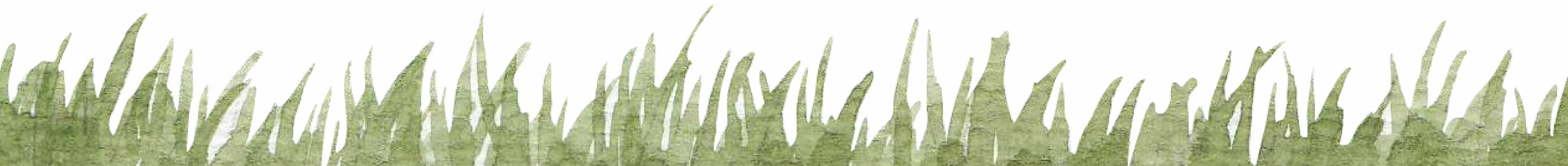




Bilancio di **sostenibilità** 2023





Perché un Bilancio di Sostenibilità?

Abbiamo fondato **La Saponaria** con un'idea (e un sogno) ben preciso: fare del nostro meglio per **rendere il mondo un po' più pulito e migliore di quello che abbiamo trovato**.

Abbiamo scelto di farlo producendo **cosmetici buoni per chi li usa** ma non solo, buoni anche per il **pianeta** e per la **società**.

Ecco perché abbiamo deciso di diventare **Società Benefit** e di conseguenza di redigere un **Bilancio di Sostenibilità**: volevamo mettere nero su bianco il nostro impegno, renderlo misurabile e continuare a lavorare per fare la differenza attraverso i piccoli gesti quotidiani.

Cos'è un Bilancio di Sostenibilità?



Il **Bilancio di Sostenibilità** è un documento finanziario autonomo e volontario che si fonda sul concetto di Corporate Social Responsibility (CSR).

Si rivolge a tutti gli stakeholders e rendiconta gli **impatti economici, sociali e ambientali**, secondo i principi ESG, generati dall'azienda nello svolgimento delle proprie attività.

Attraverso il Bilancio di Sostenibilità abbiamo la possibilità di raccontarvi non solo la nostra storia, ma anche il nostro costante impegno per promuovere la sostenibilità ambientale, sociale e economica.

CONTENUTI



[Messaggio da Lucia e Luigi](#)

[Chi siamo](#)

[La nostra storia](#)

[Mission & Values](#)

[Il nostro percorso Benefit](#)

[Purpose](#)

[Analisi degli Stakeholders](#)

[Analisi di materialità](#)

[Obiettivi di beneficio comune](#)

[Collaborazioni etiche e sostenibili](#)

[Valutazione di impatto](#)

[Il 2024](#)

[Conclusioni](#)

Messaggio da Lucia e Luigi

“ Amiamo davvero il nostro mondo e siamo convinti che anche un piccolo gesto quotidiano possa avere un grande impatto se fatto da tante persone. Ecco perché scegliamo di avere prodotti di ottima qualità ad un giusto prezzo: una rivoluzione green per essere davvero tale deve poter essere alla portata di tutti e non solo per una piccola nicchia. I nostri prodotti sono come li vogliamo per noi e per i nostri figli: formule biologiche fatte con ingredienti etici o a km0 e contenute in pack leggeri e zero waste. E ad un giusto prezzo.

”

Luigi Panaroni & Lucia Genangeli - Fondatori



The image features a central rectangular area with a solid light green background. This area is framed by delicate watercolor-style illustrations of various green leaves and branches, including eucalyptus-like leaves and fern-like fronds, which are positioned at the top, bottom, and sides of the central box. The overall aesthetic is clean, fresh, and natural.

**CHI
SIAMO**

La Saponaria è un laboratorio consapevole di produzione artigianale di cosmetici biologici e naturali

Quando formuliamo qualsiasi cosmetico sono questi i fattori chiave che teniamo a mente: un prodotto deve essere **rispettoso della natura** da diversi punti di vista, **adatto a tutti i tipi di pelle**, anche a quelle più sensibili, **poco impattante dal punto di vista ambientale** sia quando viene prodotto, sia quando viene poi utilizzato e deve avere un **packaging leggero**.





Nel nostro laboratorio ideiamo, formuliamo e produciamo **cosmetici biologici**, consapevoli e innovativi, che contengono ingredienti vegan e a filiera etica e solidale.

Dal 2007 siamo pionieri e specialisti della produzione biologica, della qualità e dell'innovazione green Made in Italy.





I nostri valori raccontano una storia fatta di materie prime biologiche, consapevolezza, sostenibilità, filiera corta, rispetto per i lavoratori, prezzi equi, innovazione, costante ricerca e creatività.

Crediamo che un mondo migliore sia possibile e ci impegniamo a fare la nostra parte ogni giorno.

Al centro del nostro lavoro c'è sempre il cliente che merita prodotti che vadano incontro ai suoi bisogni e aspettative.

Realizziamo i prodotti proprio come tu li vorresti!



A decorative border of various green leaves and branches surrounds the central text. The leaves are in shades of light and medium green, with some showing detailed vein patterns. The branches are thin and dark green.

LA NOSTRA STORIA

La nostra è una storia di una passione che cresce col tempo,
si trasforma in un lavoro e matura di anno in anno.

2002

Luigi era un bambino quando ha iniziato la sua collezione di saponi. Gli studi in chimica e l'incontro con Lucia fanno scoccare la scintilla dei primi esperimenti, che nascono nella soffitta di casa, con la supervisione ed i consigli di nonna Gina.

2007

NASCE LA SAPONARIA

micro-laboratorio consapevole ad impatto zero.

2010

Prime collaborazioni a KM 0 con piccoli agricoltori.
Nasce la linea Original e le creme mani bio.



2006

Inizia la nostra collaborazione con il GAS (Gruppo di Acquisto Solidale) della nostra città.

2008

Teniamo corsi di autoproduzione cosmetica in giro per l'Italia e partecipiamo a fiere e mercatini



2014

Arrivano il nuovo laboratorio e il primo shop.
Novità: la linea solare 'Osolebio e gli Idrolati.

2018

Apri il primo Biostorie a Bologna, il nostro negozio monomarca.

2020

La nostra gamma di cosmetici solidi e plastic free si amplia: dagli shampoo ai balsami solidi, dai saponi naturali ai detergenti viso.

2012

La Saponaria cresce e diventa famosa. Nascono la linea capelli ai Semi di lino e la linea viso Argan.

2016

Partecipiamo alla nostra prima fiera internazionale a Norimberga e pubblichiamo il nostro primo libro dedicato all'autoproduzione di saponi naturali.

2019

Spostiamo il nostro laboratorio nella nuova sede

2023

La Saponaria diventa **Società Benefit!**



MISSION

**Realizzare prodotti efficaci e buoni
per chi li usa, che facciano bene
anche al mondo in cui viviamo,
fatto di natura, di persone e
comunità che lo vivono.**

Questa è la nostra **mission**, lo spirito che ci guida nella scelta, formulazione e realizzazione dei nostri **cosmetici 100% consapevoli**, cosmetici che hanno una storia da raccontare, fatta di meravigliosi ingredienti, progetti sostenibili e persone che sognano insieme un domani migliore.



The image features a central rectangular area with a solid, muted green background. This area is framed by delicate watercolor-style illustrations of various green plants and leaves, including ferns and broad-leafed branches, extending from the corners towards the center. The overall aesthetic is clean, natural, and organic.

VALUES

Cosmetici certificati biologici ed efficaci

ZERO INGREDIENTI PETROLCHIMICI

Utilizziamo solo ingredienti di origine vegetale, provenienti da **agricoltura bio** e **sostenibile** per essere ben tollerati dalla pelle, non inquinare il nostro mondo e salvaguardare gli animali.

FITOCOSMESI FUNZIONALE

Studiamo ingredienti e formule in maniera accurata, sottoponendole a rigorosi test. Per questo i nostri cosmetici non solo sono **efficaci** ma anche estremamente **compatibili con qualsiasi tipo di pelle**.

CERTIFICATI BIOLOGICI

La certificazione biologica è una garanzia di sicurezza e benefici per chi le usa e di basso impatto ambientale dei prodotti e degli ingredienti impiegati.



Questo logo è rilasciato dall'ente di certificazione **CCPB**, che verifica con ispezioni periodiche che i nostri prodotti siano effettivamente naturali, che quanto indicato in etichetta corrisponda a verità e che utilizziamo veramente materie prime biologiche nelle nostre ricette.

Amici degli animali e della natura

99% VEGAN

Tutti i nostri cosmetici sono 100% vegani tranne 1, il nostro Sapone Miele & Lavanda. Questo si ispira alla tradizione erboristica e il miele utilizzato è biodinamico e a km0. Siamo per una cosmesi consapevole!

AMICI DEGLI ANIMALI

I nostri cosmetici e gli ingredienti con cui li produciamo **non sono testati sugli animali**, proprio come prevede la normativa europea. Naturalmente siamo cruelty free anche da prima del 2014, anno in cui è stata promulgata questa giusta legge per cui a suo tempo ci siamo battuti!

Amiamo veramente i nostri amici animali e, da qualche tempo, **siamo un'azienda pet friendly**.

PACKAGING SOSTENIBILE

Da sempre scegliamo packaging leggeri ed ecologici per i nostri cosmetici e il nostro obiettivo è quello di **eliminare del tutto la plastica vergine dalle nostre linee**. Adottiamo materiali alternativi come vetro, alluminio riciclato, carta riciclata, bioplastica proveniente dalla canna da zucchero, plastica riciclata re-bottle e plastica di mare.



Attenzione alle persone

FILIERA ETICA

Selezioniamo **ingredienti coltivati e trasformati con criteri etici**. Sono prodotti locali e biologici, frutto del lavoro di piccole aziende agricole a conduzione familiare o di aziende che promuovono progetti sociali e di inclusione lavorativa.

FILIERA EQUOSOLIDALE



I prodotti contrassegnati con questo certificato contengono ingredienti che provengono da progetti certificati Fair Trade da organismi internazionali. Si tratta di materie prime biologiche che vengono da lontano (Sri Lanka, India, Perù, Marocco) e per le quali è riconosciuto un giusto compenso ai lavoratori coinvolti nel processo produttivo. In molti casi i ricavati sono reinvestiti nelle comunità locali in progetti sociali o di sostegno all'autoimprenditorialità.

PREZZO EQUO

Garantiamo **prodotti di alta qualità a prezzi accessibili** che permettano il rispetto del lavoro di tutte le persone coinvolte nella filiera produttiva. Abbiamo tagliato dai prodotti tutto il superfluo, come pubblicità, packaging complicati, costosi e inquinanti, per rendere accessibile il loro prezzo senza scendere a compromessi.



Made in Italy with love

I nostri cosmetici sono fatti nel nostro laboratorio a Pesaro, nelle Marche.

Utilizziamo esclusivamente **energia green** proveniente da fonti rinnovabili, tecnologie a risparmio energetico e un sistema di produzione circolare che riduce al minimo gli scarti di lavorazione.



A decorative border of various green leaves and branches surrounds the central text. The leaves are in shades of light and medium green, with some showing detailed vein patterns. The branches are thin and dark green.

IL NOSTRO PERCORSO BENEFIT

Perché diventare una Società Benefit?

I valori che ci guidano da sempre e la nostra vocazione alla sostenibilità ci hanno condotto in modo del tutto naturale verso il **proposito di diventare una Società Benefit**.

Le Società Benefit, infatti, sono aziende che decidono di perseguire **finalità di beneficio comune** operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente.

Per diventare Società Benefit **abbiamo cambiato il nostro statuto**: abbiamo formalmente integrato all'attività economica classica (produrre cosmetici!), lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sul nostro Pianeta.

Nel 2023 abbiamo deciso quindi di ufficializzare il nostro impegno, dargli concretezza e misurabilità.



Le tappe del nostro percorso

Queste sono le tappe in cui il nostro percorso per diventare Società Benefit può essere suddiviso:

Individuazione del purpose

Analisi degli Stakeholders

Analisi di materialità

Stesura degli obiettivi di beneficio comune



A watercolor illustration of various green leaves and branches, including eucalyptus and olive-like leaves, framing a central rectangular area. The central area has a solid light green background.

PURPOSE

Il Purpose

Il **purpose** è una frase che racchiude l'insieme di valori, idee e propositi per il futuro di un'azienda.

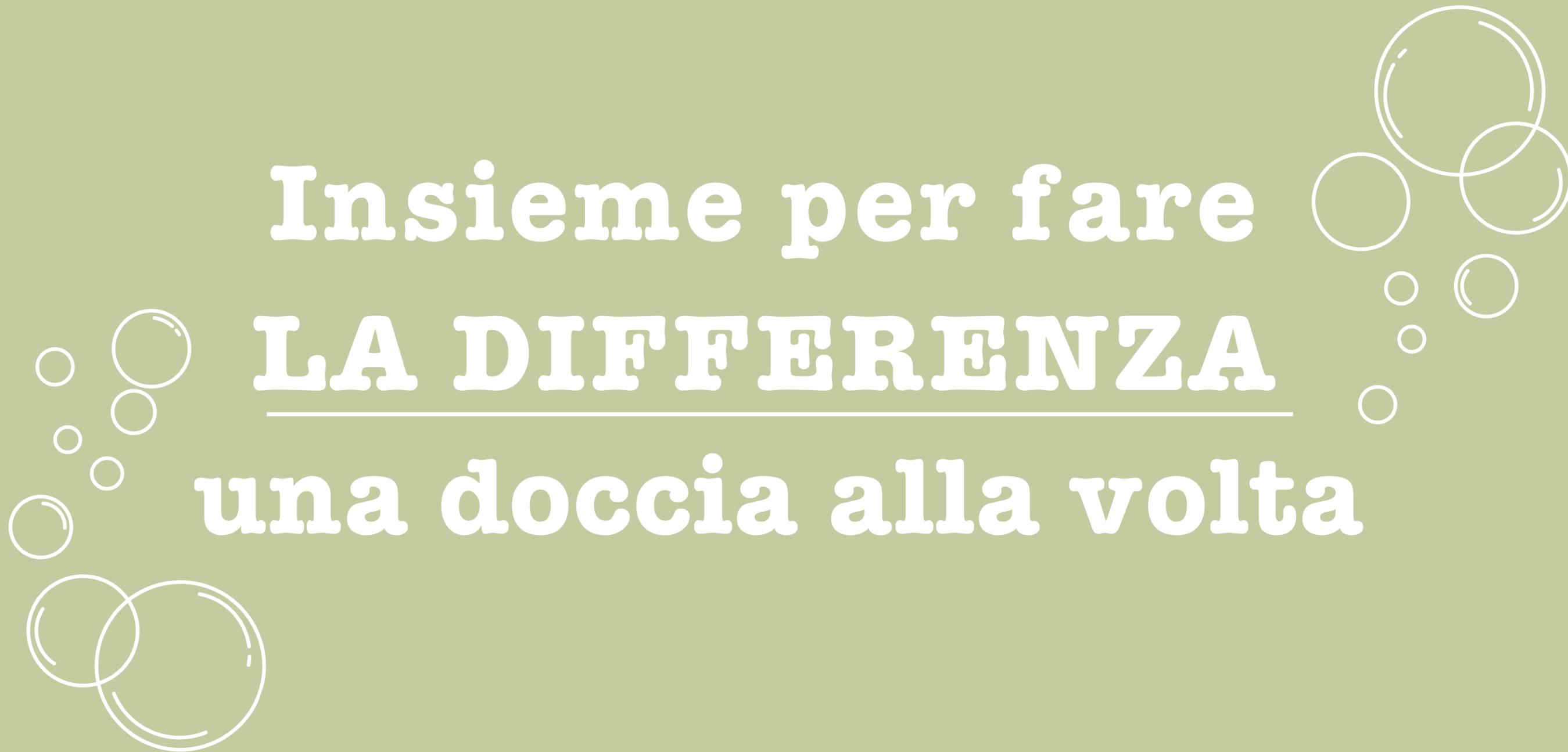
Per individuare il nostro abbiamo fatto un brainstorming in azienda raccogliendo tutte le idee che ci venivano in mente, lavorando per parole chiave e ideali condivisi.

La domanda che ci ha guidato è stata
“Qual è il motivo per cui esiste La Saponaria?”

Il risultato ci piace tantissimo!



Insieme per fare
LA DIFFERENZA
una doccia alla volta



The image features a decorative border of various green leaves and branches, including eucalyptus and olive-like leaves, framing a central text box. The text box is a solid light green color.

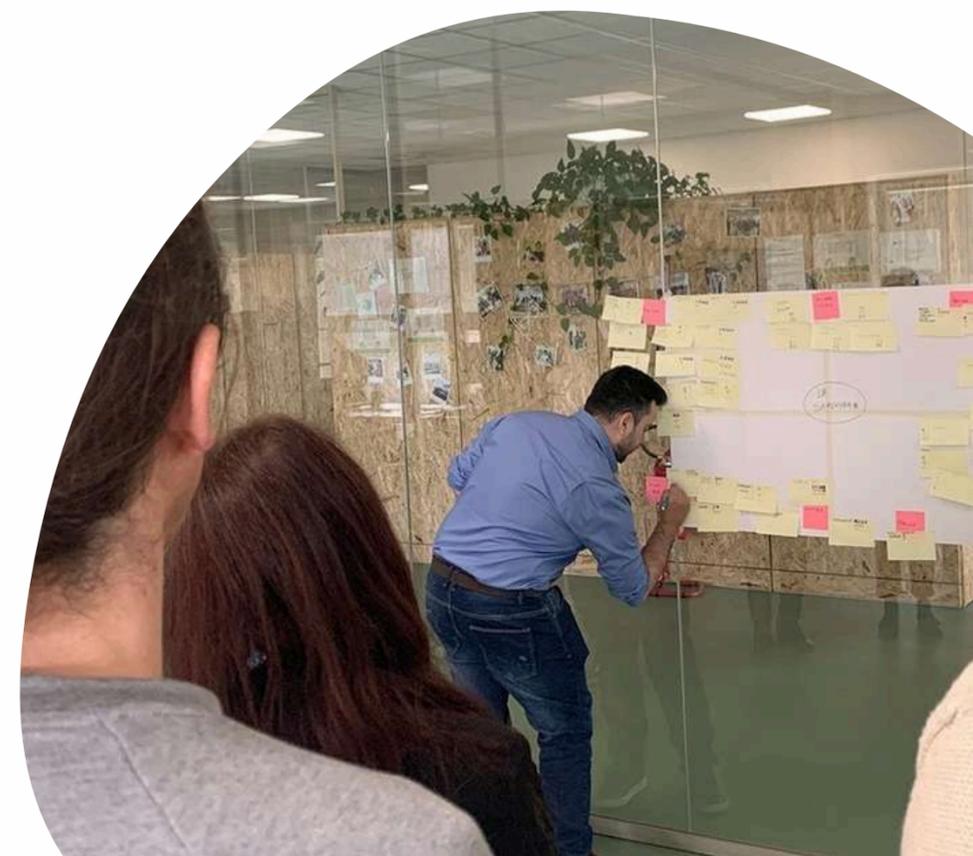
ANALISI DEGLI STAKEHOLDERS

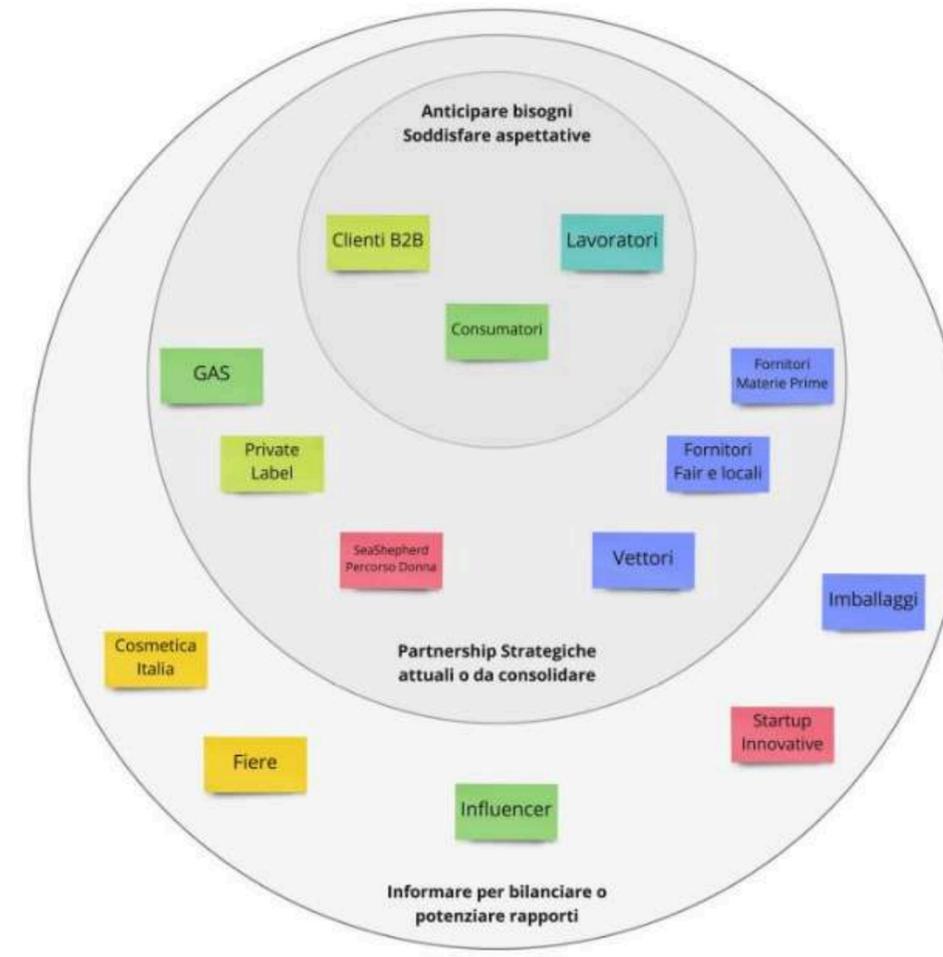
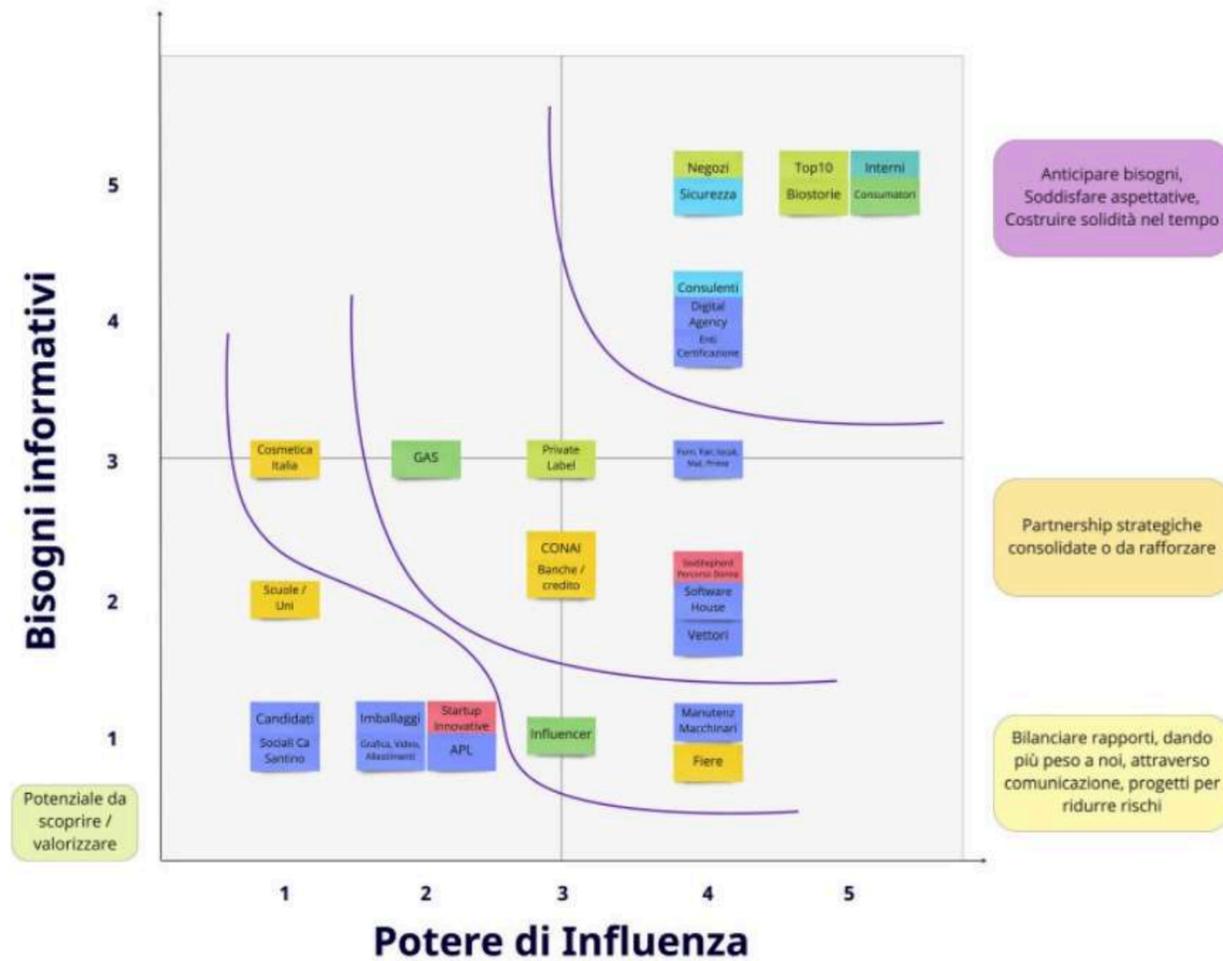
Entrare nell'ottica della **Stakeholder Economy** è il presupposto fondamentale delle Società Benefit, proprio per lo scopo di voler fare del bene per l'ambiente interno ed esterno all'azienda.

Dunque, la prima tematica affrontata è stata la **mappatura e l'analisi degli stakeholders**.

Siamo partiti dalla stesura di un elenco per la categorizzazione degli stakeholders sulla base dell'interesse che nutrono nei confronti dell'azienda.

Abbiamo riscontrato **interessi di tipo economico, valoriale o di garanzia**.





In secondo luogo, analizzando i bisogni informativi (frequenza di interazione, varietà di canali e temi) e il potere di influenza di ognuno di loro (su risultati economici, reputazione e decisioni di business dell'azienda) si è giunti alla creazione di una **matrice** e di una **mappa** per evidenziare quali stakeholder coinvolgere e in che modo.



I Cluster

A seguito dell'analisi, gli stakeholders sono stati raggruppati in **6 macro-cluster**:

Lavoratori

Clienti Business

Consumatori

Partner

Fornitori

Ambiente e territorio



The image features a decorative border of various green leaves and branches, including eucalyptus and olive-like leaves, framing a central text box. The text box is a solid light green color.

ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di Materialità

Per poter arrivare a definire il beneficio che La Saponaria vuole portare come Società Benefit, il nostro team ha eseguito un'**analisi di materialità** che riguarda lo studio degli aspetti fondamentali su cui l'azienda deve operare per implementare la propria **Corporate Social Responsibility (CSR)**.

La CSR poggia su **tre elementi chiave**, che vanno a definire degli **standard su cui l'azienda opera nel concreto** per implementare il proprio impegno e la propria responsabilità. Questi standard vengono definiti **standard ESG** e riguardano le seguenti aree:

Area Environment

relativa a criteri ambientali

Area Social

relativa all'impatto sociale

Area Governance

relativa a una gestione aziendale ispirata a buone pratiche e a principi etici



Gli standard ESG

Per ogni area, abbiamo individuato **10 topic** e tra questi ne abbiamo selezionati 4 che definiscono le **priorità di intervento** e i **temi cui prestare maggiore attenzione**.

L'analisi di materialità ci ha permesso di individuare i **progetti e iniziative da realizzare**, tutti finalizzati a **generare impatti positivi e benefici comuni** per le categorie di stakeholders identificate come prioritarie.



Area Environment



Il **rispetto dell'ambiente** è uno dei nostri valori cardine. Ora che siamo Società Benefit vogliamo impegnarci ancora di più per **promuovere il rispetto verso gli ecosistemi naturali** e sensibilizzare sempre più persone su temi quali abitudini di acquisto consapevoli, formule green e materiali virtuosi e innovativi.

Queste qui sotto sono le 10 attività che ci hanno permesso di limitare il più possibile il nostro impatto ambientale e che continueremo a portare avanti. Le voci sottolineate sono quelle individuate come prioritarie.

Acquisti verdi

Controllo emissioni Co2

Gestione rifiuti

Gestione acque reflue

Packaging sostenibile

Materie prime sostenibili

Energia pulita

Logistica a basso impatto

Uso responsabile del suolo

Lotta al cambiamento climatico

Area Social

Gli standard dell'Area Social valutano **le relazioni dell'azienda con i dipendenti, i fornitori e i clienti**. Nel corso dell'anno ci siamo impegnati su più fronti per promuovere lo sviluppo di un **ambiente di lavoro inclusivo, paritario e sostenibile**.

Qui sotto sono elencati i 10 temi che abbiamo individuato con sottolineati i 4 topic principali:

Diversità e inclusione in azienda

Diversità e inclusione con i fornitori

Filiere corte e responsabili

Collaborazione con il terzo settore

Educazione alla sostenibilità

Supporto a comunità locali

Salute e sicurezza

Non discriminazione

Soddisfazione dei clienti

Ambiente di lavoro sano



Area Governance

La gestione aziendale ispirata a buone pratiche e a principi etici è l'argomento dell'area governance.

Come per le due aree precedenti abbiamo scelto 10 topic e tra questi abbiamo selezionato 4 voci prioritarie che abbiamo sottolineato nel testo



Certificazioni di prodotto

Tracciabilità di filiera

Etica sul lavoro

Trasparenza

Diritti dei lavoratori

Innovazione e digitalizzazione

Performance economica

Certificazioni aziendali

Equità salariale

Opportunità di business

The image features a central text box with a light green background, surrounded by a decorative border of various green leaves and branches. The text is in a bold, white, serif font.

OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE

Gli obiettivi di beneficio comune

L'ultima tappa del percorso è stata la più importante: definire gli **obiettivi di beneficio comune da inserire nello Statuto**.

Questo passaggio ha segnato la vera e propria trasformazione de La Saponaria in Società Benefit e ci ha consentito di intraprendere una **nuova direzione strategica**.

La stesura degli obiettivi ha inoltre sancito la nuova consapevolezza: la consapevolezza degli **impatti positivi** che si possono generare, attraverso l'attività di impresa, in modo naturale, condiviso e formalizzato.

La Saponaria è e rimane un'azienda di cosmetica naturale, ma espande il proprio compito di **diffondere consapevolezza**, ispirare ed educare clienti e consumatori, promuovendo stili di vita sostenibili e un modo equo ed etico di lavorare.



Obiettivi di beneficio comune

- OBIETTIVO 1.** Diffondere modelli pratiche e stili di vita sostenibili attraverso educazione, trasparenza e un'assistenza al cliente gentile e capillare
- OBIETTIVO 2.** Costruire un ambiente di lavoro etico, equo, collaborativo e inclusivo, che valorizzi i meriti di ognuno e generi opportunità di crescita
- OBIETTIVO 3.** Ridurre progressivamente gli impatti dei nostri prodotti e delle nostre attività, promuovendo l'uso responsabile delle risorse a tutti i livelli



Obiettivo 1.

Diffondere modelli pratiche e stili di vita sostenibili attraverso educazione, trasparenza e un'assistenza al cliente gentile e capillare

Abbiamo declinato il nostro primo obiettivo di beneficio comune in **3 sotto-obiettivi**, ognuno dei quali è stato suddiviso a sua volta in una serie di attività specifiche.

- KR1** Organizzare almeno 1 team building interno dedicato a progetti ambientali o sociali entro fine 2023.
- KR2** Pubblicare contenuti educativi sui canali digital dell'azienda, per aiutare clienti e consumatori nelle scelte quotidiane di sostenibilità.
- KR3** Impostare una o più survey di Customer Satisfaction entro fine 2023 e inviare le prime survey nel 2024.

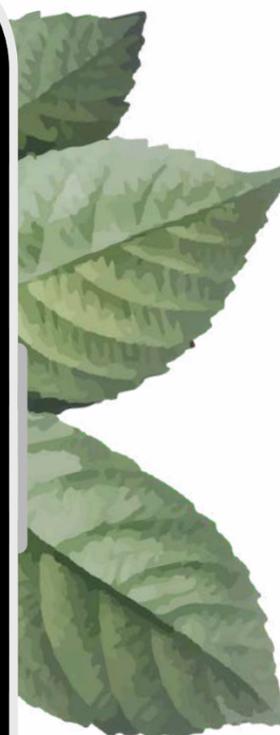


Obiettivo 1. KR1

Organizzare almeno 1 team building interno dedicato a progetti ambientali o sociali entro fine 2023.

Abbiamo declinato KR1 con due attività che ci hanno permesso di sviluppare il senso di team building e di green community.

La prima attività per diffondere modelli e stili di vita sostenibili è stata **organizzare un pranzo interculturale**, una preziosa iniziativa a tema culinario che ha fatto sì che ci conoscessimo al meglio non solo come colleghi, ma soprattutto come persone con una storia precisa e unica.



Obiettivo 1. KR1

Organizzare almeno 1 team building interno dedicato a progetti ambientali o sociali entro fine 2023.

Come seconda attività abbiamo deciso di celebrare il Plastic Free July! Ci siamo dati appuntamento lungo una delle scogliere che costeggiano la nostra bellissima città e l'abbiamo ripulita dai rifiuti.

Il nostro 'bottino' è stato davvero ricco! Bottiglie di plastica e vetro, cartoni della pizza, lattine, un vecchio carrello, reti da pesca e tantissimi mozziconi di sigaretta.

Che bello vedere a fine giornata i sacchi pieni di rifiuti che invece di finire in mare sono stati correttamente riciclati!



Obiettivo 1. KR2

Publicare contenuti educativi sui canali digital dell'azienda, per aiutare clienti e consumatori nelle scelte quotidiane di sostenibilità

Per annunciare a tutta la nostra community il passaggio a Società Benefit abbiamo realizzato un reel con Lucia in cui ci ha raccontato cosa vuol dire diventare società benefit e quali sono i 3 obiettivi di beneficio comune che ci siamo dati.

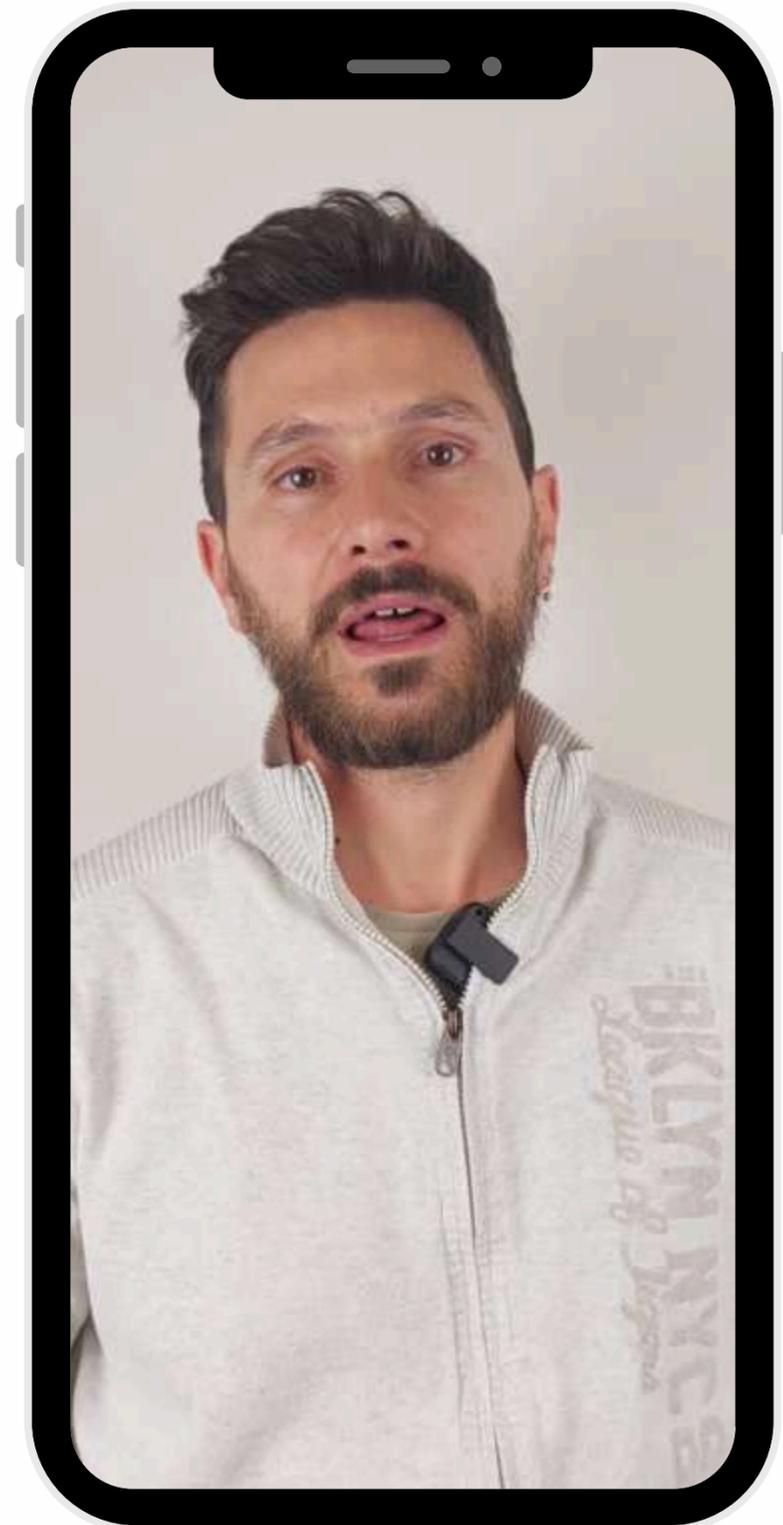


Obiettivo 1. KR2

Publicare contenuti educativi sui canali digital dell'azienda, per aiutare clienti e consumatori nelle scelte quotidiane di sostenibilità

Invece Luigi ci ha parlato del processo che ha portato a individuare il nostro purpose, una frase che racchiude l'insieme di valori, idee e propositi per il futuro.

Il percorso è stato molto simile a quello che facciamo per creare una ricetta cosmetica.



Obiettivo 1. KR2

Publicare contenuti educativi sui canali digital dell'azienda, per aiutare clienti e consumatori nelle scelte quotidiane di sostenibilità

Abbiamo creato un **piano editoriale ad hoc** ricco di **contenuti informativi** sui temi che più ci stanno a cuore.

Durante il **Plastic Free July** abbiamo dedicato una serie di post alle abitudini Zero Waste a tema food, fashion e beauty, coinvolgendo anche creator e brand che come noi hanno deciso di fare della sostenibilità il loro focus.

Condividendo il post i nostri follower hanno contribuito a diffondere il messaggio positivo.

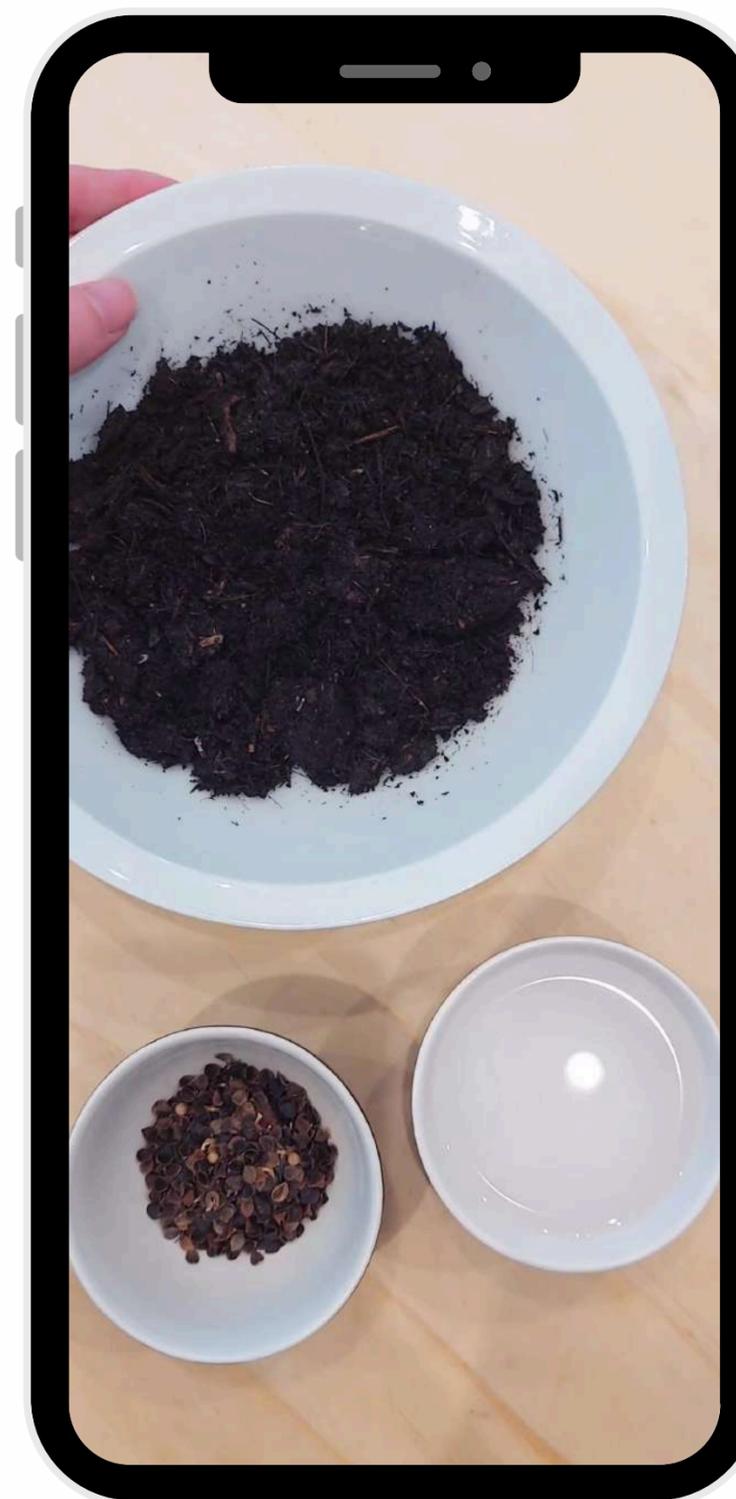


Obiettivo 1. KR2

Publicare contenuti educativi sui canali digital dell'azienda, per aiutare clienti e consumatori nelle scelte quotidiane di sostenibilità

Per colorare il mondo di fiori, profumi e farfalle abbiamo realizzato un reel in cui realizziamo delle **bombe di semi** fatte in casa.

Sono perfette da lanciare in spazi verdi o come idea regalo green!



Obiettivo 1. KR2

Publicare contenuti educativi sui canali digital dell'azienda, per aiutare clienti e consumatori nelle scelte quotidiane di sostenibilità

In occasione dell'**Earth Day** abbiamo deciso di collaborare con **MioMojo** un brand di accessori cruelty free che promuove un'idea di fashion etico e sostenibile.

Nel reel che abbiamo creato insieme parliamo di **materiali innovativi** che si ricavano dalla plastica usata o dispersa nella natura. Un esempio è la plastica oceanica, che viene raccolta in mare, o il re-nylon che deriva dalle reti da pesca abbandonate.



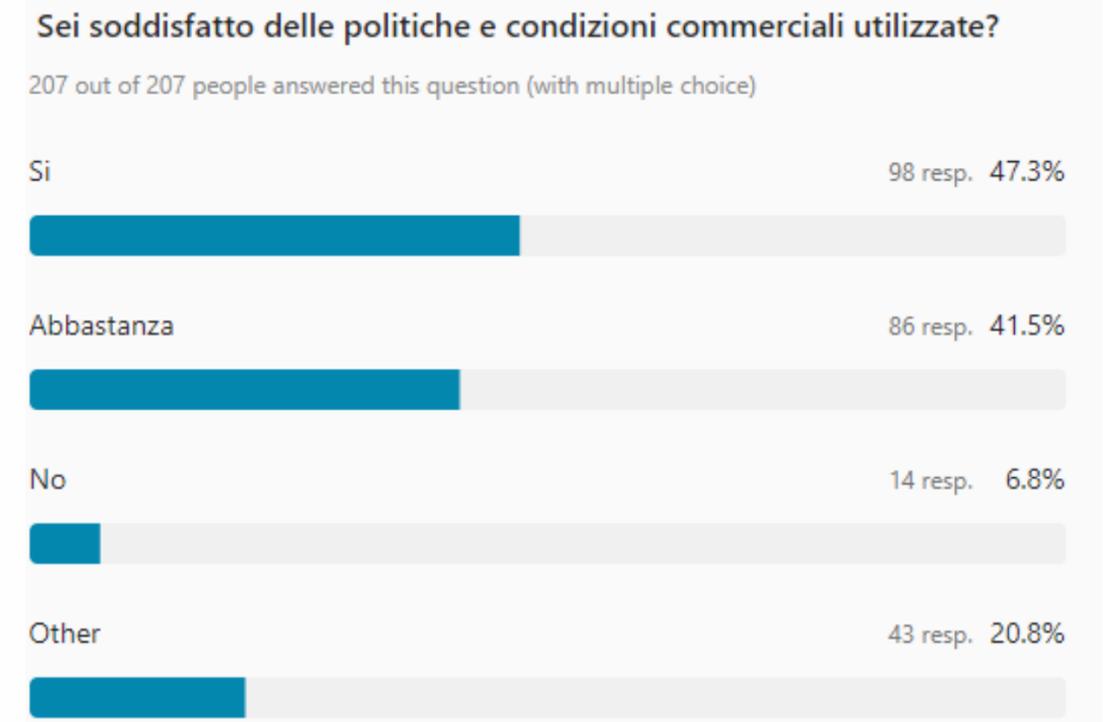
Obiettivo 1. KR3

Impostare una o più survey di Customer Satisfaction entro fine 2023 e inviare le prime survey nel 2024.

A luglio 2023, come ogni anno, abbiamo formulato un **sondaggio rivolto a i nostri clienti BTB Italia** per capire quali sono le potenziali opportunità di crescita e le eventuali criticità da risolvere. A rispondere sono stati 207 tra negozi al dettaglio come erboristerie, farmacie, parafarmacie e negozi specializzati in vendita di prodotti biologici.

Dal sondaggio sono emersi questi dati:
il **87%** ha riferito di trovarsi bene con il servizio clienti
l'**88%** è soddisfatto o abbastanza soddisfatto delle politiche e condizioni commerciali che utilizziamo

Continueremo sicuramente a lavorare in questa direzione, **puntando al 100% di risposte affermative!**



Altre attività green

Nel corso del 2023 abbiamo anche preso parte a **progetti** e **collaborazioni**.

Ne sono un esempio il seminario di Marketing Consapevole e il corso di formazione sulla Cosmetica Consapevole tenuti all'**Università degli studi Carlo Bo di Urbino**.

A settembre abbiamo partecipato al **Macrolibrarsi Fest** dove Luigi ha mostrato come si produce il sapone in casa.

Per coinvolgere e sensibilizzare anche i più piccoli abbiamo ideato un **Laboratorio per bimbi** in cui imparare a realizzare regalini di sapone.



Obiettivo 2.

Costruire un ambiente di lavoro etico, equo, collaborativo e inclusivo, che valorizzi i meriti di ognuno e generi opportunità di crescita.

Per creare un ambiente lavorativo che fosse sempre più positivo, piacevole e sostenibile abbiamo suddiviso anche il secondo obiettivo in **3 sotto-obiettivi**.

KR1 Realizzare un'analisi sulla parità di genere interna entro il 2023.

KR2 Realizzare almeno un'analisi di clima interno per valutare i livelli di soddisfazione e benessere.

KR3 Formalizzare il Piano Welfare entro Q1 del 2023 con servizi convenzionati, formazione e altre attività a supporto del benessere delle persone.

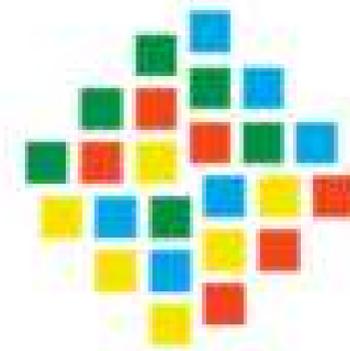


Obiettivo 2. KR1

Realizzare un'analisi sulla parità di genere interna entro il 2023

Nel corso del 2023 abbiamo aderito alla **Carta per le Pari Opportunità e l'Uguaglianza sul Lavoro** promossa dalla **Fondazione Sodalitas**.

Sottoscrivendo questa Carta abbiamo dichiarato formalmente il nostro intento di voler **diffondere una cultura aziendale inclusiva**, libera da discriminazioni e pregiudizi, capace di valorizzare i talenti di ciascuno in tutta la loro eterogeneità.



Carta per le
pari opportunità
e l'uguaglianza
sul lavoro



Fondazione
Sodalitas



Obiettivo 2. KR1

Realizzare un'analisi sulla parità di genere interna entro il 2023

Sempre con Fondazione Sodalitas abbiamo svolto anche un **questionario di monitoraggio** per capire a che punto siamo e cosa possiamo ancora fare per realizzare a pieno questo obiettivo.

La valutazione si basava sul punteggio raggiunto nelle 10 diverse categorie qui a fianco.

La Saponaria ha raggiunto il massimo punteggio in quasi tutti i topic e ha ottenuto una **percentuale complessiva di 92,9%**.

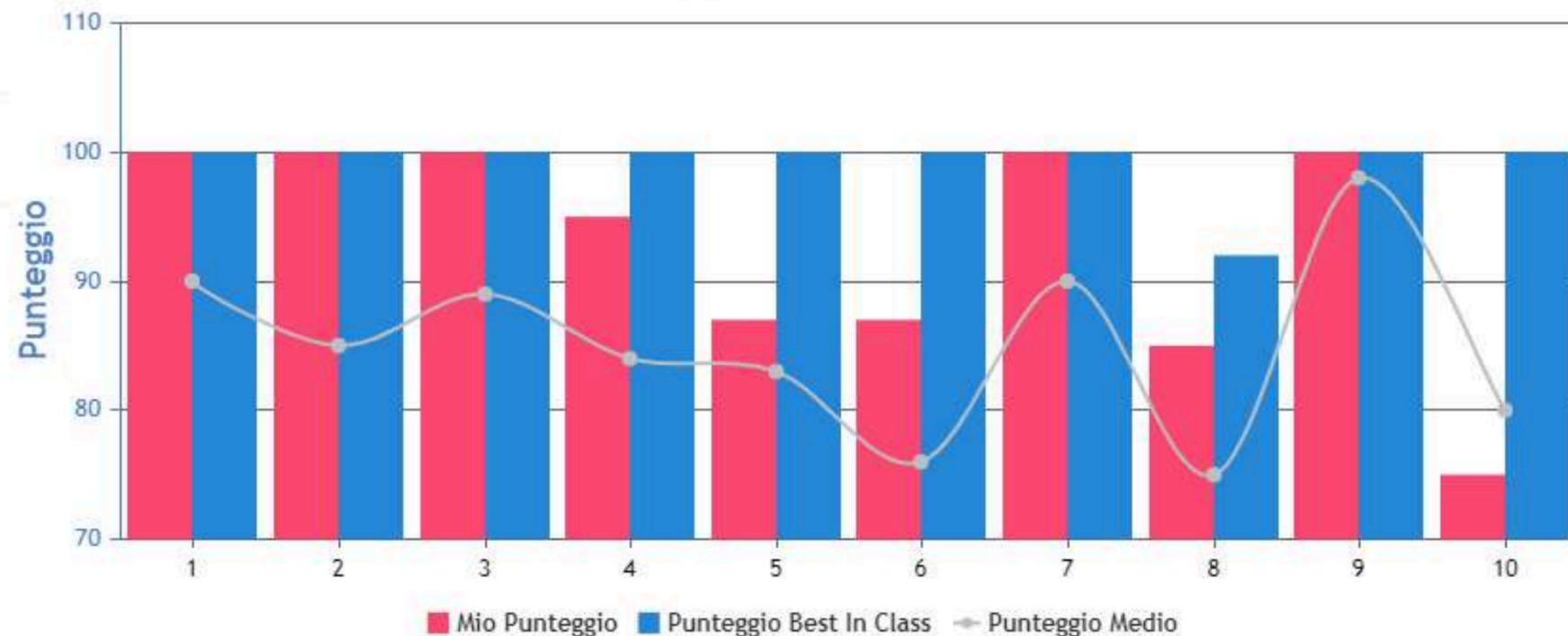
CATEGORIA	PUNTEGGIO
Definire e attuare politiche aziendali che, a partire dal vertice, coinvolgano tutti i livelli dell'organizzazione nel rispetto del principio della pari dignità e trattamento sul lavoro.	100%
Individuare funzioni aziendali alle quali attribuire chiare responsabilità in materia di pari opportunità.	100%
Superare gli stereotipi di genere, attraverso adeguate politiche aziendali, formazione e sensibilizzazione, anche promuovendo i percorsi di carriera.	100%
Integrare il principio di parità di trattamento nei processi che regolano tutte le fasi della vita professionale e della valorizzazione delle risorse umane, affinché le decisioni relative ad assunzione, formazione e sviluppo di carriera vengano prese unicamente in base alle competenze, all'esperienza e al potenziale professionale delle persone.	95%
Sensibilizzare e formare adeguatamente tutti i livelli dell'organizzazione sul valore della diversità e sulle modalità di gestione della stessa.	87%
Monitorare periodicamente l'andamento delle pari opportunità e valutare l'impatto delle buone pratiche.	87%
Individuare e fornire al personale strumenti interni a garanzia della effettiva tutela delle parità di trattamento.	100%
Fornire strumenti concreti per favorire la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro favorendo l'incontro tra domanda e offerta di flessibilità aziendale e delle persone, anche con adeguate politiche aziendali e contrattuali, in collaborazione con il territorio e la convenzione con i servizi pubblici e privati integrati assicurando una formazione adeguata ai congedi parentali.	85%
Comunicare al personale, con le modalità più opportune, l'impegno assunto a favore di una cultura aziendale della pari opportunità, informandolo sui progetti intrapresi in tali ambiti e sui risultati pratici conseguiti	100%
Promuovere la visibilità esterna dell'impegno aziendale, dando testimonianza delle politiche adottate e dei progressi ottenuti in un'ottica di comunità realmente solidale e responsabile.	75%

Obiettivo 2. KR1

Realizzare un'analisi sulla parità di genere interna entro il 2023

La tabella riportata qui sotto confronta il punteggio raggiunto da La Saponaria con il punteggio migliore e medio raggiunto dalle altre aziende che hanno completato il questionario di monitoraggio.

Punteggio di confronto



Obiettivo 2. KR2

Realizzare almeno un'analisi di clima interno per valutare i livelli di soddisfazione e benessere

A marzo 2023 abbiamo svolto un'**analisi di clima** rivolta ai collaboratori per analizzare il grado di benessere organizzativo percepito dalle persone.

Il questionario ha indagato tematiche relative a quattro macro-aree:

Persone

Relazioni

Organizzazione

Risultati



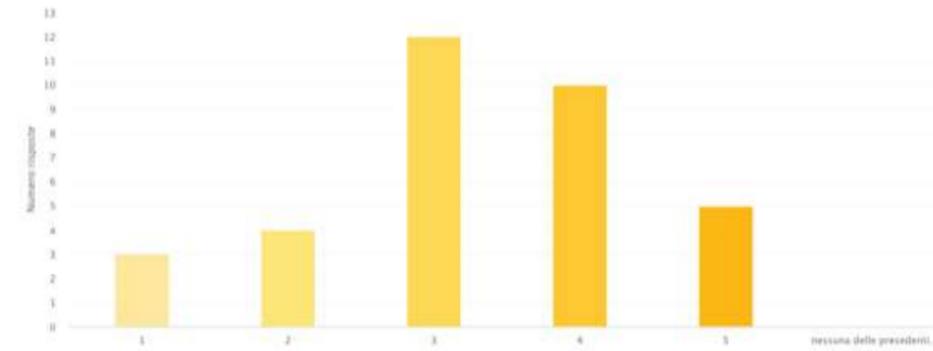
Obiettivo 2. KR2

Realizzare almeno un'analisi di clima interno per valutare i livelli di soddisfazione e benessere

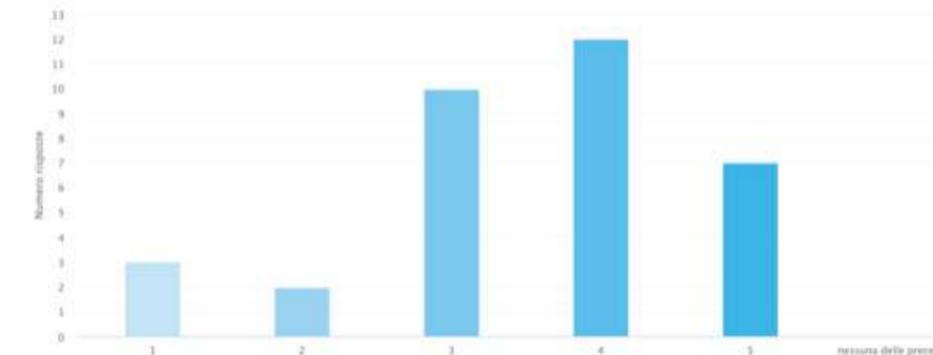
L'analisi dettagliata delle risposte evidenzia un **buon clima generale**, con un forte senso di appartenenza (80%) e un comfort lavorativo soddisfacente (74%). Tuttavia, sono emerse **aree di miglioramento**, come il livello di stress (66%), l'equità (59%), e il riconoscimento e la valorizzazione delle persone (55%).

Il commento dei singoli temi rivela un **orgoglio nell'appartenere all'azienda**, degli ambienti di lavoro accoglienti, ma anche la necessità di chiarire i percorsi di carriera, di rivedere e chiarire i sistemi premianti e di continuare a **monitorare i livelli di stress** in merito alla "fatica mentale".

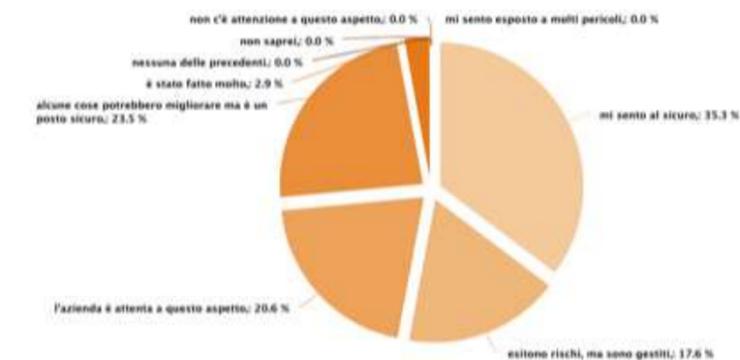
L'azienda ha a cuore il benessere di tutte le persone che ci lavorano



Sento che con il mio lavoro contribuisco a realizzare un fine più grande, utile all'intera comunità



Rispetto alla sicurezza sul luogo di lavoro



Obiettivo 2. KR2

Realizzare almeno un'analisi di clima interno per valutare i livelli di soddisfazione e benessere

Nel corso dell'anno 2023 l'azienda, anche sulla scorta dei dati emersi dall'analisi del clima, ha:

iniziato a creare dei **percorsi di carriera** customizzati e dedicati ai responsabili

aumentato il budget da destinare al sistema premiante

ha organizzato eventi aziendali di natura conviviale e di salvaguardia aziendale, all'insegna della leggerezza e del benessere relazionale



Obiettivo 2. KR3

Formalizzare il Piano Welfare entro Q1 del 2023 con servizi convenzionati, formazione e altre attività a supporto del benessere delle persone

Nel 2023 ci siamo impegnati a sistematizzare e catalogare le azioni di cura che rivolgiamo ai nostri collaboratori, proponendo anche ulteriori soluzioni.

La Sapocare, così abbiamo deciso di chiamare il nostro sistema welfare, si basa su piccoli gesti quotidiani per un benessere a 360°.



La Sapocare

Vantaggi per tutti i collaboratori

Kit di benvenuto

Borraccia, tazza e sacca per rendere più sostenibile tutte le future giornate lavorative

Acquisti a condizioni agevolate

Sconto del 50% allo spaccio aziendale e giornate “arraffa e scappa”

Convenzioni

palestra, mensa, centro estetico, scuola di yoga, ecc.

Mercoledì della frutta

Una volta a settimana tutti i dipendenti ricevono un sacchetto di frutta fresca biologica a km0



La Sapocare

Vantaggi per tutti i collaboratori

Politiche di conciliazione vita-lavoro

orari flessibili e attenzione verso le esigenze specifiche

Cucina

per scaldare, conservare e consumare i pasti portati da casa

La Saponaria Pet Friendly

Chi lavora in ufficio può portare con sé il suo amico pelosetto!

Fondo di assistenza sanitaria

Il Fondo Faschim è il fondo di assistenza sanitaria per i lavoratori dell'industria chimica ad iscrizione volontaria.



La Sapocare

Eventi aziendali

Pranzo interculturale

scambio culturale e culinario per l'integrazione e la valorizzazione interculturale



Festa estiva a tema "giochi senza frontiere"

per creare un buon clima, engagement, riconoscimento e valorizzazione dei collaboratori

Teambuilding a tema ambientale

Raccolta della plastica

Festa di fine anno



La Sapocare

Opportunità per evolvere:

Corso di comunicazione e relazione

Alessia, la nostra HR, ha organizzato un corso di comunicazione per i dipendenti per stare sempre meglio in azienda, evolversi insieme e per la cura e il miglioramento delle relazioni.

Corsi professionalizzanti

per acquisire competenze e evolvere



La Sapocare

Opportunità per evolvere:

Visita HSD

HSD è tra le aziende più innovative del nostro territorio. Lo scambio di visite reciproche ci ha permesso di apprendere modelli, linee guida e conoscenze.

Affiancamento e tutoraggio

per crescita personale e professionale con CHO aziendale

Visita in Indonesia

Lucia e Sara sono state in Indonesia su invito del nostro fornitore di plastica di mare



Obiettivo 3.

Ridurre progressivamente gli impatti ambientali dei nostri prodotti e delle nostre attività, promuovendo l'uso responsabile delle risorse a tutti i livelli.

Per il terzo e ultimo obiettivo abbiamo deciso di impostare dei parametri di sostenibilità specifici. In particolare:

- KR1** Impostare dei parametri di sostenibilità dei cosmetici (materie prime, ricette) e misurare la percentuale che rispecchia tali parametri entro fine 2023.
- KR2** Impostare dei parametri di sostenibilità del packaging e misurare la percentuale che rispecchia tali parametri entro fine 2023.
- KR3** Impostare i parametri di sostenibilità dei fornitori, per supportare l'Ufficio Acquisti nella selezione entro fine 2023.



Obiettivo 3. KR1

Impostare dei parametri di sostenibilità dei cosmetici (materie prime, ricette) e misurare la percentuale che rispecchia tali parametri entro fine 2023.

Stefano, il responsabile del nostro reparto di Ricerca & Sviluppo, ha redatto delle linee guida per la formulazione dei nostri cosmetici. Eccole di seguito:

Prediligere coltivazioni locali o italiane, per avvantaggiare il territorio e ridurre i trasporti con relative emissioni.

Controllare sempre se è disponibile una versione della materia prima vegetale (es. Olio vegetale.)

Se disponibili, prediligere materie prime la cui coltivazione o estrazione avvantaggia popolazioni locali dei paesi in via di sviluppo.

Nel caso di materie prime che si originano da olio di palma, ricercarle RSPO, quindi attente non solo alla coltivazione e raccolta, ma anche ad evitare impoverimento dei terreni e deforestazioni.



Evitare tutte le materie prime di origine animale, per escludere ogni tipo di sfruttamento. L'unica eccezione riguarda l'acquisto di miele biodinamico da un apicoltore locale, che conosciamo a livello personale e lavorativo e che ci lascia certi di operare nel rispetto delle api.

Prediligere materie prime che possano essere impiegate a temperatura ambiente a quelle che vanno portate a temperature elevate, per risparmiare energia

Valutare in ogni passaggio la necessità di riscaldare il semilavorato e ridurre al minimo la massa da riscaldare; in particolare per la saponificazione si predilige il metodo "a freddo", nonostante richieda circa un mese di maturazione in più del semilavorato rispetto al metodo "a caldo".

Seguire per la maggior parte dei prodotti un disciplinare privato per la certificazione biologica volontaria, di cui si sposano principi e opportunità, il quale fissa precisi standard sia per la formula, che per le materie prime e i processi impiegati; nel disciplinare l'ente si dichiara orientato a sviluppare schemi di certificazione biologica attinenti in modo particolare l'ecosostenibilità e la compatibilità ambientale.

Al di là dell'adesione al disciplinare sopra citato, la Saponaria si impegna a non impiegare materie prime di origine petrolchimica e privilegiare materie prime di origine naturale; infatti anche le pochissime formulazioni non certificate dall'ente sono realizzate nel rispetto dell'ambiente, della naturalità e delle filiere.



Obiettivo 3. KR2

Impostare dei parametri di sostenibilità del packaging e misurare la percentuale che rispecchia tali parametri entro fine 2023

Da qualche anno a questa parte ci siamo dati l'obiettivo di **ridurre al minimo l'impiego di plastica vergine** per i nostri packaging. Lo facciamo limitando gli imballaggi e, quando necessari, adottiamo **materiali sostenibili** come alluminio, carta, vetro e plastica riciclata.

Lavoriamo ogni giorno su **nuove formule innovative** che non prevedono l'utilizzo di packaging usa e getta: i nostri cosmetici in polvere da re-idratare e i nostri solidi. Scopriamoli meglio nelle prossime pagine.



Materiali sostenibili

Plastica di mare

plastica raccolta in fiumi, mari e oceani che viene differenziata, rilavorata e resa di nuovo disponibile per l'uso.

Plastica riciclata re-bottle

Plastica riciclata post-consumo, cioè che proviene direttamente dalla lavorazione della plastica che gettiamo nella raccolta differenziata (e non da scarti industriali).

Bio-plastica

deriva dalla canna da zucchero bio invece che dal petrolio. Le coltivazioni si trovano in Brasile e sono a basso utilizzo di acqua e tutto il ciclo di produzione ha un basso impatto ambientale e sociale nel suo complesso.

Vetro

è un materiale di origine naturale che proviene dalla lavorazione della sabbia e si può riciclare all'infinito!

Acetato di cellulosa

un materiale ricavato dalla polpa del legno e dal fiocco di cotone, totalmente naturale, 100% biodegradabile. Lo utilizziamo per i nostri spazzolini con le testine intercambiabili.

Alluminio riciclato

è un metallo molto leggero e versatile ed è facilmente riciclabile



Cosmetici solidi

Sono **zero waste**, **plastic free** e hanno **packaging riciclati e riciclabili**, come il cartoncino. Nel corso degli anni abbiamo lavorato sulle formule creando saponi, bagnodoccia, shampoo, balsami, creme corpo e deodoranti in **versione solida** che, grazie a una buona dose di innovazione e tanti test, non hanno nulla da invidiare ai cosmetici tradizionali, anzi sono molto più sostenibili!

Siamo particolarmente orgogliosi dei nostri **BioDeo Solidi**, i deodoranti in panetto che si possono usare così come sono o all'interno dell'**applicatore ricaricabile Kiima**, prodotto e brevettato in Canada e disponibile già in numerosi paesi del mondo.

In Italia come partner del progetto siamo stati scelti noi de La Saponaria per affinità di vedute, e il fatto che il nostro laboratorio venga visto anche dal lontano Canada come un punto di riferimento per la cosmesi solida italiana non può che farci molto piacere!



Cosmetici in polvere da reidrattare

Per eliminare i flaconi di plastica mantenendo comodissimi prodotti liquidi abbiamo ideato shampoo, bagnodoccia, saponi mani e un'acqua micellare **in polvere da reidrattare**: si tratta della linea **Eco-powder**!

Basta aggiungere acqua, shakerare, attendere qualche minuto e otteniamo una formula liquida come quella tradizionale ma decisamente più sostenibile per quanto riguarda il pack (puoi riutilizzare all'infinito sempre lo stesso flacone) ma non solo!

Infatti le buste in carta della linea Eco-powder pesano meno e occupano meno spazio di un flacone tradizionale, permettendo così il **risparmio di tantissima CO2** durante il trasporto.

Anche nel 2024 abbiamo lanciato un prodotto con lo stesso concetto re-fill: i **BioDeo refill roll-on**! Acquistando l'applicatore roll-on una volta lo si può ricaricare all'infinito con le apposite ricariche.



Focus su: la plastica di mare



Se nulla cambia nel 2050 ci sarà più plastica che pesci nei mari.

Ad oggi i nostri mari e oceani nascondono già 150 milioni di tonnellate di plastica e circa 730 tonnellate si accumulano ogni giorno nel Mediterraneo.

Raccogliendo questa plastica e riciclandola non solo si evita di produrre nuovo materiale ma si contribuisce anche alla **salvaguardia dell'habitat marino**.

I nostri flaconi di Mousse detergente Mirtilla e Mousse da Barba Sativaction sono realizzati in **plastica di mare** e contribuiscono a ripulire i nostri oceani e fiumi dalla plastica!



Il progetto ReSea

Nel 2023 il nostro **fornitore di plastica oceanica** ha invitato La Saponaria a Jakarta, in Indonesia, per conoscere meglio il **progetto ReSea**. Sara e Lucia hanno potuto vedere con i loro occhi quanto complicata è la situazione.

In Indonesia la gestione dei rifiuti è carente sotto molti aspetti e i rifiuti finiscono spesso in mare. Non a caso il mare intorno a Jakarta è uno dei più inquinati al mondo per quanto riguarda l'inquinamento da plastica.

Ma qualcuno che sta provando a cambiare le cose c'è! PackTech con il suo **progetto ReSea** si occupa di raccogliere la plastica in diverse zone dell'Indonesia, o meglio, a raccoglierla sono ex pescatori che hanno perso il loro lavoro a causa del mare sempre più inquinato. Una volta raccolta, smistano la plastica e la trasformano.



Il progetto ReSea quindi non solo è bellissimo per quanto riguarda l'impatto positivo che riesce a generare sull'ambiente ma anche per la componente umana: i pescatori, o collectors come vengono chiamati all'interno dell'associazione, grazie allo stipendio che guadagnano con questo lavoro sono felici e hanno più speranze per il futuro.

"La gratitudine nei loro occhi è stata commovente e impagabile. Credo di aver capito solo lì il vero valore di un progetto fair" racconta Lucia.

Sara aggiunge: "Una cosa che mi ha colpito per tutta la durata del nostro viaggio è che le persone coinvolte nel progetto sono tutte sorridenti, al contrario nostro che spesso - avendo troppo - dimentichiamo di dare valore alle cose veramente importanti".



A person is walking on a sandy beach, holding a long, light-colored stick or branch. The person is wearing dark pants and dark sneakers with white soles. The beach is covered in sand and some small debris. The person's shadow is cast on the sand. The text "to leave the world a better place than we found it." is overlaid at the bottom of the image.

to leave the world a
better place than we found it.

Obiettivo 3. KR2

Impostare dei parametri di sostenibilità del packaging e misurare la percentuale che rispecchia tali parametri entro fine 2023

Ecco i parametri che abbiamo monitorato nel 2023, rapportati a quelli del 2022

2022

52.951 kg di plastica evitata

196.977 kg di CO2 evitata

91,2% di prodotti con packaging sostenibile venduti

2023

57.721 kg di plastica evitata

214.722 kg di CO2 evitata

94% di prodotti con packaging sostenibile venduti





Obiettivo 3. KR3

Impostare i parametri di sostenibilità dei fornitori, per supportare l'Ufficio Acquisti nella selezione entro fine 2023

Durante il 2023 i parametri di sostenibilità a cui si è attenuto il nostro Ufficio Acquisti nella scelta dei fornitori sono:

Selezionare fornitori con politiche aziendali in linea con i nostri principi e valori, quali sensibilità alle tematiche sociali e ambientali; B corp; e Società Benefit.

Scegliere fornitori a KM 0, piccoli produttori locali o comunque favorire i produttori diretti.

Privilegiare il Fair Trade.

Limitare i fornitori fuori dall'Unione Europea e tutte le situazioni in cui non abbiamo garanzie del rispetto dei lavoratori.

Propendere alla ricerca e all'innovazione per le proposte e per l'utilizzo di materiali sempre più performanti ed ecosostenibili.

Utilizzare energie rinnovabili per la produzione.

Privilegiare la versatilità e l'abilità per servizi a ciclo completo, per esempio i fornitori che riducono gli scambi e i trasporti tra terzisti.

Sostenere lo spirito collaborativo e solidale per costruire partnership forti, durature e leali.

Privilegiare la versatilità e l'abilità per servizi a ciclo completo, per esempio i fornitori che riducono gli scambi e i trasporti tra terzisti.

Sostenere lo spirito collaborativo e solidale per costruire partnership forti, durature e leali

Altre azioni green

Di seguito altre cose che facciamo per ridurre quotidianamente il nostro impatto ambientale.

Energia rinnovabile

Come abbiamo visto, il nostro laboratorio è alimentato da energia green proveniente da fonti 100% rinnovabili. Inoltre è progettato per consumare il meno possibile e per produrre pochissimo materiale di scarto.

Spedizioni plastic free

Dal nostro magazzino partono solo pacchi di carta riciclata senza imballaggi di plastica.

Raccolta differenziata

Nella nostra sede facciamo la raccolta differenziata e quando dobbiamo stampare qualcosa lo facciamo su carta riciclata.



Distributore dell'acqua + borraccia

La borraccia che viene distribuita il primo giorno di lavoro a tutti i dipendenti può essere riempita al distributore dell'acqua potabile, permettendo così di risparmiare tanta plastica usa e getta

Caffè senza plastica

La nostra macchinetta del caffè non eroga i bicchierini e le palettine di plastica usa e getta. Ognuno ha la propria tazza riutilizzabile e ciò è molto più sostenibile.

Via l'amianto

Abbiamo rimosso l'amianto dalle superfici esterne della nostra azienda.



The image features a central text box with a light green background, surrounded by a decorative border of various green leaves and branches. The text is in a bold, white, serif font.

**COLLABORAZIONI
ETICHE E
SOSTENIBILI**

Black Friday sostenibile

A La Saponaria amiamo sostenere realtà virtuose che, come noi, vogliono **rendere il mondo un posto migliore**. In occasione del Black Friday, ancora prima di diventare Società Benefit, abbiamo portato avanti queste iniziative:

Good Friday

abbiamo devoluto a **Medici Senza Frontiere** il **20%** delle vendite.

Blue Friday

Abbiamo contribuito a ripulire il Mar Mediterraneo dalla plastica facendo una donazione a **Sea Shepherd** una onlus che si occupa della salute dei mari. Insieme abbiamo recuperato oltre 20km di fili in plastica e materiale inquinante!



La Saponaria x Emergency

Per la nostra collezione natalizia Christmas Vibes 2023 abbiamo realizzato un **cofanetto solidale** in collaborazione con **Emergency**, che dal 1994 offre cure gratuite alle vittime di guerra, delle mine antiuomo e della povertà.



La Saponaria x Percorso Donna

Percorso Donna è un'associazione che si occupa di **contrastare e prevenire la violenza di genere**.

La collaborazione tra Percorso Donna e La Saponaria è di lunga data! Insieme abbiamo lanciato un **contest**: per ogni selfie con una delle nostre Wondermask, abbiamo devoluto 0,50€ a Percorso Donna.

Nel nostro spaccio aziendale di Pesaro si possono acquistare le shopper di tela di Percorso Donna e insieme a loro abbiamo realizzato un **scrub corpo solidale**: Take it easy!

Grazie a quest'ultima iniziativa, nel 2022 abbiamo ricevuto il premio come **"Miglior Iniziativa Charity"** dai Bio-Awards, i premi dell'eccellenza assegnati da Bio&Consumi



Lo spaccio aziendale di Pesaro

A Pesaro si trova il nostro spaccio aziendale che abbiamo cercato di rendere sempre più green e accogliente. In particolare nel 2023 abbiamo “inaugurato”:

L'area bimbi

per la serenità dei più piccoli

La libreria sospesa

per diffondere consapevolezza green e non solo

L'area di propagazione del verde

porta a casa uno dei rametti e fai crescere una nuova piantina



The image features a decorative border of green foliage, including various leafy branches and sprigs, framing the central text. The foliage is rendered in shades of light and medium green, with some leaves showing detailed vein patterns.

VALUTAZIONE DI IMPATTO

Valutazione di impatto

Valutazione di impatto

Per certificare il nostro **impatto positivo** abbiamo utilizzato lo standard internazionale di riferimento **Benefit Impact Assessment (BIA)**.

Attraverso un management tool, utilizzato da oltre 100.000 aziende in tutto il mondo, abbiamo ottenuto una valutazione per ciascuna delle 5 aree di impatto individuate dalla BIA:

Governance

valuta la missione generale dell'azienda, etica, responsabilità e trasparenza

Lavoratori

valuta la contribuzione dell'azienda al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri collaboratori

Comunità

valuta l'impatto positivo dell'azienda per il benessere economico e sociale della comunità in cui opera

Ambiente

valuta la gestione ambientale generale dell'azienda, compreso il modo in cui questa gestisce impatti ambientali generali, la gestione di tematiche di aria e clima, sostenibilità dell'acqua e impatti su terreno e la vita.

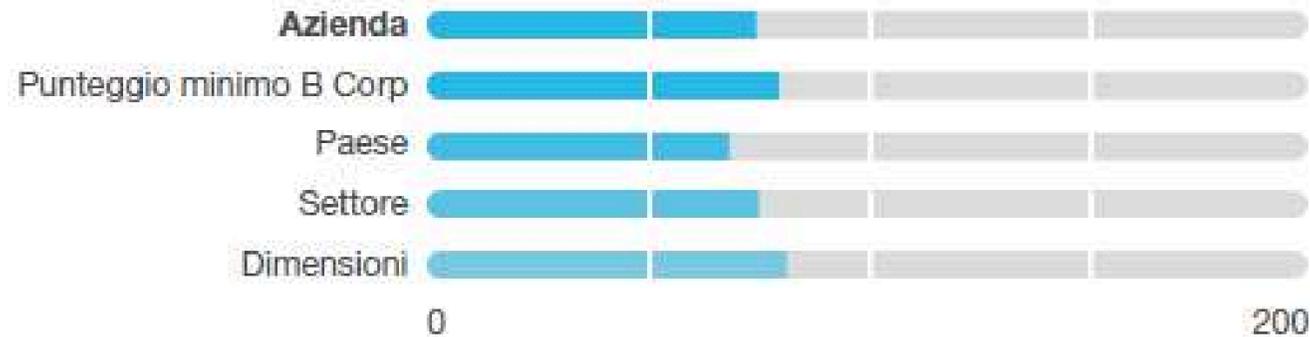
Clienti

valuta il valore che l'azienda genera per i propri clienti considerando tematiche come marketing etico e positivo, garanzia di qualità di prodotti e privacy dei dati



Risultati BIA

Punteggio complessivo: B Impact Score



Governance

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.



Lavoratori

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.



Comunità

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.



Ambiente

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.



Clienti

Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.



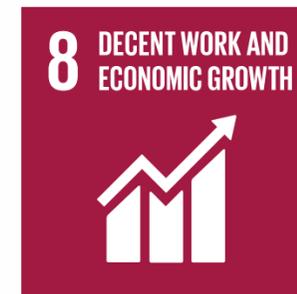
A decorative border of various green leaves and branches surrounds the central text. The leaves are rendered in a soft, painterly style with varying shades of green and some light shadows, giving them a natural, organic appearance. The branches are thin and dark, providing a delicate structure for the foliage. The overall effect is a fresh, natural, and elegant frame for the text.

IL 2024

I Sustainable Development Goals

Visto che il nostro intento è quello di migliorarci sempre di più, per il 2024 continueremo a lavorare al massimo per implementare ancora le nostre attività e per diffondere pratiche e stili di vita sostenibili sia dentro che fuori l'azienda.

I **Sustainable Development Goals** su cui ci siamo focalizzati nel corso del 2023 sono gli stessi su cui tuttora operiamo, e su cui continueremo ad operare anche nel corso di quest'anno.



THE GLOBAL GOALS

I nostri obiettivi per il 2024

OBIETTIVO 1

KR1: Fare almeno 8 eventi di formazione in presenza dedicati a persone esterne all'azienda su temi di sostenibilità (scuole, università etc)

KR2: Organizzare almeno 1 evento formativo all'anno sui temi della sostenibilità dedicati ai collaboratori

OBIETTIVO 2

KR1: Formalizzare e ampliare il piano welfare 2024

KR2: Realizzare 1 analisi di clima e impostare il monitoraggio dei parametri di soddisfazione

KR3: Impostare il monitoraggio relativo ai programmi di formazione aziendale (verticale e orizzontale)

Obiettivo 3

KR1: Monitorare e misurare la sostenibilità delle materie prime in acquisto

KR2: Monitorare e misurare la sostenibilità del packaging in acquisto



La Saponaria x Pesaro 2024

Nel 2024 abbiamo lanciato la capsule collection di cosmetici sostenibili realizzati in partnership con **Pesaro 2024 capitale italiana della cultura**.

L'obiettivo era quello di creare prodotti che esprimessero il tema cardine di Pesaro 2024, **la natura della cultura**, e che incarnassero l'anima e l'unicità del nostro splendido territorio.

Ogni prodotto è stato formulato partendo da un ingrediente caratteristico: la ginestra, l'uva rossa di Pergola DOC, l'olio extravergine di Cartoceto DOP, il guado.



A decorative border of various green leaves and branches surrounds the central text. The leaves are rendered in a soft, painterly style with varying shades of green and some light shadows, giving them a natural, organic appearance. The branches are thin and dark, providing a delicate structure for the foliage.

CONCLUSIONE

Il numeri del nostro 2023

Se dovessimo riassumere in numeri il nostro impegno verso la sostenibilità nell'anno appena trascorso, questo sarebbe quello che ne risulterebbe:

57.721 kg di plastica risparmiata

214.772 kg di CO2 risparmiata

94% di packaging green

360 gradi il nostro impegno per l'ambiente





“Quello che facciamo è solo una goccia nell’oceano, ma l’oceano senza quella goccia sarebbe più piccolo.”

Madre Teresa di Calcutta

