



DERMOPHYSIOLOGIQUE

Relazione d'impatto 2020

Allegato al Bilancio d'Esercizio

Dermophysiologique srl SB



Responsabile d'impatto: Fiorella Forchia

Introduzione

Dermophysiologique, la pelle è il nostro lavoro!

Nel 1988 un pool di medici dermatologi acquisisce da un chimico francese esperto in ricerca dermatologica, la formulazione di Dermomagnetic Maschera al Ferro®, che diventa il primo trattamento fisiologico brevettato per l'utilizzo nel settore dell'estetica professionale.

Da allora inizia un percorso professionale dedicato alla ricerca dermatologica e scientifica per la creazione di prodotti cosmetici e metodologie di trattamento mirati al trattamento degli inestetismi, nel rispetto della fisiologia della pelle, anche la più sensibilizzata dalla terapia. Un segmento di mercato non soddisfatto da altri brand cosmetici.

“La nostra mission è di essere leader nella cosmesi professionale rispettando -senza mai danneggiare- la naturale fisiologia della pelle. L'attenzione ai nostri prodotti si affianca al pieno rispetto dell'ambiente e all' impegno costante ad essere di aiuto alla società e a chi ne ha più bisogno, con la massima trasparenza e responsabilità”.



Dermophysiologique vanta un approccio scientifico unico sul mercato e una gamma prodotti riconosciuta per qualità ed efficacia da migliaia di affezionati clienti. Le metodologie Professionali Dermophysiologique mettono a disposizione degli operatori professionali una cosmesi al confine con la scienza medica, che mira alle cause specifiche dell'inestetismo e garantisce risultati certi e duraturi. Linee di prodotti con ingredienti di origine vegetale ed assolutamente non dannosi per la persona: senza parabeni, oli minerali, derivati del petrolio, nickel tested, prive di alcool, coloranti di sintesi, profumi esenti da allergeni .



DERMOPHYSIOLOGIQUE

Certified



Corporation®

Dermophysiologique, nel 2016 ha trasformato il proprio status giuridico da SRL in SRL SB, ed ha conseguito la ri-certificazione Benefit Corporation.

Le Società Benefit sono un nuovo modello di business, che utilizza la potenza del business per migliorare i problemi sociali e ambientali, ed essere conformi agli standard più elevati di performance sociale e ambientale, trasparenza e responsabilità.

Questi standard misurano l'impatto di un'azienda verso tutti i propri stakeholder, attori/ protagonisti (ad esempio i fornitori, la comunità e l'ambiente, i dipendenti). A differenza delle tradizionali aziende, le società certificate B Corp sono tenute a prendere in considerazione l'impatto delle loro decisioni non solo sui loro azionisti, ma su tutte le parti sociali coinvolte.

*Per saperne di più sulla certificazione BCorp Dermophysiologique:
www.bcorporation.net/community/dermophysiologique-srl*

Obiettivi di Beneficio Comune indicati a Statuto

In qualità di Società Benefit, Dermophysiologique intende inoltre perseguire, in aggiunta al suo oggetto sociale primario, una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse. In particolare, la società persegue le specifiche finalità di beneficio comune di seguito descritte:

1. Svolge attività di beneficio comune immettendo al commercio prodotti cosmetici di origine naturale nel rispetto della fisiologia della pelle, adatti anche alle pelli di persone in terapia.
2. Nel rispetto dell'ambiente Dermophysiologique massimizza l'utilizzo di materiali e packaging riciclabili
3. Dermophysiologique sostiene iniziative filantropiche nei confronti di categorie di soggetti coinvolti direttamente ed indirettamente, dall'attività societaria.

Impatto Generale: Responsabilità, Sostenibilità e Trasparenza

In qualità di Società Benefit utilizziamo il BIA (BCorp Impact Assessment) per misurare che i processi e le prassi societarie siano conformi ai dettami delle BCorp.



DERMOPHYSIOLOGIQUE

Risultati ed iniziative 2020

L'azienda nel 2020 in qualità di Società Benefit, ha operato nel perseguire le finalità indicate a statuto con iniziative specifiche dedicate al miglioramento dell'impatto aziendale in 5 aree principali:

- **1. Governance**
- **2. Comunità**
- **3. Ambiente**
- **4. Lavoratori**
- **5. Clienti**

1. Governance

1.1 PARTNERSHIP DISTRIBUTIVE

Nel 2020 sono state portate avanti numerose attività di coordinamento sinergico con l'azienda Montefarmaco Holding, finalizzato all'ampliamento delle potenzialità distributive in Italia ed all'estero dei prodotti e dei trattamenti Dermophysiologique e Ontherapy®.



Per questo, è stata strutturata una Rete Vendita dedicata alla informazione scientifica nel canale Farmaceutico dei prodotti Ontherapy®, a supporto della diffusione territoriale della possibilità di trattare le tossicità cutanee da terapia oncologica sull'intero territorio nazionale.

Attraverso l'attività dell'Export Department sono stati esplorati nuovi contatti distributivi con potenziali nuovi Distributori, per diffondere nel mondo il Made in Italy per la qualità di vita ed il benessere della persona.

Con un Team sinergico di Web marketing e Comunicazione è stata promozionata attraverso investimenti nei canali social, di e-commerce, e interventi di formazione BtoB, la vendita on line dei prodotti Ontherapy® e Dermophysiologique, per fare fronte sia ai nuovi trend di mercato sia, nella fine dell'anno 2020, alle nuove necessità di distribuzione a domicilio dettate dall'emergenza COVID.



DERMOPHYSIOLOGIQUE

2. Comunità

2.1 POTENZIAMENTO DELLA RETE DI VENDITA

Nel 2020 è stata ampliata, grazie alla partnership con Montefarmaco, la rete di Informatori Scientifici in Farmacia, con l'obiettivo di incrementare la distribuzione territoriale della linea di prodotti Ontherapy® anche nel canale Farmaceutico e Parafarmaceutico, mantenendo contemporaneamente attiva la proposta di prodotti e trattamenti estetici specializzati per le persone prima, durante e dopo la terapia farmacologica e oncologica anche presso i Centri Estetici Specializzati.

2.2 CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE PER LE TOSSICITA' CUTANEE DA TERAPIA

La **campagna Ontherapy® #Levostrevoci**, è nata nel 2020 con lo scopo di informare e sensibilizzare il grande pubblico sugli effetti collaterali che le terapie oncologiche possono avere sulla pelle. La **campagna #Levostrevoci**, gestita dall'agenzia **Grumble Creative**, è stata impostata integralmente sui social network dalle pagine Instagram e Facebook dedicate alla linea Ontherapy®

<https://www.instagram.com/ontherapy/>

<https://www.facebook.com/Ontherapycosmetici>

Persone reali hanno avuto la possibilità di raccontare le proprie esperienze, il proprio disagio dovuto alle problematiche della pelle a causa alle terapie oncologiche come radioterapia, chemioterapia, ormonoterapia, targeted therapy, immunoterapia e chirurgia...e come la propria qualità di vita è migliorata perchè hanno scelto i prodotti cosmetici Ontherapy®.

Nel mese di **Ottobre 2020 Ontherapy® si è tinto e di rosa** aderendo alla campagna di prevenzione del tumore al seno e si arricchisce di testimonianze di professionisti, medici e farmacisti, oltre a un'ospite di eccezione, Veronica Benini, influencer e opinion leader conosciuta come "La Spora" che ha offerto il suo contributo alla campagna Ontherapy® sottolineando l'importanza della prevenzione nello screening delle forme tumorali, che ancora oggi colpiscono nel mondo 1 donna su 8.





DERMOPHYSIOLOGIQUE

2.3 IL SOSTEGNO A FONDAZIONE IEO*CCM

Nel 2020 è proseguita l'attività dello Spazio Benessere IEO- nella Hall 1, con servizi beauty e trattamenti estetici specificatamente dedicati a persone in terapia oncologica e la vendita di prodotti consigliati dalle Estetiste APEO impiegate presso la struttura. Il contributo dell'attività dello Spazio Benessere IEO è stato **interamente devoluto anche per l'anno 2020 a Fondazione IEO-CCM.**



[Home](#) » ... » [Servizi e Materiale Informativo](#) » [Servizi in IEO](#) » [dermophysiologique](#)

Dermophysiologique - Spazio benessere

Prendersi cura della propria pelle è un passo fondamentale per ritrovare il piacere della cura di sé prima, durante e dopo la terapia oncologica.

2.4 ATTIVAZIONE PROGETTO DPHARMA – CABINA ESTETICA IN FARMACIA

Nel 2020 è stata attivata, grazie alla partnership con Montefarmaco, una rete di informatori dedicati all'apertura di cabine estetiche in Farmacia specializzate nel trattamento delle pelli in terapia farmacologica e oncologica.

L'obiettivo è quello di estendere su tutto il territorio nazionale la presenza di servizi dedicati al trattamento qualificato delle tossicità cutanee da terapia, attraverso l'applicazione di Protocolli di Trattamento Dpharma all'interno delle cabine estetiche, esistenti o di nuova costituzione, delle Farmacie che intendono offrire un servizio complementare e qualificato che al momento non ha adeguate risposte sul mercato.



Un progetto sospeso a causa dell'emergenza COVID, che verrà ripreso nel 2021



DERMOPHYSIOLOGIQUE

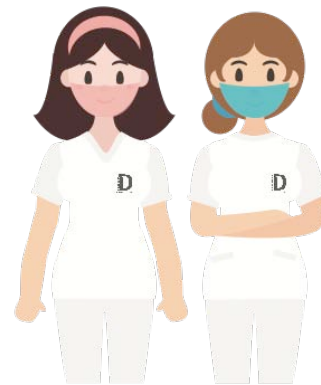
2.5: BENESSERE DELLA PELLE PER PROBLEMATICHE DA DPI (MASCHERINA GUANTI)

Un' iniziativa congiunta tra l'Azienda e i 500 Centri Estetici serviti nell'affrontare l'emergenza COVID , sottolineando nuovamente il posizionamento del brand Dermophysiologique come specializzato nella proposta di coadiuvanti cosmetici per problematiche della pelle, come quelle provocate dall'uso quotidiano di guanti, mascherine e sistemi di protezione da DPI, che spesso non trovano risposte competenti nel mercato.

A partire dal 12 maggio, in modalità webinar, i Centri Estetici Clienti sono stati formati gratuitamente sulle " Alterazioni Cutanee da DPI e Soluzioni cosmetiche", offrendo conoscenze e strumenti indispensabili all'Estetista professionista in tempo di COVID per trattare le nuove problematiche cutanee.

LE RESPONSABILITÀ DELL'ESTETISTA PROFESSIONISTA IN TEMPO DI EMERGENZA COVID-19

- LENADERMA**
LA RISPOSTA COSMETICA
per la pelle afflitta dagli effetti cutanei da utilizzo di device anti-Covid
- FORMAZIONE SPECIFICA**
"LA PELLE IN TEMPO DI COVID-19"
con attestato da esporre in Istituto
- SANIFICAZIONE DELL'ISTITUTO**
e protocolli di sicurezza per dipendenti e clienti alla riapertura
- CONDIVISIONE**
sui social e in Istituto delle corrette informative del Ministero della Salute



2.6 INIZIATIVA “BENESSERE A CASA TUA”

In questa situazione di Emergenza Dermophysiologique ha creato un supporto ai Centri Estetici per poter lavorare a distanza, anche in momenti di chiusura forzata dell’attività.

Aderendo all’iniziativa, i Centri Estetici hanno potuto continuare a servire i propri clienti privati consentendo ai clienti esistenti di proseguire i trattamenti di autocura domiciliare e ai nuovi clienti di approcciarsi a un modo diverso ed assistito di trattare la pelle, anche disagiata ed in terapia, o afflitta da problematiche da DPI, attraverso la vendita diretta dei prodotti Dermophysiologique!



Come?

Il cliente privato ha potuto acquistare i prodotti a marchio Dermophysiologique® e Ontherapy® direttamente dal centro estetico tramite Mail, WhatsApp, messaggi diretti sui canali social; l’azienda si è occupata della consegna direttamente a domicilio del Cliente per conto del Centro Estetico.

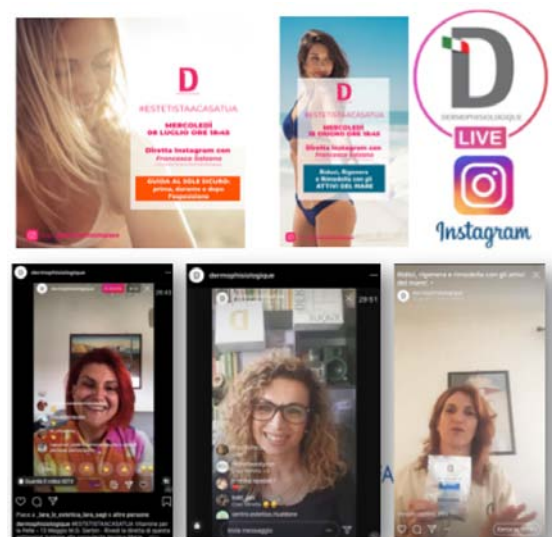
Al Centro Estetico sono stati forniti materiali di comunicazione, Social Media Kit e Moduli di Ordine per attivare la vendita con consegna a domicilio assistiti dall’azienda.

2.7 INIZIATIVA DIRETTA INSTAGRAM “L’ESTETISTA A CASA TUA”

Uno staff di Consulenti tecniche ha preparato un calendario di eventi in diretta per fornire alle persone a casa consigli su trattamenti e prodotti per il benessere e la cura della persona, in modo interattivo e coinvolgente, stimolando una condivisione delle esperienze personali.

Un calendario di 16 appuntamenti pomeridiani sui canali Instagram aziendali ha creato occasioni informative di incontro e di scambio nei periodi di lock down.

Tutte le dirette sono state ripostate sui canali social e condivise con il Pubblico di clienti finali.





DERMOPHYSIOLOGIQUE

2.8 CONSEGNE OMAGGI IN STRUTTURE OSPEDALIERE #diamounaManiderm

Oltre 100 confezioni da 50 ml. di prodotto Maniderm per il trattamento delle mani e della zona peri-ungueale sono state inviate all'Associazione AVS Onlus, con una specifica informativa relativa ai Sanitari per il trattamento delle lesioni cutanee da DPI mediche.

Il ringraziamento da parte delle Unità Mediche milanesi dell'ASST Santi Paolo e Carlo, a cui riferiscono gli Ospedali San Carlo Borromeo e San Paolo che hanno ricevuto l'omaggio è stato pubblicato sui canali social dell'Associazione AVS e sui canali Aziendali.



2.10 CONTRIBUZIONE A ASSOCIAZIONE VOLONTARI CON NASO ROSSO

Anche nel 2020 è proseguita la contribuzione a sostegno dell'iniziativa "Mercatini di Natale" promossa dall'Associazione Verosiche Sacchi – Volontari con il Naso Rosso. Nel mese di novembre sono state donate oltre 40 referenze di prodotti Dermophysiologique.

Ogni giorno Associazione Veronica Sacchi porta sorrisi a bambini in ospedale, anziani soli e anziani non autosufficienti, persone con disabilità intellettiva o disabilità motorie e chiunque vive un momento di malattia, sofferenza o disagio. I giovani volontari portano la clownterapia in strutture sanitarie di Milano, Lecco e provincia, come l'Ospedale Buzzi e l'Ospedale Manzoni o il reparto di oncologia dell'Ospedale Pini.



Dermophysiologique Srl SB

Via IV Novembre 92/94 20021 - Bollate (MI) 20021 - ITALY
www.dermophysiologique.it



DERMOPHYSIOLOGIQUE

2.9 IL PROGETTO L'ALTRA ME – donne per le donne

E' proseguita anche nel 2020 l'operazione, iniziata a gennaio 2016, di Cause-Related-Marketing che prevede la donazione di un contributo di 7 giorni di scuola ad ogni **donna nella Comunità di Dondi (Congo)** sull'acquisto di una speciale confezione "Programma 7 Giorni".



Il progetto, con il nome di "L'Altra Me", vuole **sostenere l'importanza della figura femminile**, impegnandosi **affinché possa avere un ruolo attivo nella comunità** e non sia solo considerata come "serva" dagli uomini o oggetto di scambio fra i clan.

Nel 2020 I fondi raccolti hanno permesso di contribuire alla formazione professionale di

giovani ragazze della Comunità, grazie alle quali potranno credere in un futuro migliore e pieno di opportunità.



DERMOPHYSIOLOGIQUE

3. Ambiente

3.1 PROGETTO “IL FILO BLU”

Dermophysiologique ha promosso anche nel 2020 la campagna estiva Save the ocean #ilfiloblu, per la salvaguardia del mare dalla plastica.



Con il duplice obiettivo di sensibilizzare la clientela finale ed i Centri Estetici verso un corretto riciclo della plastica, si è concretizzata nel 2020 la consegna ai clienti finali dei prodotti solari Chrono Age® Sun con in omaggio i Re-towel, teli mare completamente ecologici.

La promozione, che ha previsto l'omaggio di 1 telo mare Re-Towel in plastica riciclata. È stata assistita da materiali POP in cartone riciclato con messaggi di sensibilizzazione per la pulizia dei mari e delle spiagge dalla plastica.

Il tessuto dei teli mare “Re-towel” è formato dal 60% di cotone riciclato e dal 40% di **poliestere derivante dal riciclo di bottiglie di plastica (PET) raccolte nel Mar Mediterraneo**: per questo contribuiscono alla conservazione delle risorse naturali della nostra terra e alla riduzione dei rifiuti abbandonati in mare

3.2 SELEZIONE FORNITORI AZIENDALI

I fornitori aziendali di materie prime, accessori e gadget sono stati ulteriormente selezionati per rispondere a standard qualitativi sempre più rigidi a livello di impatto ambientale e sociale: in modo da garantire **il rispetto della provenienza 100% Made in Italy, ancora meglio se a Km. 0, e di parametri qualitativi stabiliti da un'apposita Procedura Approvvigionamenti**, con un contestuale contenimento dei costi di trasporto (aereo, su strada).





DERMOPHYSIOLOGIQUE

3.3 RICICLO CARTUCCE E TONER DI STAMPA:

E' proseguito l'accordo con **Green Idea® Technologies**, B-Corp italiana per lo smaltimento di toner, cartucce inkjet usati, raccogliendo sia quelli aziendali che del personale per uso domiciliare. Rispettando i regolamenti nazionali e comunitari in materia di rifiuti speciali non pericolosi. I rifiuti dopo la raccolta vengono avviati a filiere certificate che si occupano della loro rigenerazione o della valorizzazione delle loro componenti. Nell'anno 2020 **circa 220 toner e cartucce inkjet**, sia di provenienza aziendale e privata, sono stati raccolti ed inviati allo smaltimento.



3.4. USO DI CARTE FSC E TECNICHE DI STAMPA ECO-FRIENDLY

Per la stampa di tutti i pack secondari di prodotto, i folder di vendita e i diversi materiali cartacei e pop per allestimento degli istituti (shopper, cartelli vetrina etc..) sono state utilizzate solamente **carta 100% FSC** mentre per tutte le personalizzazioni grafiche, sia primarie che secondarie, sono state **eliminate le finiture grafiche che comportavano verniciature, plastiche e coloranti tossici**, a favore di composizioni colore ad acqua.



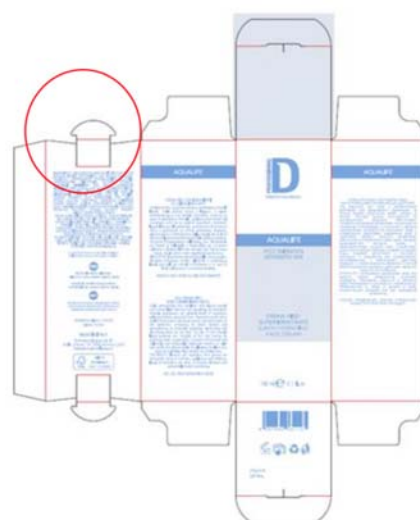
Il marchio di certificazione FSC garantisce che l'intera filiera legno-carta certificata per i suoi standard derivi da una gestione forestale rispettosa dell'ambiente, socialmente utile ed economicamente sostenibile.

3.5. SOSTITUZIONE FUSTELLE PACK ANTI-EFFRAZIONE 0%PLASTICA

E' stato iniziato e completato nel 2020 lo studio di cartotecnica che ha riposto all'obiettivo di completa eliminazione della plastica dal Packaging secondario di tutti i prodotti a marchio Dermophysiologique e Ontherapy®.

Lo studio si è concluso con la **prototipazione e la messa in produzione di fustelle contraddistinte da uno speciale sistema antieffrazione** nelle pattelle superiori e inferiori, che consente una perfetta e sicura chiusura della confezione preservando il prodotto dalla polvere e da aperture senza necessità di usare la plastica termoretraibile di sicurezza fino ad oggi in uso.

In questo modo, oltre a un risparmio nel lungo periodo di costi di confezionamento, nel corso dell'anno 2021 verrà completamente eliminata la plastica da tutti i prodotti, protetti da un pack 100% FSC e 0% plastic!



3.6. TEST BIODEGRADABILITA' DEI PRODOTTI A RISCIAQUO

Dermophysiologique ha messo in atto una serie di politiche, in collaborazione con i propri laboratori partner e fornitori per garantire una Gestione Consapevole ed efficiente delle risorse, ridurre gli sprechi e adottare pratiche di sostenibilità in tutte le fasi della filiera produttiva.

Nel 2020 sono stati completati i **TEST di biodegradabilità di tutte le formulazioni a risciacquo, con il 100%** di risultati positivi.

Oggi, è possibile comunicare la completa biodegradabilità di tutte le formulazioni a risciacquo contribuiscono così a salvaguardare il pianeta dalla plastica!

Il reparto R&S ha inoltre attivato la revisione dell'80% della gamma formulazioni per eliminare eventuali attivi non compatibili con l'obiettivo di arrivare nel 2030 alla completa biodegradabilità dei prodotti aziendali



4. LAVORATORI

4.1 FORMAZIONE ON LINE E DIGITALIZZAZIONE INTERNA

Anche per il 2020 l'azienda si è impegnata in programmi di formazione e meeting, ottimizzando il più possibile gli spostamenti in auto attraverso:

- una forte diminuzione del numero di incontri "fisici" commerciali
- uso delle telecomunicazioni per i colloqui di selezione, per le sessioni di formazione.

Anche i dipendenti, in tutte le aree, sono stati direttamente coinvolti nel programma di digitalizzazione dell'attività aziendale.



4.2 CHI NON SI FORMA SI FERMA...

Anche per il 2020 l'azienda ha investito in formazione professionale con un impegno di circa 20 ore. I corsi sono stati incentrati su tematiche riguardanti **l'allineamento con le normative cosmetiche internazionali** per l'esportazione nei Paesi UE ed Extra UE.

4.3 IMPEGNO NELLA DIVERSITY

L'azienda impiega al 60 % personale di sesso femminile, con forte impegno nel rispetto della "diversity", offrendo pari opportunità di impiego, effettuando assunzioni a tempo indeterminato (91% del personale)

5. Clienti

5.1 PROGETTO DIGITAL PER IL CENTRO ESTETICO

Per aiutare i Centri Estetici partner nelle persone dei Titolari ed associati alla gestione a **sostenere con maggiore competenza ed autonomia la transazione digitale del mercato, che ha subito una forte accelerazione per le difficoltà legate all'emergenza COVID**, è stato programmato ed iniziato un percorso di formazione digitale con una partnership con Ninja Academy.

Focalizzata sul *Professional Empowerment* per la *digital transformation*, Ninja Academy è la Digital Business School di Ninja Marketing, la piattaforma italiana per la digital economy che coinvolge una community di oltre 2,6 milioni di professionisti.

La Digital Academy organizzata Dermophysiologique in collaborazione con Ninja Academy offre un percorso formativo su misura ai Centri Estetici Partner per aiutarli a sfruttare le piattaforme digital e social e migliorare le proprie attività di comunicazione e marketing, permettendo un miglior servizio offerto ai clienti attuali e fidelizzati.



Grazie alla Digital Academy i titolari dei Centri Estetici saranno in grado di:

- ● Comprendere e applicare correttamente le linee guida trasmesse dal brand su campagne e obiettivi.
- ● Impostare una strategia di marketing digitale per il proprio salone di bellezza in sinergia con l'azienda.
- ● Ideare contenuti di valore e in linea con il pubblico target per i canali social del salone di bellezza, impostare un piano editoriale in condivisione con i piani aziendali, scegliere i visual più adeguati ad ogni campagna, in sinergia con l'azienda.
- ● Comprendere i temi fondamentali della digital communication e dei digital media (video, SEO & SEM, Content, PR etc.) e saperli applicare alle proprie esigenze in modo semplice e interattivo (ei. come fare IG Stories, come pubblicare contenuti)

Il progetto formativo, di durata biennale 2020/2021 e 2021/2022, prevede un progressivo aggiornamento non solo dei Centri Estetici partecipanti, ma di tutti i Centri Partner, continuamente **stimolati e sensibilizzati a formarsi sulle tematiche digital trattate, con un conseguente impatto positivo sulla riduzione di costi di stampa di materiale informativo, promozionale e di marketing.**

5.2 DIGITALIZZAZIONE DEGLI STRUMENTI DI MARKETING E COMUNICAZIONE

Per rispondere in modo ancora più puntuale alla Trasformazione Digitale del centro Estetico, sono stati attivati strumenti di Digital Marketing specifici per la promozione e la vendita on-line, che hanno quasi interamente sostituito gli strumenti POP cartacei quali locandine e cataloghi promozionali, con una consistente diminuzione degli ordini di stampa nell'anno 2020 (valorizzare).1000 FOGLI

Oltre al sistema di archiviazione digitale delle fatture clienti e fornitori, che anche nel 2020 ha permesso il risparmio di circa 20.000 fogli corrispondenti alle copie delle fatture cartacee per l'archivio del ciclo attivo con conseguente minor consumo di carta, raccoglitori e toner, sono stati interamente digitalizzati e caricati su apposita Area Riservata del sito web www.dermophysiologique.it:

> Immagini, video e locandine promozionali downloadabili e personalizzabili da ogni singolo Centro Estetico.

> **Social Media Kit:** è stata creata un'area dedicata alla creazione di social post e stories personalizzabili e condivisi nei formati richiesti da Facebook e Instagram per **l'informazione e la promozione alla vendita on line di servizi e prodotti legati al benessere ed alla cura di sé.**



5.3 DIGITALIZZAZIONE DEI PROGRAMMI DI MEETING E FORMAZIONE AZIENDALE

La Formazione professionale, al centro della crescita delle competenze e del ruolo sociale dell'Estetista Professionista Dermophysiologique, ha subito un forte adattamento alle necessità di distanziamento e limitazione di movimento legate all'emergenza COVID-19. Dermophysiologique ha immediatamente attivato abbonamenti con le maggiori Piattaforme di Webinar e Meeting quali Zoom, GotoMeeting, GotoWebinar e programmi di registrazione del upload video quali Vimeo e Youtube per proseguire, e semmai rinforzare il programma formativo delle proprie Clienti Partner.





DERMOPHYSIOLOGIQUE

Nel 2020 sono stati organizzati oltre 50 appuntamenti formativi gestiti interamente on line

- Formazione più efficace.
 - Formazione più fruibile e flessibile.
- Condivisione e diffusione più capillare dei contenuti

Questo ha comportato un risparmio a livello di spostamenti, consumi di carburante, preparazione di documenti ed estratti cartacei, costi di trasferta personale, reinvestiti in programmi di formazione interna.

5.4 CONDIVISIONE DEGLI SDG

Il *Sustainable Development Goals* delle Nazioni Unite vuole incoraggiare le aziende ad adottare pratiche sempre più sostenibili e rispettose del Pianeta.

Dermophysiologique abbraccia questo invito a piene mani con l'impegno di estendere la consapevolezza e l'informazione riguardanti le attività sostenibili e attuabili da ogni Persona, in ogni Istituto, nelle pratiche quotidiane 365 giorni all'anno. Attraverso una campagna di comunicazione sinergica sono stati sensibilizzati ed incentivati i Centri Estetici Clienti all'adozione di comportamenti ed azioni in linea con i 17 Obiettivi di Sviluppo sostenibile.



E' stata creata per l'obiettivo:

- una agenda operativa con un SDG di ispirazione per ogni mese, legato a una precisa "call to action" per sensibilizzare il Centro Estetico ad essere portavoce delle buone pratiche per il Pianeta verso i Clienti Finali
- un Piano Editoriale dedicato sui Social Network aziendali ha reso questa condivisione anche Digitale, allineando e potenziando le iniziative in Istituto.



Conclusioni ed Obiettivi 2021

Anche per il 2021 l'azienda intende perseguire più alti standard di impatto con l'obiettivo di un ulteriore miglioramento ed in particolar modo impegnandosi ulteriormente nel processo di trasformazione Digitale che sta interessando fortemente il settore, con la collaborazione ed il coinvolgimento dei Partner Distributivi, dei fornitori e dei Clienti nelle aree Comunità ed Ambiente dove sussistono i maggiori spazi di miglioramento.

BENESSERE DELLE PERSONE

Proseguire ed aumentare l'entità dei progetti on-line e on-site legati all'estetica oncologica ed incrementare il sostegno sociale e la divulgazione al pubblico delle nuove frontiere della Ricerca per il benessere delle persone prima, durante e dopo la terapia oncologica e farmacologica. Questo verrà implementato attraverso la pubblicazione di un secondo Studio Clinico Pilota presso l'Ospedale Multimedica di Sesto San Giovanni e la creazione di un progetto di distribuzione o –line dei prodotti a marchio Ontherapy® più efficace ed efficiente.

PRODOTTI... PLASTIC FREE!

Incrementare iniziative e soluzioni per adottare in tutti i processi aziendali una gestione più consapevole delle risorse, e in particolare della plastica. Nello specifico:

- Ricerca costante per la riduzione della plastica nei pack primari (uso di PE rigenerato o proveniente da fonti rinnovabili o realizzato con materiali facilmente riciclabili quali vetro o alluminio o di altri pack facilmente riciclabili quali vetro o alluminio).
- Prosecuzione e finalizzazione del confezionamento in packaging secondari enti-effrazione 100%plastic free.

SDG

Il *Sustainable Development Goals* delle Nazioni Unite vuole incoraggiare le aziende ad adottare pratiche sempre più sostenibili e rispettose del Pianeta. Dermophysiologique abbraccia questo invito anche nel 2020 con un focus particolare ad una tematica SDG5 "Gender Equality", legata alla difesa della qualità della vita delle donne e all'uguaglianza di genere nel mondo.



FORMAZIONE PLANET FRIENDLY

Proseguire nella digitalizzazione dei Corsi di formazione e aggiornamento tramite WEBINAR attraverso piattaforme di meeting sempre più performanti, che consentono una interazione diretta live, sia con Agenti e Clienti Italia, sia con Distributori Estero. Questa modalità consentirà una riduzione di CO2 per spostamenti personali e spedizioni e la riduzione dei costi di gestione.

GOVERNANCE

Attivazione di una logistica più efficace ed efficiente per la sinergia distributiva e di business con il Partner Montefarmaco, a partire dal trasferimento nella sede operativa di Bollate (Milano), in Via IV Novembre 92.