



RELAZIONE D'IMPATTO 2023



I NTEGRA
F RAGRANCES

Indice

- 01** La nostra Realtà
- 02** Il modello di Riferimento
- 03** Le finalità del bene comune
- 04** La Stakeholder Map
- 05** La creazione di Valore
- 06** Gli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile
- 07** Tabelle di riconciliazione

INTEGRA FRAGRANCES SPA

LA NOSTRA REALTÀ

Integra Fragrances sviluppa identità olfattive personalizzate per alcuni fra i più affascinanti marchi internazionali sfruttando il potere dell'olfatto per creare esperienze uniche. Grazie ad un'innovativa tecnologia proprietaria a controllo remoto, profuma con le sue creazioni ambienti indoor e outdoor.

Fondata nel 2006, Integra Fragrances è tra i leader nell'offrire una gamma completa di servizi di branding olfattivo ad aziende del lusso, fashion, hotellerie e design, sino ad includere banche, musei, compagnie aeree e grandi yacht.

Il branding olfattivo è l'innovativa forma di comunicazione sensoriale che traduce l'essenza di un marchio in un profumo unico, in grado di accrescerne la personalità, la distintività ed il valore.



INTEGRA FRAGRANCES SPA

I NOSTRI VALORI

01

Cu

Customization

PERSONALIZZAZIONE

02

In

Innovation

INNOVAZIONE

03

Wb

Well-being

**BENESSERE E
SOSTENIBILITÀ**

04

Cs

Customer
satisfaction

**SODDISFAZIONE
DEL CLIENTE**

05

Ed

Exclusive design

**DESIGN
ESCLUSIVO**

[Approfondisci i nostri valori e scopri di più sul nostro Purpose. Visita la pagina dedicata!](#)

INTEGRA FRAGRANCES SPA

PRESIDIO GLOBALE

+15 anni
di esperienza nel settore

+15 case
essenziere partner

+50 Paesi profumati
nel mondo

+150k ore
di servizio e assistenza

+5.000 device
installati nel mondo

New York / USA

Milano / Italia

Reggio Emilia HQ / Italia

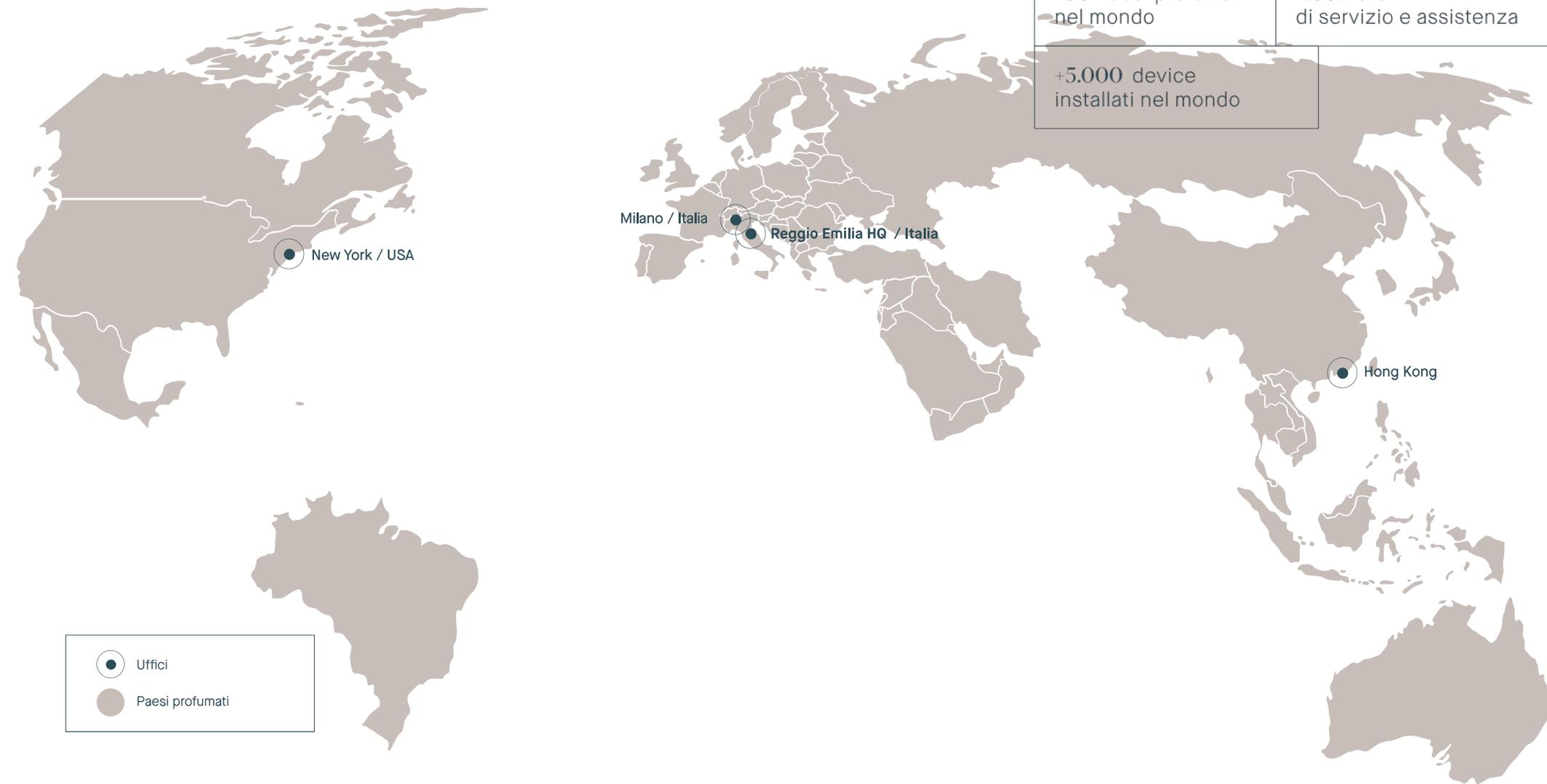
Hong Kong



Uffici



Paesi profumati



La Buona Impresa

IL MODELLO DI RIFERIMENTO

La Buona Impresa, guidata da una visione sistemica, supera il puro scopo di lucro perseguendo al tempo stesso il proprio bene e il bene del contesto attraverso un triplice scopo: portare sul mercato un buon prodotto o servizio, che risponde ai bisogni della società, spingendola in una direzione positiva; creare e organizzare il lavoro, offrendo occasione di realizzazione professionale alle persone; produrre ricchezza che ricade, direttamente o indirettamente, sul contesto.

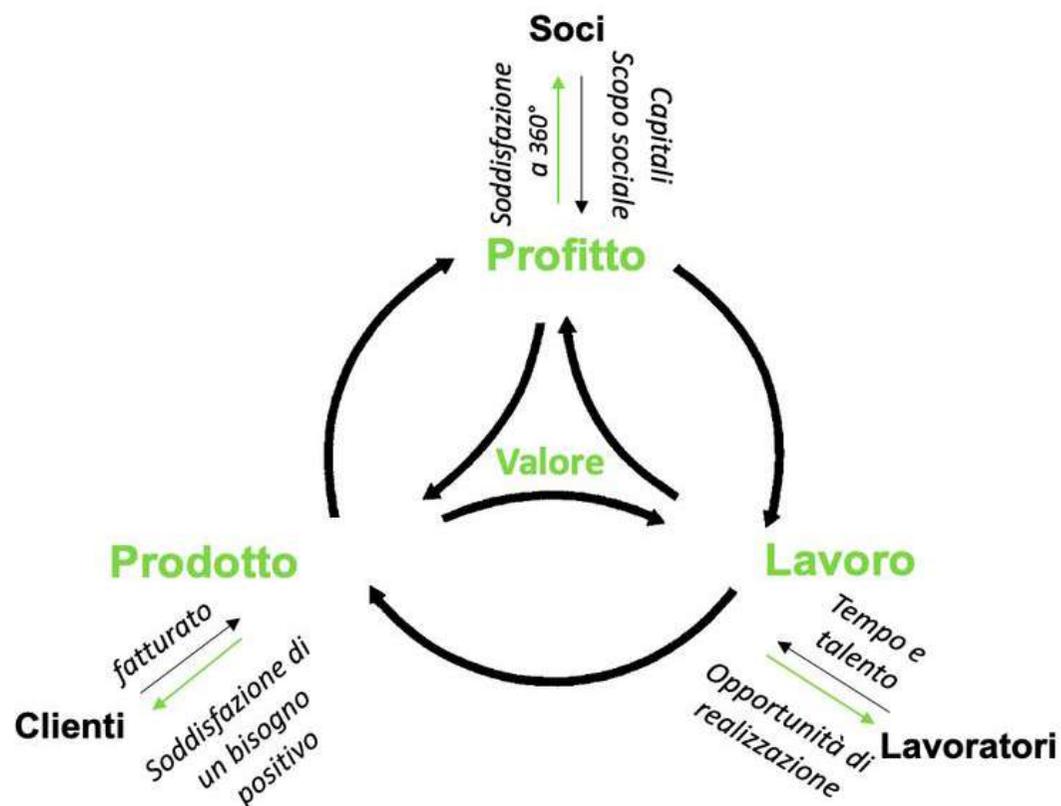
La Buona Impresa si impegna inoltre, coerentemente con le sue caratteristiche e le sue dimensioni, a gestire in modo responsabile e sostenibile tutte le ricadute che il suo fare impresa ha sulla comunità e sull'ambiente.

Infine, essa si impegna a comunicare con trasparenza il senso del proprio agire, per favorire la partecipazione al proprio interno e il riconoscimento e la fiducia da parte del contesto.

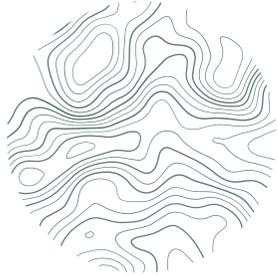
I risultati su ciascuno di questi pilastri sono descritti separatamente e poi osservati in modo sistemico, dando evidenza alle relazioni, ai condizionamenti reciproci e alle eventuali difformità.

L'ultimo capitolo del rapporto riguarda la valutazione degli impatti rispetto agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) definiti dall'ONU nell'ambito dell'Agenda 2030, declinati in base agli impatti specifici delle diverse dimensioni di valutazione sui singoli SDGs, la rilevanza di tali impatti e la valutazione di performance assegnata dall'azienda.

Lo Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa rappresenta una "guida" alla valutazione e al reporting, il cui esito resta interamente in capo all'azienda; lo Strumento non ha l'obiettivo di dare un rating oggettivo né rappresenta una certificazione terza rispetto ai contenuti riportati, ma offre criteri e indicazioni utili all'impresa che voglia "guardarsi dall'esterno" e raccontarsi attraverso questa lente ai propri stakeholder.



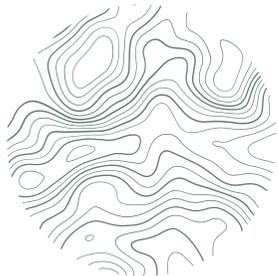
I 5 pilastri fondamentali: la visione di fondo del report



La Governance

La Governance (1)

che osserva la definizione dell'impegno dell'impresa, l'adozione di processi strategici coerenti, la modalità di gestione e valutazione dei risultati.

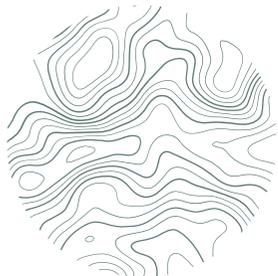


La creazione di Valore

La Creazione di Valore attraverso

Prodotto (2), **Lavoro (3)** e **Valore Economico (4)**, che osserva la capacità di produrre un impatto attraverso i principali pilastri dell'attività di qualsiasi impresa. Ciascuno di questi pilastri è osservato in 3 dimensioni:

- la capacità di creare valore;
- il fatto che lo crei in modo soddisfacente per gli stakeholder;
- la capacità di continuare a crearlo nel lungo periodo.



La Sostenibilità

La Sostenibilità Sociale e Ambientale (5),

che guarda tutte le dimensioni sociali e ambientali rilevanti per l'attività d'impresa, valutando la capacità di gestirle in base al principio "Do no relevant harm" ("Non arrecare un danno significativo").

LE FINALITÀ DEL BENE COMUNE

Essere Benefit per Integra Fragrances significa adottare una logica vincente senza perdere competitività, creando ulteriore valore grazie alla diffusione di una cultura olfattiva rispettosa dell'ambiente, dei clienti, degli stakeholder e della comunità tutta.

Guidata da una visione sistemica e coinvolgendo i suoi stakeholder, Integra Fragrances intende perseguire un triplice scopo:

- immettere sul mercato un prodotto e un servizio qualitativo che risponda ai bisogni della società civile e favorisca la diffusione di condotte positive e responsabili;
 - offrire alle persone occasioni di lavoro e di realizzazione professionale;
 - produrre ricchezza che ricada direttamente o indirettamente sul contesto in cui opera;
 - diffondere una cultura dell'olfatto che renda la società più consapevole del profumo come strumento di benessere.
-

COINVOLGERE GLI STAKEHOLDER

Comprendere il ruolo degli stakeholder in un'azienda è fondamentale per soddisfare le loro aspettative condivise.

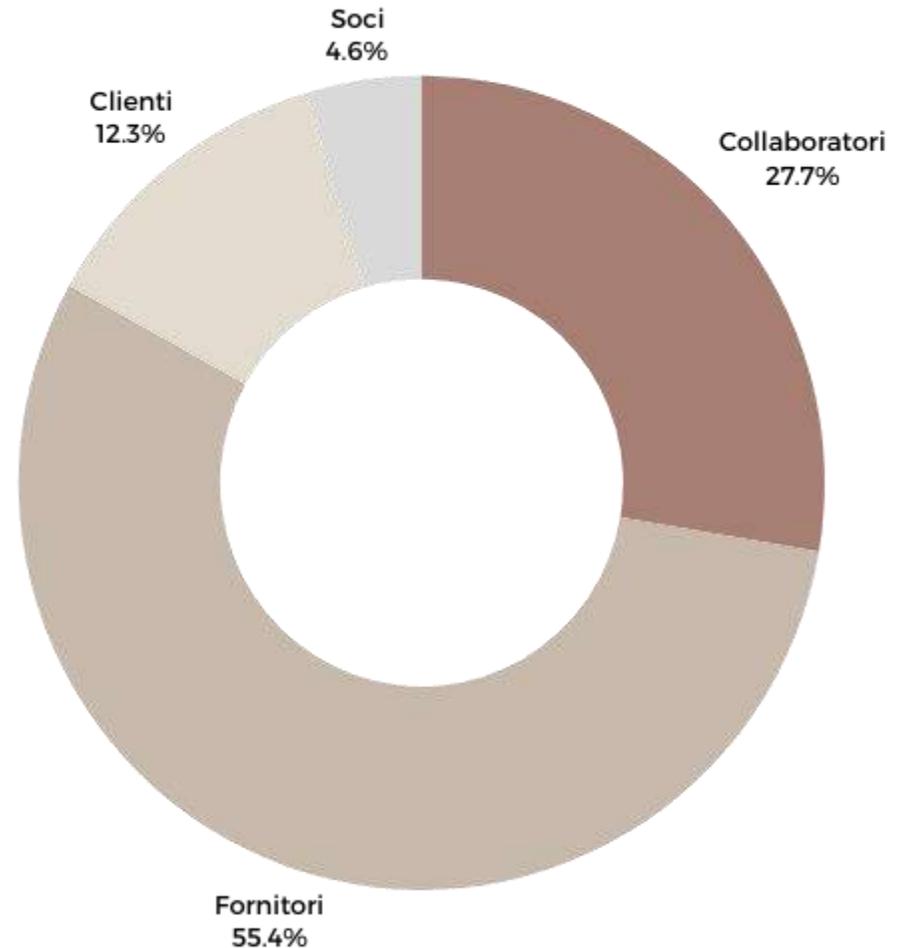
Gli stakeholder vanno distinti dagli azionisti e possono comprendere chiunque abbia un interesse sostanziale nel successo del prodotto/servizio.

Integra Frangrances ha coinvolto i propri portatori di interesse nell'anno 2023, nella terza indagine generale promossa tramite survey.

Ai soggetti coinvolti nell'indagine è stato richiesto di esprimere la propria opinione su due aree distintive utili a valutare obiettivi e azioni condivisi in ottica di sviluppo sostenibile per la progettualità dell'anno 2024.

Nello specifico, i questionari hanno raccolto:

- **Materialità**, rilevanza specifica su aree di competenza;
- **Grado di soddisfazione**, valutazione dell'azienda su aree di competenza.



SONO STATI COINVOLTI 65 PORTATORI DI INTERESSE

INTEGRA FRAGRANCES

L'IMPEGNO

Nel corso dell'anno l'azienda ha proseguito nel suo percorso e nella transizione sostenibile che si è prefissata, definendo obiettivi, azioni e attività al fine di concretizzare l'impegno preso alla fine del 2021 con la trasformazione in Società Benefit.

Nell'anno 2023 Integra Fragrances ha istituito un Team di Sostenibilità interdisciplinare interno, operativo a partire dal Gennaio successivo, che, attraverso incontri periodici e lavoro in gruppo, si propone di delineare e implementare il piano d'impatto triennale.

Le azioni e le attività riassunte nella mappa sulla destra sono gli obiettivi che, di concerto con l'assemblea dei soci, il Team di Sostenibilità si prefigge di implementare nel 2024, con rendicontazione nella prossima relazione d'impatto.



LA CREAZIONE DI VALORE

ATTIVITÀ IN PROGRAMMA ANNO 2024 area SOCIALE

FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE

Definizione di un programma di formazione olfattiva di base rivolto a tutti i collaboratori. Totale ore formative 12 ore, suddivise su 4 momenti durante l'anno.

RELAZIONI E COLLABORAZIONE

AVVIO ALL'OPERAZIONE BENESSERE

In ottica di agire sulla collaborazione tra team e collaboratori che lavorano su due sedi differenti e sul coinvolgimento dei singoli, l'azienda promuoverà due incontri annuali di Team Building e Condivisione previsti per il mese di giugno e dicembre.

Il team building del 21.6.24 si svolgerà presso la location Cà Shin, un'idea sviluppata dalla Cooperativa onlus Le Ali che coniuga cibo sano, ambiente caldo e accogliente e una particolare attenzione all'arte, all'infanzia e all'ecologia. Obiettivo di questa attività è coinvolgere in modo inclusivo tutti, stimolando la collaborazione e la fiducia reciproca, lavorando sull'intelligenza emozionale che, se opportunamente integrata a quella razionale, consente la presa di decisioni più efficaci.

CHIAREZZA ORGANIZZATIVA

Per migliorare la comunicazione e l'operatività dei dipartimenti e dei singoli, in armonia con il benessere e la salute di tutti i collaboratori, saranno istituite delle riunioni intra-funzione periodiche, per il più coeso raggiungimento di obiettivi aziendali comuni.

LA CREAZIONE DI VALORE

ATTIVITÀ SVOLTE NELL'ANNO 2023

Nelle prossime pagine sarà possibile consultare i risultati dei questionari distribuiti agli stake-holder per l'anno di rendicontazione 2023 e le attività svolte dall'azienda per la creazione del valore condiviso secondo lo schema di riferimento della Buona impresa.

Per considerazioni, commenti e informazioni è possibile contattare il Team di Sostenibilità di Integra Fragrances al seguente indirizzo e-mail: sustainability@integra-fragrances.com.

È inoltre possibile consultare la pagina dedicata alla Sostenibilità dell'azienda presente al seguente link: <https://www.integra-fragrances.com/sostenibilita/>



LA CREAZIONE DI VALORE

GOVERNANCE

COSTITUZIONE TEAM DI SOSTENIBILITÀ

Nell'anno 2023 è stato costituito un Team di Sostenibilità interdisciplinare interno all'azienda, operativo dal 2024.

Il team nasce dall'esigenza di strutturare un gruppo di lavoro che si occupi concretamente e sistemicamente della definizione degli obiettivi di sostenibilità aziendali e della realizzazione delle attività a essi correlati.

Il team si riunisce su base periodica ed è composto da diverse figure professionali in rappresentanza di tutte le funzioni di business di Integra Fragrances.

CODICE ETICO

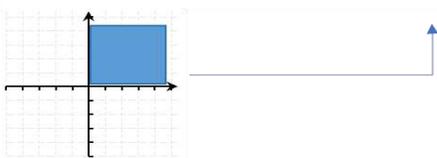
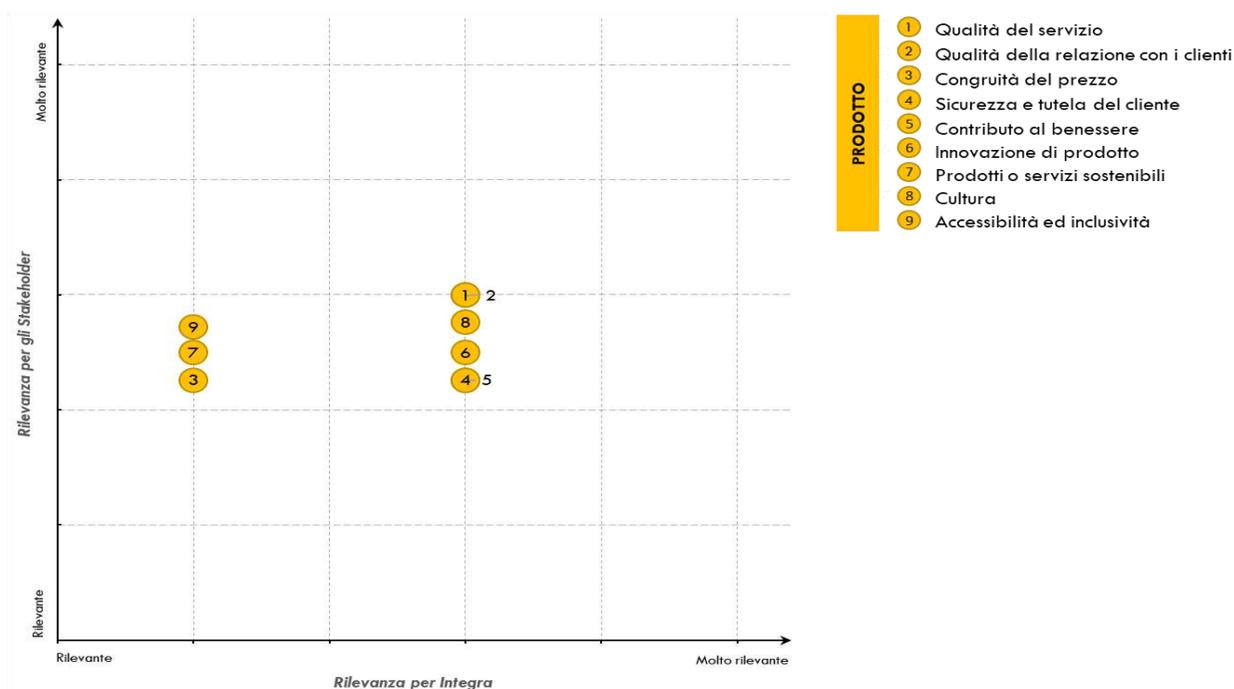
Nel 2019 l'azienda ha formalizzato un codice etico. Il documento costituisce le linee guida di comportamento che i collaboratori, i soci ed il management sono tenuti a rispettare quotidianamente, in linea con i valori aziendali.

È possibile consultare il documento sul sito dell'azienda [cliccando qui](#).

LA CREAZIONE DI VALORE: La Matrice di materialità

PRODOTTO

Una Società Benefit è chiamata a creare valore portando sul mercato un buon prodotto o servizio, che risponde ai bisogni della società spingendola in una direzione positiva. Rispetto a ognuno degli elementi proposti, viene rilevata l'importanza per l'organizzazione in termini strategici e di creazione di valore.

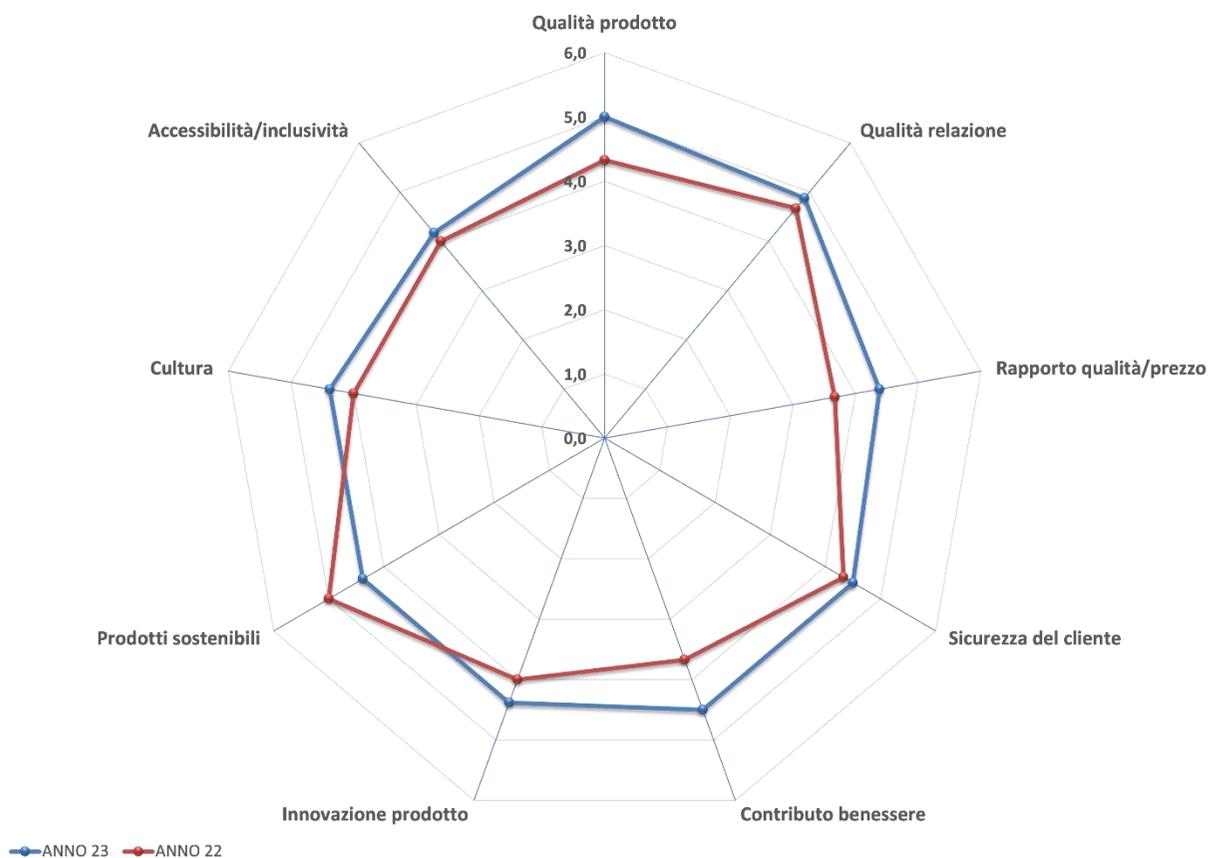


Parametri di riferimento

0 - non applicabile, 1 - non rilevante, 2 - poco rilevante, 3 - abbastanza rilevante, 4 - molto rilevante, NR - non rilevato

Elemento	Materialità AZIENDA	Materialità CLIENTE
Qualità del servizio	4	4,0
Qualità della relazione con il cliente	4	4,0
Rapporto qualità/prezzo	3	3,6
Sicurezza e tutela dal cliente	4	3,6
Contributo al benessere	4	3,6
Innovazione di prodotto	4	3,8
Prodotti o servizi sostenibili	3	3,8
Cultura	4	3,9
Accessibilità e inclusività	3	3,9

LA CREAZIONE DI VALORE: La Valutazione **PRODOTTO**



Elemento	Valutazione CLIENTE 23	Valutazione CLIENTE 22
Qualità del servizio	5,0	4,3
Qualità della relazione con il cliente	4,9	4,7
Rapporto qualità/prezzo	4,4	3,7
Sicurezza e tutela dal cliente	4,5	4,3
Contributo al benessere	4,5	3,7
Innovazione di prodotto	4,4	4,0
Prodotti o servizi sostenibili	4,4	5,0
Cultura	4,4	4,0
Accessibilità e inclusività	4,2	4,0

Parametri di riferimento

0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile,
 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR - non rilevato

INTEGRA FRAGRANCES SPA

I NOSTRI PRODOTTI E SERVIZI

SCENT MARKETING



Creazione di un'identità olfattiva per il tuo brand

SISTEMI DI DIFFUSIONE



Tecnologia di diffusione olfattiva

PRODOTTI SU MISURA



Prodotti finiti personalizzati

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

PRODOTTO

QUALITÀ DEL SERVIZIO

Il giudizio di valutazione è dato dalla sintesi delle aree in cui l'azienda opera, ovvero:

a. Creazione identità olfattiva

in quest'ambito l'azienda ha elaborato un processo di alta qualità che restituisce risultati eccellenti e duratura nel tempo, nel rispetto della sicurezza;

b. Esecuzione della diffusione della fragranza nell'ambiente

3 macro-aree:

- Resa della fragranza in ambiente: le soluzioni proposte sono di ottima e consistente qualità nel tempo, con un know-how sempre crescente nell'assicurare la fedeltà della nota nell'applicazione in ambiente;
- Progetto tecnico e tecnologia di diffusione: le soluzioni proposte consentono un'elevata performance, verificata sul campo in fase di installazione (i.e. feedback cliente);
- l'azienda ha strutturato il proprio ufficio tecnico (che oltre a seguire i nuovi progetti fornisce assistenza post vendita ai clienti acquisiti) in modo da distribuire chiare responsabilità per aree geografiche e presidiare così la qualità e la soddisfazione del cliente finale, identificando tempestivamente eventuali criticità tecniche.

L'operatività non evidenzia criticità dal punto di vista della qualità del servizio offerto, mentre molto più complesso è il tema della misurazione del grado di soddisfazione della clientela a livello di singolo punto di immissione, anche se l'elevata capacità di trattenere clienti nel tempo sembra dimostrare un buon livello di soddisfazione.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

PRODOTTO

QUALITÀ DELLA RELAZIONE CON I CLIENTI

Integra Fragrances fa della qualità del rapporto con i clienti uno dei suoi punti di forza, grazie alla capacità di tradurre in fragranza (sia destinata all'ambiente che al prodotto finito per la vendita, il gifting o la comunicazione corporate) l'identità di brand dei propri clienti, nell'ambito di una strategia di branding di lungo periodo.

I risultati dei questionari 2023 confermano l'impegno e il lavoro svolto dall'azienda per creare rapporti solidi e duraturi nel tempo con i propri clienti. Nel complesso, l'azienda ha ottenuto un rating di 4,9 su 6, in aumento di 0,2 punti rispetto all'anno 2022.

CONGRUITÀ DEL PREZZO

Integra Fragrances è particolarmente attenta al rapporto qualità-prezzo dei propri prodotti. La costante crescita dell'azienda in termini di ricavi continua a dimostrare l'apprezzamento rispetto alla qualità del servizio in rapporto ai prezzi praticati.

SALUTE E SICUREZZA DEL CLIENTE

L'azienda rispetta tutte le normative di settore a tutela dei suoi clienti e degli utenti finali. L'utilizzo delle fragranze è ampiamente regolamentato e Integra Fragrances si attiene alle disposizioni normative.

L'azienda investe sullo sviluppo di competenze interne legate allo sviluppo fragranze ed al presidio regolatorio, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente il proprio posizionamento rispetto a questo tema.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

PRODOTTO

CONTRIBUTO AL BENESSERE

Profumando gli ambienti pubblici dei propri clienti in tutto il mondo, Integra Fragrances contribuisce al benessere delle persone attraverso un'esperienza sensoriale positiva e speciale che suscita emozioni gradevoli. Sempre più numerose sono inoltre le esperienze olfattive promosse e fornite, raggiungendo un pubblico sempre più ampio. Nel corso dell'anno Integra Fragrances ha stretto una collaborazione e perfezionato l'adesione ad Accademia del Profumo, la cui mission è quella di diffondere cultura intorno al profumo ed al benessere che da esso deriva.

INNOVAZIONE DI PRODOTTO

L'azienda si caratterizza proprio per la sua spinta innovatrice nel settore di riferimento. Il Premio Nazionale per l'Innovazione, consegnato ad Integra a Giugno 2022 da Fondazione COTEC su mandato del Presidente della Repubblica, ne conferma la forte capacità innovativa, motore positivo per il nostro Paese.

L'innovazione promossa da Integra si rivolge a due ambiti:

- da un lato lo sviluppo fragranze, dove Integra è sempre più attenta e competente nel selezionare i migliori partner affinché offrano le tecniche estrattive più avanzate e le pratiche più sostenibili all'interno dei processi produttivi delle fragranze;
- dall'altro la tecnologia utilizzata per la diffusione in ambiente, sempre più avanzata nell'ottica di ottimizzare i consumi del liquido e il numero di manutenzioni, nonché di monitorare costantemente la qualità dell'aria degli ambienti in cui i device operano. Stiamo inoltre perfezionando uno studio in ambito neuromarketing per misurare la risposta cerebrale e quindi comportamentale del consumatore ad un'esperienza olfattiva.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

PRODOTTO

PRODOTTI O SERVIZI SOSTENIBILI

L'autovalutazione non è data sulla base di una scarsa sensibilità all'argomento o alla presenza di difficoltà nella produzione, ma dalla necessità e volontà di eseguire studi approfonditi su queste tematiche. Dal punto di vista dei device per la diffusione olfattiva, essi sono stati sviluppati con particolare attenzione alle componenti ed ai materiali impiegati. La loro vita utile ampiamente superiore al quinquennio riduce al minimo gli sprechi e minimizza l'impatto del loro smaltimento a fine vita.

In ambito fragranze, in collaborazione con i partner produttivi, Integra Fragrances è sensibile all'impatto ambientale delle formule acquistate, ed esige sempre più attenzione su questo tema.

In ambito packaging relativo ai prodotti finiti che sviluppa per conto dei clienti, Integra pone sempre più attenzione all'impatto delle componenti impiegate ed alla loro riciclabilità. Già oggi, il 100% dei prodotti finiti finora prodotti è interamente riciclabile grazie all'utilizzo di soli materiali monocomponente.

CULTURA

Tenendo conto della dimensione dell'azienda, l'approccio alla diffusione della cultura olfattiva è stato significativo, per il numero di persone raggiunte e per la quantità di iniziative attivate. L'inserimento nell'oggetto sociale di questo tema evidenzia come l'azienda non abbia soltanto a cuore lo sviluppo del proprio business economico, ma intenda produrre valore partendo dai temi culturali, anche quando questi non hanno un legame diretto con la produzione economica.

Tra le attività attraverso le quali l'azienda diffonde cultura olfattiva vi sono:

- Pubblicazioni media, social media, speech e congressi, eventi aperti al pubblico;
- workshop e field projects universitari, supporto a tesi di laurea, lecture universitarie;
- Academy di formazione per la forza vendita dei clienti in tema di fragranze.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

PRODOTTO

AUTONOMIA E INDIPENDENZA PRODUTTIVA

La dimensione aziendale ed il modello di business stesso non prevedono il controllo della filiera, ma l'azienda opera per dare continuità ai propri servizi nell'ottica di un rapporto continuativo e di lungo termine con i clienti. Possiamo dividere il tema in tre ambiti distinti:

- **Device:** per quanto attiene alla produzione dei device il controllo della filiera è ottenuto grazie alla recente ri-progettazione della tecnologia, con selezione attenta di ogni singola componente e dei fornitori che la realizzano;
- **Fragranze:** la reperibilità delle materie prime fornite dalle case essenziere, per i quantitativi necessari, non pone temi di scarsità di prodotto;
- **Packaging prodotto finito** (eau de toilette, home fragrance, candele, ecc.): la disponibilità delle componenti del packaging è sempre più condizionata ad una programmazione di lungo termine e per quantità significative, implicando talvolta l'impossibilità di soddisfare le richieste dei clienti in tempi celeri.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

PRODOTTO

INTERCETTAZIONE E REAZIONE AI BISOGNI

L'approccio dell'azienda è tailor-made nei confronti di ogni cliente. La scarsa consapevolezza del cliente rispetto alle potenzialità ed applicazioni di una strategia di branding olfattivo richiede ad Integra un'attenta analisi dei bisogni di ciascun cliente a seconda del suo settore e posizionamento. In questo senso il servizio offerto da Integra include una consulenza attiva in materia di branding olfattivo nei confronti del cliente.

A dimostrazione dell'approccio personalizzato verso il cliente, vi sono le risposte ai questionari inviati a fine anno, che evidenziano un elevato livello di soddisfazione da parte dei clienti rispetto alla capacità di Integra di leggere ed assecondare i loro bisogni particolari.

FIDELIZZAZIONE DEI CLIENTI

L'azienda continua a crescere e consolidare la propria posizione in un mercato relativamente acerbo, ma in crescita. Oltre a mantenere la propria quota di mercato, l'azienda esplora nuovi mercati di sbocco. La composizione del portafoglio clienti testimonia la capacità dell'azienda di instaurare e mantenere relazioni di lungo periodo con tutti i propri principali clienti, ponendo così le basi per conoscerne le esigenze sempre più a fondo e soddisfarle, consolidando così la relazione.

INTEGRA FRAGRANCES SPA

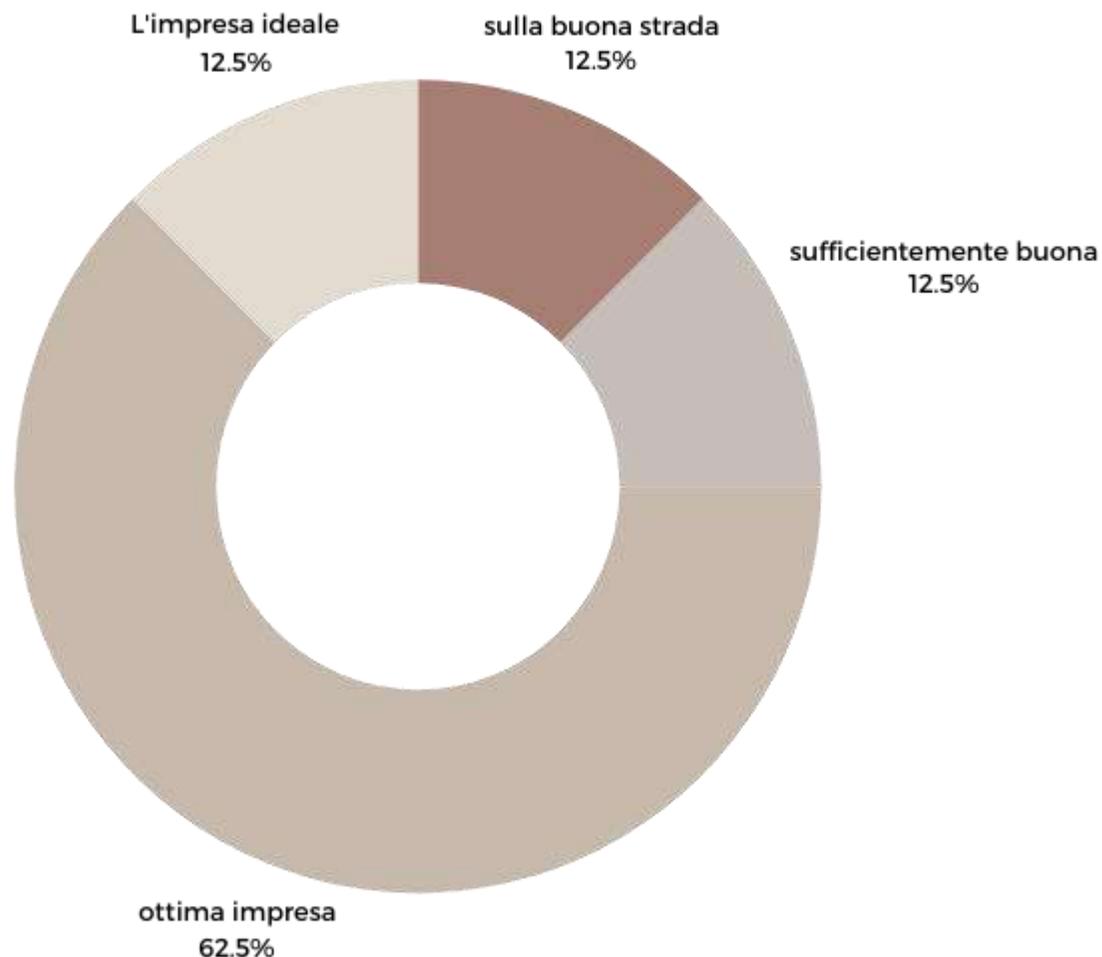
IL PUNTO DI VISTA DEI CLIENTI

Alla luce delle informazioni in tuo possesso, come valuti l'impegno di questa impresa a svilupparsi in armonia con la società nel suo complesso?

Nell'anno 2023 Integra ha coinvolto i propri clienti nella compilazione della survey di valutazione aziendale rispetto ai parametri relativi alla Società Benefit.

Il risultato complessivo della survey è positivo, confermando l'impegno e l'attenzione dell'azienda nella definizione di un'offerta personalizzata e in grado di rispondere alle esigenze dei clienti.

Obiettivo per il 2024 sarà quello di coinvolgere un numero maggiore di clienti nella survey e sviluppare un'offerta ancor più sostenibile.



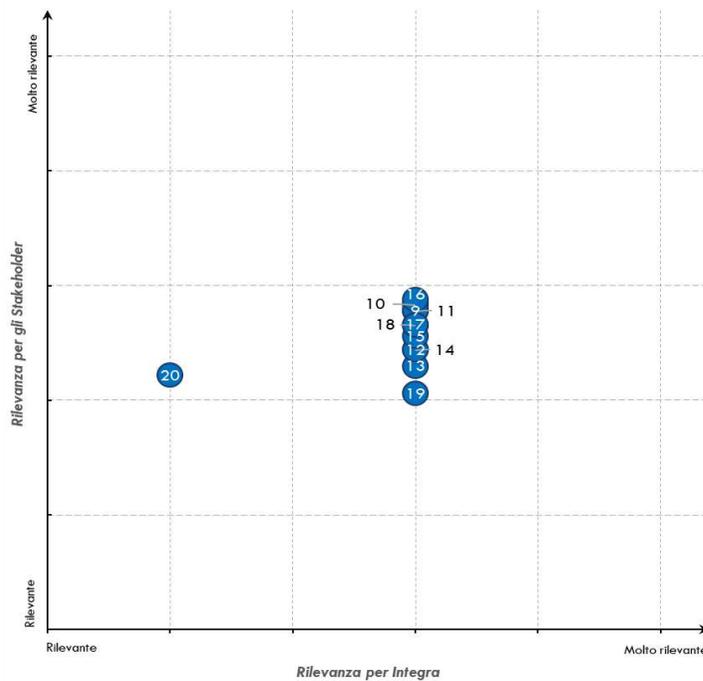
Parametri di riferimento

Una cattiva impresa | Un'impresa con qualche problema | Un'impresa sulla buona strada | Un'impresa sufficientemente buona | Una ottima impresa | L'impresa ideale

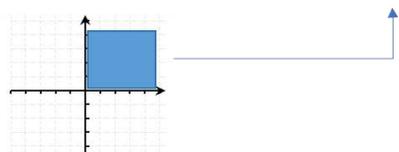
LA CREAZIONE DI VALORE: La Matrice di materialità

LAVORO

Una Società Benefit dovrebbe generare valore creando e organizzando il lavoro, e offrendo occasione di realizzazione professionale alle persone. Rispetto a ognuno degli elementi proposti, viene rilevata l'importanza per l'organizzazione in termini strategici e di creazione di valore.



- 9 Creazione e remunerazione del lavoro
- 10 Qualità dei rapporti con i fornitori
- 11 Sicurezza sul posto di lavoro
- 12 Welfare e Benefit
- 13 Prospettive e tutela dei lavoratori
- 14 Coerenza ruolo persona
- 15 Formazione e sviluppo professionale
- 16 Chiarezza organizzativa
- 17 Relazioni e collaborazione
- 18 Riconoscimento
- 19 Valorizzazione delle differenze e inclusione
- 20 Sostegno all'indotto



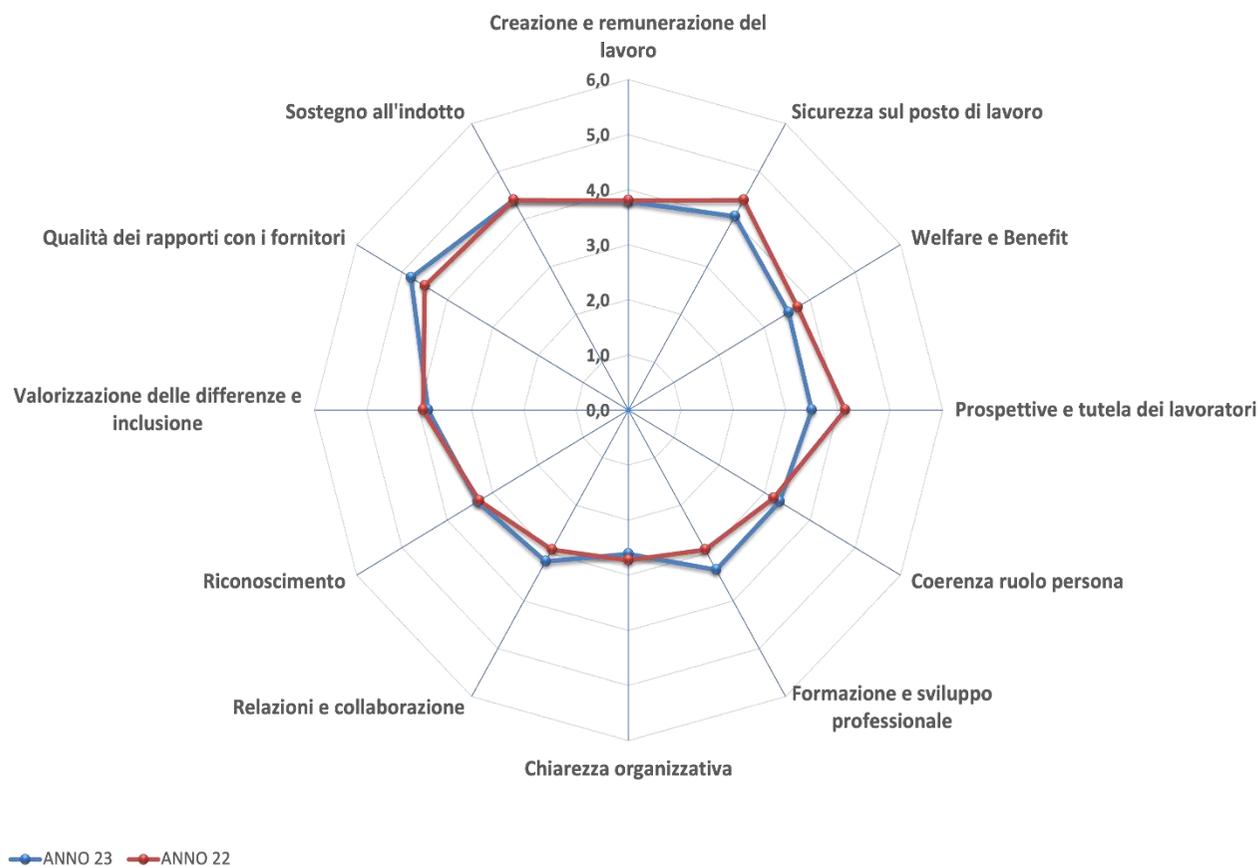
*Stakeholder di riferimento: Fornitori, collaboratori

Parametri di riferimento

0 - non applicabile, 1 - non rilevante, 2 - poco rilevante, 3 - abbastanza rilevante, 4 - molto rilevante, NR - non rilevato

Elemento	Materialità AZIENDA	Materialità STAKEHOLDER
Creazione e remunerazione del lavoro	4	3,9
Sicurezza sul posto di lavoro	4	3,9
Welfare e Benefit	4	3,7
Prospettive e tutela dei lavoratori	4	3,7
Coerenza ruolo persona	4	3,7
Formazione e sviluppo professionale	4	3,8
Chiarezza organizzativa	4	3,9
Relazioni e collaborazione	4	3,8
Riconoscimento	4	3,8
Valorizzazione delle differenze e inclusione	4	3,5
Qualità dei rapporti con i fornitori	4	3,9
Sostegno all'indotto	3	3,6

LA CREAZIONE DI VALORE: La valutazione LAVORO



Elemento	Valutazione 23	Valutazione 22
Creazione e remunerazione del lavoro	3,8	3,8
Sicurezza sul posto di lavoro	4,1	4,4
Welfare e Benefit	3,5	3,7
Prospettive e tutela dei lavoratori	3,5	4,1
Coerenza ruolo persona	3,3	3,2
Formazione e sviluppo professionale	3,4	2,9
Chiarezza organizzativa	2,6	2,7
Relazioni e collaborazione	3,2	2,9
Riconoscimento	3,3	3,3
Valorizzazione delle differenze e inclusione	3,8	3,9
Qualità dei rapporti con i fornitori	4,8	4,5
Sostegno all'indotto	4,4	4,4

Parametri di riferimento

0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile, 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR- Non Rilevato

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

LAVORO

CREAZIONE E REMUNERAZIONE DEL LAVORO

I questionari anonimi inviati ai collaboratori dimostrano che l'area in esame continua ad essere ben presidiata. I risultati per l'anno 2023 evidenziano che il 70% dei collaboratori e collaboratrici si ritiene soddisfatto della gestione aziendale di questo aspetto.

QUALITÀ DEL RAPPORTO CON I FORNITORI

Nonostante le piccole dimensioni, l'azienda pone molta attenzione ad instaurare un rapporto continuativo e sostenibile con tutti i fornitori, con particolare riguardo a quelli verso cui vanta maggiore forza contrattuale.

Nei questionari 2023, I fornitori hanno valutato questo aspetto attribuendo all'azienda un risultato complessivo di 4.8 su 6, con un miglioramento complessivo di 0,3 punti rispetto all'anno 2022.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

LAVORO

SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO

L'azienda è attenta ai temi della sicurezza e quest'area non presenta criticità. La sede è moderna, equipaggiata con tecnologie per il lavoro anche da remoto, e le postazioni di lavoro sono confortevoli, spaziose ed ergonomiche. I collaboratori vengono regolarmente aggiornati con corsi sulla sicurezza sul luogo di lavoro.

Nell'anno 2023 l'azienda ha focalizzato la sua attenzione sul miglioramento e adeguamento delle politiche interne relative alle procedure sulla salute e sicurezze dei propri collaboratori.

ATTIVITÀ SVOLTE 2023

Tutti i collaboratori hanno svolto il corso di formazione per la sicurezza generale e specifica riferita alla tipologia di lavoro svolto (dicembre 2023), per un totale di 8 ore ciascuno.

Formazione Regulatoria e per la Sicurezza nel maneggiare miscele pericolose:

Nel 2023 l'azienda ha investito un totale di 8 ore indirizzate ai dipartimenti Sviluppo Fragranze, Commerciale, Ufficio Tecnico, Spedizioni e Logistica e Magazzino in tema di regolamentazione, trasporto, etichettatura e sicurezza delle miscele pericolose. Tenuto da un consulente regolatorio esterno, il programma della giornata ha visto approfondire le linee guida regolatorie, le disposizioni legislative, i dispositivi di protezione e le istruzioni per il loro corretto utilizzo.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

LAVORO

WELFARE E BENEFIT

L'area continua ad essere attenzionata dal management nell'ottica di migliorare la soddisfazione dei collaboratori, in linea con le aspettative emerse nei questionari ricevuti. Rimangono in essere lo smart working e la massima flessibilità di orario. L'azienda ha inoltre integrato i buoni pasto per tutti i collaboratori.

PROSPETTIVA E TUTELA DEI LAVORATORI

Il risultato dell'ultima survey 2023 evidenzia un leggero calo sulla valutazione dell'area, che ha perso 0,4 punti rispetto ai risultati 2022. L'azienda si prefigge di migliorare questo risultato nel 2024, organizzando nel corso dell'anno Team Building aziendali e momenti di confronto per condividere i risultati e l'andamento aziendale, consolidando il rapporto tra i collaboratori e l'azienda stessa.

COERENZA RUOLO-PERSONA

Il tema in esame è emerso come uno di quelli a cui prestare maggiore attenzione nei questionari collaboratori 2021. Nel corso del 2022 l'azienda ha raccolto la sfida e dimostrato la rilevanza del tema coinvolgendo in prima persona e attivamente i soci. Sono state effettuate sessioni di ascolto individuale con ogni collaboratore, volte alla definizione di un funzionigramma e di un organigramma più aderenti alla realtà aziendale, che tenessero conto sia della criticità di processo sia delle aspirazioni individuali di ognuno. Il percorso nel 2023 è proseguito con una revisione delle job description e con la definizione di flussi e processi volti ad una maggiore efficienza operativa.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

LAVORO

FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE

L'azienda si preoccupa di offrire opportunità di crescita professionale a tutti i collaboratori compatibilmente con i ruoli, le posizioni e l'attitudine di ciascuno. Curiosità professionale e voglia di crescere sono caldeggiate, tanto che la proposta di ciascuno in merito alle aree della propria formazione viene presa in seria considerazione. Con l'obiettivo di avvicinare al tema profumo i collaboratori meno direttamente coinvolti nello sviluppo di fragranze, nel 2023 l'azienda ha strutturato una formazione olfattiva interna giornaliera e settimanale rivolta ai team prodotto, vendite e marketing per rafforzarne la conoscenza in materia di fragranze.

ATTIVITÀ SVOLTE NEL 2023

Formazione olfattiva/Profumeria:

- programma di formazione olfattiva interna rivolto ai dipartimenti che necessitano maggiormente di sviluppare e aggiornare competenze tecniche in materia di fragranze e profumeria, concretizzato in un'ora alla settimana su olfazione materie prime, trend olfattivi, nuovi lanci, fragranze leader di mercato maschili e femminili Italia;
- aggiornamento olfattivo presso la scuola di formazione Mouillettes & Co. rivolto ai dipartimenti che necessitano maggiormente di sviluppare e aggiornare competenze tecniche in materia di fragranze e profumeria, per un totale di 16 ore dedicate alle nuove fragranze lanciate sul mercato nel 2023, analisi olfattiva e del packaging;
- aggiornamento olfattivo presso Mouillettes & Co. rivolto al dipartimento Sviluppo Fragranze, per un totale di 8 ore dedicate agli ingredienti innovativi, alle nuove scoperte e alle nuove tecniche di estrazione;
- corso di formazione di base presso Mouillettes & Co. per apprendista Sales Dept.: totale di 24 ore, Corso "Expertise 3GG"
- aggiornamento olfattivo presso Mouillettes & Co. per l'Head of Fragrance Development: totale di 48 ore, Corso "Atelier di Valutazione";
- Registro formazione apprendisti (con ente IFSOA): percorso formativo personalizzato on the job per la corporate account per un totale di 60 ore.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

LAVORO

RELAZIONI E COLLABORAZIONE

Il percorso iniziato nel 2022 a seguito dei questionari 2021 e volto a una migliore identificazione dei ruoli e a una maggiore chiarezza organizzativa porterà conseguenti vantaggi nelle relazioni interpersonali tra colleghi. Da notare che lo spirito di squadra e di collaborazione all'interno dell'azienda sono generalmente buoni, per quanto migliorabili.

L'azienda tiene particolarmente a questo tema in quanto sinceramente convinta del suo impatto su motivazione, produttività e benessere dei collaboratori.

Nell'anno 2023, i dati della survey mostrano un miglioramento dell'area che acquisisce 0,3 punti rispetto all'anno 2022.

Restano comunque diverse aree di miglioramento su cui l'azienda ha avviato delle riflessioni per la definizione delle attività 2024.

ATTIVITÀ SVOLTE NELL'ANNO 2023

- Cena aziendale rivolta a tutti i collaboratori (Settembre);
- Festa di Natale e attività di team building per coinvolgere in modo divertente e stimolare la collaborazione tra team (Dicembre).

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

LAVORO

CHIAREZZA ORGANIZZATIVA

È proseguito nell'anno 2023 l'impegno dei soci e del management nella definizione di un organigramma chiaro e di processi e flussi mirati ad incrementare la chiarezza organizzativa.

L'acquisizione di nuove risorse all'interno del team Integra Fragrances ha posto ulteriore attenzione su questo aspetto e sulla necessità di formalizzare sempre meglio i ruoli e le attività dei singoli.

RICONOSCIMENTO

Il citato impegno dell'azienda (e dei suoi soci in prima persona) nel miglioramento della chiarezza organizzativa e della coerenza di ruolo comporterà un conseguente miglioramento anche nell'area in esame.

INTEGRA FRAGRANCES SPA

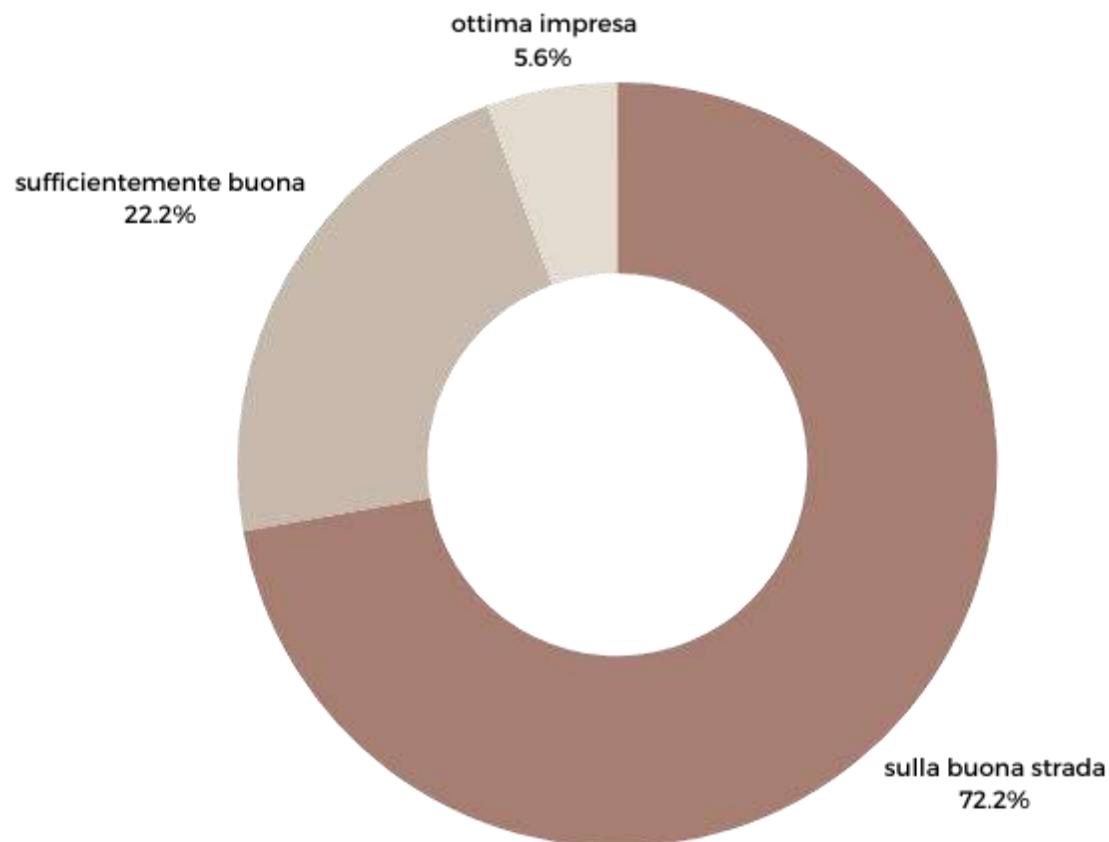
IL PUNTO DI VISTA DEI COLLABORATORI

Alla luce delle informazioni in tuo possesso, come valuti l'impegno di questa impresa a svilupparsi in armonia con la società nel suo complesso?

Nell'anno 2023 Integra ha coinvolto i propri collaboratori nella compilazione della survey di valutazione aziendale rispetto ai parametri relativi alla Società Benefit.

Il risultato complessivo della survey ha evidenziato aree di miglioramento relative alla formazione, alla chiarezza organizzativa, alla coerenza ruolo-persona ed al riconoscimento. L'azienda, il board ed il management hanno preso atto e posto massima attenzione a questa tematica.

Obiettivo per il 2024 è quello di migliorare i risultati della survey 2023 attraverso azioni concrete e in linea con le esigenze interne al fine di migliorare la percezione e il benessere in azienda di tutti i collaboratori e le collaboratrici.



Parametri di riferimento

Una cattiva impresa | Un'impresa con qualche problema | Un'impresa sulla buona strada | Un'impresa sufficientemente buona | Una ottima impresa | L'impresa ideale

INTEGRA FRAGRANCES SPA

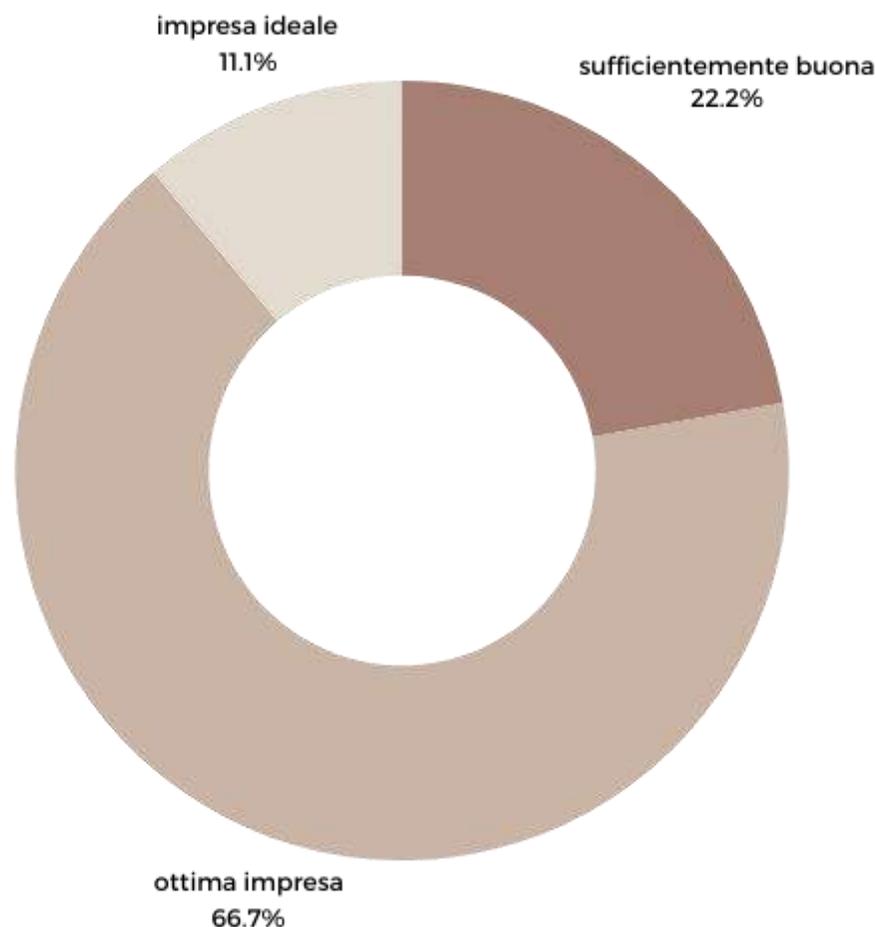
IL PUNTO DI VISTA DEI FORNITORI

Alla luce delle informazioni in tuo possesso, come valuti l'impegno di questa impresa a svilupparsi in armonia con la società nel suo complesso?

Nell'anno 2023 Integra ha coinvolto i propri fornitori nella compilazione della survey di valutazione aziendale rispetto ai parametri relativi alla Società Benefit per un totale di 36 soggetti coinvolti, rispetto ai 17 dell'anno 2022.

Il risultato complessivo della survey è estremamente positivo e non evidenzia alcuna area di miglioramento, confermando l'impegno e l'attenzione dell'azienda nella definizione di solide relazioni con i propri fornitori.

Obiettivo per il 2024 sarà quello di coinvolgere un numero maggiore di fornitori nella survey e promuovere ulteriormente il contesto della Società Benefit anche all'interno della filiera.



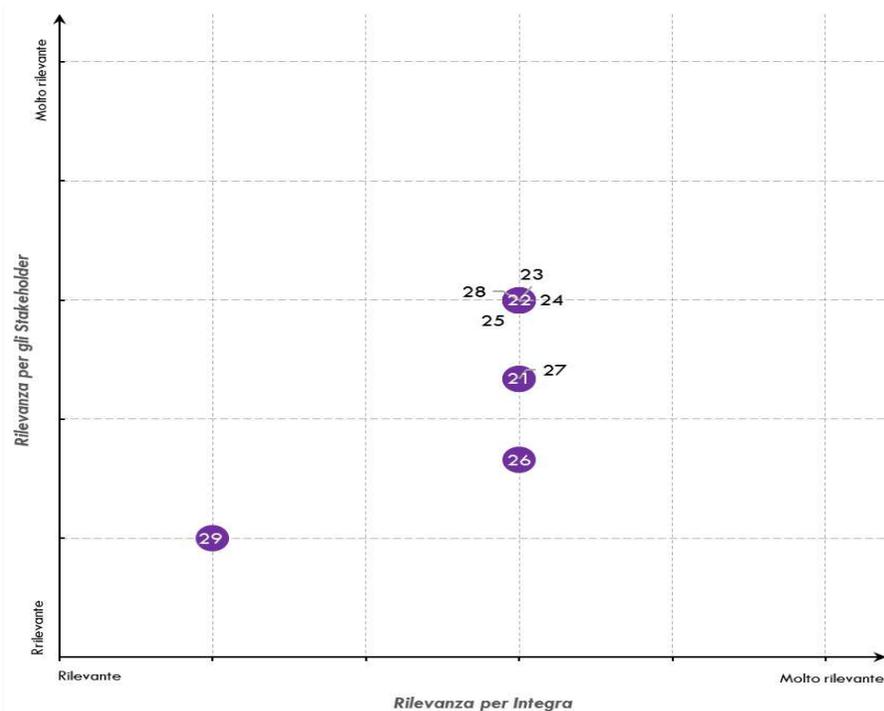
Parametri di riferimento

Una cattiva impresa | Un'impresa con qualche problema | Un'impresa sulla buona strada | Un'impresa sufficientemente buona | Una ottima impresa | L'impresa ideale

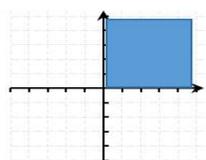
LA CREAZIONE DEL VALORE: La Matrice di materialità

VALORE ECONOMICO

Una Società Benefit dovrebbe creare valore producendo ricchezza economica e curando la condivisione di tale valore con coloro che sono coinvolti nella sua creazione, e nel contesto.



- VALORE ECONOMICO**
- 21 Fatturato
 - 22 Reddittività
 - 23 Solvibilità
 - 24 Condivisione con i lavoratori
 - 25 Politiche al prezzo al cliente
 - 26 Remunerazione del capitale
 - 27 Reinvestimento degli utili
 - 28 Remunerazione dei servizi pubblici
 - 29 Filantropia

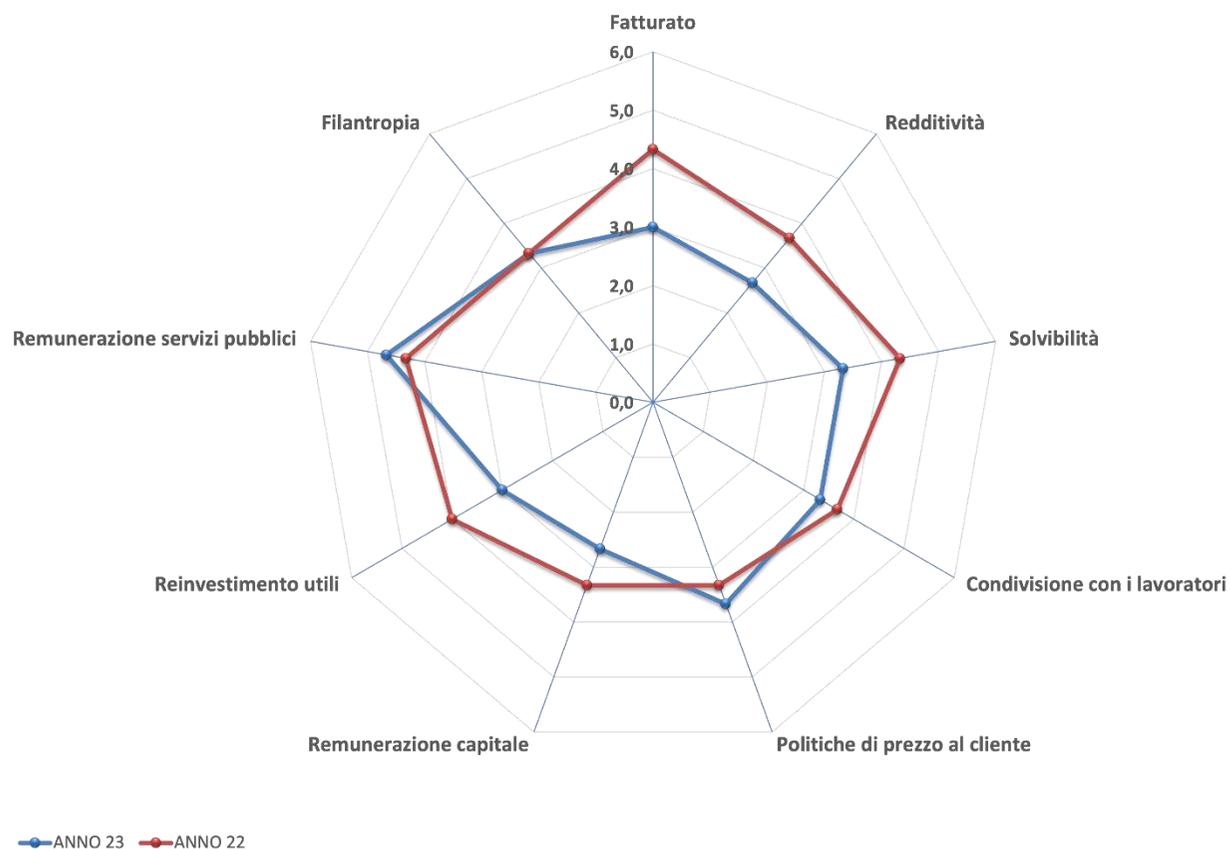


Elemento	Materialità AZIENDA	Materialità SOCIO
Fatturato	4	3,7
Reddittività	4	4,0
Solvibilità	4	4,0
Condivisione con i lavoratori	4	4,0
Politiche al prezzo al cliente	4	4,0
Remunerazione del capitale	4	3,3
Reinvestimento degli utili	4	3,7
Remunerazione dei servizi pubblici	4	4,0
Filantropia	3	3,0

Parametri di riferimento

0 - non applicabile, 1 - non rilevante, 2 - poco rilevante,
3 - abbastanza rilevante, 4 - molto rilevante, NR - non rilevato

LA CREAZIONE DI VALORE: Valutazione VALORE ECONOMICO



Elemento	Valutazione SOCIO 23	Valutazione SOCIO 22
Fatturato	3,0	4,3
Redditività	2,7	3,7
Solvibilità	3,3	4,3
Condivisione con i lavoratori	3,3	3,7
Politiche di prezzo al cliente	3,7	3,3
Remunerazione del capitale	2,7	3,3
Reinvestimento degli utili	3,0	4,0
Remunerazione dei servizi pubblici	4,7	4,3
Filantropia	3,3	3,3

Parametri di riferimento

0 - non applicabile, 1 - forte criticità, 2 - qualche problema, 3 - ok, ma migliorabile, 4 - ben presidiato, 5- un buon risultato, 6- un ottimo risultato, NR - non rilevato

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

VALORE ECONOMICO

FATTURATO

L'azienda nel 2023 ha proseguito nel proprio presidio dei principali clienti, accrescendone e consolidandone i ricavi. Le peculiarità commerciali di Integra Fragrances, unite al forte orientamento alle necessità dei singoli clienti, hanno consentito all'azienda di chiudere l'esercizio 2023 con un incremento dei ricavi pari a quasi il 28% rispetto all'esercizio 2022. Nei prossimi anni l'azienda si propone di sviluppare la propria attività verso nuovi settori finora inesplorati e nuove geografie.

REDDITIVITÀ

Nel corso del 2023 l'azienda ha realizzato la crescita che si era prefissa e per la quale si era strutturata nel corso dell'esercizio precedente, come testimoniato da una significativa ripresa della marginalità.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

VALORE ECONOMICO

SOLVIBILITÀ

I risultati economici, uniti all'attenzione nella gestione patrimoniale e finanziaria, garantiscono il mantenimento e il consolidamento della solidità economica, finanziaria e patrimoniale già evidenziata da Integra negli esercizi passati.

CONDIVISIONE CON I LAVORATORI

L'azienda sinora ha cercato di trasferire un corretto valore economico ai propri collaboratori in funzione dei propri risultati di esercizio, senza tuttavia avere un sistema di valutazione oggettivo in tal senso. L'azienda si propone quindi, per i prossimi esercizi, di valutare come migliorare quest'area.

POLITICHE DI PREZZO AL CLIENTE

Dato l'estremo livello di personalizzazione che permea tutti i servizi dell'azienda, e considerati i prezzi della concorrenza, i prezzi di Integra Fragrances risultano decisamente equi. I prezzi sono coerenti e omogenei all'interno dello stesso settore / end market, con differenze fra end markets per via della superiore mole di lavoro e servizi accessori offerti ai mercati di sbocco più esigenti. Con la trasformazione in Società Benefit, l'azienda si propone di sviluppare, ove possibile, algoritmi che valorizzino le varie richieste dalla clientela.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

VALORE ECONOMICO

REMUNERAZIONE DEL CAPITALE

Come evidenziato dai risultati del questionario a loro dedicato, gli azionisti hanno confermato la soddisfazione per i risultati fin qui conseguiti, pur in un contesto di profondi cambiamenti.

REIVESTIMENTO DEGLI UTILI

L'azienda lascia una porzione preponderante del proprio utile netto all'interno del patrimonio al fine di sostenere la crescita e lo sviluppo delle proprie attività. Il risultato delle survey ha mostrato il pieno appoggio dei soci alle politiche aziendali.

REMUNERAZIONE DEI SERVIZI PUBBLICI

L'azienda è perfettamente allineata alla normativa vigente, è rispettosa dei principi contabili e delle leggi fiscali.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

VALORE ECONOMICO

FILANTROPIA

Per il terzo anno l'azienda ha deciso di appoggiare il business impegnato nel sociale di **SEP (Social Enterprise Project)**, che mira a portare al di sopra della soglia della povertà migliaia di donne rifugiate, restituendo loro dignità attraverso il loro talento ed il lavoro. Dopo aver omaggiato a SEP, azienda BCorp, la creazione di una identità olfattiva personalizzata, il servizio di profumazione degli store e un primo assortimento di candele profumate in occasione del Natale 2021, nel 2022 Integra Fragrances ha deciso di supportare SEP con un nuovo progetto: la trasformazione dell'identità olfattiva in fragranza da indossare, e l'omaggio di 1000 eau de parfum roll-on lanciati a fine marzo 2023 sul mercato.

SOLIDITÀ PATRIMONIALE

L'azienda può contare su mezzi propri più che adeguati alle proprie esigenze, soprattutto se confrontati con l'esiguo ricorso a capitali di terzi.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

VALORE ECONOMICO

INVESTIMENTI

L'azienda continua, in rapporto alla propria dimensione, a credere fermamente ed investire nello sviluppo tecnologico dei propri device, il cui livello di avanguardia è un punto di differenziazione importante rispetto ai competitor.

Parallelamente alla crescita, all'efficientamento dei processi aziendali e al miglioramento dei servizi offerti, l'azienda investe nella digitalizzazione e nel dotarsi di tool, software e strumenti gestionali sempre più efficienti ed avanzati. Per quanto riguarda lo sviluppo fragranze, l'azienda continua ad accrescere il proprio legame con i produttori che hanno accesso alle migliori tecnologie, tecniche estrattive e misurazioni neuroscientifiche per valorizzare l'impatto del profumo sul benessere e sulla vita delle persone.

INDIPENDENZA

L'azienda è estremamente attenta a questo aspetto, consapevole dell'importanza dell'indipendenza nella creazione di valore per tutti gli stakeholder nel lungo periodo. Integra Fragrances, infatti, non ha più un unico fornitore strategico, ma ha perseguito, e sta tuttora perseguendo, una strategia di diversificazione dei fornitori cosiddetti "strategici", soprattutto nel proprio core business.

L'internalizzazione della realizzazione del proprio device ne è una prova. L'indipendenza è comunque migliorabile, ma è già in corso la diversificazione del portafoglio clienti. L'area non è comunque preoccupante in considerazione delle dimensioni dell'azienda e delle potenzialità di crescita attese.

FIDUCIA DEGLI INVESTITORI

I questionari compilati dagli azionisti evidenziano che l'azienda gode della loro piena fiducia e supporto.

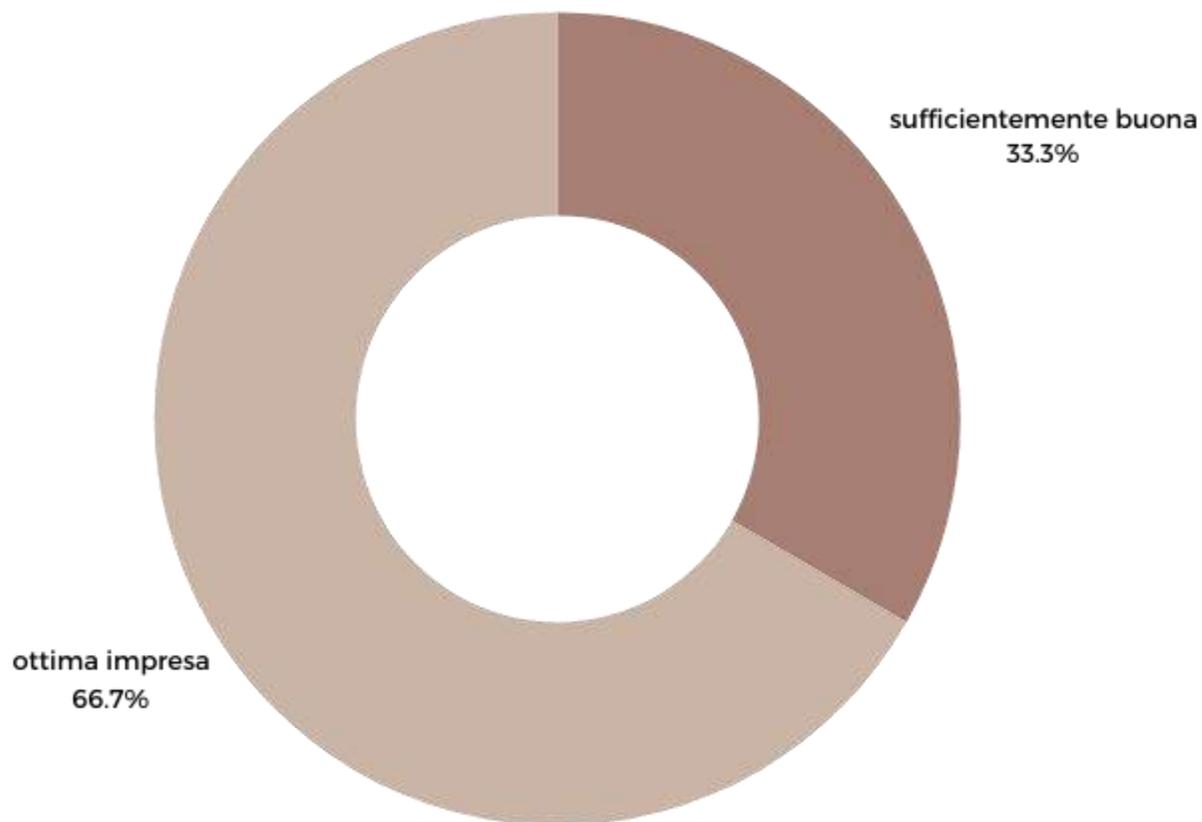
INTEGRA FRAGRANCES SPA

IL PUNTO DI VISTA DEI SOCI

Alla luce delle informazioni in tuo possesso, come valuti l'impegno di questa impresa a svilupparsi in armonia con la società nel suo complesso?

Nell'anno 2023 Integra Fragrances ha coinvolto i propri soci nella compilazione della survey di valutazione aziendale rispetto ai parametri relativi alla Società Benefit.

Il risultato complessivo dei questionari è positivo ed evidenzia l'allineamento e il coinvolgimento attivo dei soci nelle operatività aziendali.

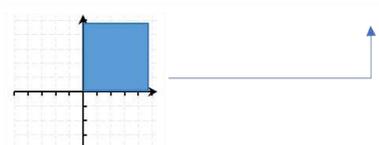
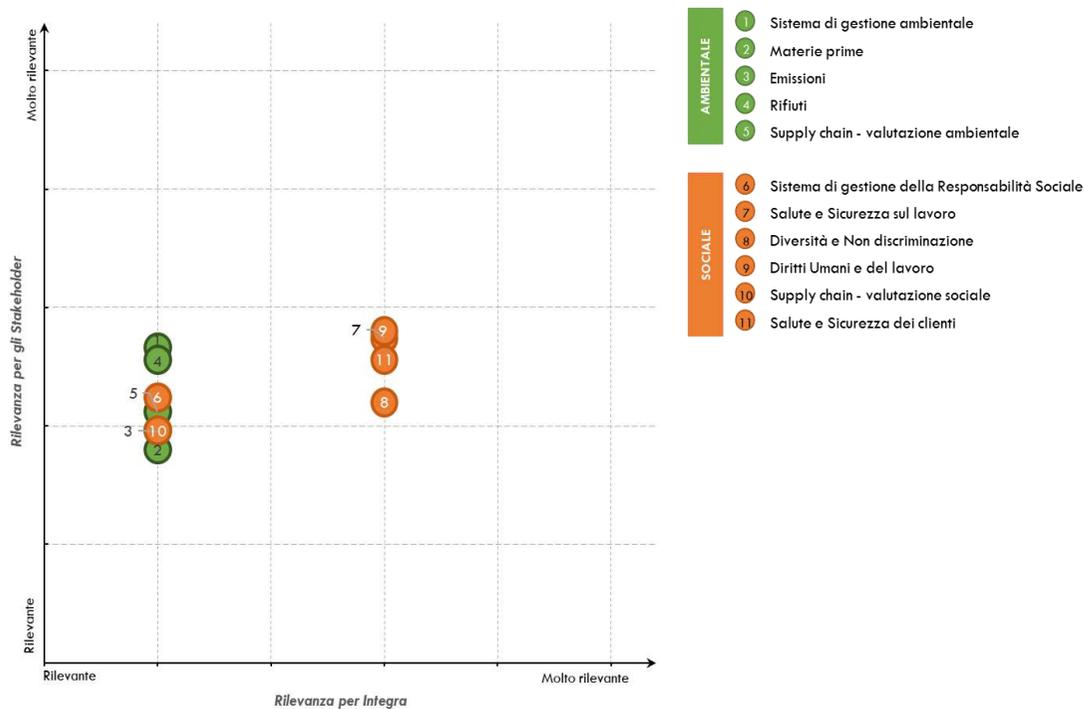


Parametri di riferimento

Una cattiva impresa | Un'impresa con qualche problema | Un'impresa sulla buona strada | Un'impresa sufficientemente buona | Una ottima impresa | L'impresa ideale

LA CREAZIONE DI VALORE: La Matrice di materialità **SOSTENIBILITÀ**

Una Società Benefit, coerentemente con le sue caratteristiche e dimensioni, dovrebbe gestire in modo responsabile, sostenibile e trasparente le ricadute che ha sulla comunità e sull'ambiente.



***Stakeholder di riferimento:** Soci, clienti, fornitori, collaboratori

Parametri di riferimento

0 - non applicabile, 1 - non rilevante, 2 - poco rilevante, 3 - abbastanza rilevante, 4 - molto rilevante

Elemento	Materialità AZIENDA	Materialità STAKEHOLDER
Sistema di gestione ambientale	3	3,8
Materie prime	3	3,4
Emissioni	3	3,5
Consumi energetici	0	3,5
Acqua e scarichi idrici	0	3,5
Ecosistema e Biodiversità	0	3,3
Rifiuti	3	3,8
Supply chain - valutazione ambientale	3	3,6
Sistema di gestione della Responsabilità Sociale	3	3,6
Salute e Sicurezza sul lavoro	4	3,9
Comunità locali	0	3,3
Diversità e Non discriminazione	4	3,6
Diritti Umani e del lavoro	4	3,9
Supply chain - valutazione sociale	3	3,5
Salute e Sicurezza dei clienti	4	3,8

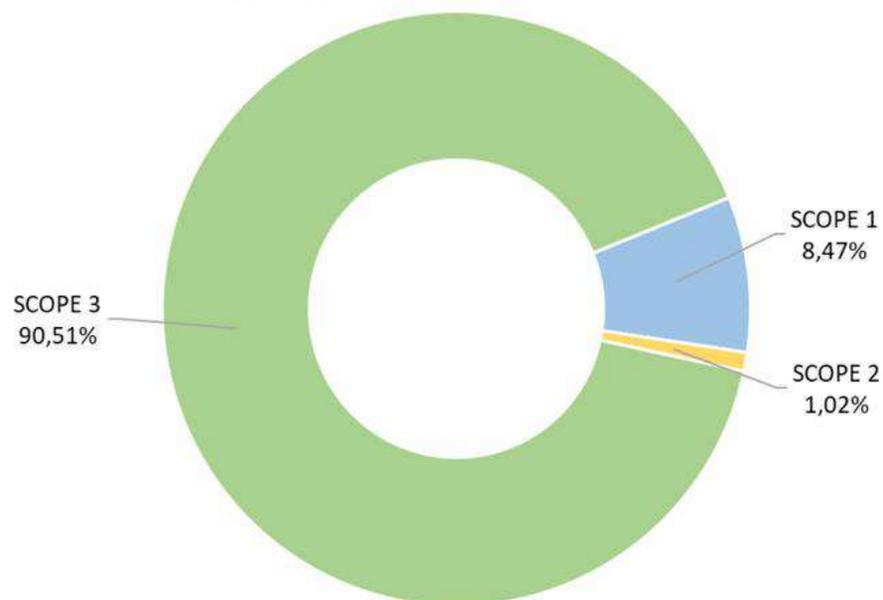
LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

SOSTENIBILITÀ

CALCOLO EMISSIONI

Nel 2023 l'azienda ha integrato all'interno del proprio sistema di misurazione dell'Impronta Carbonica - scope 01 (emissioni dirette) e scope 02 (emissioni indirette da energia) - le emissioni in scope 03 (emissioni indirette a monte e a valle della filiera), con il supporto del partner tecnico **RETE CLIMA**.

Inventario GHG Integra Fragrances 2023



Distribuzione degli impatti nei diversi Scope

Le sorgenti di emissione diretta (Scope 1) generano un'emissione pari a 52,42 tCO₂e, che corrisponde all'8,47% del totale.

Le emissioni indirette di GHG (Scope 2) sono pari a 6,57 tCO₂e, contribuendo per l'1,02% delle emissioni serra complessive dell'azienda.

Le emissioni di GHG di Scope 3 sono pari a 581,53 tCO₂e, equivalenti al 90,51 % delle emissioni complessive annuali.

Entrando nello specifico delle categorie di Scope 3, le emissioni maggiori, considerando il valore assoluto, derivano dall'acquisto di prodotti e servizi da parte dell'azienda (categorie 1 e 2), in linea con il modello di business aziendale.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

SOSTENIBILITÀ

MATERIE PRIME

Integra pone sempre più attenzione al tema del packaging dei propri prodotti per renderlo sostenibile sia nei materiali utilizzati sia in ottica di economia circolare. Il team Sviluppo Prodotto è quotidianamente impegnato nella ricerca di materiali eco-sostenibili, e/o riciclati.

Integra ha progettato il nuovo packaging atto a contenere e trasportare la propria tecnologia olfattiva, disegnato con un'attenzione particolare ai materiali impiegati, al peso durante il trasporto per limitare le emissioni, alla riciclabilità e allo smaltimento dopo l'uso.

Per quanto riguarda le fragranze, Integra è sempre più attenta e sensibile nel selezionare come propri partner le case essenziali che propongono fragranze a basso impatto per l'ambiente e si impegnano ad esercitare un impatto positivo per le comunità locali presso cui gli ingredienti vengono estratti, esigendo inoltre trasparenza nella misurazione di tale impatto lungo tutto il ciclo di vita del prodotto.

CONSUMI ENERGETICI

Da ottobre 2023, il fornitore di energia per la sede di Milano (A2A) attesta nelle proprie fatture che l'energia fornita è frutto di fonti rinnovabili al 100%.

Per il 2024 Integra Fragrances si propone di rinegoziare i contratti energia della sede di Reggio Emilia, oggi non proveniente da fonti 100% rinnovabili.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

SOSTENIBILITÀ

RIFIUTI

Il tema del packaging è uno degli obiettivi che Integra intende affrontare insieme ai suoi fornitori nei prossimi anni, nell'ottica di una migliore collaborazione con i clienti. Alta attenzione è posta in azienda alla raccolta differenziata con dotazione di borracce personali per ridurre il consumo di bottiglie di plastica. I rifiuti speciali liquidi e solidi - per quanto di entità limitata - vengono gestiti con un servizio ad hoc, che fraziona e recupera il possibile per poi smaltire il restante, minimizzando l'impatto ambientale.

GESTIONE RIFIUTI PERICOLOSI

L'azienda si avvale della collaborazione di società specializzate che si occupano di conferimento e smaltimento di tali rifiuti.

SUPPLY CHAIN- VALUTAZIONE AMBIENTALE

La dimensione dell'impresa non consente un controllo totale, anche per via delle dinamiche contrattuali con la filiera, che non sempre vede Integra Fragrances in una posizione di grande forza contrattuale. Tuttavia, è stato aperto un dialogo con i fornitori, ai quali a fine anno viene richiesta la compilazione di un questionario di soddisfazione sull'operato aziendale. Questo vuole essere il primo passo verso un coinvolgimento sempre più intenso della filiera, con l'obiettivo di sensibilizzarla su tematiche aziendali care, facilitando una compartecipazione agli obiettivi in ottica Benefit e di riduzione delle emissioni.

La misurazione dello scope 3 dell'impronta carbonica fornisce l'occasione di avviare un confronto con i fornitori rispetto a come gestiscono e monitorano il loro impatto.

LA CREAZIONE DI VALORE: Azioni e KPIs di misurazione

SOSTENIBILITÀ

SUPPLY CHAIN- VALUTAZIONE SOCIALE

La dimensione dell'impresa non consente un controllo totale, anche per via delle dinamiche contrattuali con la filiera, che non sempre vede Integra Fragrances in una posizione di grande forza contrattuale. Tuttavia, è stato aperto un dialogo con i fornitori, ai quali a fine anno viene richiesta la compilazione di un questionario di soddisfazione sull'operato aziendale. Questo vuole essere il primo passo verso un coinvolgimento sempre più intenso della filiera, con l'obiettivo di sensibilizzarla sulle tematiche più care, facilitando una compartecipazione agli obiettivi in ottica Benefit e di impatto sulla comunità.

SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI

Al sistema di profumazione Integra Fragrances affianca un protocollo di sanificazione di aria e superfici tramite due diversi principi attivi sicuri e non aggressivi. Nel corso del 2023 Integra ha continuato ad investire in R&D per approntare un programma di monitoraggio e gestione della qualità dell'aria degli ambienti indoor (IAQ).

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

Il 25 settembre 2015, le Nazioni Unite hanno approvato l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, un piano di azione globale per le persone, il Pianeta e la prosperità. L'agenda è stata sottoscritta da 193 Paesi delle Nazioni Unite, tra cui l'Italia, per condividere l'impegno a garantire un presente e un futuro migliore al nostro Pianeta e alle persone che lo abitano.

L'Agenda globale definisce 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals - SDGs nell'acronimo inglese) da raggiungere entro il 2030, articolati in 169 Target, che rappresentano una bussola per porre l'Italia e il mondo su un sentiero sostenibile.

Di seguito vengono ricapitolati gli SDGs su cui l'impresa produce un impatto positivo attraverso la sua attività:



Integra Fragrances persegue gli obiettivi: 4, 5, 7, 8, 9, 12, 13, 15, 16 e 17 dell'agenda 2030.

TABELLA DI DESCRIZIONE ELEMENTI - prodotto

Parametro	Elemento	Descrizione
CONTRIBUTO ALLA SOCIETÀ	CONTRIBUTO AL BENESSERE	Realizzare in modo strutturale, attraverso l'offerta di beni e servizi, un impatto positivo nel breve e nel lungo periodo, sulla qualità della vita del cliente (o, indirettamente, sul benessere della società).
	PRODOTTI O SERVIZI SOSTENIBILI	Offrire prodotti e servizi che, a partire dal processo di produzione e/o nell'arco del loro ciclo di vita, incidano il meno possibile sul consumo, la dispersione e/o il danneggiamento di risorse naturali e la cui offerta al cliente (in termini di qualità o prezzi) non comporti compromessi rispetto ai diritti umani e alla dignità del lavoro.
	CULTURA	Contribuire alla crescita culturale del settore di riferimento, e in generale della società, attraverso la condivisione di informazioni e saperi.
	ACCESSIBILITÀ E INCLUSIVITÀ	Favorire l'accessibilità del prodotto a categorie con minore accesso alla sua fruizione, in termini di prezzo, distribuzione, informazioni fornite, etc.
	INNOVAZIONE DI PRODOTTO	Puntare sull'innovazione continua nell'ottica del miglioramento del servizio alle persone e alla società.
QUALITÀ DELL'OFFERTA	QUALITÀ DEL PRODOTTO	Offrire un prodotto/servizio che risponda ai bisogni del cliente e soddisfi le finalità per le quali è stato acquistato.
	QUALITÀ DELLA RELAZIONE CON I CLIENTI	Prendersi cura del cliente affiancando alla qualità del prodotto/servizio anche una relazione caratterizzata da cordialità, disponibilità, fiducia reciproca.
	RAPPORTO QUALITÀ-PREZZO	Proporre un prezzo congruo rispetto alla qualità e al valore per il cliente del prodotto/servizio e al mercato di riferimento.
	SICUREZZA E TUTELA DEL CLIENTE	Garantire al cliente i migliori standard di sicurezza per tutte le fasi di vita del prodotto o del servizio.
SOSTENIBILITÀ DELL'OFFERTA	INTERCETTAZIONE E RAZIONE AI BISOGNI	Sviluppare la capacità di intercettare i bisogni del mercato, reagire e adattarsi a mercati che cambiano.
	FIDELIZZAZIONE DEI CLIENTI	Creare con i clienti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in grado di garantire il successo dell'impresa attraverso l'acquisizione di quote di mercato (ritorno di breve periodo) e l'apprezzamento del brand.
	AUTONOMIA E INDIPENDENZA PRODUTTIVA	Disporre direttamente della produzione o poter controllare la filiera produttiva, in modo da poter gestire gli imprevisti e dare così continuità al servizio al cliente.

TABELLA DI DESCRIZIONE ELEMENTI - Lavoro

Parametro	Elemento	Descrizione
IMPEGNO CONTRATTUALE E WELFARE	CREAZIONE E REMUNERAZIONE DEL LAVORO	Creare lavoro a condizioni eque e trasparenti, correttamente retribuito e contrattualizzato, in modo congruo rispetto al settore, lo stadio di vita dell'azienda e le aspettative dei lavoratori (dipendenti, collaboratori, imprenditore stesso).
	QUALITÀ DEI RAPPORTI CON I FORNITORI	Garantire ai fornitori condizioni contrattuali soddisfacenti, ricercando equità e correttezza lungo la filiera.
	SICUREZZA SUL POSTO DI LAVORO	Offrire un ambiente di lavoro sicuro, accogliente, pulito e curato. Garantire i massimi livelli di sicurezza possibili, adeguandosi alle normative esistenti.
	WELFARE AZIENDALE E BENEFIT	Prevedere misure volte a migliorare la vita privata e lavorativa dei collaboratori, e la conciliazione tra le due.
	PROSPETTIVE E TUTELA DEI LAVORATORI	Trasferire ai lavoratori un senso di sicurezza rispetto al loro lavoro e alla solidità dell'impresa, compatibilmente con lo stadio di vita dell'azienda. Prevedere, in fase di start up, in momenti di crisi aziendale o in situazioni di emergenza socio-economica, la massima trasparenza possibile e l'adozione di misure cautelative.
SOSTENIBILITÀ DEL MODELLO ORGANIZZATIVO	INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA	Attivare nuove modalità di lavoro e saper adattare i ruoli a fronte di cambiamenti di contesto permettendo la costante evoluzione dell'organizzazione.
	COESIONE CON I LAVORATORI	Creare con i lavoratori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in modo da favorire il successo dell'impresa attraverso l'efficacia del lavoro svolto (ritorno di breve periodo) e la piena adesione al progetto dell'impresa (lungo periodo).
	COESIONE CON I FORNITORI	Creare con i fornitori una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in modo da favorire il successo dell'impresa attraverso l'efficacia della collaborazione (ritorno di breve periodo) e la partnership con l'impresa (lungo periodo).

TABELLA DI DESCRIZIONE ELEMENTI - Lavoro

SVILUPPO E PARTECIPAZIONE	CHIAREZZA ORGANIZZATIVA	Trasmettere alle persone il senso del loro ruolo all'interno del sistema azienda, definendo e comunicando con chiarezza e trasparenza ruoli, processi, scelte, obiettivi (sia individuali che aziendali) e le altre informazioni aziendali rilevanti.
	VALORIZZAZIONE DELLE DIFFERENZE E DELLA COMPLEMENTARIETÀ	Offrire un ambiente inclusivo in grado di favorire la piena espressione di ciascuna persona nella propria unicità e diversità, garantendo a tutti spazi di partecipazione di qualità che ne valorizzino il contributo al risultato comune.
	SOSTEGNO ALL'INDOTTO	Rafforzare l'indotto, con particolare riferimento alle imprese di piccole dimensioni, attraverso la condivisione di competenze, la formazione, la creazione di strumenti economico-finanziari, etc.
	COERENZA RUOLO-PERSONA	Curare la coerenza tra il ruolo e le competenze, attitudini e aspirazioni delle persone, in modo da favorire la loro realizzazione professionale.
	FORMAZIONE E SVILUPPO PROFESSIONALE	Fornire alle persone occasioni di sviluppo, pianificando e condividendo percorsi volti a sviluppare competenze e capacità, attraverso la formazione e l'esperienza qualificata.
	RELAZIONI E COLLABORAZIONE	Stimolare tra le persone collaborazione, solidarietà, spirito di squadra, valorizzando complementarità, confronto e dialogo sia tra pari che tra capo e collaboratori.
	VALORIZZAZIONE DELLE DIFFERENZE E INCLUSIONE	Garantire condizioni inclusive che favoriscano la piena espressione di ciascuna persona nella propria unicità e diversità; favorire l'accesso al lavoro e la qualità della partecipazione anche da parte di categorie che affrontano particolari difficoltà sul mercato del lavoro (giovani, donne, categorie fragili, etc.)
	RICONOSCIMENTO	Riconoscere il contributo del lavoro dei singoli, valorizzando impegno e risultati ottenuti, in modo da favorire soddisfazione, motivazione e partecipazione al progetto.
	PRESIDIO DELLE COMPETENZE DISTINTIVE	Identificare e presidiare le competenze necessarie all'attività di impresa, adottando modalità efficaci per diffonderle e mantenerle adeguate e salvaguardate nel tempo.

TABELLA DI DESCRIZIONE ELEMENTI - Valore Economico

Parametro	Elemento	Descrizione
EQUA RIPARTIZIONE VALORE GENERATO	CONDIVISIONE DEI PROFITTI CON I LAVORATORI	Curare la coerenza tra i risultati economici dell'azienda e il valore economico generato per i lavoratori.
	REMUNERAZIONE DEL CAPITALE DI RISCHIO	Creare valore economico per i soci attraverso la distribuzione di dividendi e l'aumento di valore delle quote.
	REINVESTIMENTO DEGLI UTILI IN AZIENDA	Sostenere le esigenze di finanziamento dell'impresa attraverso il reinvestimento degli utili in azienda.
	REMUNERAZIONE DEI SERVIZI PUBBLICI	Pagare le tasse, evitando politiche fiscali aggressive o elusive.
	FILANTROPIA	Eventuale destinazione di una parte del valore prodotto dall'azienda a investimenti per comunità, sotto qualunque forma.
EQUILIBRIO REDDITUALE	FATTURATO	Accrescere la dimensione economica del business.
	SOLVIBILITÀ	Disporre di liquidità sufficiente a far fronte ai propri impegni nei confronti dei creditori.
	REDDITIVITÀ	Produrre un risultato economico (EBIT- ante imposte) positivo, consistente e coerente con dimensioni e stadio di vita dell'impresa.
	POLITICHE DI PREZZO AL CLIENTE	Adottare politiche di prezzo orientate alla creazione di un margine equo per l'azienda.
SOSTENIBILITA' ECONOMICA	SOLIDITÀ PATRIMONIALE	Bilanciare la struttura patrimoniale in termini di apporto di capitale proprio (patrimonio netto) e capitale di terzi (debito).
	INDIPENDENZA	Gestire con attenzione e coerenza il ricorso a contributi a fondo perduto, utilizzandoli per investimenti e non per la copertura di costi di gestione corrente; differenziare per quanto possibile la propria clientela; essere consapevoli dei rischi connessi alla dipendenza da licenze o autorizzazioni e fare il possibile per mantenerle.
	COESIONE CON GLI AZIONISTI	Creare con gli azionisti una relazione solida e reciprocamente vantaggiosa, in grado di garantire il successo dell'impresa nel lungo periodo, anche attraverso l'esercizio del capitale paziente.
	INVESTIMENTI	Elaborare strategie di investimento adeguate a sostenere lo sviluppo futuro del business (es. Ricerca e sviluppo, macchinari e impianti, tecnologie, etc.).

TABELLA DI RICONCILIAZIONE

		Tabella di riconciliazione GRI - SABI			
ESG	GRI Standards	Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa			
		SEZIONE	DIMENSIONE	ELEMENTO	
ENVIRONMENTAL	301-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Materie prime	
	301-2	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili	
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Materie prime	
	301-3	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili	
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Materie prime	
	302-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici	
	302-2	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici	
	302-3	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici	
	302-4	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici	
	302-5	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Consumi energetici	
		Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili	
	303-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici	
	303-2	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici	
	303-3	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici	
	303-4	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici	
	303-5	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Acqua e scarichi idrici	
	304-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Ecosistema e Biodiversità	
	304-2	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili	
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Ecosistema e Biodiversità	
	304-3	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili	
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Ecosistema e Biodiversità	
	304-4	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Ecosistema e Biodiversità	
	305-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni	
	305-2	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni	
	305-3	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni	
	305-4	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni	
	305-5	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni	
	305-6	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni	
	305-7	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Emissioni	
	306-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti	
	306-2	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti	
	306-3	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti	
306-4	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti		
306-5	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti		
307-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Rifiuti		
308-1	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili		
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione ambientale		
308-2	Prodotto	Contributo alla società	Prodotti e servizi sostenibili		
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione ambientale		

TABELLA DI RICONCILIAZIONE

Tabella di riconciliazione GRI - SABI				
ESG	GRI Standards	Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa		
	SEZIONE	DIMENSIONE	ELEMENTO	
SOCIAL	401-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
		Lavoro	Sostenibilità del modello organizzativo	Coesione con i lavoratori
		Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
		Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
	401-2	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Condivisione con i lavoratori
	401-3	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit
	402-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
	403-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
	403-2	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
	403-3	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
	403-4	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
	403-5	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
	403-6	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
	403-7	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
	403-8	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
	403-9	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
	403-10	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Sicurezza sul posto di lavoro
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza sul lavoro
	404-1	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Formazione e sviluppo professionale
		Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
	404-2	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Formazione e sviluppo professionale
		Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Chiarezza organizzativa
	404-3	Lavoro	Sviluppo e partecipazione	Formazione e sviluppo professionale
		Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
	405-1	Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusione
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diversità e Non discriminazione
	405-2	Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusione
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diversità e Non discriminazione
	406-1	Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusione
		Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diversità e Non discriminazione
	407-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Qualità dei rapporti con i fornitori	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani del lavoro	
409-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani del lavoro	
410-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani del lavoro	
411-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Welfare aziendale e benefit	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani del lavoro	
412-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani del lavoro	
412-2	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani del lavoro	
412-3	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Diritti Umani del lavoro	
413-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Comunità Locali	
413-2	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Comunità Locali	
414-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione sociale	
414-2	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Qualità dei rapporti con i fornitori	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Supply Chain - valutazione sociale	
416-1	Prodotto	Qualità dell'offerta	Prodotti e servizi sostenibili	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Sicurezza e tutela del cliente	
416-2	Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Sicurezza e tutela del cliente	
417-1	Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti	
417-2	Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti	
417-3	Prodotto	Qualità dell'offerta	Sicurezza e tutela del cliente	
	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Salute e Sicurezza dei clienti	
418-1	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione dei servizi pubblici	

Tabella di riconciliazione RELAZIONE D'IMPATTO - GRI				
ESG	GRI Standards	Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa		
	SEZIONE	DIMENSIONE	ELEMENTO	
GOVERNANCE	102-5	Governance	Valore e impegno	Orientamento di fondo
		Governance	Valore e impegno	Cogestione impegno
	102-7	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
	102-8	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
	102-12	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Filantropia
		Governance	Valore e impegno	Orientamento di fondo
	102-13	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Filantropia
	102-16	Governance	Valore e impegno	Cogestione impegno
	102-18	Governance	processi e strumenti	Orientamento di fondo
		Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
	102-20	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
	102-21	Governance	processi e strumenti	Processi e strumenti di condivisione e con i stakeholder
	102-22	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
	102-24	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
	102-25	Governance	processi e strumenti	Processi etici
	102-26	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
	102-29	Governance	processi e strumenti	Processi e strumenti di sostenibilità
	102-30	Governance	processi e strumenti	Processi gestionali
	102-35	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
	102-36	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
	102-37	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
	102-38	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
	102-39	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
	102-41	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
		Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori
	102-43	Governance	processi e strumenti	Processi e strumenti di sostenibilità
		Governance	processi e strumenti	Processi e strumenti di condivisione e con i stakeholder
	102-47	Governance	processi e strumenti	Processi e strumenti di sostenibilità
	101-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro
	101-1	Valore Economico	Creazione di valore economico	Fatturato
101-2	Valore Economico	Condizioni di sostenibilità economico	Solidità patrimoniale	
101-3	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Prospettive e tutela dei lavoratori	
101-4	Valore Economico	Condizioni di sostenibilità economico	Indipendenza	
102-1	Lavoro	Impegno contrattuale e welfare	Creazione e remunerazione del lavoro	
102-2	Lavoro	Realizzazione professionale	Valorizzazione delle differenze e inclusione	
103-1	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Reinvestimento degli utili	
104-1	Sostenibilità sociale e ambientale	Ambiente e Società	Comunità Locali	
105-1	Governance	processi e strumenti	Processi etici	
105-2	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione di servizi pubblici	
107-1	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione di servizi pubblici	
107-2	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione di servizi pubblici	
107-3	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione di servizi pubblici	
107-4	Valore Economico	Condivisione del valore economico	Remunerazione di servizi pubblici	

Il Responsabile d'impatto