

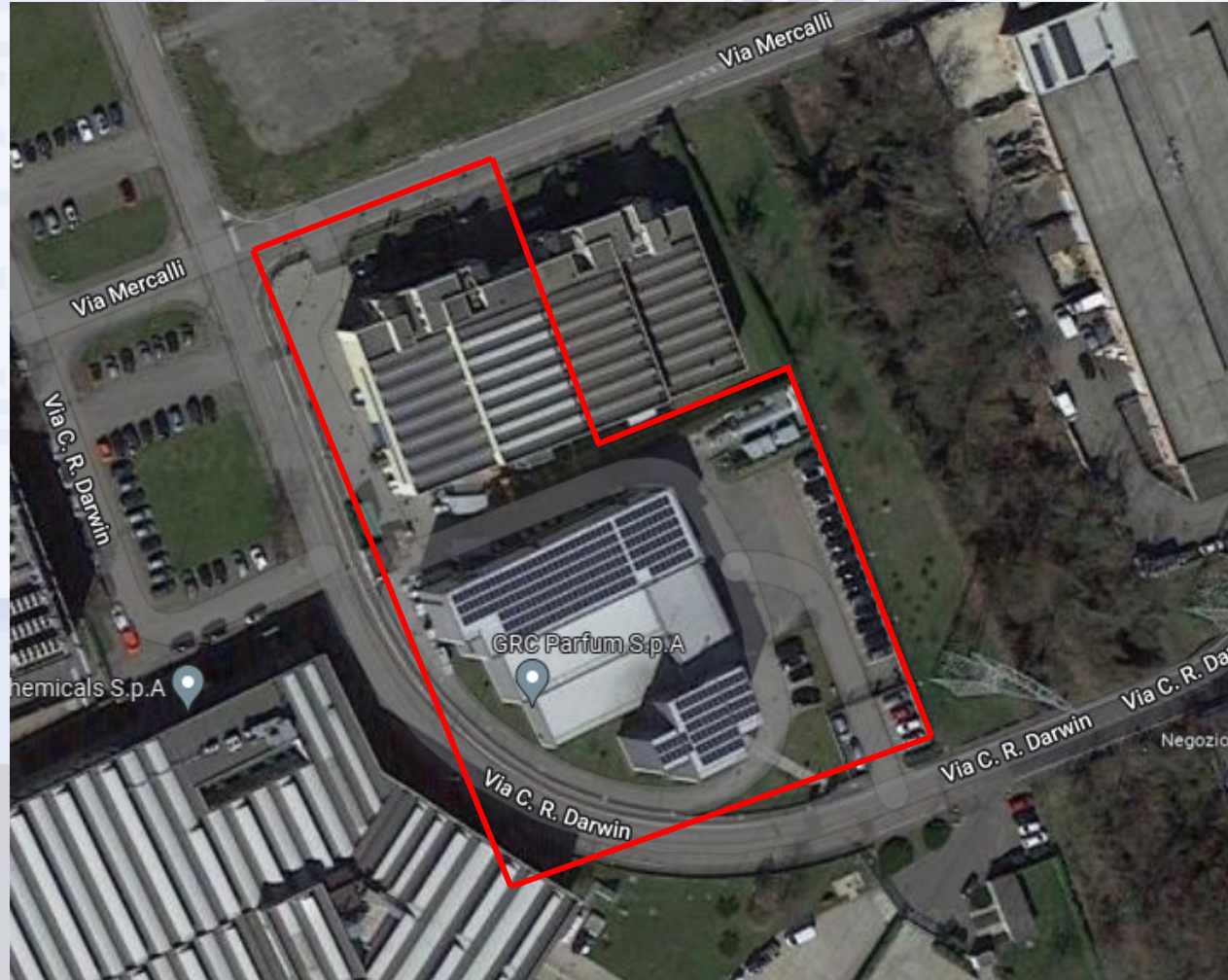


## Il campo di applicazione di GRC PARFUM S.p.a. Società Benefit

LA FABBRICAZIONE DI PROFUMI SINTETICI, DI MATERIE PRIME E DI PRODOTTI CHIMICI IN GENERE PER L'INDUSTRIA DELLA PROFUMERIA, DEI SAPONI E DEI PRODOTTI COSMETICI NONCHE' PER L'INDUSTRIA FARMACEUTICA; IL COMMERCIO IN PROPRIO E PER CONTO TERZI DI TUTTE LE MATERIE PRIME E DEI PRODOTTI INDICATI NEL COMMA PRECEDENTE. LA SOCIETA' POTRA' INOLTRE: PROMUOVERE LO STUDIO E LA RICERCA SCIENTIFICA NEL CAMPO DELL'INDUSTRIA DEL PROFUMI E DELLE SOSTANZE AROMATIZZANTI; E LA LORO DESTINAZIONE IN OGNI SETTORE PRODUTTIVO DELLA COSMESI E DELLA FARMACEUTICA; ASSUMERE DA TERZI LICENZE DI FABBRICAZIONE E DI SFRUTTAMENTO DI NOMI, MARCHI, BREVETTI E PROCEDIMENTI DI PRODUZIONE, CONSULENZA TECNICA E COMMERCIALE; CONCEDERE A TERZI L'USO DI BREVETTI, PROCEDIMENTI DI LAVORAZIONE, CONSULENZA TECNICA E AMMINISTRATIVA IN RELAZIONE AI PRODOTTI E ALLE ATTIVITA' SOPRA INDICATE.



# DOVE SIAMO





# COSA SIGNIFICA SOSTENIBILITA'

Molto probabilmente è possibile iniziare dicendo che la sostenibilità è **uno dei valori cardine della vita, il cui raggiungimento** dovrebbe rappresentare **uno degli obiettivi principali**.

Questo, almeno, è come lo vediamo adesso. **Ma non è stato sempre così.**

Infatti, il termine sostenibilità ha origini ben più antiche, addirittura inizio ventesimo secolo.

In quell'epoca, ormai considerabile lontana, AEG fu il primo produttore a scrivere il report di sostenibilità.

Sostenibilità: significato passato e presente

Se andassimo a cercare **sul dizionario il termine "sostenibilità"**, troviamo come significato **"tutto ciò che ha carattere di poter essere sostenuto e mantenuto, tutto ciò che può essere protratto con impegno, che può essere difeso, convalidato, confermato con argomenti fondati. Dal punto di vista ecologico e sociale, poi, la sostenibilità è quella capacità di "essere sopportato".**

Il nome deriva dal latino *sustinere*, che significa tenere. Saper stare nella situazione. Tenere la posizione nonostante tutto."

**Dagli anni '80, invece, il significato attribuito al termine "sostenibilità" è diventato più concernente l'impatto che ha una determinata attività sul pianeta e sulle risorse di quest'ultimo, come acqua, cibo e materie prime.**



Una volta compreso che il termine sostenibilità riguarda numerose aree, è **possibile comunque suddividerlo in tre “rami” principali: ambientale, economico e sociale.**

Questi tre rami, seppur visualizzabili separatamente, sono invece collegati l'un l'altro, creando un “insieme” più grande che è necessario comprendere nella sua interezza. Un concetto “sistemico”.

Questo insieme è tuttavia formato da questi tre elementi che dovrebbero essere bilanciati fra loro, secondo un concetto di equità.

Per tale ragione c'è molta confusione attorno al termine “sviluppo sostenibile”, che molto spesso è sbilanciato verso un significato o verso un altro.

### **Lo sviluppo sostenibile**

Con lo sviluppo sostenibile, infatti, non si deve intendere soltanto l'andare avanti, lo sviluppare, o il crescere.

**Per sviluppo sostenibile si deve intendere la creazione di un futuro economico perfettamente compatibile con il futuro ambientale, che possa permettere alle future generazioni un pianeta non tartassato dal suo sfruttamento per il mero vantaggio economico.**

In questo modo, grazie a importanti vantaggi economici per le aziende “eco-friendly”, è possibile ottenere un migliore futuro economico tramite la maggiore sostenibilità ambientale.

# LA CULTURA AZIENDALE

La cultura aziendale è basata su quattro valori principali che testimoniano l'impegno quotidiano per la gestione responsabile e attenta della nostra realtà:

**Tradizione** Tradizione significa un patrimonio di esperienze preziose da tramandare, reinterpretare e trasformare in qualcosa di nuovo.

## **Eticità**

Eticità significa investire nelle persone e avere rispetto per loro e per l'ambiente, significa essere giusti e trasparenti.

**Innovazione** L'innovazione è ciò che ci spinge a creare qualcosa di nuovo, con una nuova soluzione in prima linea nella nostra mente: tecnologia all'avanguardia combinata con l'ingegno umano.

## **Affidabilità**

Affidabilità significa comprendere le esigenze di ogni singolo cliente. Parlando la stessa lingua. Diventare traduttore e interprete delle loro sensazioni, per rispondere perfettamente alla loro richiesta.

# PERCORSO PER IL RAGGIUNGIMENTO E COMUNICAZIONE SOSTENIBILITA'

Per l'analisi e la redazione del documento si è fatto riferimento alle aree di impatto e alle tematiche identificate dal *B Impact Assessment* sulla base del settore, della geografia di operatività e della dimensione di *GRC Parfum*. Sono state utilizzate le informative e gli indicatori del *GRI Sustainability Reporting Standards* pubblicate nel 2016 dal *GRI – Global Reporting Initiative*, secondo l'opzione "*GRI-referenced claim*" i punti clou trattati e oggetto di analisi e obiettivi sono di seguito riportati

## GOVERNANCE

*GRC Parfum* è una società per azioni con una struttura di governance caratterizzata da un consiglio di amministrazione ed un collegio sindacale.

*GRC Parfum* si è dotata nel 2020 di un modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del d.lgs. n. 231/2001 per prevenire i reati amministrativi previsti dalla normativa italiana. Inoltre, come parte integrante del modello 231, è stato redatto il codice etico che determina i doveri, le responsabilità, i principi morali e le norme di comportamento nella conduzione delle attività aziendali e un canale anonimo di segnalazione di illeciti

## LAVORATORI

*GRC Parfum* è consapevole che i successi ottenuti nel corso degli anni sono frutto del lavoro dei propri dipendenti e per questo la salute e la sicurezza, il benessere, lo sviluppo e il coinvolgimento dei lavoratori sono considerate aree prioritarie su cui l'azienda investe e si impegna ogni giorno.

Eticità significa investire nelle persone e avere rispetto per loro e per l'ambiente, significa essere giusti e trasparenti.

# PERCORSO PER IL RAGGIUNGIMENTO E COMUNICAZIONE 'SOSTENIBILITA'

## COMUNITA'

Per GRC Parfum essere un'azienda responsabile significa supportare il territorio e le comunità dove opera. Durante gli anni l'azienda ha contribuito allo sviluppo di alcuni progetti coinvolgendo diversi attori delle comunità locali tra cui scuole, ricerca medica e attività sportive. A testimonianza di questo impegno, nel 2020 l'azienda ha effettuato donazioni e sponsorizzazioni pari allo 0,35% dei ricavi. Inoltre è stata recentemente sviluppata una politica di sostenibilità che definisce gli impegni e regola le attività aziendali a supporto della comunità attraverso donazioni e attività di volontariato.

## AMBIENTE

L'impegno di GRC Parfum per la tutela dell'ambiente si concentra sulla riduzione degli impatti dei processi produttivi e la gestione efficiente delle risorse quali materie prime, energia, acqua e sulla minimizzazione dei rifiuti grazie all'utilizzo di packaging riciclabili e riutilizzabili.

Per raggiungere i propri obiettivi l'azienda si è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale secondo lo standard ISO 14001:2015 per essere in grado di individuare, mitigare e misurare gli impatti ambientali dei processi e di migliorare continuamente la performance ambientale.

## CLIENTI

La missione di *GRC Parfum* è quella di produrre fragranze che rispettino e soddisfino le richieste dei circa 800 clienti dislocati in 30 paesi del mondo. Per questo motivo, ogni fase del processo produttivo, a partire dalla selezione delle materie prime, fino alla produzione e al confezionamento delle essenze, viene gestita secondo le linee guida IFRA e in conformità a tutte le leggi vigenti per la sicurezza della persona e dei materiali per garantire un prodotto con elevati standard di qualità, sicurezza e benessere per il consumatore nonché in grado di soddisfare richieste diversificate.

A partire dal 2009, inoltre, l'azienda si è dotata di un Sistema di Gestione della Qualità secondo lo Standard ISO 9001 in modo da garantire un prodotto ed un servizio in linea con esse e migliorare continuamente le prestazioni aziendali.

# PERCORSO PER IL RAGGIUNGIMENTO E COMUNICAZIONE SOSTENIBILITA'

Risultati ottenuti	Impegni futuri
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Variazione percentuale dell'intensità di energia elettrica per tonnellata di prodotto: -18% rispetto al 2021</li><li>✓ Variazione dell'intensità delle emissioni di gas serra relative ai consumi di energia indiretti per tonnellata di prodotto: -18% rispetto al 2021</li><li>✓ Percentuale di energia proveniente da fonti rinnovabili: 10%</li><li>✓ Consumi di acqua: -12,55% rispetto al 2019</li><li>✓ Produzioni di rifiuti non pericolosi: 25% rispetto al 2021</li><li>✓ Produzione di rifiuti pericolosi: -17% rispetto al 2021</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Modifica dei rifiuti di cartone (attualmente classificati come pericolosi) in rifiuti non pericolosi per poterli destinare a riciclo</li><li>• Ottenimento di una certificazione ambientale di prodotto</li><li>• Ottenimento di una certificazione di sostenibilità di edificio</li><li>• 100% dell'illuminazione composta da lampade a LED</li><li>• Adozione di un contratto per la fornitura di energia rinnovabile garantita da certificati di origine</li></ul>