Duomo a Milano con l'**Albero di Natale Pina**

2023

Partner del **Festival di Sanremo**

2024

Ingresso nel capitale sociale di **Peninsula Capital**





3



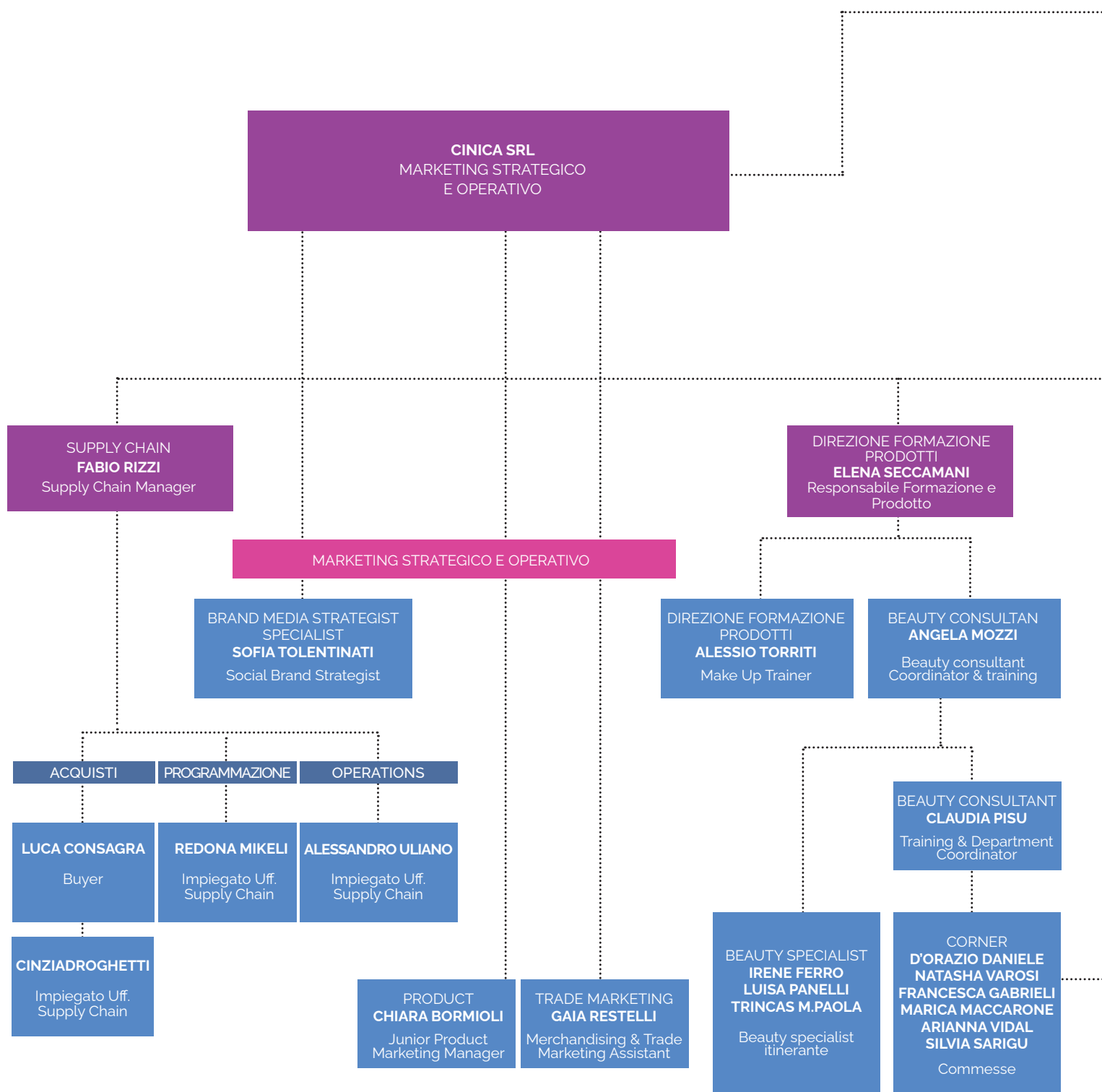


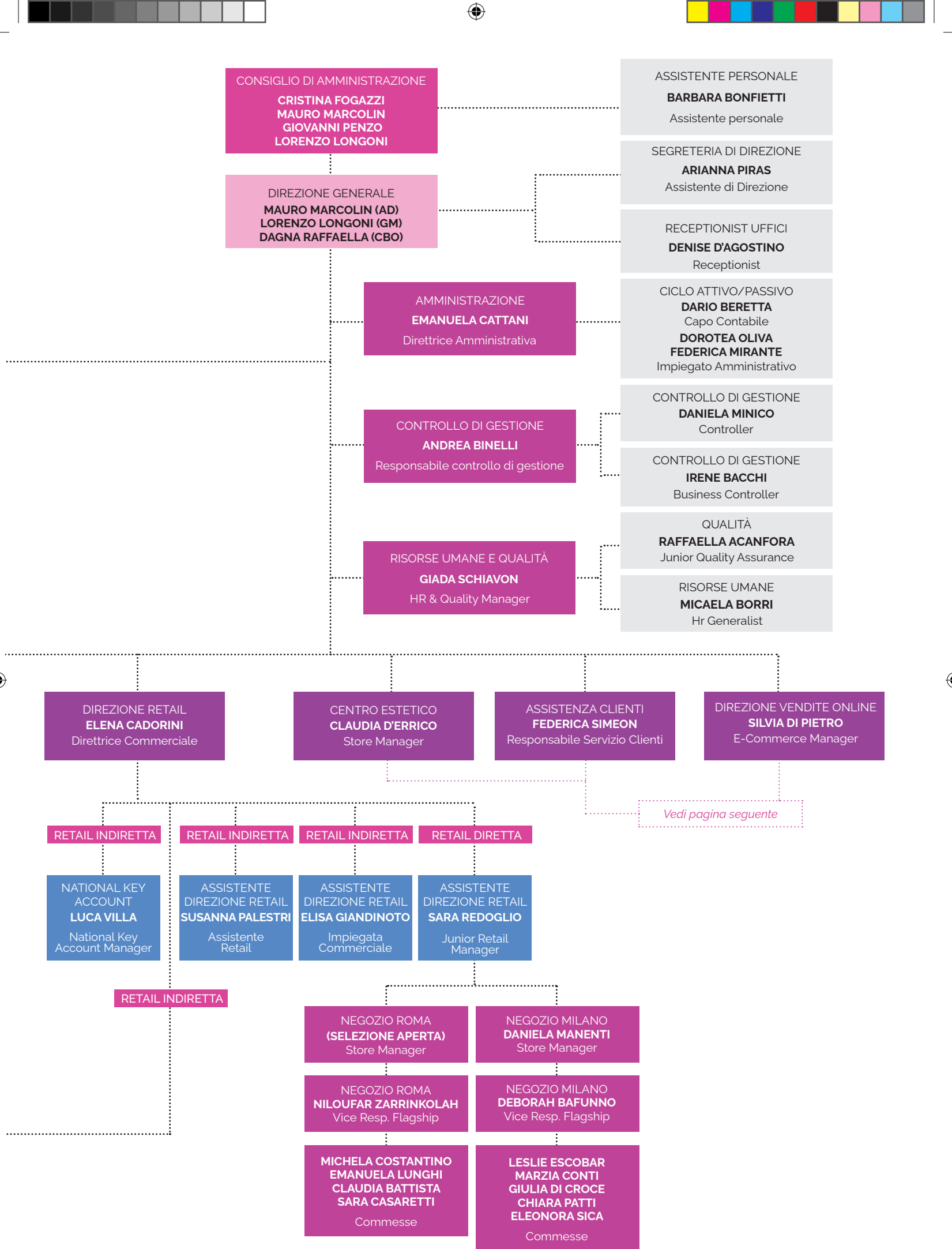
capitolo 03

Organigramma, CDA e i nostri dipendenti →

Organigramma, CDA e i nostri dipendenti

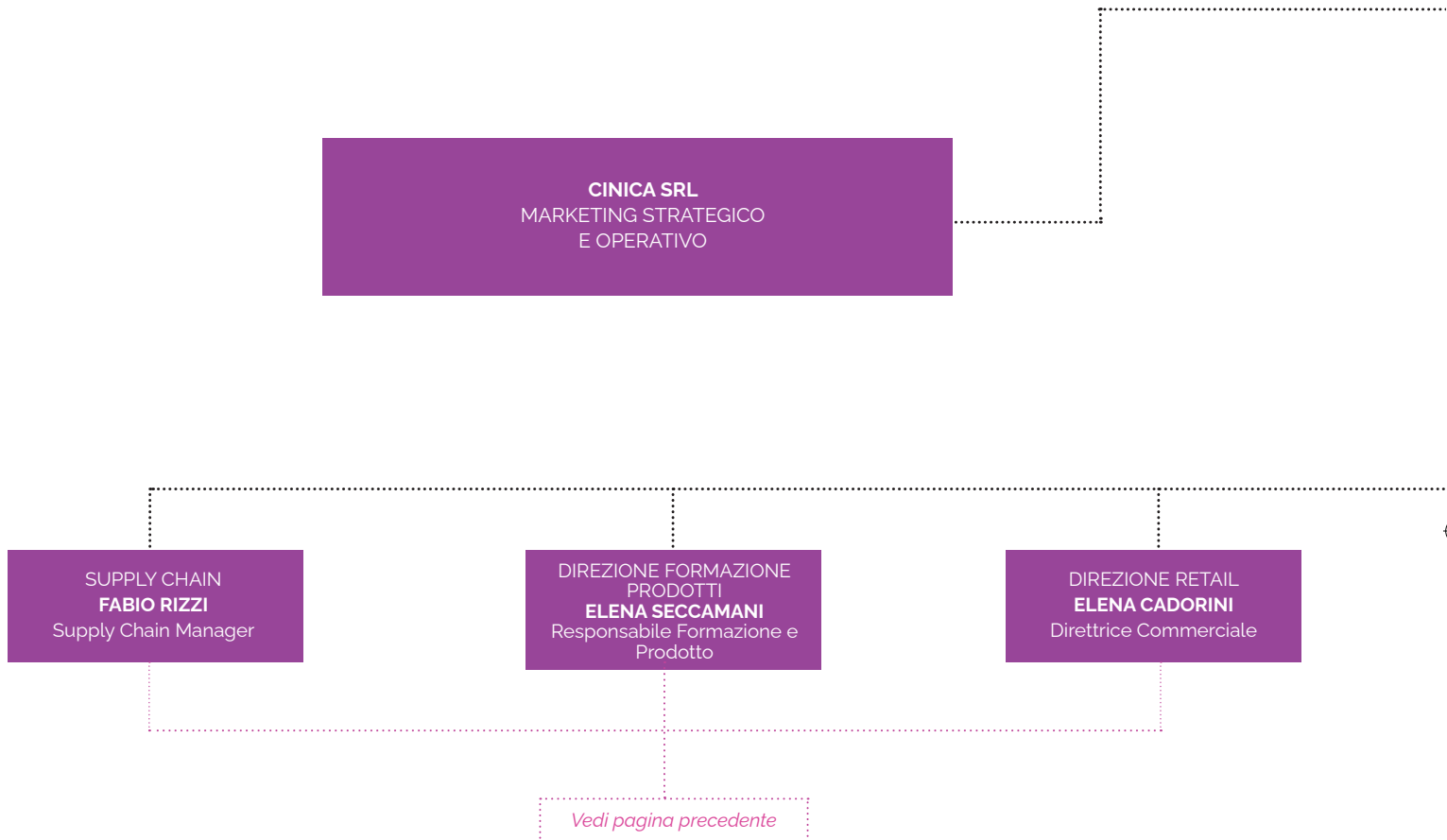
Il nostro organigramma che riportiamo qui di seguito evidenzia struttura e nello stesso tempo snellezza di ruoli per ottenere velocità di operatività e decisionale.

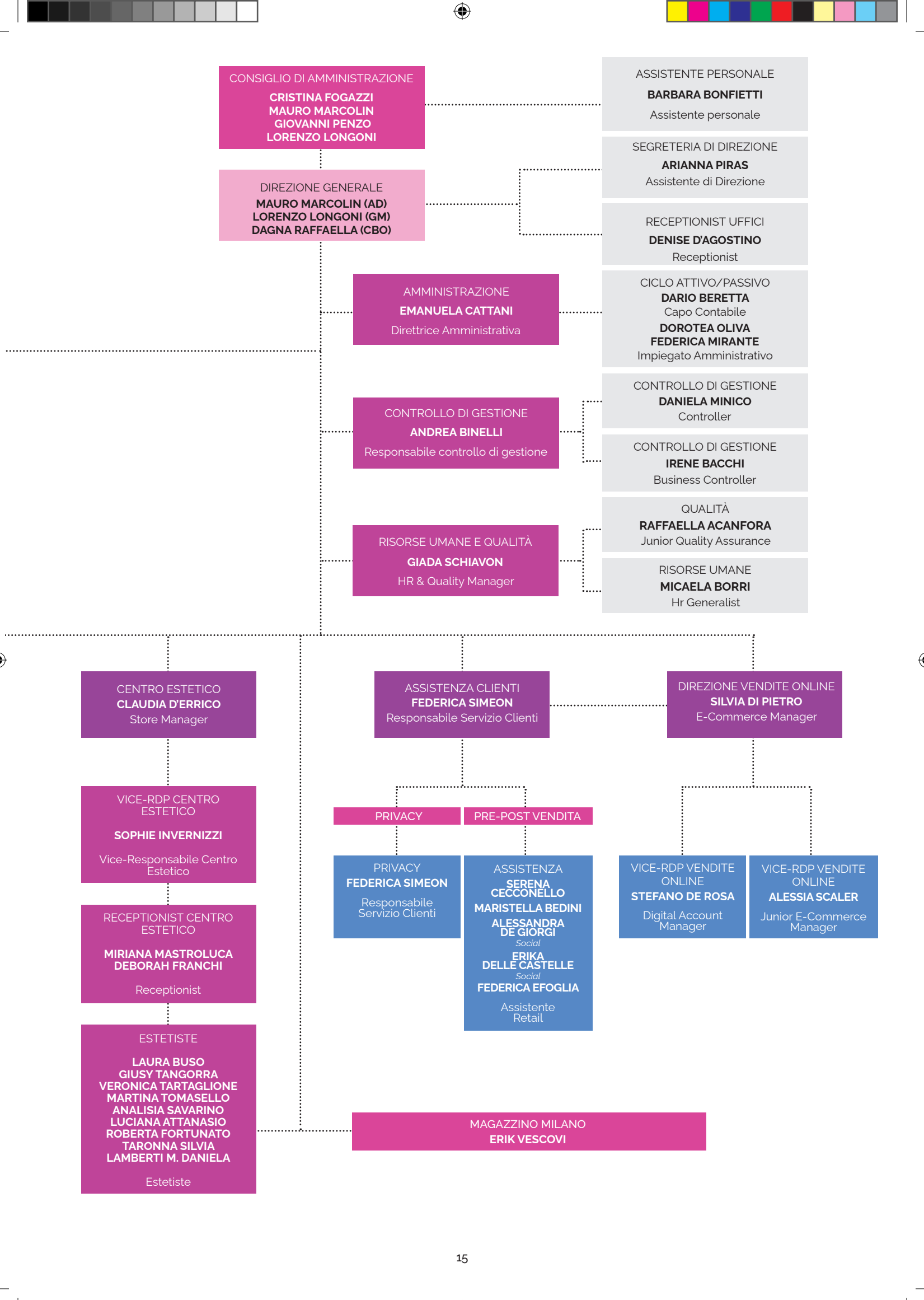






Organigramma, CDA e i nostri dipendenti





NUMERO DI DIPENDENTI CHE HANNO LASCIATO L'AZIENDA (DISCLOSURE GRI 401-1)

FASCIA ETÀ	2020			2021			2022			2023		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
< 30 anni		1	1	1	7	8		3	3	0	5	5
30 - 50 anni			0		5	5		5	5	1	3	4
> 50 anni			0	2		2			0	0	0	0
TOTALE	0	1	1	3	12	15	0	8	8	1	8	9

TASSO TURNOVER IN ENTRATA (DISCLOSURE GRI 401-1) RAPPORTO ASSUNTI/NUMERO AL 31.12

FASCIA ETÀ	2020			2021			2022			2023		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
< 30 anni	0%	23%	31%	100%	154%	150%	0%	25%	24%	200%	55%	62%
30 - 50 anni	0%	113%	125%	200%	59%	67%	67%	30%	35%	80%	33%	26%
> 50 anni	50%		50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTALE	150%	57%	65%	60%	97%	92%	40%	27%	28%	86%	40%	46%

NUMERO DI ASSUNZIONI (DISCLOSURE GRI 401-1)

FASCIA ETÀ	2020			2021			2022			2023		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
< 30 anni	1	3	4	1	20	21		6	6	2	11	13
30 - 50 anni	1	9	10	2	10	12	2	7	9	4	10	14
> 50 anni	1		1			0			0	0	0	0
TOTALE	3	12	15	3	30	33	2	13	15	6	21	27

DICEMBRE 2022						DICEMBRE 2023					
SESSO						SESSO					
UOMO	DONNA		TOTALE			UOMO	DONNA		TOTALE		
7	52		59			12	65		77		

	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
DIRIGENTE	1		1	1	1	2
QUADRO	2	5	7	3	5	8
IMPIEGATO	3	38	41	7	49	56
OPERAIO	1	9	10	1	10	11
			59			77

	DICEMBRE 2022						DICEMBRE 2023					
	<30		30-50		>50		<30		30-50		>50	
	UOMO	DONNA	UOMO	DONNA	UOMO	DONNA	UOMO	DONNA	UOMO	DONNA	UOMO	DONNA
DIRIGENTE	0	0	0		1		0	0	0	1	1	0
QUADRO	0	0	2	4	0	1	0	0	3	4	0	1
IMPIEGATO	1	13	2	24	0	1	3	15	4	33	0	1
OPERAIO	0	7	1	2	0	0	0	7	1	3	0	0
						59						77



	DICEMBRE 2022		DICEMBRE 2023	
	TD	TI	TD	TI
DIRIGENTE	0	1	0	2
QUADRO	0	7	0	8
IMPIEGATO	4	37	8	48
OPERAIO	2	8	3	8
		59		77

Aumenta il numero dei dipendenti rispetto al 2022, con prevalenza di donne tra i 30 e i 50 anni.

La situazione fotografata al 31 dicembre 2023 vede su un totale di 77 dipendenti n.65 donne , concentrate nella fascia di età 30-50 e evidenza prevalenza assoluta di contratti a tempo indeterminato.

La selezione di personale è effettuata mediante ricerca formale e attiva (siti e agenzie) mediante almeno 3 colloqui e selezione in base alle competenze. Quando possibile, si cerca di aumentare la crescita interna dei collaboratori sostenendoli con affiancamento e corsi di formazione e incentivi economici. Tale politica è resa possibile anche dalla condizione di piccola impresa che facilita tali processi. Non sono adottati contratti precari e vi è totale omogeneità salariale tra uomo e donna.

2019		
TIPOLOGIA	ORE	TOTALE
FORMAZIONE OBBLIGATORIA	184	
FORMAZIONE BRAND		184
FORMAZIONE INTERNA		

2020		
TIPOLOGIA	ORE	TOTALE
FORMAZIONE OBBLIGATORIA	72	
FORMAZIONE BRAND		72
FORMAZIONE INTERNA		

2021		
TIPOLOGIA	ORE	TOTALE
FORMAZIONE OBBLIGATORIA	432	
FORMAZIONE BRAND	1272,35	2391,55
FORMAZIONE INTERNA	687,2	

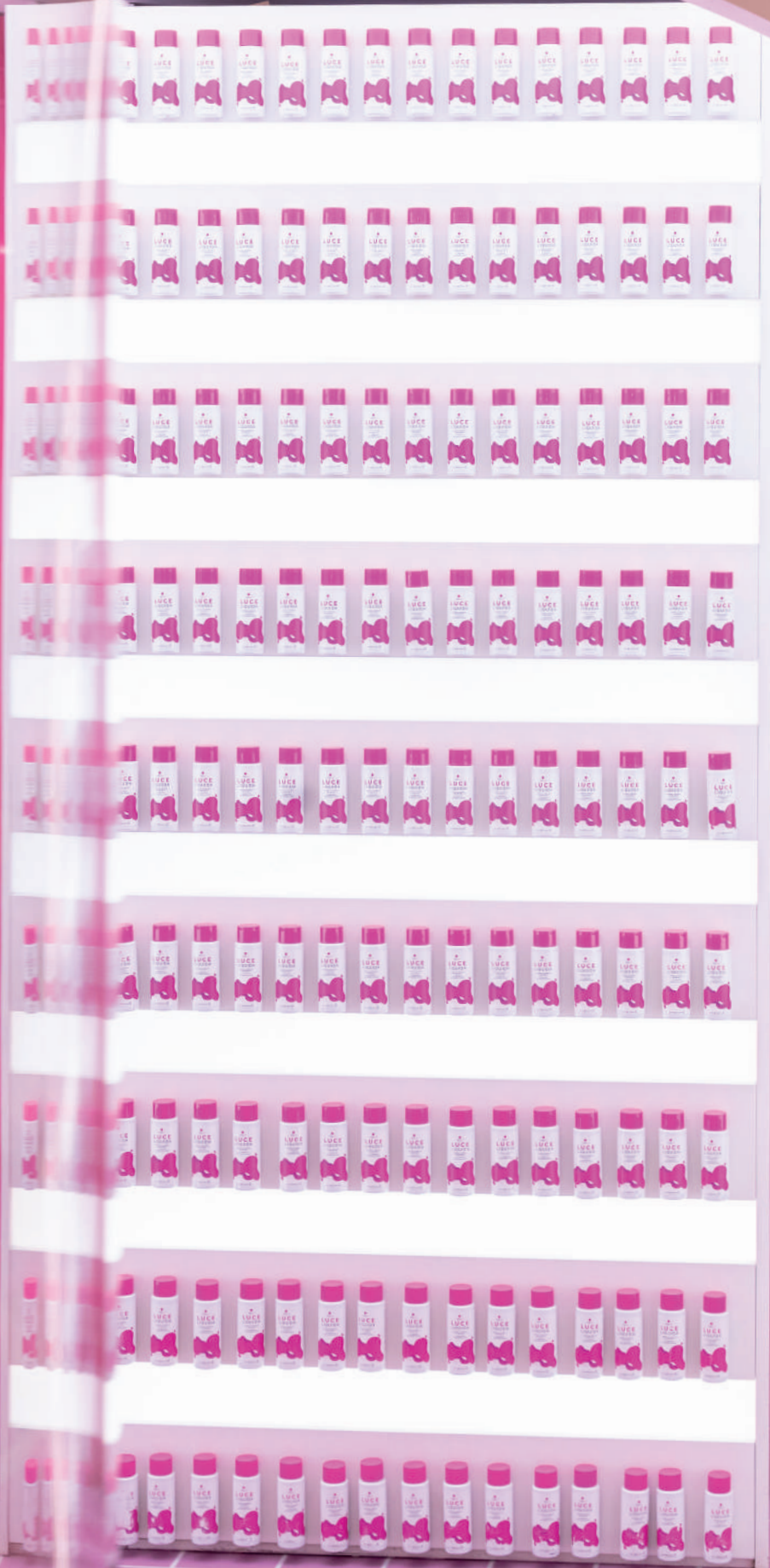
2022		
TIPOLOGIA	ORE	TOTALE
FORMAZIONE OBBLIGATORIA	104	
FORMAZIONE BRAND	188	448,5
FORMAZIONE INTERNA	156,5	

2023		
TIPOLOGIA	ORE	TOTALE
FORMAZIONE OBBLIGATORIA	184	
FORMAZIONE BRAND	158,5	646,1
FORMAZIONE INTERNA	303,6,5	





DAVVERO
CELLULITE?
SOPRILÒ QUI!



capitolo 04

La proprietà e il gruppo



La proprietà e il gruppo

L'attività sociale è svolta attraverso la **Società Benefit RE-Forme srl** che ha come oggetto sociale:

- l'attività di **gestione di centri di abbronzatura ed estetici** in genere, di istituti di bellezza, nonché quelle inerenti e connesse all'attività di **truccatore, massaggiatore facciale, depilatore, estetista-visagista, manicure, pedicure estetico**;
- il **commercio** in ogni forma di tutti i **prodotti ed articoli per la cura e l'igiene della persona, articoli per capelli, tricologici, cosmetici e di profumeria** in genere, prodotti di **erboristeria**, articoli di **bigiotteria, abbigliamento sportivo** in genere e relativi **accessori**; macchinari, **attrezzature** ed **articoli tecnici per l'estetica**
- l'organizzazione, la promozione e la **gestione di corsi di aggiornamento professionale** per l'esercizio delle attività suddette; l'organizzazione di **manifestazioni congressuali, meetings e convegni medico-scientifici**;
- la promozione di **iniziative volte alla ricerca, studio e diffusione di presidi attinenti l'attività fisica**. Il tutto con **tassativa esclusione di qualsiasi attività riservata all'esercizio della professione medica** ed in genere di tutte le attività eventualmente riservate dalle leggi tempo per tempo vigenti a professionisti iscritti in appositi albi.



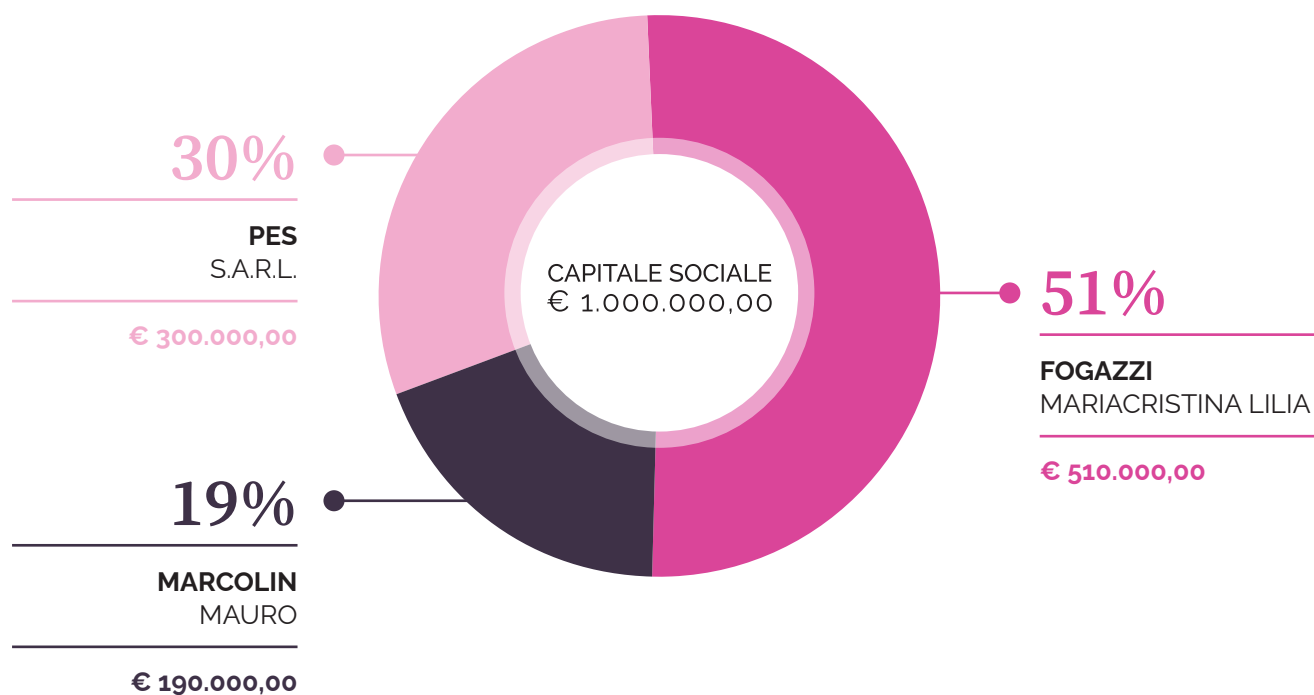
In data 14 febbraio 2022 la società si è trasformata in società benefit; l'attuale Responsabile d'Impatto è il Dr. Mauro Marcolin; la Relazione di impatto per l'anno 2023 è stata depositata presso la sede sociale.

In qualità di Società Benefit, ai sensi e per gli effetti della legge 28 dicembre 2015, articolo unico, commi 376-384, la società intende perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

La società oltre allo scopo di dividerne gli utili, perseguirà le seguenti specifiche finalità di beneficio comune: la riduzione dell'impatto ambientale umano, la promozione della tutela e della salvaguardia dell'ambiente, lo sviluppo di un'economia sostenibile nel rispetto di tutti gli "stakeholders" e la diffusione di principi ecologici nell'industria in cui opera. La società si impegna pertanto a perseguire la creazione delle migliori condizioni di sostenibilità possibili nell'attività produttiva e nei rapporti commerciali.

Ricercando e applicando le modalità più efficienti per la diminuzione degli sprechi e per la generazione di un beneficio per l'ambiente. Nel rispetto dei principi che ispirano le indicate finalità di beneficio comune, la società intende sostenere e sviluppare progetti, partnership e opportunità di collaborazione con enti ed imprese aventi i medesimi obiettivi.

Il capitale sociale di Re- Forme srl è così posseduto:







capitolo 05

Clienti e supply chain →

Clienti e supply chain

Peculiarità di Re-Forme srl è quella di aver investito sempre nel proprio **territorio**, credendo fortemente nelle **realità locali**.

A partire dai fornitori più storici, con cui si mantengono fedelmente rapporti funzionali e di rispetto bidirezionale, anche le più recenti collaborazioni si localizzano in un raggio d'azione di non oltre i 150km dalla città di Milano.

La forte, incalzante e rapida crescita di Re-Forme ha, quindi, direttamente contribuito alla valorizzazione dei suoi piccoli/medi fornitori, determinando una valorizzazione non sottovalutabile del territorio.

In linea ai valori che da sempre contraddistinguono l'azienda, inoltre, Re-Forme si impegna a collaborare da sempre con **fornitori** che siano **sostenibili**, sviluppando una politica di approvvigionamento responsabile.

In accordo anche a quelle che sono le specifiche del Sistema di Gestione della ISO 9001:2015 (di cui l'Azienda possiede certificazione), Re-Forme fa un'attenta valutazione (sia preliminare che in itinere) del fornitore, validando il comune rapporto con la stesura e firma di un **Quality Agreement** a cui si affida non solo la regolazione delle specifiche di fornitura, ma che risulta essere uno strumento di monitoraggio costante della propria Value chain. Esso, infatti, permette di individuare in maniera tempestiva il rischio associato, mettendo a disposizione gli strumenti necessari per l'eventuale gestione e contenimento.

L'attenzione al tema della valutazione della propria catena di fornitura è un'esigenza correlata strettamente all'attenzione ed al rapporto di fiducia che l'Azienda ha instaurato negli anni con la propria Community, la quale ha la possibilità di acquistare i nostri prodotti nei 3 principali canali di distribuzione:

Online

I nostri Clienti come da dati reperibili online sono distribuiti su tutte le fasce di età con una maggiore concentrazione nella **fascia 30-34** e in prevalenza donne e si concentrano prevalentemente in **Lombardia**:

FASCIA D'ETA	N° UTENTI
30 - 34	242.992
25 - 29	237.374
35 - 39	165.470
40 - 44	111.805
50 - 64	102.561
Sconosciuto	89.895
20 - 24	83.633
45 - 49	74.232
65+	11.676
15 - 19	3.130
< 15	13
TOTALE	1.122.781

REGIONE	N° UTENTI
LOMBARDIA	277.729
EMILIA ROMAGNA	97.679
LAZIO	97.014
VENETO	87.504
PIEMONTE	76.022
TOSCANA	62.251
CAMPANIA	54.043
SICILIA	41.160
PUGLIA	39.476
SARDEGNA	29.655
LIGURIA	25.850
MARCHE	25.734
FRIULI VENEZIA GIULIA	18.256
CALABRIA	16.344
ABRUZZO	16.208
UMBRIA	12.935
TRENTINO ALTO ADIGE	11.851
BASILICATA	5.546
MOLISE	2.812
VALLE D'AOSTA	1.785
ESTERO	11.360
TOTALE	1.122.782



Retail diretto

2 negozi locati a Roma e Milano e con il progetto di apertura di un nuovo store nella città di Torino nel 2024

Retail indiretto

farmacie e profumerie

Re-Forme ha puntato alla **fidelizzazione** sempre più elevata della propria Community, non solo attraverso il proprio sito E-Commerce, ma puntando ad una sempre maggiore e consapevole **presenza sul territorio nazionale**.

Sebbene il Brand VeraLab sia presente nel canale profumeria già dal 2018 con pochi retailer selezionati, è al **2022** che si attesta la vera **grande crescita dell'azienda**, raggiungendo un fatturato di 6 milioni di euro con **165 porte aperte**.

Dal 2023, inoltre, l'Azienda ha deciso di strutturare ancora di più il proprio investimento, puntando ad una crescita sempre maggiore del settore.

Questo si è tradotto in:

31.12.2023

fatturato di **9,4 milioni** (+56% vs 2022)
+159 aperture (porte totali 324)

Allo stesso tempo, partendo dalle **20 farmacie aperte nel 2022**, l'Azienda ha deciso di affidarsi ad un'agenzia intermediaria, affidando a **Montefarmaco** il compito di proseguire il progetto di espansione del brand nel canale in oggetto.

A **fine 2023 sono state aperti 430 punti vendita** per un fatturato totale di 3,2 milioni.

L'**espansione nel retail indiretto** è stata una mossa assolutamente vincente sia per il fatturato addizionale generato rispetto ai soli canali online e diretto, sia per la presenza capillare sul territorio italiano che consente di intercettare nuovi consumatori che non conoscevano il brand e/o che non acquistavano online.

Le **previsioni per il 2024** sono, dunque, fortemente **incoraggianti** e prevedono un **forte incremento** nelle vendite/apertura di nuovi punti vendita sia per il canale sia per quello delle profumerie (obiettivo al 31.12.2024 con un fatturato di 14milioni - +50% vs 2023).







capitolo 06

Informazioni economiche



La proprietà e il gruppo

Come si evidenzia nella tabella sottostante il fatturato ha avuto un aumento esplosivo dal 2017 al 2021, in crescita nel 2022 e nuovamente con un aumento di rilievo per il 2023.

Gli utili e l'importo elevato di tasse versate allo Stato evidenziano come la nostra società contribuisca attraverso le stesse tasse alla Spesa Nazionale. Il costo e i benefit dei dipendenti sono saliti sia per l'aumento del numero dei dipendenti sia per l'aumento dei salari.

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Fatturato	1.301.784,00	5.662.901,00	22.090.447,00	49.616.619,00	63.493.093,00	63.785.963,00	72.185.954,21
Costi operativi	- 941.146,00	- 4.557.611,00	- 16.677.938,00	- 29.879.488,00	- 39.317.113,00	- 42.048.230,00	- 48.245.298,83
Salari e benefit dei dipendenti	- 212.804,00	- 343.861,00	- 660.054,00	- 1.832.721,00	- 3.282.317,00	- 4.028.771,00	-5.779.187,59
Oneri finanziari Al netto dei proventi	- 2.070,00	- 4.730,00	- 4.162,00	- 663.558,00	- 69.502,00	- 95.519,00	166.167,05
Altri costi Ammortamenti, accantonamenti	- 41.184,00	- 60.684,00	- 122.678,00	- 255.596,00	- 2.760.832,00	- 2.534.733,00	484.364,25
Utile ante imposte	104.580,00	696.015,00	4.625.615,00	16.985.256,00	18.063.329,00	15.078.710,00	18.811.999,09
Imposte	- 19.092,00	- 209.706,00	- 1.326.866,00	- 5.057.189,00	- 5.593.725,00	- 4.476.946,00	- 5.585.378,59
Imposte anticipate					391.628,00	62.405,00	70.000,00
Investimenti nella comunità' Donazioni							- 130.990,00
Utile	85.488,00	486.309,00	3.298.749,00	11.928.067,00	12.861.232,00	10.664.169,00	13.165.630,49
Variazione % utile		468,86%	578,32%	261,59%	7,82%	- 17,08%	23,46%
Dividendi pagati Per il 2023 saranno pagati da giu a dic 24			1.400.000,00	9.000.000,00	10.000.000,00	9.000.000,00	9.000.000,00
Pezzi ordinati dai clienti			1.283.099	3.788.681	3.767.490	4.366.663	

2019	Diretto	Rivenditori	Online
Gen	-	3.947	37.797
Feb	-	3.963	53.451
Mar	-	3.966	40.121
Apr	-	5.293	108.149
Mag	-	3.583	78.935
Giu	-	6.312	66.401
Lug	-	7.592	94.996
Ago	-	6.157	94.709
Set	-	6.545	77.626
Ott	-	20.661	98.641
Nov	-	7.456	275.927
Dic	21.888	11.259	147.724
Totale	21.888	86.734	1.174.477

2020	Diretto	Rivenditori	Online
Gen	13.288	7.754	117.068
Feb	16.623	14.586	144.569
Mar	3.143	3.708	362.947
Apr	2.580	1.607	210.173
Mag	9.666	4.958	399.144
Giu	17.545	9.535	312.042
Lug	23.471	22.451	200.434
Ago	12.962	9.006	198.114
Set	25.159	17.926	155.969
Ott	22.040	28.818	210.069
Nov	6.234	23.439	749.936
Dic	25.542	27.423	378.752
Totale	178.253	171.211	3.439.217

2021	Diretto	Rivenditori	Online
Gen	4.648	30.898	188.573
Feb	6.936	48.598	157.427
Mar	6.581	20.302	260.329
Apr	6.443	32.807	176.013
Mag	22.088	35.781	197.365
Giu	20.502	47.433	227.720
Lug	19.244	54.145	175.078
Ago	12.823	21.137	183.318
Set	18.498	51.851	148.934
Ott	17.511	118.072	201.397
Nov	28.203	29.096	963.439
Dic	22.741	28.264	183.295
Totale	186.218	518.384	3.062.888

2022	Diretto	Rivenditori	Online
Gen	12.505	44.839	243.693
Feb	16.033	23.527	247.912
Mar	17.280	48.116	197.508
Apr	19.444	41.645	211.209
Mag	19.028	64.380	214.627
Giu	17.097	46.050	236.669
Lug	17.837	73.488	266.171
Ago	19.982	20.433	246.968
Set	13.796	73.328	144.762
Ott	16.568	149.058	233.488
Nov	32.938	54.427	1.023.756
Dic	33.027	60.275	164.799
Totale	235.535	699.566	3.431.562

2023	Diretto	Rivenditori	Online
Gen	12.922	82.720	153.446
Feb	20.331	119.312	162.101
Mar	20.639	174.728	171.105
Apr	21.573	135.155	135.374
Mag	22.109	162.881	301.824
Giu	22.675	146.295	263.145
Lug	20.859	79.613	202.875
Ago	16.237	182.544	190.261
Set	19.333	66.356	160.079
Ott	19.354	175.613	232.493
Nov	43.821	205.814	880.632
Dic	35.692	72.733	189.420
Totale	275.545	1.603.764	3.042.755

Il numero dei pezzi venduti continua ad aumentare con una rilevante preponderanza per online, anche se nel 2023 è aumentata la componente relativa alle vendite tramite rivenditori





capitolo 07

I valori di VeraLab →

I valori di VeraLab

Un buon **report di sostenibilità** deve essere in grado di **esprimere i valori in cui l'azienda crede**. Occorre dunque ancora una volta **partire dagli obiettivi che si sono raggiunti e che si vogliono raggiungere analizzando le strade percorse e quelle future** per consolidarli e raggiungerne di nuovi.

Quando si parla di obiettivi, ovviamente, non si può – in questo ambito – far riferimento unicamente ai traguardi di mercato. Si deve, invece, **guardare alle modalità con le quali l'azienda svolge il proprio compito di impresa**: dai rapporti con i dipendenti, a quelli con i fornitori, dalle azioni poste in essere per la salvaguardia dell'ambiente, alle innovazioni tecnologiche che vengono adottate per sviluppare prodotti di qualità nel rispetto dei valori etici dell'azienda.

Ed è per questo che noi di Veralab- RE Forme srl, prima ancora di essere un'azienda, siamo **un gruppo di persone, che condividono valori e obiettivi** che abbiamo scelto di mettere nero su bianco per condividerli con i clienti, i fornitori e con chiunque collabori con noi.

Abbiamo adottato un **Codice Etico** che fosse intimamente **condiviso da tutti i membri dell'azienda**. Lo abbiamo pensato essenziale ed autentico così che da poterci rispecchiare.

Nei nostri contenuti commerciali e promozionali non perdiamo mai di vista chi fa parte della nostra community e così anche il nostro Codice Etico parla a te e di te. Parla della persona che ci ha dato fiducia comprando i nostri prodotti, del fornitore che ci supporta nella produzione, parla di chi manda il suo CV per lavorare con noi.



I NOSTRI VALORI

01. Inclusività

- Vogliamo che la nostra Azienda sia un luogo dove la diversità e l'inclusione siano un valore aggiunto. Ogni giorno ci poniamo come obiettivo quello di prestare **attenzione e rispetto ai diversi background delle persone** integrandole nello stesso ambiente lavorativo in modo concreto.
- Essere inclusivi per Re- forme significa accogliere **tali diversità e favorire una corretta integrazione delle differenze** all'interno del team di lavoro, incoraggiando i singoli ad **essere sé stessi** e la squadra a **riconoscere nella diversità una ricchezza**. Per noi le differenze sono un valore aggiunto.

02. Umanità e organizzazione

- Investiamo in un **ambiente sereno**.
- Vivere in un **contesto lavorativo organizzato** riduce lo stress incidendo in modo positivo sulla qualità del prodotto e del servizio che offriamo.
- Ricerchiamo la **migliore organizzazione possibile** e crediamo nel continuo miglioramento del nostro metodo di lavoro mettendoci in discussione tutti i giorni e imparando dai nostri errori.
- Creiamo un **ambiente di lavoro** dove le persone possano sentirsi libere di esprimersi, migliorarsi e poter contare le une sulle altre.
- In Re-Forme promuoviamo lo **spirito di collaborazione** perché una squadra unita consegue migliori risultati rispetto a singoli individui che perseguono obiettivi parziali.
- Ogni giorno, ci impegniamo a svolgere il nostro ruolo al meglio, non solo per noi stessi ma anche per aiutare i nostri colleghi a lavorare nel modo migliore possibile.
- Appoggiamo lo **smart working** e la flessibilità; da noi, i nostri collaboratori sanno che possono trovare un ambiente di lavoro che si adatta alle loro esigenze familiari e personali.

I NOSTRI VALORI

03. Competenze

- Tutte le **persone** che lavorano con noi sono **formate, aggiornate** e inserite in un **processo di crescita** sia personale che professionale.
- In Re-Forme scegliamo di **premiare chi migliora e cresce** perché solo così possiamo evolverci a nostra volta.
- Coltiviamo la **professionalità** di tutti e lavoriamo per potenziarla.

04. Passione e appartenenza

- Obiettivo di Re-Forme è quello di rendere tutti **partecipi dei successi** e dei progetti aziendali creando così un **forte senso di appartenenza** rendendo l'ambiente - più che aziendale - familiare.
- In Re-Forme possiamo contare anche su **elementi distintivi** che fanno di questa impresa un punto di riferimento per gli operatori del settore skincare che crescono assieme a noi diventando veri e propri partner.
- **Chi lavora per noi fa parte della nostra storia:** da qui l'orgoglio e il senso di appartenenza che caratterizzano le persone di Re-Forme.

Il codice etico

Ci siamo dotati di un **Codice Etico** in cui sono definiti - in modo organico e unitario - i **principi e i criteri di riferimento per regolare i comportamenti degli amministratori, dei dipendenti e di tutti coloro che collaborano con la nostra realtà aziendale.**

Il codice si fonda sul **patrimonio comune di valori condivisi** sui quali abbiamo costruito e intendiamo continuare a costruire il nostro sviluppo.

È una guida alle decisioni di tutti i giorni. Rispettare e far rispettare il Codice Etico in ogni attività aziendale genera fiducia in tutti i portatori d'interesse e contribuisce ad affermare la reputazione dell'impresa.

Il **comportamento affidabile di ognuno di noi** e la buona reputazione dell'impresa creano valore, sono un **indispensabile fattore di crescita e di sviluppo.** Il mercato, infatti, sceglie Re-forme per la capacità di mantenere gli impegni assunti in risposta alle richieste, di assicurare nel tempo livelli elevati di qualità dei prodotti e dei servizi, per l'affidabilità dei risultati.

Tutte le scelte dei nostri interlocutori si fondano sulla **fiducia** e sulla **responsabilità**: è per questo che il Codice Etico non rappresenta soltanto un adempimento formale ma una conquista di ogni giorno.

Il Codice Etico comporta un grande impegno da parte di Re-forme e richiede **senso di condivisione e di responsabilità**, soprattutto da parte degli amministratori, dei dirigenti, dei dipendenti, dei collaboratori e dei business partner rilevanti. Di fatto, **è parte del rapporto professionale che li lega all'azienda.**

Sarà quindi diffuso a tutti i portatori d'interesse e spiegato a chi vuole lavorare in Re-forme o con Re-forme.

Verrà **declinato nella pratica quotidiana** e sarà aperto a ogni possibile miglioramento per valorizzare lo spirito di innovazione di Re-forme e la sua voglia di crescere.





capitolo 08

Sustainable development goals



Sustainable development goals

Nel 2015 le Nazioni Unite hanno formalizzato 17 obiettivi universali dell'Agenda 2030 che mirano a ridurre povertà e ineguaglianze, contribuendo allo sviluppo sociale ed economico, alla difesa degli ecosistemi e a contrastare i cambiamenti climatici



1. SCONFIGGERE LA POVERTÀ

Porre fine alla povertà in tutte le sue forme, ovunque.



2. SCONFIGGERE LA FAME

Sconfiggere la fame: porre fine alla fame, garantire la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile.



3. BUONA SALUTE

Garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età.



4. ISTRUZIONE DI QUALITÀ

Garantire a tutti un'istruzione inclusiva e promuovere opportunità di apprendimento permanente eque e di qualità.



5. PARITÀ DI GENERE

Raggiungere la parità di genere attraverso l'emancipazione delle donne e delle ragazze.



6. ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI

Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile di acqua e servizi igienico-sanitari.



7. ENERGIA RINNOVABILE E ACCESSIBILE

Assicurare la disponibilità di servizi energetici accessibili, affidabili, sostenibili e moderni per tutti; contratti, smart working.



8. BUONA OCCUPAZIONE E CRESCITA ECONOMICA

Promuovere una crescita economica inclusiva, sostenuta e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti; politiche di assunzione e sviluppo professionale dipendenti.



9. INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

Costruire infrastrutture solide, promuovere l'industrializzazione inclusiva e sostenibile e favorire l'innovazione.



10. RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE

Ridurre le disuguaglianze all'interno e tra i paesi; inclusività.



11. CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI

Creare città sostenibili e insediamenti umani che siano inclusivi, sicuri e solidi.



12. UTILIZZO RESPONSABILE DELLE RISORSE

Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili; no plastica negli uffici – nel 2023 progetto di sostenibilità



13. LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze.



14. UTILIZZO SOSTENIBILE DEL MARE

Conservare e utilizzare in modo sostenibile gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile.



15. UTILIZZO SOSTENIBILE DELLA TERRA

Proteggere, ristabilire e promuovere l'utilizzo sostenibile degli ecosistemi terrestri, gestire le foreste in modo sostenibile, combattere la desertificazione, bloccare e invertire il degrado del suolo e arrestare la perdita di biodiversità.



16. PACE E GIUSTIZIA

Promuovere società pacifiche e solidali per lo sviluppo sostenibile, garantire l'accesso alla giustizia per tutti e costruire istituzioni efficaci, responsabili e solidali a tutti i livelli.



17. PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

Rafforzare le modalità di attuazione e rilanciare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile.

La sigla SDGs è l'abbreviazione di **Sustainable Developments Goals** e traduce la definizione italiana di **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** (OSS). Si tratta dei punti che nel **2015 l'ONU** ha individuato per poter **raggiungere lo sviluppo sostenibile entro il 2030**, definendo come sostenibile "uno sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare i propri bisogni".

Imprese, aziende, enti pubblici e organizzazioni sono oggi incentivate a produrre, proporre, costruire, agire in maniera sostenibile, quindi ad aumentare la loro redditività senza danneggiare l'ambiente e la società.

In linea a questo concetto, la realtà di **Re-forme si impegna a dare il proprio contributo ai fini di una sostenibilità globale a lungo termine.**

I **principali Goals** che la Società **ha individuato come raggiungibili** vengono di seguito argomentati:



GOAL 3 **BUONA SALUTE**

L'Azienda, riconoscendo la necessità di offrire un servizio a supporto della salute del dipendente, ha introdotto nel 2022 quello che possiamo definire "un pacchetto genitorialità" attraverso il quale i dipendenti neo- genitori possono disporre di un credito caricato a loro disposizione per, ad esempio, richiedere il rimborso di spese di natura sanitaria del neonato e/o della retta dell'asilo nido, ovvero ancora selezionare gift card utili all'acquisto di beni per la prima infanzia.

È stato poi progettato, e confermato per l'anno 2023, un "welfare aziendale" che prevede l'erogazione di servizi attraverso una piattaforma digitale grazie alla quale ogni dipendente può accedere ad un ricco paniere di flexible benefit (una forma di retribuzione in beni e servizi in natura che non concorre a formare reddito da lavoro dipendente).

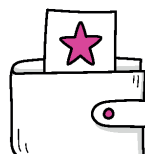
Nello specifico, la politica interna di Welfare consente di accedere ai **seguenti servizi**:



Rimborsi



Gift card



Versamenti



Acquisti

Rimborsi

La sezione dedicata consente di **ottenere un rimborso** in riferimento a **tre specifiche aree**:



Educazione ed istruzione
familiari



Cura familiari anziani
e non autosufficienti



Abbonamento trasporti
pubblici

Accedendo a ciascuna delle tre sezioni, è possibile compilare un apposito modulo, in cui si richiedono gli estremi della spesa sostenuta e i giustificativi della stessa.

Versamenti

Nel piano Welfare previsto da Re-forme srl si fa riferimento unicamente alla modalità di **versamento** per la **Previdenza Complementare**. Nello specifico, si tratta di una **previdenza integrativa** volta ad ottenere una rendita periodica aggiuntiva rispetto all'assegno erogato dalla previdenza obbligatoria, a cui possono aderire tutti i dipendenti. Consiste, in sintesi, in una **forma pensionistica complementare**, da affiancare alla rendita pensionistica.

L'importo è deliberatamente **deciso dal dipendente aderente all'offerta**, che sceglie eventualmente **versare il proprio TFR** e/o un **contributo volontario** (ad es. l'importo/una quota del conto Welfare).

Acquisti

Nella sezione acquisti, il dipendente può utilizzare il proprio conto welfare per ricevere servizi, che possono essere anche utilizzati da/con un familiare, senza che debba essere fiscalmente a carico.

Tali servizi sono classificabili in delle categorie, a loro volta raggruppabili in macrocategorie:



Viaggi e
tempo libero



Corsi di lingua
e formazione



Servizi
sanitari



Sport e
benessere



Servizi
alla famiglia



GOAL 4 **ISTRUZIONE DI QUALITÀ**

Al 2023 si ascrive il primo grande obiettivo raggiunto da Re-Forme in ambito del Goal 4: la promozione dell'Istruzione rivolta ai giovani sul territorio italiano. In tale scia, infatti, la Società si fa garante dell'accesso di giovani donne a quelle che sono stati riscontrati essere gli indirizzi universitari (e di conseguenza le posizioni lavorative) principalmente caratterizzati da una popolazione maschile (indirizzi tecnico/scientifici).

Nello specifico, Re-Forme srl ha stanziato una borsa di Studio per l'A.A. 2023/2024 presso il Politecnico di Milano del valore di 50.000€ (spalmati sul triennio di riferimento). La borsa di studio regola l'accesso ai corsi di studio di I livello per le Facoltà di:

- | | |
|--|---|
| • Ingegneria per l'Ambiente e il Territorio | • Ingegneria Elettronica |
| • Ingegneria Aerospaziale | • Ingegneria Energetica |
| • Ingegneria dell'Automazione | • Ingegneria Fisica |
| • Ingegneria Biomedica | • Ingegneria Informatica |
| • Ingegneria Chimica | • Ingegneria Matematica |
| • Ingegneria Civile | • Ingegneria dei Materiali e delle Nanotecnologie |
| • Ingegneria Civile per la Mitigazione del Rischio | • Ingegneria Meccanica |
| • Ingegneria Elettrica | • Ingegneria della Produzione Industriale |

L'erogazione della borsa di studio è stata destinata a giovani studentesse italiane rispondenti ai seguenti requisiti:

1. Indicatore ISEE (ISEEU parificato per chi non possiede redditi in Italia) 2023 non superiore a € 31.000,00;
2. Almeno 15 CFU utili al conseguimento del titolo e regolarmente registrati in carriera (convalide incluse);
3. Residenza italiana fuori dalla regione Lombardia.

L'Organizzazione intende seguire la giovane vincitrice in tutto il suo percorso accademico, offrendole un rinnovo annuale della borsa di studio. Il rinnovo della stessa, di fatti, è subordinato alla meritocrazia della singola persona; si richiede, infatti:

- **A.** Iscrizione all'anno accademico (a.a.) 2024/2025 e registrazione di almeno 35 CFU utili al conseguimento del titolo previsti dal piano di studio (I rinnovo);
- **B.** Iscrizione all'anno accademico (a.a.) 2025/2026 e registrazione di almeno 75 CFU utili al conseguimento del titolo previsti dal piano di studio (II rinnovo).

Altro grande obiettivo della Società è quello di promuovere tra i dipendenti la conoscenza e le competenze necessarie in materia di sviluppo sostenibile (anche tramite un'educazione), ai diritti umani, alla parità di genere, alla promozione di una cultura pacifica e non violenta, alla cittadinanza globale e alla valorizzazione delle diversità culturali e del contributo della cultura allo sviluppo sostenibile.



GOAL 5 **PARITÀ DI GENERE**

In accordo agli obiettivi prefissati nel 2022 derivanti da un'attenta analisi della realtà interna e del contesto di riferimento, Re-Forme srl ha iniziato un vero e proprio percorso verso l'ottenimento della Certificazione Sistema di Gestione Parità di Genere UNI/PdR 125:2022.

La strutturazione dello stesso percorso ha visto il coinvolgimento di numerose risorse, sia interne all'azienda (Ufficio HR; Ufficio Qualità; Alta Direzione) che esterne (studio legale associato). La strutturazione del percorso ha previsto:

- **A.** Una fase preliminare, in cui sono state svolte indagini di valutazione dei rischi per le aree di analisi interessate, in termini sia qualitativi che quantitativi.
- **B.** Redazione della Policy-Parental Care e della Policy-Anti Harassment (punti cruciali per il raggiungimento della Certificazione). In queste due, Re-Forme esprime, di fatti, tutto il suo interesse e manifesta tutta la sua volontà nel perseguire azioni non discriminante verso nessuna delle risorse presenti, nonché di assicurare che queste possano operare in un ambiente di lavoro sano e tutelato.

Obiettivo dell'Azienda, ad oggi, è quello di presentare tutto il materiale opportunamente redatto all'ente di certificazione individuato (TUV-Sud) entro il primo trimestre del 2024.



GOAL 7 **ENERGIA RINNOVABILE ED ACCESSIBILE**

Re-Forme ha deciso di investire in fonti energetiche pulite, come la fornitura rinnovabile dell'energia elettrica (di cui si allega certificato), e puntare sulle strategie operative che riducano il consumo di elettricità negli ambienti di lavoro.

In merito a quest'ultimo punto, la Società è promotrice della pratica dello smart working, con piena flessibilità da parte del lavoratore, richiedendo solo presenza fisica di almeno una risorsa per Ufficio. È stato evidenziato come questa scelta stia apportando degli effetti significativi in termini di economie di sistema, risparmio energetico, riduzione della mobilità delle persone, connettività sociale e innovazione tecnologica.

La misurazione di questo Goal viene fatta con specifici indicatori, tra cui i kWh di consumo di energia nell'Azienda, il totale degli investimenti nelle energie rinnovabili.



GOAL 8 **BUONA OCCUPAZIONE E CRESCITA ECONOMICA**

La Società si è da sempre interessata allo sviluppo e supporto della condizione lavorativa delle proprie risorse, destinandovi ambienti e condizioni soddisfacenti e stimolanti per lo svolgimento delle proprie mansioni. In questa ottica, Re-Forme srl si occupa di promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, in cui garantisce la piena occupazione ed un lavoro sostenibile per tutti.

A fronte del lavoro fatto nell'ambito del raggiungimento dei Goal 5 e 10, la Società offre un'occupazione piena e produttiva, nonché un lavoro dignitoso per donne e uomini (compresi i giovani e le persone con disabilità) affiancata da un'equa remunerazione per le prestazioni svolte. Su questa scia, si inseriscono le numerose assunzioni effettuate nel 2023

FASCIA ETÀ	2023		
	UOMO	DONNA	TOTALE
< 30 anni	2	11	13
30 - 50 anni	4	10	14
> 50 anni	0	0	0
TOTALE	6	21	27

Re-Forme srl, inoltre, si impegna a proteggere il diritto al lavoro e promuovere un ambiente lavorativo sano e sicuro per tutti i lavoratori, con un occhio particolare alle donne ed ai lavoratori necessitanti di supporto. In termini di garanzia del lavoro, non è così trascurabile la Tab che mostra le trasformazioni da TD a TI (in termini di tipologia di contratto di lavoro – si contano nel 2023 5 trasformazioni di contratti a Tempo Determinato nei corrispettivi contratti Indeterminati), nonché il grado di progressiva inclusione anche della figura femminile nei livelli più alti dell'Azienda.

DICEMBRE 2022			DICEMBRE 2023		
SESSO			SESSO		
UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
7	52	59	12	65	77

	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
DIRIGENTE	1		1	1	1	2
QUADRO	2	5	7	3	5	8
IMPIEGATO	3	38	41	7	49	56
OPERAIO	1	9	10	1	10	11
			59			77

	DICEMBRE 2022		DICEMBRE 2023	
	TD	TI	TD	TI
DIRIGENTE	0	1	0	2
QUADRO	0	7	0	8
IMPIEGATO	4	37	8	48
OPERAIO	2	8	3	8
		59		77



GOAL 10 **RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE**

In accordo all'obiettivo del raggiungimento della Certificazione Sistema di Gestione Parità di Genere UNI/PdR 125:2022, la stesura della Policy-Parental Care ha sottolineato come la società abbia realmente a cuore i concetti di inclusività e di buona cura delle proprie risorse. Si riporta, di seguito, un estratto della stessa policy, a testimonianza di quanto detto.

Re- Forme ha scelto di utilizzare un linguaggio inclusivo e neutro per rappresentare tutti i genitori, nelle varie espressioni di famiglia che hanno costruito e nelle quali vivono.

Con "**genitore gestante/partoriente**", si intende il genitore partoriente e che, quindi, affronta col proprio corpo 9 mesi di gravidanza e il parto.

Con "**genitore non gestante/non partoriente**", al contrario, si intende il genitore che non porta avanti la gravidanza e, dunque, non partorisce.

Quest'ultima categoria comprende sia il genitore che ha legami biologico-genetici con il/la figlio/a sia il c.d. "**genitore intenzionale**", ovvero quel genitore che, pur non avendo legami biologico-genetici con il /la figlio/a, si prende cura dello/a stesso/a, assumendo sotto ogni punto di vista (materiale, morale e sociale) il ruolo genitoriale.

Re- Forme s.r.l. è consapevole che la normativa italiana attualmente si rivolge alle coppie di genitori madre-padre, escludendo le coppie omogenitoriali (o same sex). La presente, tuttavia, vuole ricomprendere tutti i genitori, senza esclusione alcuna. Ciò significa che in casi particolari e in assenza di una specifica previsione di legge, Re-Forme dovrà rivolgersi con interpello all'INPS e valutare come poter - in ogni caso - garantire i diritti presenti nella presente policy.



GOAL 12 **GARANTIRE MODELLI SOSTENIBILI DI PRODUZIONE E DI CONSUMO**

L'**obiettivo aziendale** è quello di "**fare di più e meglio con meno**", aumentando, quindi, i benefici in termini di benessere tratti dalle attività economiche, puntando principalmente alla **riduzione dell'inquinamento** legato al contributo operativo delle risorse impiegate.

L'Azienda ha iniziato un **processo di sensibilizzazione al consumo e a stili di vita sostenibili**, offrendo ai collaboratori e dipendenti adeguate informazioni su standard ed approvvigionamenti pubblici di tipo sostenibile.



ACQUA

La strategia aziendale è stata quella di **munirsi di un depuratore di acqua**, garantendo una **progressiva eliminazione dei volumi di plastica** consumati negli uffici.



PLASTICA

In linea alla Direttiva comunitaria SUP (Single Use Plastic), Re-forme si impegna a **contribuire alla progressiva eliminazione del consumo della plastica negli uffici**.

La strategia è quella di **promuovere l'eliminazione del monouso** negli uffici, fornendo a tutto il personale borracce riutilizzabili, oltre a stoviglie comuni nell'area di ristoro.



RACCOLTA DIFFERENZIATA

L'azienda si propone di percorrere il sentiero dell'ecosostenibilità **promuovendo** nei propri Uffici un **sistema di raccolta differenziata dei diversi materiali, con la fornitura di appositi contenitori di riferimento**.



GOAL 15 **UTILIZZO SOSTENIBILE DELLA TERRA**

Da sempre sensibile a tematiche di tipo ambientali e di sostenibilità correlata, VeraLab ha intrapreso un percorso di riduzione dei propri impatti sul territorio, attraverso il cammino della Carbon Footprint. Quest'ultima (letteralmente "impronta di Carbonio") è di fatto il vero e reale parametro che consente di determinare gli impatti ambientali delle attività di natura antropica sul climate change e, quindi, sul riscaldamento globale terrestre. Si tratta, nello specifico, quindi, di definire dell'emissione di quanta CO₂ si è responsabili, sia direttamente che indirettamente.

Nello specifico, Re-Forme srl si impegna a definire quale sia la sua Carbon Footprint in relazione ai beni ed i servizi che distribuisce, determinando quindi quanta superficie di terra ed acqua utilizza in tutta la sua catena produttiva (dal reperimento delle materie prime allo smaltimento dei rifiuti).

In questa ottica, Re-Forme ha avviato un percorso di collaborazione con una società esterna di consulenza, specializzata nella raccolta dei dati e collezione di riferimento negli Scope 1-2-3. Questi ultimi sono derivati dal lavoro di ogni singolo ufficio che compone l'azienda, nonché dal contributo (in termini di dati di consumo relativi alla produzione pro- conto VeraLab) da parte dei fornitori.

Ad oggi Re-Forme ha collettato i dati per tutti e tre gli Scope con riferimento all'anno 2023; resta, quindi, in attesa della definizione del valore della propria Carbon Footprint per capire quali possano esser poi le azioni correttive da mettere in atto e tutte le strategie successive.





capitolo 09

Gli stakeholders e i punti di interesse →

Gli stakeholders e i punti di interesse



GOAL 17 **PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI**

Abbiamo individuato i nostri stakeholders e poi abbiamo cercato di capire tramite contatti e informazioni quali siano i punti di interesse per loro.

I nostri **STAKEHOLDERS** possono essere individuati in:



Dipendenti



Clienti



Fornitori



Partners



Community



Società



Enti Controllo

Come ci muoviamo e come comunichiamo:

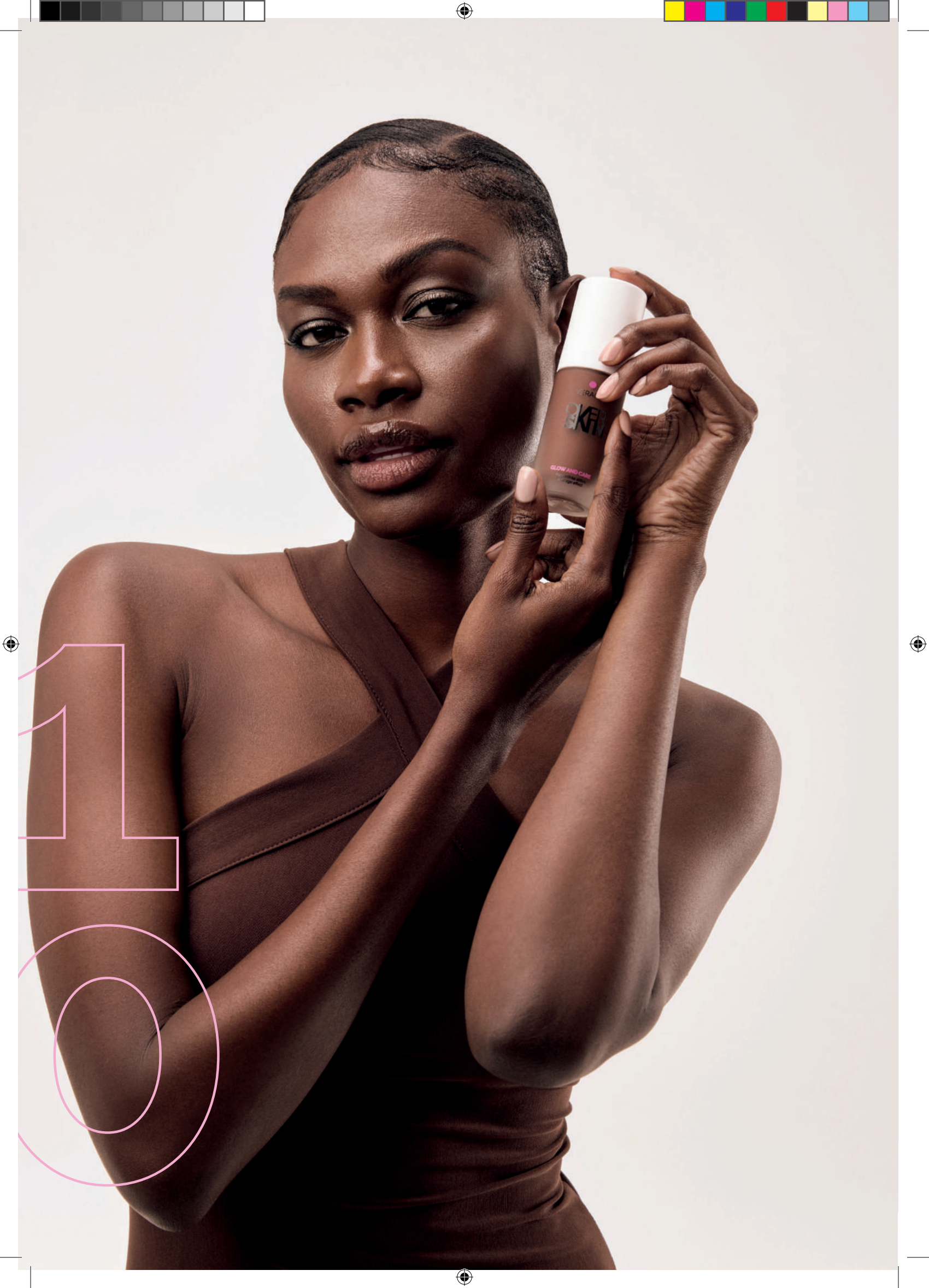
Il confronto con i nostri SH è continuo in un'ottica di **lavoro in progress per migliorare il nostro lavoro** in modo sostenibile ed etico.

CATEGORIA DI STAKEHOLDER	FREQUENZA COMUNICAZIONE	PRINCIPALI CANALI DI DIALOGO
DIPENDENTI	Periodica	Attività formazione
DIPENDENTI	Quotidiana	Bacheca aziendale , sito, email
CDA	Periodica	Assemblea CDA
CLIENTI	Periodica	Riunioni e visite, email, telefonate, customer service
CONSUMATORI FINALI	Periodica	Email, sito, eventi
FORNITORI DI SERVIZI	Periodica	Email telefonate, sito in contri in sede
FORNITORI DI MATERIE PRIME	Periodica	Email telefonate, sito in contri in sede

Riteniamo che le tematiche ritenute maggiormente rilevanti sia dal punto di vista di VeraLab sia dal punto di vista dei suoi stakeholder sono legate all'area del prodotto - dalla qualità alla sicurezza dei prodotti così come l'innovazione e la ricerca e sviluppo - senza però dimenticare la sfera sociale, con particolare riferimento ai diritti umani e allo sviluppo e sicurezza dei dipendenti.

L'azienda ha scelto di adottare in tutti questi ambiti un approccio che va oltre al semplice aspetto legalistico e di compliance, attivando azioni concrete per il miglioramento del livello qualitativo del prodotto, della formazione tecnica del personale e della certificazione volontaria delle performances economiche, finanziarie, gestionali ed ambientali.

Per questi motivi, la nostra attenzione ai temi della sostenibilità economica, ambientale, antropica e sociale è totale.





capitolo 10

Premi, riconoscimenti → e certificazioni



Premi, riconoscimenti e certificazioni

Con il suo stile empatico, onesto e ironico, Cristina Fogazzi è diventata una delle voci più autorevoli del panorama beauty italiano. Intorno a lei si anima una community che su Instagram conta **1 milione di follower** (dato in costante aggiornamento).

Il suo carisma le è valso il premio **Macchianera 2019** e il suo talento imprenditoriale è stato riconosciuto da **Forbes Italia** che l'ha inserita **fra le 100 donne più influenti dell'anno**. Veralab è stata insignita del **premio Pambianco Le Quotabili 2020** che ogni anno viene conferito alle imprese meritevoli di essere quotate in Borsa.

Nel 2021 Veralab – Re-Forme srl ha ottenuto il **certificato di imballaggio sostenibile** grazie all'utilizzo di imballi derivanti al 100% da carta riciclata.

Ha inoltre ottenuto la certificazione **UNI- en- iso 9001-2015** valida fino al 2025.

Nel marzo del 2023, la prima edizione degli Assolombarda Awards, l'iniziativa promossa da Assolombarda per valorizzare i progetti d'impresa più innovativi, ha visto protagonista Re-Forme SRL che si è distinta con il brand Veralab nella sezione dedicata alle piccole e medie imprese aggiudicandosi il premio Giorgio Squinzi nella categoria Performance per l'alta capacità di crescita economica e di sviluppo del sistema azienda.

Premi

MARZO 2023 – PREMIO “GIORGIO SQUINZI” degli Assolombarda Awards.

La prima edizione degli Assolombarda Awards, l'iniziativa promossa da Assolombarda per valorizzare i progetti d'impresa più innovativi, ha visto protagonista Re-Forme SRL che si è distinta con il brand Veralab nella sezione dedicata alle piccole e medie imprese aggiudicandosi il **premio Giorgio Squinzi nella categoria Performance** per l'alta capacità di crescita economica e di sviluppo del sistema azienda.



VERALAB®

**RESHAPER
BODY OIL**
BRACCIA, GAMBE E ADDOME

OLIO CORPO
LIEFENANTE
SETIFICANTE
CON OLIO ESSENZIALE
DI LAVANDA

BODY OIL
PROMOTING DRAINAGE
WITH LAVENDER ESSENTIAL OIL
ARMS, LEGS AND ABDOMEN





capitolo 11

Progetti sociali presenti e futuri



Progetti sociali presenti e futuri

VeraLab da sempre sostiene progetti con un forte impatto sociale con particolare attenzione alle tematiche riguardanti il mondo femminile ma non solo.

Nel 2020, è stata realizzata una Limited Edition del burro cacao Kisses per sostenere **Pangea Onlus**. L'intero ricavato (1€ per ogni articolo per un totale di 5.053,00€) è stato devoluto alla **campagna per la difesa dei diritti delle donne** nei Paesi del terzo mondo.

Altro progetto importante è stata la promozione di un programma educativo in giro per le scuole con **Bet She Can**, associazione che si fa promotrice dell'abbattimento di ogni stereotipo di genere ed etichetta culturale nei bambini.

In collaborazione con la **Dynamo Camp**, invece, Re-Forme ha contribuito con una donazione di 25.000€ alla realizzazione di una **struttura di accoglienza per famiglie con bimbi disabili o malati** garantendo loro un luogo ricreativo in cui trascorrere le vacanze ricevendo assistenza familiare.

Assieme a **Komen**, è stato lanciato il progetto "Bellezze al Museo" negli anni 2021 e 2022 con tre diverse tappe nelle città del sud Italia dove è stata data la possibilità a centinaia di donne di poter effettuare gratuitamente ecografie e mammografie per sensibilizzare sul tema del tumore al seno.

VeraLab sostiene inoltre il territorio italiano e le sue bellezze artistiche. Nel 2020 nasce il progetto "**Bandiere Arancione**" per dare visibilità e valorizzare le peculiarità dei borghi italiani.

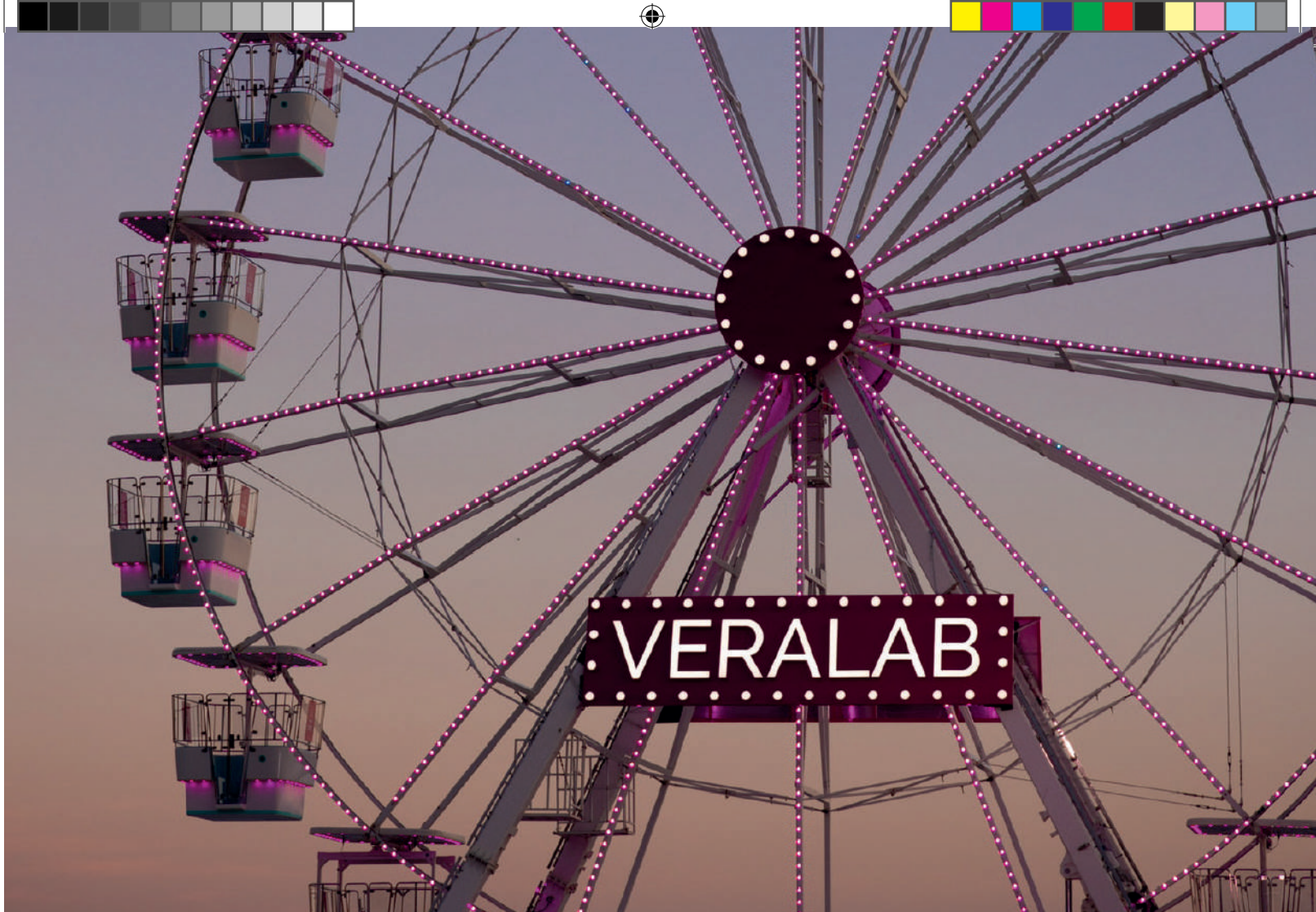
Nel 2021 con il progetto "**Bellezze al museo**" abbiamo sostenuto i musei d'Italia regalando un totale di

10.000 ingressi alla nostra community.

Ancora nel 2022, VeraLab diventa social partner della **mostra su Tiziano patrocinata dal Comune di Milano** mettendo a disposizione i propri canali per la sua sponsorizzazione; e per l'intero mese di Aprile, sostiene la **mostra "Crazy" presso il Chiostro del Bramante a Roma** omaggiando la community di un ingresso a fronte di una spesa in prodotti.

Da sempre impegnata nel sociale e nella promozione delle pari opportunità, nel 2023, Re-Forme supporta la formazione accademica delle ragazze che intraprendono percorsi universitari in materie scientifiche.

Nello specifico, VeraLab stanziava una **borsa di studio** del valore di 50.000€ per l'intero percorso accademico triennale a sostegno delle giovani donne fuorisede che studiano presso il **Politecnico di Milano** provvedendo non solo al pagamento delle spese universitarie, ma fornendo anche il supporto necessario per le spese di vitto ed alloggio garantendo alle studentesse un adeguato tenore di vita.



Valori comunicati con le attività: accensione albero e spot tv

Veralab, con le attività dell'accensione dell'**albero di Natale in Piazza Duomo** e lo **spot televisivo on air durante il Festival di Sanremo**, ha puntato a costruire la saliency della marca rafforzando la sua brand awareness nel solco dei propri valori.

Albero in Piazza Duomo

Nello specifico, l'accensione dell'albero ha **consolidato il rapporto del marchio con le istituzioni locali milanesi** in ottica di una sempre maggiore e migliore sinergia col **Comune di Milano, partner strategico** soprattutto per i progetti in ambito artistico, territorio molto presidiato da VeraLab.

L'attività ha, soprattutto, permesso di **comunicare e consolidare il valore dell'inclusione**, da sempre fondamentale parte del DNA di VeraLab: l'albero natalizio acceso in Piazza Duomo è stato, infatti, **avvolto da una grande scritta al led che augurava: "WE WISH YOU TO BE YOURSELF"** incitando ad **abbandonare le etichette e i pregiudizi** con l'invito di sentirsi liberi di colorare il mondo con le sfumature che ognuno, solo essendo se stesso, può sprigionare.

L'accensione dell'albero in Piazza Duomo **sposa anche gli ideali di sostenibilità** cari al brand: per l'allestimento, è stato utilizzato un **albero destinato all'abbattimento** cui è stata donata una seconda vita addobbandolo con **led a basso consumo energetico**.

Il corrispettivo della spesa sostenuta per l'illuminazione dell'albero è stato devoluto alla Casa d'accoglienza Enzo Jannacci che si occupa di sostenere le persone in difficoltà dando loro un posto in cui dormire e ricevere un pasto ogni giorno.

Ai piedi dell'albero, è stato allestito un **villaggio di Natale visitabile** da grandi e piccini in cui incontrare Babbo Natale con la sua slitta circondato da animali luminosi e prodotti best seller in formato gigante.

Pina, l'abete in Piazza Duomo, ha rappresentato in sintesi tutti valori di VeraLab incarnando pienamente il social commitment del brand: inclusione, sostenibilità, enjoyment per tutti e sostegno alla comunità.



Spot Tv Festival Di Sanremo

Lo **spot tv**, andato **on air** durante il **Festival di Sanremo**, persegue l'**obiettivo di consolidare i valori della marca** implementando l'awareness del brand nell'ottica della consistente espansione del canale retail.

La pubblicità televisiva mette in scena un **dialogo in cui una figlia**, in età preadolescenziale, **confessa alla propria madre tutte le sue insicurezze rappresentando uno spaccato di vita quotidiana** in cui tutti possono riconoscersi.

Le risposte ironiche della madre alla bambina e **la schietta sincerità che anima il dialogo tra le due incarnano pienamente i valori del brand** che, da sempre, comunica con onestà **un ideale di bellezza inclusivo e non aspirazionale che invita a maturare la consapevolezza della propria unicità e il non dover uniformarsi a nessuno stereotipo**.

La pelle perfetta non esiste, questo l'assunto che la madre comunica nello spot facendosi interprete del messaggio del brand che, da sempre, utilizza un **tone of voice schietto e sincero** che veicola al consumatore promesse concretamente raggiungibili, **lontane dai claim di marketing tipici del settore cosmetico**.

Riportiamo i dati di quanto donato nel corso degli ultimi quattro anni

2023		
DATA	ENTE BENEFICIARIO	IMPORTO
21/11/2023	Fondazione Una, Nessuna, Centomila	30.000,00€
11/8/2023	Politecnico di Milano - Progetto borsa di studio	50.000,00€
07/8/2023	Fondazione IEO-MONZINO	15.000,00€
31/5/2023	Fondazione Mediolanum onlus	10.000,00€
08/3/2023	Associazione Educare alle Differenze	20.000,00€
30/1/2023	Associazione Sviluppo e promozione - Donazione Casa Alba	5.990,00€
		TOTALE 130.990,00€

2022		
DATA	ENTE BENEFICIARIO	IMPORTO
28/11/2022	Befree	10.000,00€
25/11/2022	Centri Antiviolenza E.M.M.A. onlus	10.000,00€
25/11/2022	E.V.A. Società Cooperativa Sociale	10.000,00€
26/10/2022	Progetto Sonus	3.000,00€
1/7/2022	Komen Italia-progetto la Carovana della Prevenzione - seconda tranche	25.000,00€
27/5/2022	Komen Italia-progetto la Carovana della Prevenzione - prima tranche	25.000,00€
7/1/2022	Fondazione Dynamo Camp Onlus	20.000,00€
		TOTALE 103.000,00€

2021		
DATA	ENTE BENEFICIARIO	IMPORTO
16/11/2021	Fondazione Dynamo Camp Onlus	5.000,00€
8/10/2021	Fondazione BET SHE CAN	10.000,00€
8/10/2021	Chiamale Storie	8.000,00€
6/7/2021	BELLEZZE AL MUSEO, 26 e 27 giugno presso il Museo Omero	4.500,00€
19/5/2021	Associazione Differenza Donna Onlus	32.000,00€
14/1/2021	Touring Club Italiano	10.000,00€
		TOTALE 69.500,00€

2020		
DATA	ENTE BENEFICIARIO	IMPORTO
22/12/2020	Touring Club Italiano	6.057,00€
22/12/2020	Touring Club Italiano	5.000,00€
26/11/2020	CARITAS AMBROSIANA - ABBRACCIA UNA MAMMA	30.000,00€
5/11/2020	Cesvi Onlus presso Intesa	40.655,00€
3/5/2020	Donazione - Oxfam Italia	250,00€
24/3/2020	Fondazione Pangea Onlus	5.053,00€
23/3/2020	Ospedale Amedeo di Savoia	10.050,00€
13/3/2020	Anlaids Onlus	5.000,00€
10/3/2020	Ospedale San Raffaele srl	5.000,00€
10/3/2020	ASST Grande Ospedale Metropolitano	5.000,00€
9/3/2020	Fondazione della comunità bresciana	5.000,00€
		TOTALE 117.065,00€



→ FEBBRAIO | SKINCARE PARTNER FESTIVAL DI SANREMO

In tale occasione, infatti, l'azienda ha elaborato uno **spot TV** nel quale ha perseguito l'obiettivo di **consolidare i propri valori, implementando l'awareness del brand** per sostenere la consistente espansione del canale retail.

→ APRILE | MOSTRA LEANDRO ERLICH.

Ad **aprile 2023** Veralab, che da sempre sostiene progetti per la valorizzazione del patrimonio culturale ed artistico italiano, **sostiene la mostra OLTRE LA SOGLIA di Leandro Erlich**, organizzata nelle sale di Palazzo Reale a Milano dal 22 aprile al 4 ottobre. Diversi biglietti della mostra sono stati omaggiati a fronte di un acquisto di prodotti presso il VeraLab Store di Milano, proprio per permettere alla community di poter apprezzare le opere di questo straordinario artista. Inoltre, sono stati donati due biglietti a ciascuno dei dipendenti della società.

→ GIUGNO | LANCIO OVERSKIN.

Il 19 Giugno arriva **OVERSKIN**, la **linea make-up by Veralab**. OVERSKIN rende il make-up un nuovo strumento per esprimere la bellezza in sintonia con gli intenti e i valori della realtà imprenditoriale fondata da Cristina Fogazzi. Il concept di Overskin si basa sull'elevata **qualità delle formule** e l'**alta performance** unita alla **facilità d'uso** per creare prodotti versatili che rispettino la pelle.

→ SETTEMBRE | SAGRA FAGIANA.

Dall'8 al 10 settembre negli spazi del **castello di Brescia** si è tenuta la seconda edizione della **SAGRA FAGIANA**. Protagonista insieme a VeraLab è stata la catena di **profumerie Pinalli**, partner ufficiale dell'evento. Grazie all'ottima sinergia dello staff Pinalli e VeraLab, la community ha potuto **scoprire i prodotti** make-up con look creati appositamente per l'evento e **ricevere consigli** preziosi per la propria beauty routine. Il divertimento è stato assicurato per grandi e bambini, tra festoni e palloncini, giostre, gadget e spettacoli di artisti di strada. Infine, le serate sono state arricchite dagli spettacoli **#POURPARLER** di Annagaia Marchioro e Vita Bassa di Giorgia Fumo e dalla presentazione "Collezione attimi di altissimo splendore" di Paolo Borzacchiello e Paolo Stella.

→ SETTEMBRE | SPONSORSHIP SANGA MILANO.

Sponsorizzazione della squadra di **pallacanestro femminile**. L'accordo di sponsorship prevede la presenza del logo di VeraLab sulle divise da gioco della squadra che, con il nome di **Repower Sanga Milano**, esordirà nella **serie A1**, il massimo campionato della pallacanestro femminile italiana. È anche prevista una pianificazione editoriale Veralab nei profili social del Sanga, oltre alla presenza di cartellonistica in occasione dei match casalinghi del club Orange.



Da sempre vicina ai problemi delle donne ed alla parità di genere, VeraLab nel **2023** ha sostenuto mediante erogazioni liberali le seguenti iniziative:

→ **8 MARZO | FESTA DELLA DONNA**

20.000 € donati ad **ASSOCIAZIONE EDUCARE ALLE DIFFERENZE** la rete nazionale di associazioni che lavora nella scuola, dalla prima infanzia all'adolescenza, e nella formazione adulti, per promuovere la libertà di essere se stesse, valorizzando le differenze e decostruendo gli stereotipi che sono alla base della violenza maschile contro le donne, del bullismo omosessobitansfobico, del razzismo e di tante altre forme di esclusione.

→ **7 MAGGIO | RACE FOR THE CURE ROMA**

donati 7.000 KISSES in edizione limitata realizzata esclusivamente per **KOMEN** che ne ha integralmente trattenuto il ricavato della vendita. VeraLab ha sostenuto la **Race for the Cure 2023**, il grande evento sportivo di **sensibilizzazione e sostegno della lotta al tumore al seno** promosso dall'associazione no profit Komen Italia non solo con una donazione ma formando una squadra con cui partecipare all'evento. Alla guida del team Fagiane Sgambettanti, ancora una volta, Cristina Fogazzi con lo scopo di promuovere i valori di Komen Italia e supportare le donne che stanno affrontando il tumore al seno o lo hanno superato.

→ **25 NOVEMBRE | GIORNATA CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE**

donati 30.000€ alla **FONDAZIONE UNA, NESSUNA, CENTOMILA**.

La fondazione UNA, NESSUNA, CENTOMILA finanzia **centri antiviolenza** e promuove interventi a sostegno dell'**indipendenza economica delle donne sopravvissute alla violenza**. Inoltre, produce eventi culturali e realizza percorsi di educazione all'affettività nelle scuole per educare, contrastare e sensibilizzare sul tema della violenza contro le donne.

→ **SETTEMBRE 2023 | BORSA DI STUDIO POLIMI** per **studentesse** che intraprendono percorsi di studio delle scuole di **ingegneria del Politecnico di Milano** per un valore totale di **50.000 €**

Ad affiancare la borsa di studio devoluta in collaborazione col Politecnico di Milano, per l'anno accademico 2024/2025 verrà erogata una seconda borsa di studio dell'importo di € 5.100,00 per il corso di Laurea triennale in "Fragrances & Cosmetics Product and Communication"



capitolo 12

Impatto ambientale e gestione rifiuti →

Impatto ambientale e gestione rifiuti

La nostra società non ha ancora programmato di aderire all'**Emas**, tuttavia sta effettuando una analisi delle proprie attività in modo da iniziare a valutarne l'impatto ambientale e **stabilire** la propria **politica ambientale**.

La nostra società sta valutando di elaborare un proprio **sistema di gestione ambientale (SGA)**, ossia un insieme di procedure e prescrizioni che consentono di:

- **evidenziare gli aspetti ambientali** interessati dalle diverse fasi produttive;
- **valutare gli impatti ambientali** di queste ultime;
- **definirne le modalità di controllo e verifica** e, quindi, di stabilire quali azioni intraprendere al fine di garantire il miglioramento continuo delle proprie prestazioni ambientali.

Lo scopo del SGA è quindi quello di fare in modo che la **qualità del prodotto e il processo produttivo** siano **rispettosi dell'ambiente** circostante.

Con riferimento agli imballaggi utilizziamo **Easypack Paper** che è al **100% riciclato**, con ph neutro ed è riciclabile e biodegradabile con livelli di materiali che rispettano la Direttiva Europea 94/62/EC sugli imballaggi e sui rifiuti degli imballaggi, come modificata dalla Direttiva 2004/12/EC.

I nostri fornitori di materiali rispettano le normative e risultano avere le seguenti certificazioni:

IDENTIFICAZIONE FORNITORE	MATERIALI FORNITI	ENTE CERTIFICATORE	CERTIFICAZIONE	ANNO
1	saponi detergenti cosmetici	Ecovadis	Sustainability rating - Silver - 2022	2022
1	saponi detergenti cosmetici	CQY	UNI EN ISO 22716:2007	2021-2024
1	saponi detergenti cosmetici	CQY	IFS HPC - higher level	2022-2023
1	saponi detergenti cosmetici	CQY	UNI EN ISO 9001:2015	2021-2024
1	saponi detergenti cosmetici	CQY	UNI EN ISO 14001:2015	2021-2024
1	saponi detergenti cosmetici	CQY	UNI EN ISO 45001:2018	2020-2023
2	emulsioni cosmetici	CQY	UNI EN ISO 9001:2015	2022-2025
2	emulsioni cosmetici	CQY	UNI EN ISO 22716:2007	2022-2025
3	cosmetici	SQS	UNI EN ISO 9001:2015	2020-2023
3	cosmetici	SQS	UNI EN ISO 22716:2007	2020-2023
4	confezionamento blister	ICIM	UNI EN ISO 9001:2015	2023-2026
5	essenze	zero emission	UNI EN ISO 14064:2023	2023
5	essenze	DNV	UNI EN ISO 22716:2007	2023
6	imballaggi	Interface	FSC_STD-40-004v3.1	2021-2026
7	cosmetici	Ecovadis	Sustainability rating - Bronze - 2022	2022
7	cosmetici	DNV	UNI EN ISO 9001:2015	2022-2025
7	cosmetici	DNV	UNI EN ISO 22716:2007	2022-2025
8	cosmetici	CQY	UNI EN ISO 9001:2015	2020-2023
8	cosmetici	CQY	UNI EN ISO 22716:2007	2022-2025
8	cosmetici	CQY	UNI EN ISO 13485:2016	2021-2024
8	cosmetici	Ecocert Green Life	Cosmos versione 3	2024



capitolo 13

Energie ed emissioni →



**ENERE ED EMISSIONI
(PARTNER COMMERCIALI)**

La nostra società utilizza come fornitore di Energia Elettrica la società **A2A Energia s.p.a.** che risulta avere ottenuto le **seguenti certificazioni:**



ISO 9001:2015

Per la gestione delle attività di vendita di energia elettrica e gas naturale e dei relativi servizi ai clienti finali



ISO 45001:2018

Per la gestione delle attività di vendita ai clienti finali di energia elettrica, gas naturale e dei correlati prodotti e servizi relativi alla produzione di calore. Freddo, illuminazione e di ricarica di veicoli elettrici



capitolo 14

Conclusioni





Migliorare quotidianamente è il nostro obiettivo principale, questa la nostra mission. Riteniamo di essere andati avanti rispetto allo scorso anno e questo nostro secondo bilancio sociale vuole raccontare la prosecuzione e l'evoluzione del nostro lavoro, nell'ottica di crescere come impresa capace di guardare al mondo che la circonda con consapevolezza e di riconoscere il valore delle persone in quanto tali, diffondendo un'idea di business etico e sempre più sostenibile.

Milano, lì 26 agosto 2024

Cristina Fogazzi





RE-FORME SRL

P.zza Buonarrotti, 32-20145 Milano - Italia

Feedback, domande o commenti:

www.veralab.it

Realizzato con la collaborazione di:

Together professionisti

www.togetherprofessionisti.com

Progetto grafico:

Ottosunove s.r.l

www.ottosunove.com

Pubblicazione:

ottobre 2024

Stampa:

T. di M. tipolitografia di Mompiano di Boldini & C. s.a.s.

Via Giorgione, 16 - 25124 Brescia - Italia

