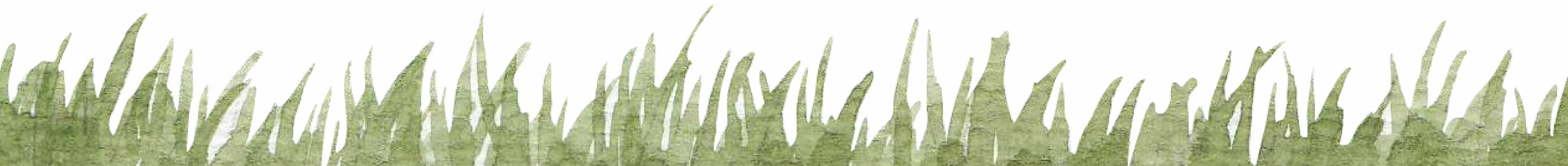




Bilancio di sostenibilità 2024





Perché un Bilancio di Sostenibilità?

Quando è nata **La Saponaria** avevamo un'idea (e sì, anche un sogno): **lasciare il mondo un po' più pulito di come l'abbiamo trovato** — e magari anche un po' più profumato!

Abbiamo deciso di farlo creando **cosmetici** che fanno bene a chi li usa, ma che abbiano un impatto positivo anche sul Pianeta e sulle comunità che lo abitano.

Per questo nel 2023 siamo diventati una **Società Benefit** e abbiamo iniziato a raccontare tutto quello che facciamo con il nostro **Bilancio di Sostenibilità**. È il nostro modo per tenere la barra dritta, misurare i progressi e continuare, giorno dopo giorno, a dare il nostro piccolo grande contributo per un futuro più luminoso per tutti.

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 2025](#)

Messaggio da Lucia e Luigi

“ Amiamo davvero il nostro mondo e siamo convinti che i piccoli gesti di tutti i giorni possano avere un enorme impatto sull’ambiente se fatti 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.

”

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 sprigs, 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: efficaci, innovativi, rispettosi della pelle e della natura.



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 central 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. I nostri cosmetici sono certificati biologici da **Cosmos** e da **CCPB**.



Certificati biologici: CCPB e COSMOS

CCPB

È un ente certificatore italiano molto rigoroso: verifica con ispezioni periodiche che i nostri prodotti rispettino il disciplinare del biologico.



COSMOS

È uno standard internazionale che copre in modo dettagliato ogni fase del ciclo di vita del prodotto cosmetico: dall'approvvigionamento delle materie prime alla produzione, dalla vendita al controllo, assicurando trasparenza e qualità in ogni passaggio. Il disciplinare COSMOS si fonda su quattro principi cardine:

- l'uso di ingredienti derivati da agricoltura biologica, la cui percentuale presente in ogni formula è indicata in etichetta
- la gestione responsabile delle risorse naturali
- i processi produttivi puliti e sicuri per la salute e per l'ambiente
- l'incentivazione del concetto di chimica verde, per un futuro più sostenibile



COSMOS
ORGANIC



COSMOS
NATURAL

Amici degli animali e della natura

99% VEGAN

Tutti i nostri cosmetici sono 100% vegani tranne 1, il nostro Sapone Miele & Lavanda, che si ispira alla tradizione erboristica. Il miele utilizzato nella sua formula 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.



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.

**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



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 leaves and branches, including eucalyptus-like leaves and fern-like fronds, which are positioned at the top, bottom, and sides. The overall aesthetic is clean, natural, and serene.

PURPOSE

Il Purpose

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

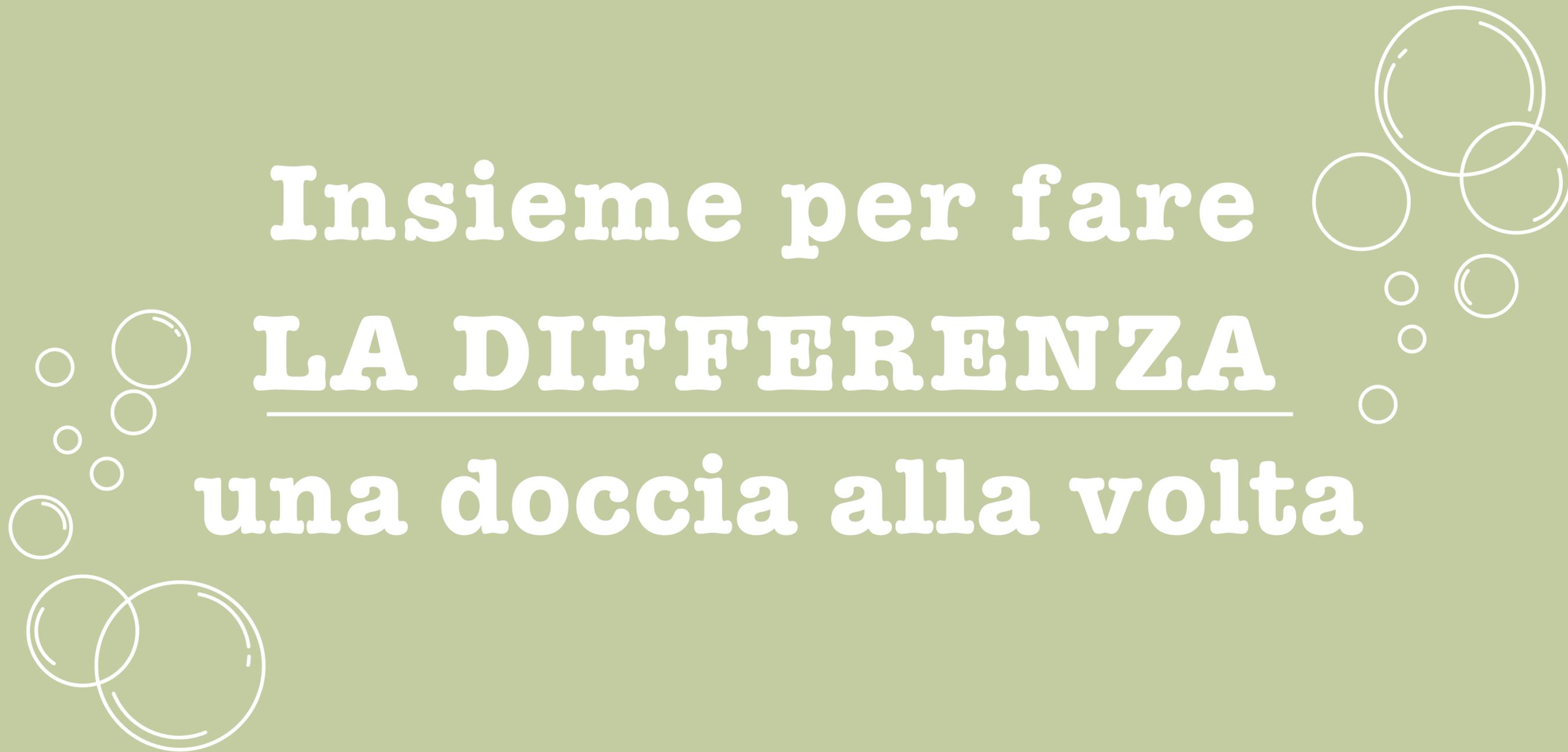
Per individuare il nostro abbiamo fatto un brainstorming in azienda raccogliendo tutte le idee che ci venivano in mente, lavorando per parole chiave e ideali condivisi.

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





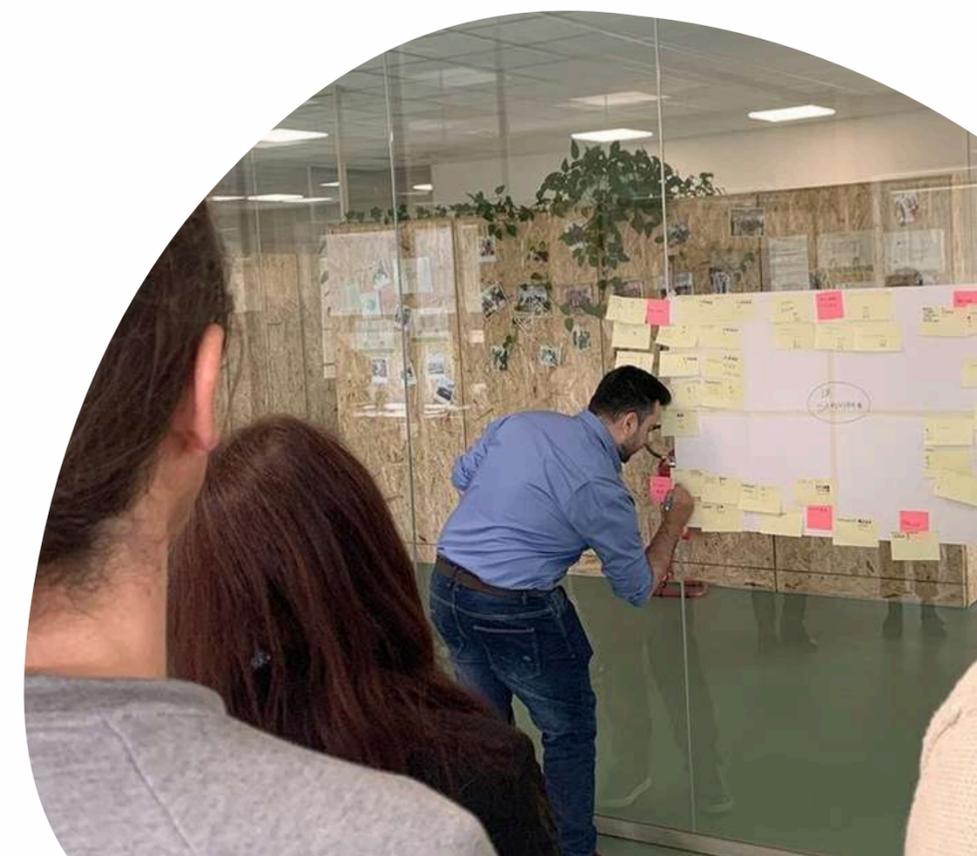
ANALISI DEGLI STAKEHOLDERS

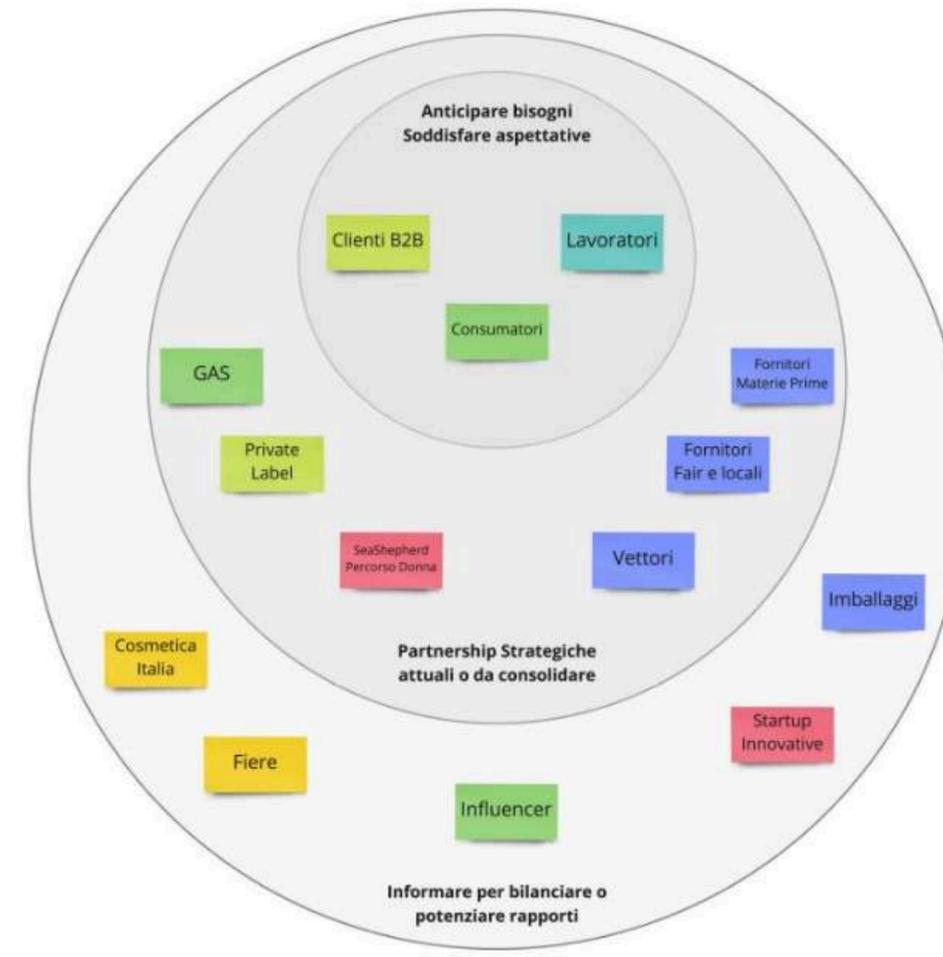
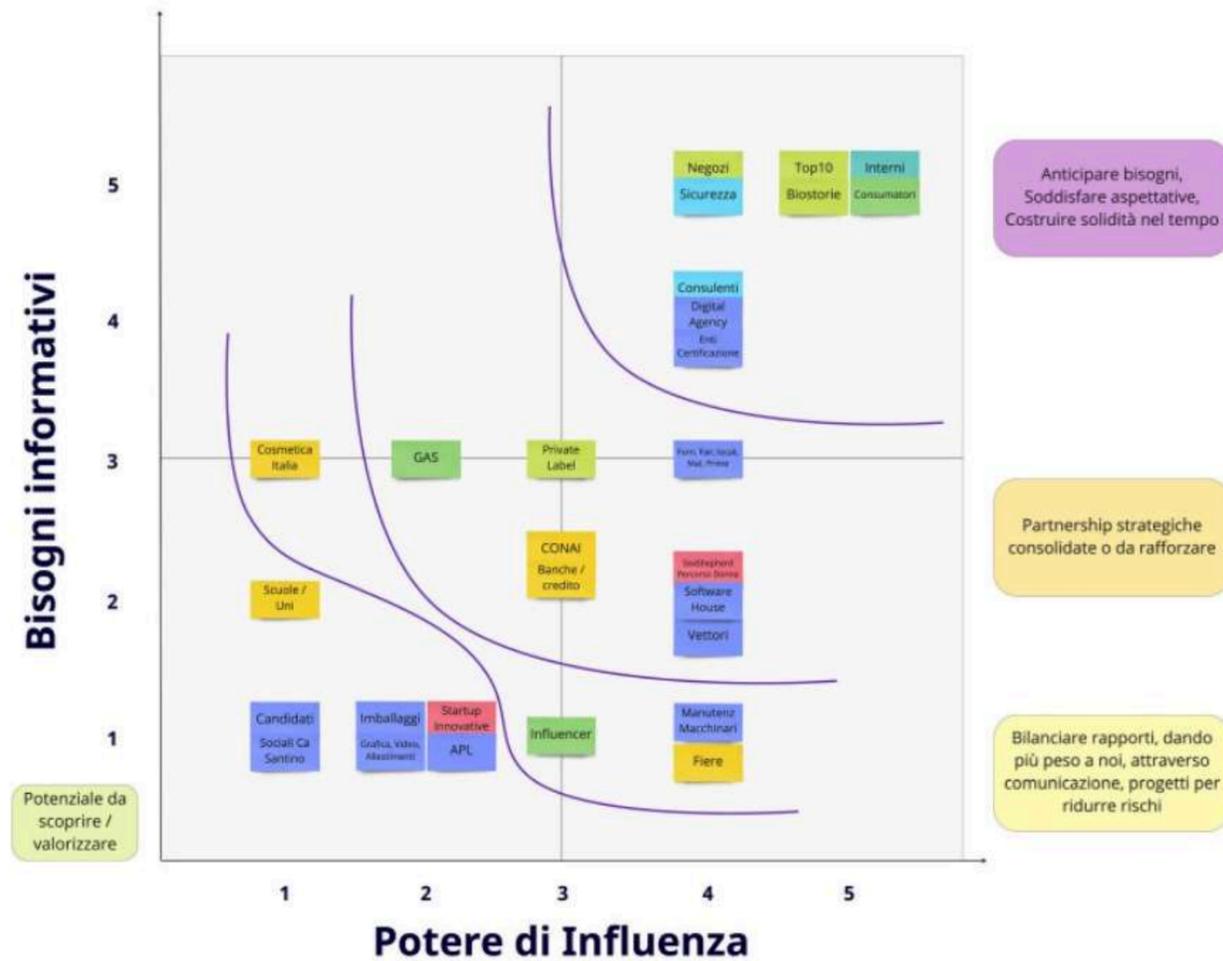
Entrare nell'ottica della **Stakeholder Economy** è il presupposto fondamentale delle Società Benefit, proprio per lo scopo di voler fare del bene per l'ambiente interno ed esterno all'azienda.

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

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



Obiettivo 1. KR1

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

1. **Autoprodurre il sapone** – corso agli educatori della Cooperativa T41B
2. **Visita in sede dell'Istituto Benelli Pesaro** – incontro con i professionisti della cosmetica
3. **Visita in sede dell'Istituto Benelli Pesaro** – incontro con i professionisti della cosmetica
4. **Visita in sede dell'ITIS URBINO** – incontro con i professionisti della cosmetica
5. **Corso di saponificazione alla Scuola Benelli di Pesaro** – Luigi Panaroni in collaborazione con Ecofatto, associazione ambientalista di Fano che promuove stili di vita sostenibili
6. **Evento in sede con Percorso Donna Pesaro**, associazione contro la violenza di genere. Panel di Cristina Cassese, antropologa e autrice del libro “Il bello che piace” e della giornalista di Repubblica Martina Manfredi dal titolo “Bellə per chi? – Come comunicare la bellezza oggi.”
7. **Inedita, convention aziendale cooperativa Open group** – Luigi Panaroni relatore alla conferenza "Sostenibilità – come riconoscere brand green"
8. **Corso di Lucia Genangeli agli studenti IULM Milano** – Master in Comunicazione e Management del Beauty dal titolo "Cosmetica consapevole"



Obiettivo 1. KR2

Organizzare almeno 1 evento formativo all'anno sui temi della sostenibilità dedicato ai collaboratori

Pesaro Challenge - all'evento dedicato allo sport che si tiene nella nostra città abbiamo organizzato una gara di Urban Plogging. Abbiamo coinvolto tutto il nostro team e abbiamo formato delle squadre aperte alla cittadinanza. In poco più di un'ora abbiamo raccolto 46 kg di rifiuti che erano dispersi nell'ambiente.

La cosa più bella? Vedere partecipare persone di tutte le età, dai bambini alle ragazze di 89 anni.

Emergency - Attività con il visore. Quest'anno, alla nostra festa estiva, il nostro team ha avuto la possibilità di fare l'esperienza del visore: si sale su una barca di Emergency e si assiste ad un salvataggio di profughi bloccati su un gommone in mezzo al mare.



Altre attività green

Nel corso del 2024 abbiamo anche preso parte a **progetti** e **collaborazioni**.

Nei nostri pacchi abbiamo incluso il flyer di **Animal Equality**, associazione animalista che si batte contro la sofferenza animale nell'industria alimentare.

Abbiamo collaborato con **Green Apes**, un'app nata per promuovere la sostenibilità

Come tutti gli anni abbiamo partecipato al **Veganuary** e abbiamo diffuso sui nostri social post di sensibilizzazione sul perché la scelta vegana può essere più sostenibile per il nostro Pianeta.

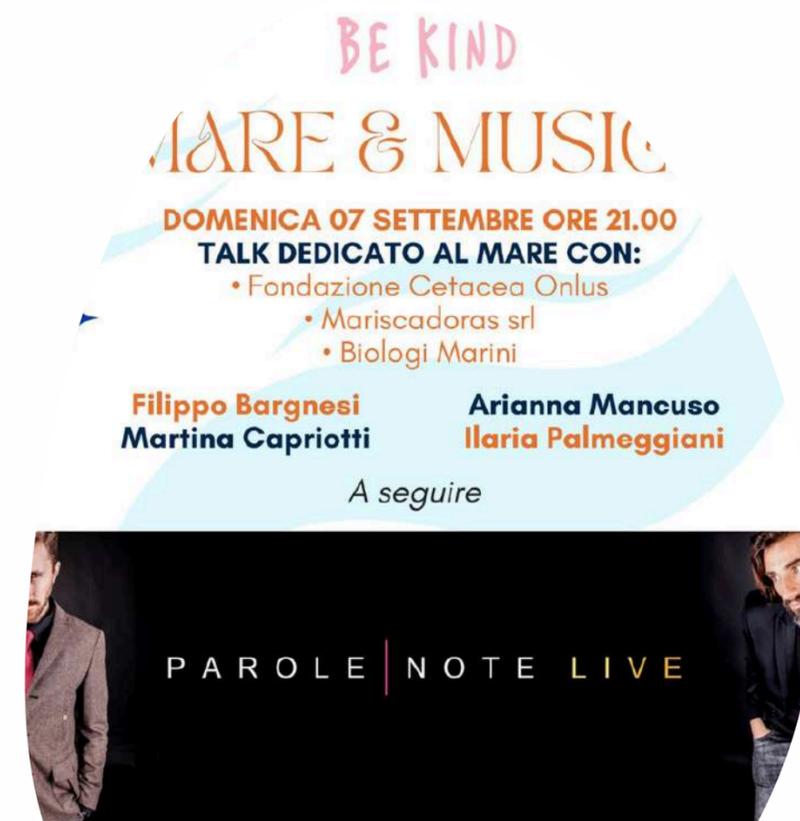


Altre attività green

Abbiamo partecipato con una donazione alla prima edizione di **Riverberi**, il **Festival della sostenibilità e della consapevolezza** organizzato a Milano da **Terralab**, associazione che promuove l'economia circolare come strumento di sviluppo sostenibile. In occasione del festival eravamo presenti anche con uno stand con i nostri prodotti.

Abbiamo sostenuto l'evento **Mare & Musica**, organizzato al Be Kind di Cattolica, dedicato alla **tutela del mare**.

Tra i relatori gli operatori della Fondazione Cetacea onlus e importanti biologi marini che hanno spiegato come ognuno di noi possa fare la sua parte per salvare il mare. A seguire lo spettacolo di Parole Note Live.



"Soltanto la musica è all'altezza del mare." (A. Camu)

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 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 2. KR1

Formalizzare e ampliare il piano welfare 2024

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

Nel corso del **2024** abbiamo **redatto il sistema di total reward** per il nostro team interno, esplicitato durante l'evento LaSapo People di giugno.



La Sapocare

In particolare il nostro team ha sempre diritto a:

Kit di benvenuto

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

Politiche di conciliazione vita-lavoro

Orari flessibili per reparto e per i singoli

Acquisti a condizioni agevolate

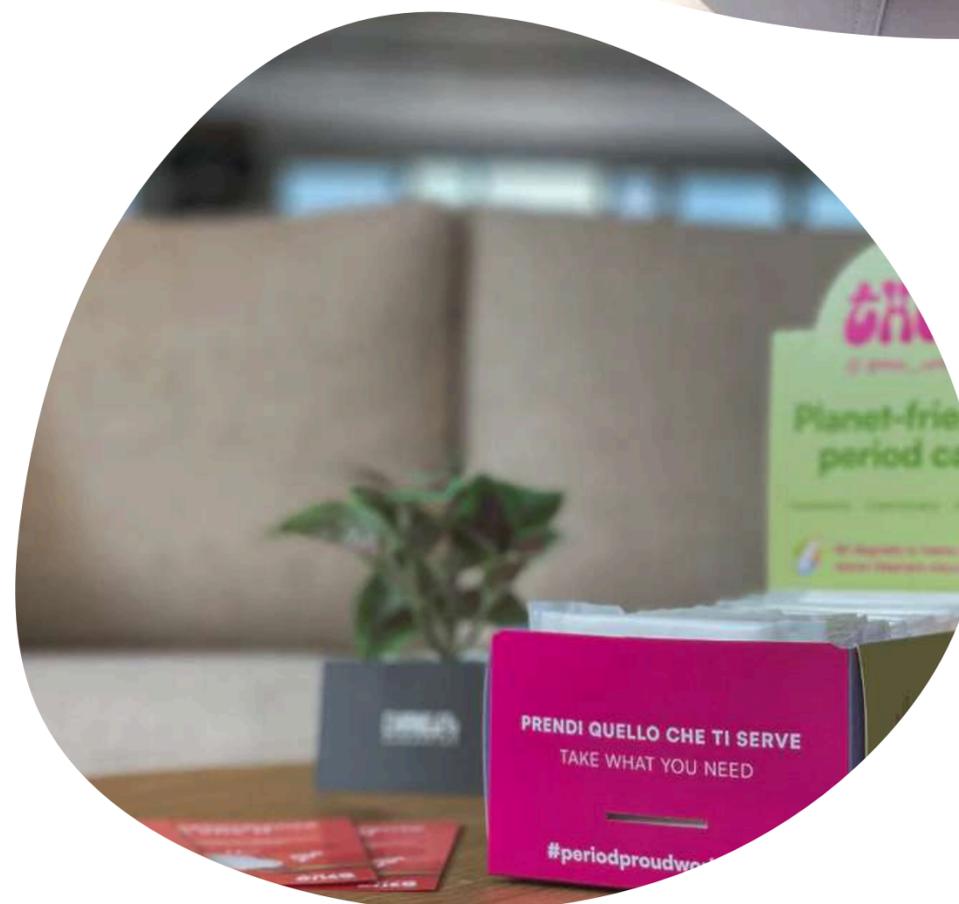
Sconto del 50% allo spaccio aziendale e giornate “arraffa e scappa”

Convenzioni

palestra, mensa, centro estetico, yoga, ecc.

Fornitura di assorbenti gratuita

per tutte le dipendenti



La Sapocare

In particolare il nostro team ha sempre diritto a:

Mercoledì della frutta

Una volta a settimana un sacchetto di frutta fresca biologica a km0

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



Obiettivo 2. KR2

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

A maggio 2024 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 1 analisi di clima e impostare il monitoraggio dei parametri di soddisfazione

L'analisi dettagliata delle risposte evidenzia **un buon clima generale** con un forte senso di appartenenza (80%) e **un comfort lavorativo soddisfacente** (74%).

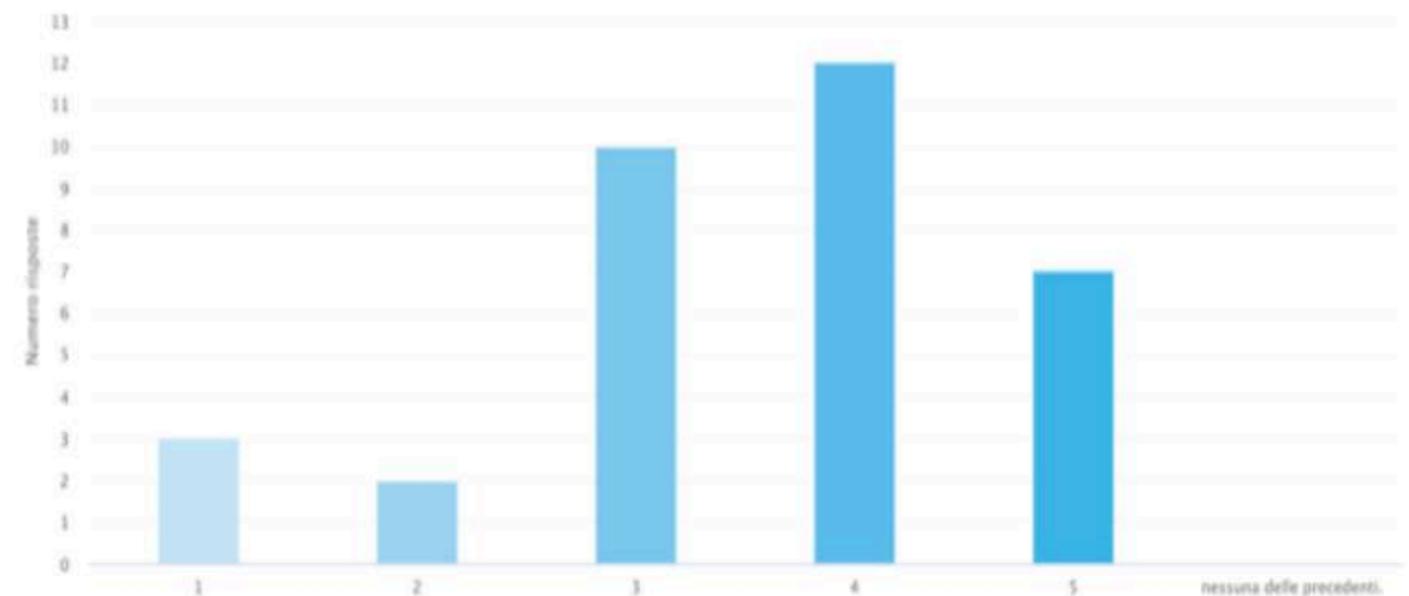
Tuttavia sono emerse **aree di miglioramento**, come il livello di stress (66%), l'equità (59%), e il riconoscimento e la valorizzazione delle persone (55%)



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



Obiettivo 2. KR2

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

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

perseguito nel creare **percorsi di carriera** customizzati e dedicati ai responsabili

aumentato il budget da destinare al sistema premiante

organizzato **eventi aziendali di formazione** in cui si è parlato di **gestione dello stress**, di **comunicazione tra colleghi** e di **relazioni sul lavoro**.



Obiettivo 2. KR3

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

E' stato redatto **un file di monitoraggio delle formazioni aziendali** per tenere traccia di tutti i momenti di formazione avvenuti durante l'anno e che possiamo dividere in 3 grandi aree:

- 1) **formazione specifica** su nuovi prodotti o tool aziendali
- 2) **formazione di reparto** con approfondimenti fatti anche da esperti di settore esterni
- 3) **formazione generica** sulla comunicazione tra colleghi, per facilitare i flussi di lavoro, sulla gestione dello stress, sulla gestione delle emozioni, sul codice etico aziendale e sulle pari opportunità



Obiettivo 2. Altre Attività

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

Living Wage Certification

Abbiamo ottenuto la Living Wage Certification rilasciato dal **Fair Wage Network** che attesta che all'interno de La Saponaria i salari e le condizioni di lavoro sono adeguate al costo della vita nel nostro paese.

Il **Fare Wage Network** è un organismo indipendente e internazionale che calcola il Fair Wage sulla base di una serie di indici tenendo conto del contesto locale. **E' una certificazione non scontata da ottenere** dato che molto spesso il salario che emerge da questo calcolo è superiore a ciò che prevedono i contratti nazionali.

Per noi è un importante attestato che ci definisce ancora di più come azienda sostenibile e consapevole.



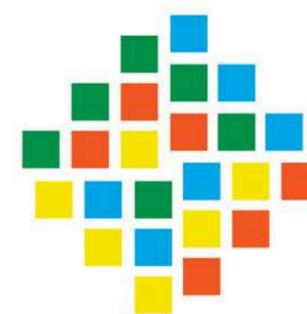
Obiettivo 2. Altre Attività

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

Parità di genere

La Saponaria aderisce alla **Carta per le Pari Opportunità e l'Uguaglianza sul Lavoro** della **Fondazione Sodalitas**: dall'analisi dei dati emerge che a La Saponaria **le donne sono presenti** in direzione per il **50%**, tra i responsabili per il **63%**, tra i dipendenti per il **63%**.

Un altro importante passo in questa direzione è stata **l'iscrizione al Barometro europeo della diversità**: si tratta di una piattaforma per tutte le organizzazioni firmatarie di Carte per le pari opportunità, un modo per mantenere una visione d'insieme, utile per dare una direzione condivisa a tutta l'Europa.



**Carta per le
pari opportunità
e l'uguaglianza
sul lavoro**



Fondazione
Sodalitas

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** Monitorare e misurare la sostenibilità delle materie prima in acquisto
- KR2** Monitorare e misurare la sostenibilità del packaging in acquisto



Obiettivo 3. KR1

Monitorare e misurare la sostenibilità delle materie prime in acquisto

Abbiamo identificato dei parametri per monitorare e misurare la sostenibilità delle materie prime che acquistiamo per formulare i nostri cosmetici consapevoli. In particolare è emerso che **le materie prime biologiche** sono il **29,18%** sul fatturato totale delle materie prime acquistate.

Abbiamo iniziato a monitorare inoltre tutti i componenti acquistati dai fornitori locali: il primo dato è del 2024 e ci dice che il **42,24% dell'acquistato totale proviene da aziende locali**, situate a meno di 300 km dalla nostra sede



Obiettivo 3. KR2

Monitorare e misurare la sostenibilità del packaging in acquisto

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.



Obiettivo 3. KR2

Monitorare e misurare la sostenibilità del packaging in acquisto

I nostri pack hanno vinto il premio **Eco Pack 2023 e 2024** assegnato dal **Conai**, il Consorzio Nazionale Imballaggi

Ci confermiamo per il secondo biennio di fila tra i premiati dal Conai per le soluzioni di packaging più innovative ed ecosostenibili.

Ad essere premiate questa volta la **Lozione Lenitiva capelli**, la **Lozione Anticaduta capelli**, lo **Shampoo Extravergine (1L)**, l'**Argilla bianca**, la **DIY Cream** e diverse materie prime per l'autoproduzione!



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).

Bioplastica

deriva dalla canna da zucchero bio invece che dal petrolio. Le coltivazioni si trovano in Brasile, 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.

Abbiamo poi 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. E presto avremo tanti altri prodotti con questo fantastico materiale!



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**. Lucia Genangeli, co-fondatrice de La Saponaria, e Sara Antico, responsabile marketing, 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, thin, light-colored object (possibly a piece of driftwood or a stick) in their right hand. The person is wearing dark pants and dark sneakers with white soles. The beach is covered in sand and some small debris. The lighting suggests it's daytime, and shadows are cast on the sand.

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

Obiettivo 3

Parametri di sostenibilità dei fornitori



Durante il 2024 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.

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**

La Saponaria x Emergency

Per la nostra collezione natalizia 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 Green Week

Alternativa alla Black Week e al Black Friday, insostenibile per piccole aziende che non si possono permettere gli sconti pazzi delle grandi multinazionali e per l'ambiente perché promuove il consumismo più sfrenato, **la nostra Green Week** premiava le azioni green dei clienti dei nostri Biostorie e si proponeva di diffondere buone pratiche sostenibili.

Per questa iniziativa abbiamo vinto il premio come **“Miglior Iniziativa Charity”** dai **Bio-Awards 2024**, i premi dell'eccellenza assegnati da Bio&Consumi.



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**, lo **scrub corpo solidale Take it easy!** che ci ha permesso di vincere il premio come **“Miglior Iniziativa Charity”** dai Bio-Awards 2022, i premi dell'eccellenza assegnati da Bio&Consumi.

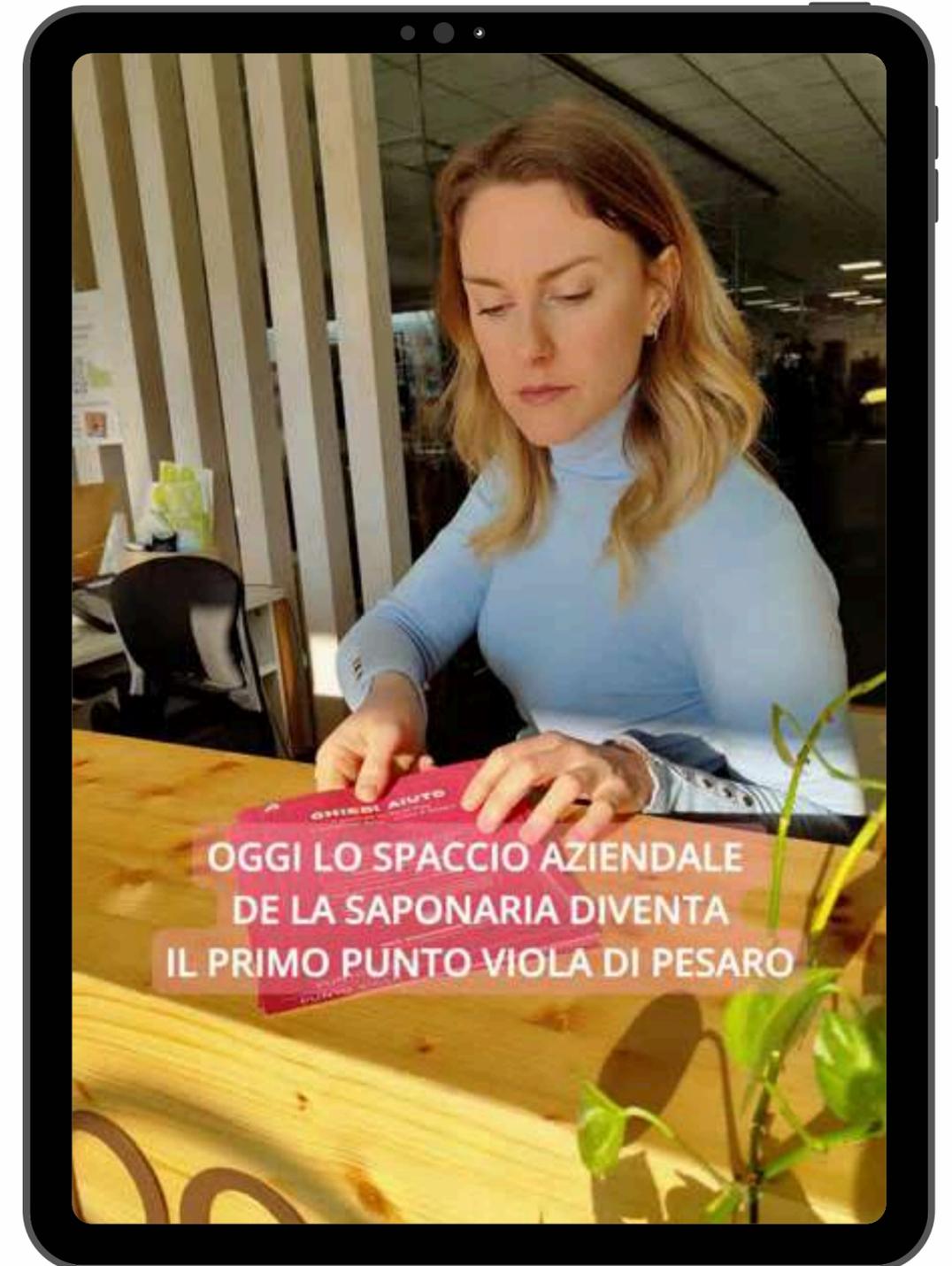
Nel 2024 abbiamo ospitato **un evento del Festival Percorsi** che per 3 giorni anima la città di Pesaro con interessanti appuntamenti: al panel sulla comunicazione della bellezza è seguito un laboratorio di autoproduzione di cosmetici.



Lo spaccio aziendale di Pesaro

Nel 2024 il nostro spaccio aziendale è diventato il primo **Punto Viola** della città!

Un Punto Viola è un luogo dove sentirsi al sicuro e dove trovare un team formato nell'accoglienza di persone vittima di violenza. Si tratta di un progetto dell'associazione **Donne x Strada** che rivendica per tutte le persone il diritto di tornare a casa in piena sicurezza e cerca di creare nelle città una rete in grado di accogliere e dare indicazioni alle vittime di violenza.





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

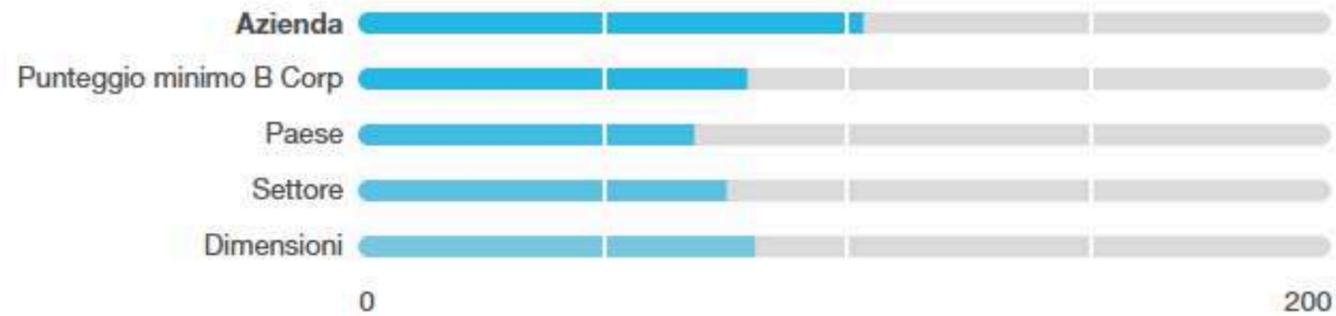
valuta il valore che l'azienda genera per i propri clienti considerando tematiche come marketing etico e positivo, garanzia di qualità di prodotti e privacy dei dati



Risultati BIA

Punteggio complessivo: **B Impact Score**

103.8



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.



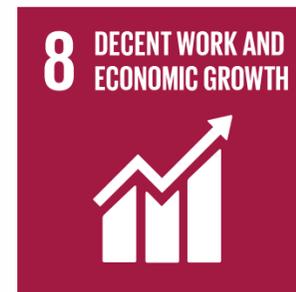
A decorative border of various green leaves and branches surrounds the central text. The leaves are in shades of light and medium green, with some showing detailed vein patterns. The branches are thin and dark green.

IL 2025

I Sustainable Development Goals

Visto che il nostro intento è quello di migliorarci sempre di più, per il 2025 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 2024 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 2025

OBIETTIVO 1

KR1: Organizzare almeno 1 evento formativo su temi ambientali o sociali per gli esterni

KR2: Dedicare almeno 1 prodotto ad una causa sociale

KR3: Sensibilizzazione sull'impatto ambientale dei trasporti

OBIETTIVO 2

KR1: Team Building a tema ambientale

KR2: Analisi di trend con monitoraggio del clima e degli scostamenti in positivo e non, rispetto agli anni precedenti.

KR3: Aggiornamento e divulgazione del "Manuale del collaboratore"

OBIETTIVO 3

KR1: Effettuare il calcolo dell'impronta ecologica dell'azienda

KR2: Monitorare e misurare la sostenibilità delle materie prima in acquisto

KR3: Monitorare e misurare la sostenibilità del packaging in acquisto





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

Madre Teresa di Calcutta

