

Relazione di missione

Aiutare gli individui a plasmare il loro benessere



Sommario

Editoriale	3		
La nostra missione: "aiutare gli individui a plasmare il loro benessere"	4	<i>Evoluzione del nostro posizionamento a favore del "benessere con l'età"</i>	12
Gli obiettivi sociali e ambientali associati alla nostra missione	5	<i>I progressi per la nostra offerta di principi attivi naturali cosmetici e nutraceutici</i>	13
Il nostro Comitato di missione: un'istanza che continua a nutrire la nostra missione e a farci progredire	6	<i>Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo</i>	14-15
I membri del nostro Comitato di missione	7	IMPEGNO 2	16
2025, un anno cruciale	8	<i>Mantenere la dinamica per raggiungere il nostro obiettivo di riduzione dell'impronta di carbonio</i>	17-18
IMPEGNO 1	9	<i>Integrare la tutela e il ripristino della biodiversità in tutti i nostri progetti</i>	19-20
<i>I progressi per la nostra offerta dermocosmetica</i>	10-11	<i>Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo</i>	21
		IMPEGNO 3	22
		<i>Incarnare la simmetria delle attenzioni con la nostra missione nelle nostre politiche sociali</i>	23
		<i>I nostri progressi in materia di parità professionale, diversità e inclusione</i>	24
		<i>Rendere le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori protagonisti/i di un'azienda più inclusiva e solidale</i>	25
		<i>Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo</i>	26
		IMPEGNO 4	27
		<i>Rafforzare il supporto ai nostri fornitori</i>	28
		<i>Sperimentare per inventare insieme nuovi modelli di business e soluzioni comuni</i>	29
		<i>Mobilitare le nostre filiali per supportare la genitorialità</i>	30
		<i>Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo</i>	31
		Conclusioni del Comitato di missione	32



Editori ale



JEAN-PAUL BERTHOMÉ,
Presidente dei Laboratoires
Expanscience

Il 2024 segna una nuova tappa del nostro viaggio come "entreprise à mission" e conclude un primo ciclo di tre anni dall'evoluzione del nostro statuto nel 2021. In un contesto che tende a invertire le normative ambientali, rimaniamo più che mai fedeli alla nostra volontà, da oltre 20 anni, di conciliare performance economica e impegno ambientale, sociale e societario. Essere una "entreprise à mission" guida e alimenta ogni giorno l'evoluzione del nostro modello per diventare un'azienda a impatto positivo e rigeneratrice entro il 2030-2040.

Negli ultimi tre anni abbiamo fatto molta strada grazie all'impegno dei nostri team, ai consigli competenti del nostro Comitato di missione e alle partnership che abbiamo creato con il nostro ecosistema.

Innanzitutto, la nostra offerta continua a evolvere e a strutturarsi per rispondere al nostro obiettivo di offrire prodotti e servizi utili per il benessere, di concezione eco-sociale e sempre più ispirati all'essere vivente. In concreto, abbiamo rafforzato il nostro approccio di concezione eco-sociale internalizzando la competenza di Analisi del ciclo di vita. Abbiamo sviluppato la nostra posizione di attore olistico del benessere e della salute con una nuova offerta di prodotti e di servizi dedicati al benessere con l'età e lanciato Gaïaline ⁽¹⁾, il nostro primo principio attivo cosmetico ottenuto attraverso un approccio locale di agricoltura di conservazione del suolo.

Continuiamo a impegnarci per raggiungere i nostri obiettivi di decarbonizzazione. Dal 2023, il nostro percorso di riduzione delle emissioni di gas serra è convalidato dall'iniziativa *Science Based Targets*⁽²⁾. Nel 2024 abbiamo avviato diversi progetti importanti, tra cui l'implementazione di una contabilità carbonio integrata. Abbiamo anche realizzato la nostra prima misurazione dell'impronta di biodiversità nel 2023, il che ci aiuta a tenere conto di questa sfida in modo più preciso nei nostri progetti. Le sfide climatiche e di tutela della biodiversità devono essere affrontate congiuntamente poiché sono intimamente collegate.

Tra le cose di cui andiamo fieri, c'è anche quella di aver implementato azioni volte a rafforzare il benessere delle collaboratrici e dei collaboratori di Expanscience attraverso la formalizzazione di una base di protezione sociale comune a tutte le nostre filiali, caratterizzata da impegni forti e pionieristici in materia di genitorialità e di salute sul posto di lavoro.

Infine, continuiamo a fare leva sulla forza del collettivo per inventare nuovi modelli di business più equi e collaborativi. All'interno del consorzio Pharma-Recharge, continuiamo ad agire per sviluppare un'offerta di prodotti per l'igiene e di trattamento in formato ricarica in farmacia collaborando con i nostri concorrenti. Nel 2024, siamo entrati a far parte del consorzio TRASCE ⁽³⁾, avviato dalla FEBEA ⁽⁴⁾ per accelerare la trasformazione sostenibile delle filiere e la tracciabilità delle catene di approvvigionamento con altri leader dell'industria cosmetica. Dopo aver partecipato al primo percorso CEC (Convenzione delle imprese per il clima) con il nostro marchio Mustela ⁽⁵⁾, ci siamo impegnati nel percorso CEC Agri-Agro, che ha come obiettivo di avvicinare e coinvolgere tutte le aziende agricole, con le loro catene di valore, per un passaggio verso un approccio più inclusivo e un'economia più rigenerativa.

Tutti questi progressi rafforzano l'applicazione concreta della nostra missione, "Aiutare le persone a plasmare il proprio benessere". Siamo consapevoli che la nostra trasformazione per diventare un'azienda a impatto positivo e rigeneratrice è una gara di fondo. Resta ancora molto da fare e continueremo a fare leva sulla forza del collettivo - i nostri team, i nostri fornitori e partner e il nostro Comitato di missione, ovviamente - ma anche a proseguire la collaborazione con i nostri concorrenti per cambiare la situazione del mercato. Nel 2025, l'aggiornamento della nostra roadmap impACT sarà la nostra nuova bussola, ancora più ambiziosa, che ci guiderà in questa direzione.

⁽¹⁾ Principio attivo che protegge i capelli e rallenta l'invecchiamento cutaneo.

⁽²⁾ <https://sciencebasedtargets.org/>

⁽³⁾ TRASCE (TRaceability Alliance for Sustainable CosmEtics): consorzio che riunisce le aziende dell'industria cosmetica per accelerare la trasformazione sostenibile delle filiere.

⁽⁴⁾ Fédération des Entreprises de la Beauté: <https://www.febea.fr/>

⁽⁵⁾ La roadmap Mustela è disponibile alle pagine 88 e 89 della Relazione finale della prima Convenzione delle imprese per il clima sul sito cec-impact.org e al seguente link: <https://cec-impact.org/non-classe/rapport-final-de-la-premiere-convention-des-entreprises-pour-le-climat/>

La nostra missione: aiutare gli individui a plasmare il loro benessere”

La nostra ragion d’essere, presente nei nostri statuti di entreprise à mission, è aiutare le persone a plasmare il loro benessere, perché crediamo che la salute e il benessere delle persone siano indissociabili dalla salute del pianeta e che le aziende abbiano un ruolo chiave da svolgere per preservarla.

La nozione di benessere è ampia. Rinvia nello stesso tempo a dimensioni universali, condivise dalla maggior parte delle culture e delle società del mondo (salute fisica e mentale, relazioni sociali, autonomia, realizzazione individuale) e a rappresentazioni uniche, proprie di ciascun individuo.

In linea con la definizione di salute proposta dall’Organizzazione mondiale della sanità (OMS), il benessere difeso dai Laboratoires Expanscience è un benessere globale, per ogni persona, in ogni fase della vita: al di là dell’assenza di malattia, propendiamo per “uno stato di completo benessere, fisico, mentale e sociale”.

Desideriamo che ogni persona abbia i mezzi per essere autonoma nei confronti del proprio benessere.

Per questo agiamo a più livelli:

Per il benessere delle famiglie

proponendo prodotti e servizi di accompagnamento per contribuire alla serenità dei genitori - *con i nostri marchi Mustela e Babo Botanicals;*

Per il benessere con l’età,

con una nuova offerta dedicata che trasforma il rapporto con l’età sostenendo una visione globale e positiva e che propone soluzioni per la salute e il benessere che aiutano tutti a preservare la propria agilità fisica, mentale e sociale - *con i nostri marchi Lana e i nostri farmaci e dispositivi medici;*

Per il benessere del corpo e della mente,

offrendo il meglio della natura con i nostri principi attivi cosmetici.

Il nostro approccio ci impegna anche ad agire per il benessere collettivo, che integra nello stesso tempo ciò che contribuisce alla salute del pianeta e a quella delle comunità con le quali operiamo.

Questa salute collettiva per noi è indissociabile dal

benessere individuale.

È indissociabile dalla salute del pianeta, infatti è giunto il momento di non considerare più la salute degli esseri umani e la salute del pianeta in maniera distinta. Parlando di benessere, pensiamo quindi anche all’interdipendenza tra l’essere umano e il pianeta, su scala individuale e collettiva. Citiamo Eraclito:

“La salute dell’uomo è il riflesso della salute della terra”.



Gli obiettivi sociali e ambientali associati alla nostra missione

IMPEGNO 1

IDEARE PRODOTTI E SERVIZI UTILI PER IL BENESSERE, DI CONCEZIONE ECO-SOCIALE E SEMPRE PIÙ ISPIRATI ALLA NATURA E ALL'ESSERE VIVENTE.

Poiché desideriamo continuare a sviluppare un approccio alla salute sempre più naturale, con prodotti e servizi che migliorino il benessere di coloro che li utilizzano, sia esso fisico o mentale, e che abbiano un impatto sull'ambiente sempre più basso (composizione, imballaggi, utilizzi, ecc.).

OBIETTIVI:

- 1** Applicare un approccio di concezione eco-sociale a tutte le nostre attività
- 2** Ampliare la naturalità nelle nostre offerte
- 3** Sviluppare il catalogo di prodotti e di principi attivi biologici e eco-sostenibili
- 4** Sviluppare l'ispirazione all'essere vivente nelle nostre innovazioni
- 5** Offrire prodotti e servizi utili che contribuiscono al benessere

IMPEGNO 2

CONTRIBUIRE AL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI CLIMATICI PLANETARI, ALLA PROTEZIONE E ALLA RIGENERAZIONE DELLA BIODIVERSITÀ.

Poiché il benessere degli individui è indissociabile da quello del pianeta, ci impegniamo a lottare contro il cambiamento climatico, che va di pari passo con la tutela e la rigenerazione della biodiversità.

OBIETTIVI:

- 1** Ridurre l'impronta di carbonio secondo una traiettoria *Science Based Targets* negli ambiti 1, 2 e 3
- 2** Tutelare e restaurare la biodiversità nelle nostre attività, lungo tutta la catena di valore

IMPEGNO 3

AIUTARE LE NOSTRE COLLABORATRICI E I NOSTRI COLLABORATORI AD ESSERE PROTAGONISTE E PROTAGONISTI DEL LORO SVILUPPO E COSTRUIRE INSIEME A LORO UN'AZIENDA PIÙ INCLUSIVA E SOLIDALE.

Poiché riteniamo che aiutare gli individui a plasmare il loro benessere ci impegna prima di tutto verso i nostri collaboratori e le nostre collaboratrici attraverso politiche sociali ambiziose (salute, diversità, inclusione e equità) e offrendo loro l'opportunità di impegnarsi nei progetti aziendali, in collegamento con le comunità locali nei paesi nei quali siamo presenti.

OBIETTIVI:

- 1** Adottare una strategia globale di benessere e essere esemplari nelle questioni relative a genitorialità, salute sul posto di lavoro e senior
- 2** Definire le politiche per garantire la diversità e l'inclusione per tutte e tutti

IMPEGNO 4

MOBILITARE LE NOSTRE COMUNITÀ E IL NOSTRO ECOSISTEMA PER COSTRUIRE INSIEME MODELLI DI BUSINESS CHE ABBIANO UN IMPATTO POSITIVO SULLA SOCIETÀ, GLI INDIVIDUI E IL LORO AMBIENTE.

Poiché siamo convinti che l'innovazione aperta e la collaborazione con tutti gli interlocutori siano la chiave per avanzare verso soluzioni innovative e virtuose che contribuiscono al benessere collettivo, nel momento in cui le sfide sociali, societarie e ambientali non fanno che accelerare e diventare più complesse.

OBIETTIVI:

- 1** Incarnare un nuovo modello aziendale
- 2** Accompagnare e mobilitare i fornitori a favore di un impatto sociale e ambientale positivo
- 3** Sostenere una grande causa collegata alla genitorialità
- 4** Mobilitare al centro delle nostre comunità e ecosistemi

Il nostro Comitato di missione: un'istanza che continua a nutrire la nostra missione e a farci progredire

Da quando Expanscience è diventata un'entreprise à mission nel 2021, il suo Comitato di missione, composto da membri esterni e interni, ci accompagna e svolge un ruolo essenziale: quello di far progredire le nostre pratiche, di guidarci nella nostra trasformazione e di garantire l'esecuzione della nostra missione.

Qual è il ruolo giuridico del Comitato di missione?

Secondo la legge Pacte, il Comitato di missione:

- è distinto dagli organi sociali della società;
- deve includere almeno una collaboratrice o un collaboratore;
- è responsabile esclusivamente del monitoraggio dell'esecuzione della missione;

→ presenta annualmente una relazione, unitamente alla relazione di gestione, all'assemblea incaricata dell'approvazione dei conti della società;

→ procede a qualsiasi verifica reputi necessaria e si fa trasmettere i documenti necessari a monitorare l'esecuzione della missione.



I membri del nostro Comitato di missione

Nel 2024, il Comitato di missione si è evoluto per arricchirsi di competenze complementari. Oggi è composto da:



FABIENNE COURNARIE

Direttrice Prevenzione Sanitaria, Prevenzione pluralista, Gruppo INTERIALE



HÉLÈNE LERICHE

Dottoressa veterinaria e Dottoressa in ecologia, Professoressa consulente presso AgroParisTech



PIERRE-YVES GOMEZ

Economista, dottore in gestione e professore presso l'Emlyon Business School (Presidente del nostro Comitato di missione)



ÉLISABETH LAVILLE

Fondatrice di UTOPIES, agenzia di consulenza in strategia RSI (think-tank francese e agenzia pionieristica di consulenza e strategie di sviluppo sostenibile dal 1993)



FRANÇOIS GEMENNE

Specialista in questioni di geopolitica ambientale e delle migrazioni, autore principale per il GIEC, professore presso l'HEC di Parigi, ricercatore qualificato dell'FNRS presso l'Universit   di Liegi (Belgio) e direttore dell'Osservatorio Hugo



ANG  LINE ROCHERIEUX

Responsabile Marketing e Grandi clienti Francia di Expanscience



SÉBASTIEN DEBROCK

Direttore Generale di Deshidratados Tropicales, entit   di trasformazione vegetale dei Laboratoires Expanscience a Lima

2025, un anno cruciale



Dal 2021, i nostri obiettivi statutari traducono la nostra ragione d'essere in atti concreti e ci guidano nel nostro percorso per rendere Expanscience un'azienda a impatto positivo e rigeneratrice entro il 2030-2040. Questi obiettivi sono stati definiti in linea con la strategia impACT. Definita con i nostri team, questa roadmap integra obiettivi che erano stati in parte definiti a breve termine (2025), in aggiunta a traiettorie target come quella del clima per il 2030. Questa relazione presenta una panoramica dei nostri progressi per raggiungere questi target a livello di ciascun obiettivo statutario.

Nel 2025 rivedremo e aggiorneremo la nostra strategia impACT per integrare obiettivi e traiettorie per il 2030-2040. Questi saranno i nuovi target dei nostri obiettivi statutari e saranno presentati nella prossima relazione di missione. A tal proposito, il 2025 è un anno cruciale caratterizzato da questo lavoro di aggiornamento e dalla preparazione della nostra ricertificazione B Corp⁽⁶⁾.

“

Ciò che mi entusiasma profondamente di Expanscience, è questa visione chiara e mobilizzatrice: la salute degli individui è indissociabile da quella dell'ecosistema umano e naturale. Partendo da questa convinzione, l'azienda riesce a federare ampiamente i propri stakeholder e a infondere una vera e propria dinamica di trasformazione. Questo è ciò che rende le riunioni del Comitato di missione così stimolanti. Ho la fortuna di presiederle e ogni volta è un lavoro impegnativo, ma anche una ventata di energia positiva!



Pierre-Yves GOMEZ

⁽⁶⁾ Expanscience è il primo laboratorio farmaceutico e dermocosmetico al mondo ad aver ottenuto la certificazione B Corp nel 2018, rinnovata nel 2021.

IMPEGNO 1

Ideare prodotti e servizi utili per il benessere, di concezione eco-sociale e sempre più ispirati alla natura e all'essere vivente

Il 2024 segna una nuova svolta per la nostra offerta, che si evolve per rispondere meglio alla nostra volontà di offrire prodotti e servizi utili per il benessere. Diverse novità hanno caratterizzato quest'anno: il rafforzamento del nostro approccio di concezione eco-sociale, soluzioni per sostenere il benessere delle famiglie e il benessere con l'età o ancora il lancio di un principio attivo che è espressione della direzione che vogliamo imprimere ai nostri sviluppi, con l'obiettivo di essere un'azienda rigeneratrice.

I progressi per la nostra offerta dermocosmetica

→ Un approccio di concezione eco-sociale rafforzato

Lo sviluppo dei nostri prodotti è guidato dall'inizio del 2010 dalla volontà di ridurre l'impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita, dall'approvvigionamento delle materie prime fino all'utilizzo e al fine vita dei prodotti, passando per la formulazione, la produzione, il packaging e il trasporto. Questo approccio di concezione eco-sociale si è esteso nel 2015 allo sviluppo di tutti i prodotti dermocosmetici.

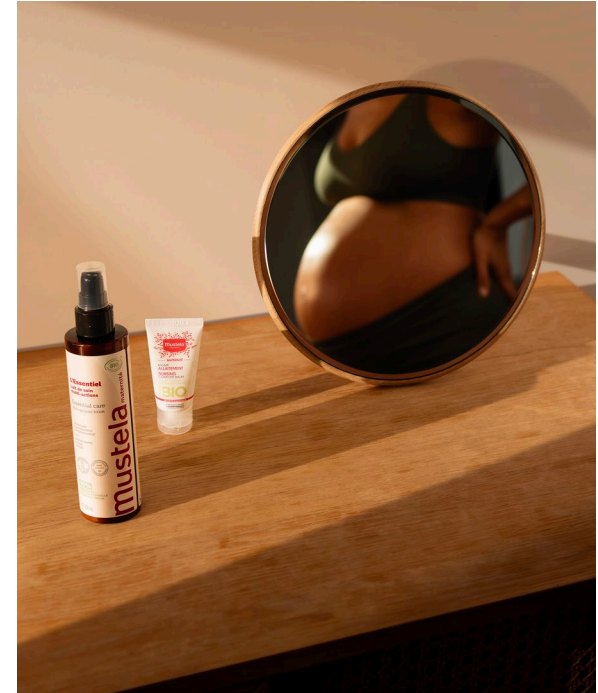
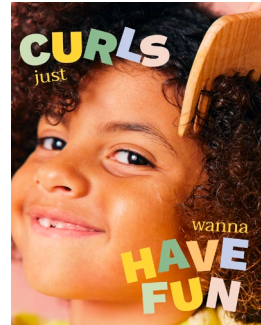


Nel 2024, l'abbiamo potenziata con l'internalizzazione dello strumento **ASKOR** per eseguire le analisi del ciclo di vita (ACV) dei nostri prodotti. Ad oggi, sono stati analizzati i prodotti Mustela più venduti, rappresentativi delle nostre gamme e delle tipologie di prodotti (34% del fatturato mondiale del marchio). Questi risultati alimenteranno l'evoluzione del nostro portafoglio prodotti.

Continuiamo su questa strada accelerando al contempo la nostra politica di gestione degli imballaggi secondo la regola **"RRRC o R"** (Rifiutare e Ridurre, Riutilizzare, Reintegrare, Compostabile o Riciclabile).

→ Un'offerta sempre più utile

Per il nostro marchio Mustela, abbiamo precisato la bussola che guida lo sviluppo di tutti i nostri prodotti: quella dell'utilità e del benessere. Abbiamo fatto progressi nella nostra sfida di rivolgerci a tutta la famiglia e di ridurre il numero di prodotti presenti in bagno. I prodotti multiuso Mustela come il balsamo universale all'avocado per tutta la famiglia, lo shampoo-crema per capelli ricci che facilita la vita quotidiana dei genitori di bambini con capelli texturizzati o L'Essentiel, latte di trattamento biologico multi-azione per la gravidanza e il post-partum, sono alcuni esempi che testimoniano questa volontà.



I progressi per la nostra offerta dermocosmetica

→ Mettersi al fianco dei genitori

Al fianco dei genitori dal 1950 con il nostro marchio Mustela, agiamo per contribuire alla loro serenità e al benessere delle famiglie attraverso un'offerta di prodotti ma anche di servizi di supporto.

Contribuire al benessere dei genitori significa riflettere le loro realtà, affrontare i tabù e fornire loro informazioni pertinenti che li aiutino nel loro ruolo. Per rispondere a questo obiettivo, le nostre diverse filiali in tutto il mondo hanno continuato a diffondere nel 2024

contenuti di *empowerment*⁽⁷⁾ destinati ai genitori sui social network e a sensibilizzare su varie tematiche.



Ad esempio, abbiamo condotto una campagna di sensibilizzazione sul disastro ecologico causato dalle salviette, condividendo al contempo delle buone pratiche per passare da prodotti monouso a un uso più sostenibile con salviette compostabili e riutilizzabili, o condividendo molti consigli (da seguire o meno liberamente!) sull'allattamento. Tuttavia, a causa delle diverse aspettative dei genitori in tutto il mondo, non siamo andati oltre quanto previsto in tutti i paesi e il nostro indicatore globale di diffusione di contenuti di *empowerment* non è stato raggiunto per quest'anno.



Dopo una prima edizione di successo a Parigi nel 2022, abbiamo organizzato a Rennes (Ille-et-Vilaine) **la Maison des Parents**, uno spazio temporaneo, aperto in collaborazione con il collettivo Périnart di Rennes, il cui scopo è di accompagnare i genitori attraverso workshop su grandi temi come la gravidanza, la genitorialità, l'allattamento, il post-partum, ecc.

Dalla sua creazione, nel 1982, la **Fondation Mustela**, ospitata dalla Fondation de France, ha la missione di sostenere lo sviluppo psico-socio-affettivo, la salute mentale e la cura del legame genitori-bambini, attraverso i suoi tre assi d'azione: premi e borse di studio per la ricerca, azioni di sensibilizzazione e azioni sul campo. Nel 2024, la fondazione ha assegnato, tra l'altro, un Premio di ricerca Action a un progetto realizzato da due ricercatrici in psicologia dedicato a "regolare meglio le proprie emozioni nella scuola materna. Comprendere e regolare le proprie emozioni fin dalla più tenera età contribuisce all'adattamento, al benessere e all'apprendimento.

⁽⁷⁾ Come Mustela definisce l'"empowerment" dei genitori: partecipare alla rimozione dei tabù legati a temi sociali (come il post-partum, il carico mentale, ecc.), condividendo contenuti che danno accesso a informazioni rilevanti che li aiutano nel loro ruolo di genitori: contenuti educativi, qualitativi e nuovi, sull'assistenza e sui temi della genitorialità in generale, ma anche informazioni sull'impatto ecologico della nostra offerta per accompagnare verso cambiamenti di utilizzo.

Un'evoluzione del nostro posizionamento a favore del "benessere con l'età"

Come l'infanzia o l'adolescenza, i primi segni dell'età sono una fase naturale dei percorsi di vita. Siamo convinti che non esista un unico modo di accogliere questi primi segnali. La nostra ambizione è accompagnare le persone per tutta la loro vita e offrire a ciascuna e a ciascuno i mezzi per costruire il proprio benessere con l'età, utilizzando un approccio olistico che tenga conto di una serie di fattori fisici, mentali e sociali.

→ **Aiutare donne e uomini a costruire il proprio benessere con l'età**

Nel 2024, abbiamo concentrato i nostri sforzi sullo sviluppo di soluzioni per il benessere e la salute che supportino l'evoluzione dei segni dell'età il prima possibile.

Il nostro nuovo marchio **Iana** è sviluppato su questi criteri: aiuta a prevenire i primi disturbi legati all'età che influiscono sulla vita quotidiana. Iana propone una gamma di trattamenti topici e di integratori alimentari formulati a base di principi attivi di origine vegetale. Abbiamo anche lanciato in Francia **Martha**, un'applicazione benessere per prevenire e vivere meglio con disagi o dolori articolari.



Per aiutare donne e uomini a costruire il proprio benessere con l'età, agiamo anche per cambiare le opinioni preconcepite che si hanno sull'età. Attraverso il nostro Osservatorio globale "Età e società", lanciato in Francia nel 2024, abbiamo condotto un'indagine con l'istituto BVA per decodificare e comprendere il punto di vista della società sull'età e il suo impatto sulla nostra vita quotidiana. Più che un mezzo di indagine, abbiamo pensato a questo Osservatorio come uno strumento sociale per contribuire a eliminare i tabù e far evolvere il rapporto con l'età, in Francia e, in futuro, a livello internazionale.

Per guidare le nostre azioni a favore del benessere con l'età, abbiamo anche lanciato nel 2024 un comitato multidisciplinare (che vede rappresentate medicina generale, medicina interna, psichiatria, neurologia, fisioterapia) per definire un nuovo riferimento al servizio della qualità di vita di chi ha più di 45 anni, la cui prima pubblicazione è prevista per il 2025.



→ **Verso un approccio alla salute sempre più responsabile**

Poiché il nostro approccio alla salute delle donne e degli uomini è indissociabile da quello del pianeta, continuiamo a interrogarci su come costruire un approccio più responsabile alla salute. Nel 2024, ciò si è concretizzato nella definizione di una carta della salute responsabile. Basata su dieci principi, deve aiutarci a oggettivare la definizione e lo sviluppo di un'offerta di salute e benessere che sia al contempo utile ed efficace, trasparente e sicura per le persone, rispettosa del pianeta e delle comunità umane. Questa offerta sarà il più possibile innovativa, inclusiva, responsabilizzante, preventiva e rigeneratrice.

Lo sviluppo dei prossimi prodotti per il nostro marchio Iana seguirà il quadro stabilito da questa carta, la cui vocazione è quella di orientare anche i futuri sviluppi di prodotti delle nostre diverse attività.

I progressi per la nostra offerta di principi attivi naturali cosmetici e nutraceutici

Il nostro obiettivo è di diventare un'azienda rigeneratrice entro il 2040⁽⁸⁾ e siamo consapevoli che il percorso per concretizzare questa visione è lungo e impegnativo. Comporta, nello specifico, una trasformazione graduale delle nostre offerte. La ricerca che conduciamo sui nostri ingredienti attivi ci fa progredire in questa direzione con, in particolare, pratiche agricole migliori che hanno lo scopo di preservare o addirittura ripristinare gli ecosistemi.



Il nostro nuovo principio attivo cosmetico **Gaïaline**, un concentrato di olio di lino, si inserisce in questa filosofia. Coltivato in un'azienda certificata "Au cœur des sols" dall'Association pour la Promotion d'une Agriculture Durable (APAD)⁽⁹⁾ e situata a 32 chilometri dal nostro sito di produzione di Épernon, in Eure-et-Loir, il lino proviene dall'agricoltura di conservazione del

suolo. Tre pilastri regolano questo tipo di agricoltura - la copertura permanente del suolo, la semina senza lavorazione del suolo, la diversità e la rotazione delle colture - con un apporto inferiore di sostanze chimiche. In questo modo otteniamo terreni fertili che consentono alla biodiversità di riprendere il proprio posto, che resistono meglio all'erosione, al cambiamento climatico e contribuiscono al sequestro del carbonio.

⁽⁸⁾ Secondo Lumia (lumia-edu.fr), un'azienda rigeneratrice "creerà, attraverso la ristrutturazione di tutto o parte del suo modello economico e delle sue pratiche, le condizioni che consentiranno agli ecosistemi naturali e alle comunità umane di esprimere il loro potenziale latente. Consapevole della sua interdipendenza con i sistemi socio-ecologici, l'azienda rigeneratrice ritiene che il suo sviluppo e la sua buona salute evolvono insieme a quelli degli ecosistemi e delle comunità umane dalle quali dipende e sulle quali agisce".



Nel maggio 2025, lanciamo il nostro primo principio attivo nutraceutico **Tulsinity Bio**, sviluppato a partire da foglie di basilico sacro, certificato bio⁽¹⁰⁾ e coltivato in India secondo gli standard più rigorosi in materia

di agricoltura rigeneratrice e di commercio equo. Con questo approvvigionamento, sviluppiamo e proponiamo ai nostri clienti un principio attivo certificato AB (Agricoltura Biologica), ROC (Regenerative Organic Certified⁽¹¹⁾) e FFL (Fair for Life⁽¹²⁾).

Le proprietà antinfiammatorie⁽¹³⁾, antiossidanti e immunostimolanti del basilico sacro lo rendono una materia prima vegetale di prima scelta per alleviare un'ampia gamma di sintomi e soprattutto limitare l'impatto negativo dello stress quotidiano, in risposta alla nostra missione di migliorare il benessere delle persone.

⁽⁹⁾ <https://www.apad.asso.fr/>

⁽¹⁰⁾ AB (Agricoltura biologica)

⁽¹¹⁾ <https://regenorganic.org/>

⁽¹²⁾ www.fairforlife.org

⁽¹³⁾ <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28400848/>

“ Il questionario di valutazione B Corp lo illustra bene: la trasformazione effettiva dell'offerta, che comporta quella del modello economico, è la prova più credibile dell'impegno di un'azienda nella transizione ecologica. Da questo punto di vista, l'evoluzione da una decina d'anni dei prodotti Mustela (prodotti multiuso, rinuncia alle salviette, passaggio al bio o al solido, doypack, ecc.) e dell'offerta Expanscience, più in generale (nuovi principi attivi certificati, passaggio dai prodotti ai servizi, dai farmaci agli integratori alimentari), si sembra particolarmente notevole. ”



Elisabeth Laville

“ Expanscience è un attore farmaceutico precursore nella comprensione dei reciproci legami tra salute umana e ambiente. Il suo approccio globale volto ad agire sui diversi pilastri della salute (alimentazione, attività fisica e "prendersi cura di sé") e la sua volontà di far sì che le persone facciano propria l'iniziativa e ne diventino attori suscitano ammirazione. ”



Fabienne Cournarie

1 Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo

OBIETTIVO STATUTARIO	OBIETTIVO OPERATIVO	INDICATORE DI PERFORMANCE	RISULTATO 2023	OBIETTIVO 2024	RISULTATO 2024	OBIETTIVO 2025
<p>☑ Ideare prodotti e servizi utili per il benessere, di concezione eco-sociale e sempre più ispirati alla natura e all'essere vivente</p>	Applicare un approccio di concezione eco-sociale per tutte le nostre attività	% di nuovi principi attivi cosmetici e di prodotti finiti, ideati e prodotti nel corso dell'anno, che rispettano un approccio di concezione eco-sociale	100%	100%	100%	100%
	Sviluppare la naturalità nelle nostre offerte	% di principi attivi cosmetici di origine naturale	100%	100%	100%	100%
		% di ingredienti di origine naturale in tutte le gamme Mustela	96%	≥ 95%	96%	≥ 95%
		% di ingredienti di origine naturale nelle gamme per uso topico IANA	NA	NA	99%	NA
	Sviluppare il catalogo di prodotti e di principi attivi biologici e eco-sostenibili	% di principi attivi cosmetici certificati bio o commercio eco-solidale o equivalente	38%	≥ 38%	42%	≥ 42%
		% di formule Mustela prodotte nell'anno certificate Cosmos Organic	15%	≥ 14%	15%	≥ 15%
		% di formule per uso topico IANA prodotte nel corso dell'anno certificate Cosmos Organic	NA	NA	66%	NA
	Sviluppare l'ispirazione del vivente nelle nostre innovazioni	Nel 2025 è in corso un progetto pilota con Ceebios.				

Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo

OBIETTIVO STATUTARIO	OBIETTIVO OPERATIVO	INDICATORE DI PERFORMANCE	RISULTATO 2023	OBIETTIVO 2024	RISULTATO 2024	OBIETTIVO 2025
<p>☑ Ideare prodotti e servizi utili per il benessere, di concezione eco-sociale e sempre più ispirati alla natura e all'essere vivente</p>	<p>Proporre prodotti e servizi utili che contribuiscono al benessere</p>	<p>% di contenuti di empowerment dei genitori messi in evidenza sui social network Mustela</p>	42%	50%	39%	≥ 51%
		<p>In aggiunta per Mustela: menzioni positive in social listening</p>	58%	≥ 63%	63%	≥ 63%
		<p>Griglia salute responsabile applicata agli sviluppi Invecchiare bene</p>	NA	<p>Griglia applicata agli sviluppi Invecchiare bene nel 2024</p>	<p>Applicazione/sperimentazione della griglia di valutazione salute responsabile ai nuovi sviluppi Invecchiare bene <u>nella fase di preconcezione</u></p>	<p>Applicazione/sperimentazione della griglia di valutazione salute responsabile ai nuovi sviluppi Invecchiare bene, <u>nella fase di sviluppo</u></p>

IMPEGNO 2

Contribuire al raggiungimento degli obiettivi climatici planetari, alla protezione e alla rigenerazione della biodiversità

Per raggiungere i nostri obiettivi di decarbonizzazione, stiamo seguendo un percorso, anno dopo anno, in un piano di transizione carbonica che interessa tutti i settori dell'azienda e si inserisce nel lungo termine. Gli sforzi che stiamo compiendo oggi porteranno pienamente i loro frutti nel giro di pochi anni. Affrontiamo la tutela della biodiversità con lo stesso approccio.

Mantenere lo slancio per raggiungere il nostro obiettivo di riduzione dell'impronta di carbonio

Dal 2023, il nostro percorso di riduzione delle emissioni di gas serra (GES) è convalidato dall'iniziativa *Science Based Targets*, che ne riconosce la compatibilità con la limitazione dell'aumento della temperatura globale a 1,5 °C rispetto ai livelli preindustriali, in linea con le raccomandazioni scientifiche sul clima.

I NOSTRI IMPEGNI PER GLI AMBITI 1, 2 E 3 IN RIDUZIONE ASSOLUTA:

☑ Ridurre del **35%** le nostre emissioni di GES entro il 2030 rispetto al 2019;

☑ Ridurre **dell'81%** le nostre emissioni entro il 2050 rispetto al 2019;

☑ Garantire lo stoccaggio sostenibile delle nostre emissioni di GES incompressibili attraverso pozzi di carbonio naturali entro il 2050.

→ Ripartizione delle nostre emissioni di gas serra

Attività a monte
(Ambito 3)

76%



Attività aziendali
(Ambiti 1 e 2)

9%



Il nostro ultimo bilancio di carbonio realizzato nel 2024 secondo il metodo del GHG Protocol® negli ambiti 1, 2 e 3 ammonta a **60.894 tonnellate di CO² equivalente emesse da Expanscience**. Ecco la ripartizione.

Attività a valle
(Ambito 3)

15%



Mantenere lo slancio per raggiungere il nostro obiettivo di riduzione dell'impronta di carbonio



Nel 2024, tutte e tutti siamo orgogliosi di vedere che la nostra impronta di carbonio continua a diminuire, sebbene il fatturato sia in aumento. Questa riduzione si spiega con le azioni proattive implementate, ma anche con la riduzione congiunturale dei nostri acquisti di servizi e di materie prime.

La maggior parte delle nostre emissioni di gas serra è legata alle nostre attività a monte (*ambito 3*), in particolare agli acquisti di materie prime, che rappresentano **il 25%** delle nostre emissioni nel 2024. Per ridurle, abbiamo realizzato delle diagnosi climatiche con i nostri fornitori strategici di materie prime. Obiettivo: valutare la maturità del loro approccio, ottenere fattori di impatto più rappresentativi dei nostri acquisti e costruire le prime roadmap di decarbonizzazione.

parte significativa della nostra impronta di carbonio (12%), in particolare a causa dell'uso della plastica per gli imballaggi. L'accelerazione della concezione eco-sociale dei nostri imballaggi citata in precedenza ha lo scopo di ridurre la quota di plastica negli imballaggi, integrando al contempo più materiale riciclato. Queste due leve, combinate, ridurranno l'impatto complessivo di questa voce e la fine del ciclo di vita associata agli imballaggi.

Anche i trasporti, ossia i flussi logistici per trasportare i prodotti verso le nostre filiali e i nostri distributori e i flussi di spostamenti e viaggi di lavoro, rappresentano voci di emissioni significative nel nostro bilancio di carbonio (sommati: 14%). Per essere in linea con i nostri obiettivi climatici, abbiamo recentemente istituito un budget di carbonio che, alla stregua di un budget finanziario, alloca un budget di tCO₂^{e(14)} da non superare per queste voci di spesa. L'implementazione di questa contabilità carbonio testimonia la graduale integrazione della tematica nei sistemi e negli arbitraggi quotidiani della nostra azienda, così come l'automazione del calcolo dell'impronta di carbonio per un monitoraggio più regolare.

Parallelamente, abbiamo proseguito le nostre azioni relative alla riduzione globale dell'uso del trasporto aereo per i nostri flussi logistici: proseguimento della limitazione del ricorso al trasporto aereo per le nostre filiali, cessazione delle consegne per via aerea per il Sud America, esteso nel 2024 ad

altri paesi come la Malesia e il Vietnam (ossia -67% di tCO₂e sul trasporto aereo rispetto al 2023) e utilizzo di navette elettriche per il trasporto dei container a Le Havre (Francia).

Nel 2025, la decarbonizzazione dei nostri due siti produttivi di Épernon (Eure-et-Loir) e del Perù sarà programmata con ambiziosi progetti di efficienza energetica globale e di trasformazione per ridurre le nostre emissioni di gas serra (*ambiti 1 e 2*) legate al consumo energetico dei siti. Ad esempio, a Épernon sarà implementato uno strumento per monitorare in tempo reale i consumi energetici e aggiustare le azioni di riduzione. Sono inoltre previsti investimenti significativi per la costruzione di una piattaforma di riscaldamento/raffreddamento per centralizzare la produzione di freddo, recuperare il calore di scarto emesso e ridurre il fabbisogno di gas del **49%** (rispetto al 2019), riducendo al contempo le emissioni di gas serra del **32%** (rispetto al 2019)⁽¹⁵⁾.

In Perù, dove si trova la nostra entità di trasformazione di materie prime vegetali, abbiamo inoltre condotto una ACV riguardante la coltivazione, la raccolta e la trasformazione delle nostre forniture locali di avocado, materia prima che entra nella formulazione di molti dei nostri prodotti e principi attivi cosmetici. L'obiettivo è di disporre di un'impronta ambientale di riferimento e mettere in atto un piano d'azione a partire dal 2025 per ridurla in futuro.

⁽¹⁴⁾ Poiché i diversi gas a effetto serra (GES) hanno un potenziale di riscaldamento variabile, vengono tradotti in "tCO₂e equivalente" o "tonnellate di CO₂ equivalente", tCO₂e.

⁽¹⁵⁾ Messa in servizio nel 2026.

Inoltre, i nostri acquisti di imballaggi rappresentano una

Integrare la tutela e il ripristino della biodiversità in tutti i nostri progetti

Sfide chiave per il mondo, la tutela e il ripristino della biodiversità, lo sono anche per le nostre attività. Il mondo vegetale è infatti al centro del nostro modello, poiché il **99%** del nostro fatturato dipende dalla biodiversità⁽¹⁶⁾.

Dal 2008 ci impegniamo con le nostre filiere di approvvigionamento di materie prime vegetali, impegno rafforzato dal 2011 con la nostra adesione all'Unione per il biocommercio etico (UEBT)⁽¹⁷⁾. Dopo una prima autovalutazione del nostro IIEB (Indicatore di interdipendenza dell'azienda alla biodiversità) effettuata su consiglio del nostro Comitato di missione nel 2022, abbiamo realizzato una prima valutazione della nostra impronta di biodiversità nel 2023 al fine di tenere conto della sfida biodiversità sull'intera catena del valore. Il risultato ha confermato le nostre principali dipendenze dalla biodiversità. Queste sono essenzialmente legate alle attività che utilizzano materie prime vegetali, che dipendono dalla qualità del suolo e da un clima stabile (98% delle dipendenze). Le dipendenze riguardano anche le nostre attività industriali e di innovazione ricerca e sviluppo, per le quali dipendiamo dall'accesso alla risorsa acqua e dalla sua qualità (2%). Il nostro principale impatto sulla biodiversità è correlato al **98%** ai nostri acquisti. Le pressioni che esercitiamo sulla biodiversità sono legate per **l'85%** allo sfruttamento del suolo e all'inquinamento nella nostra catena di valore (50% e 35%, rispettivamente).

I nostri pilastri d'azione si concentrano quindi sull'evoluzione delle modalità di coltivazione delle nostre materie prime vegetali, sulla trasparenza e sul

controllo della nostra catena di approvvigionamento, nonché sulla riduzione dell'impatto legato alla nostra attività industriale. In questo modo, miriamo, tra l'altro, a una produzione più locale, associata a nuovi tipi di produzione di alcuni principi attivi vegetali (come menzionato in precedenza in questa relazione), al fine di agire su tutti questi pilastri d'azione.

Parallelamente al lavoro svolto con i nostri fornitori di materie prime, negli ultimi anni abbiamo continuato gli audit delle nostre filiere di approvvigionamento nell'ambito della nostra adesione all'UEBT. Consapevoli che la tutela della biodiversità e la lotta contro il cambiamento climatico sono due argomenti connessi che devono essere affrontati congiuntamente, ora prendiamo in considerazione anche la sfida della biodiversità nelle diagnosi carbonio realizzate con i nostri fornitori strategici di materie prime per il nostro marchio Mustela, al fine di gestire un piano d'azione.

L'acqua è al centro della nostra catena di valore, sia per la coltivazione delle materie prime vegetali utilizzate nella composizione dei nostri prodotti che per le nostre attività industriali. In un contesto di incertezze climatiche e di scarsità d'acqua, dobbiamo utilizzare al meglio questa risorsa.

Le azioni intraprese tra il 2010 e il 2024 hanno già ridotto del **25%** il nostro consumo di acqua per unità prodotta a Épernon. Per andare oltre, il nostro

obiettivo è ridurre del **25%** il nostro consumo assoluto di acqua entro il 2027, attraverso le quattro leve seguenti.

→ **Gestire meglio e ridurre il consumo di acqua:** attraverso lo sviluppo di prodotti che favoriscono il solido, ma anche l'implementazione di uno strumento di monitoraggio e conteggio dell'acqua in tempo reale; l'implementazione del progetto di sostituzione di uno dei sistemi che funzionano con acqua perduta con un'altra tecnologia più economica; l'utilizzo della giusta qualità di acqua (depurata, addolcita o non trattata) per il corretto utilizzo.

→ **Riutilizzare:** attraverso l'implementazione di cicli di riutilizzo dell'acqua pulita nel sito di Épernon.

→ **Riciclare:** metanizzazione di una parte dei nostri effluenti per valorizzarli in biogas e restituire la parte liquida all'ambiente naturale.

→ **Rivalorizzare:** a lungo termine, abbiamo l'ambizione di riutilizzare anche l'acqua trattata nei nostri processi di produzione (circuiti di lavaggio delle attrezzature dermocosmetiche).

⁽¹⁶⁾ Fonte IIEB (Indicatore di interdipendenza delle imprese dalla biodiversità) 2022.

⁽¹⁷⁾ Associazione internazionale no-profit che promuove pratiche etiche di approvvigionamento di ingredienti provenienti dalla biodiversità, valutate durante un audit ogni tre anni - <https://uebt.org/francais>

Integrare la tutela e il ripristino della biodiversità in tutti i nostri progetti

Infine, **siamo convinti che la tutela e il ripristino della biodiversità siano sfide di tale portata da dover essere affrontate collettivamente.** Per questo motivo, come per altri argomenti, abbiamo deciso di impegnarci in diverse iniziative settoriali come il gruppo di lavoro cosmetico dell'iniziativa ministeriale *Roquelaure entreprises & biodiversité*⁽¹⁸⁾. Lanciata dal Ministero della Transizione ecologica e della Coesione dei territori, questo gruppo di lavoro constata i rischi e le dipendenze del settore dalla biodiversità, nonché formula delle leve e delle opportunità da implementare in un piano d'azione per ridurre gli impatti. Tra dicembre 2023 e febbraio 2024, abbiamo collaborato con le altre aziende partecipanti per elaborare un'ambizione comune e formulare proposte collettive di riduzione dell'impatto sulla biodiversità. Queste raccomandazioni sono volte a guidare le aziende del settore cosmetico nelle loro scelte strategiche e a promuovere una trasformazione a livello di filiera verso pratiche rispettose della biodiversità.

Nel 2025, vogliamo intensificare la nostra azione nei collettivi, partecipando in particolare a un gruppo di lavoro della FEBEA sulla glicerina. Grazie al suo uso comune, questo composto è stato identificato come una leva importante per la riduzione dell'impronta

ambientale del settore. Lo studio avviato mira ad analizzare i rischi sociali e ambientali legati alla glicerina, a formulare raccomandazioni per un approvvigionamento responsabile e a definire le fasi di costruzione di una filiera.



“ I lavori di analisi e di chiarimento dell'interdipendenza dell'attività di Expanscience dalla biodiversità hanno permesso di formalizzare impegni e di fissare obiettivi al di là delle proprie filiere, storicamente più impegnate sulla biodiversità. È importante continuare a progredire, sempre in linea con la scienza, per ridurre ulteriormente l'impatto sulla dinamica del vivente. ”



Hélène LERICHE

“ La decarbonizzazione delle attività di Expanscience prosegue a un ritmo sostenuto: mentre diverse aziende rivedono i loro impegni climatici, Expanscience non solo li mantiene, ma li realizza. In questi momenti di dubbio e di incertezza, mi sembra più importante che mai che aziende come Expanscience ribadiscano i loro impegni sociali e ambientali. Non solo non bisogna cedere, ma bisogna anche farlo sapere, per creare un effetto di emulazione. ”



François GEMENNE

⁽¹⁸⁾ <https://www.ecologie.gouv.fr/actualites/roquelaure-entreprises-biodiversite-250-entreprises-mobilisees>

2 Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo

OBIETTIVO STATUTARIO	OBIETTIVO OPERATIVO	INDICATORE DI PERFORMANCE	RISULTATO 2023	OBIETTIVO 2024	RISULTATO 2024	OBIETTIVO 2025/2030
<p>☑ Contribuire al raggiungimento degli obiettivi climatici planetari, alla protezione e alla rigenerazione della biodiversità</p>	<p>Ridurre l'impronta di carbonio secondo una traiettoria SBT negli ambiti 1, 2, 3 ⁽¹⁹⁾</p>	<p>Emissioni totali in teq CO₂</p>	62 628	<61.000	60 894	<p><60 894 (Obiettivo 2025) <42 712 (Obiettivo 2030)</p>
		<p>Intensità carbonio in teqCO₂/M€ CA</p>	185	≤167	167	<p><148 (Obiettivo 2025) <91 (Obiettivo 2030)</p>
	<p>Tutelare e restaurare la biodiversità nelle nostre attività, lungo tutta la catena di valore.</p>	<p>Impronta biodiversità</p>	Impronta biodiversità realizzata	NA	NA	<p>Obiettivi 2030 di riduzione dell'impatto sulla biodiversità</p>
		<p>% delle filiere di principi attivi cosmetici valutate secondo standard riconosciuti che promuovono pratiche rispettose e/o rigeneranti dell'ambiente (tramite UEFT, Bio, ACS, FairWild, Fair For Life, ROC, ecc.) ⁽²⁰⁾</p>	29%	36%	44%	<p><u>Obiettivo 2025 rivalutato</u> ≥ 45%</p>

⁽¹⁹⁾ Obiettivo 2024 ricalcolato sulla base del fatturato 2024 realizzato

⁽²⁰⁾ Risultato 2024 e obiettivo 2025 rivisti tenendo conto degli adeguamenti delle definizioni implementati nel 2024, a seguito di uno studio di valutazione delle certificazioni disponibili sul mercato



IMPEGNO 3

Aiutare le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori ad essere protagoniste e protagonisti del loro sviluppo e costruire insieme a loro un'azienda più inclusiva e solidale

Essere una entreprise à mission certificata B Corp ci impegna innanzitutto nei confronti delle nostre collaboratrici e dei nostri collaboratori.

Darci come missione di aiutare le persone a plasmare il loro benessere, significa quindi anche agire nei confronti dei nostri team, creando un ambiente di lavoro che contribuisca al loro benessere, costruendo con loro un'azienda più inclusiva e solidale e coinvolgendoli ancora di più nei progetti implementati dai Laboratoires Expanscience.

Incarnare la simmetria delle attenzioni con la nostra missione nelle nostre politiche sociali

La nostra missione in materia di benessere deve tradursi in primo luogo nelle nostre politiche sociali. Pertanto, **nel 2024 abbiamo intrapreso una care policy** che propone una base di protezione sociale per le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori in tutto il mondo, con una soglia minima di garanzie sociali indispensabili (mutua, assicurazione sulla vita e previdenza) e l'ambizione di diventare uno dei leader su tematiche che rispecchiano la nostra missione come la genitorialità, la salute sul posto di lavoro, l'invecchiare bene e l'assistenza alle situazioni di vulnerabilità.



Infatti, **crediamo che salute e benessere siano indissociabili**. Il nostro obiettivo è di prevenire tanto i rischi fisici che quelli psicosociali (RPS) che i nostri team potrebbero dover affrontare:

→ una **cellula salute e prevenzione dei RPS** è stata lanciata nel 2024, in Francia, per trattare congiuntamente, tra i rappresentanti eletti e le Risorse Umane, le situazioni di sofferenza intorno a un processo di allerta costruito insieme;

→ una **linea di ascolto** per tutto il gruppo sarà istituita nel 2025;

→ Il 100% dei manager in tutto il mondo sarà **formato sui rischi psicosociali** entro il 2026;

→ da molti anni, un **evento importante annuale è dedicato alla salute fisica e/o mentale** con un dispositivo di sensibilizzazione per le collaboratrici e i collaboratori.

Tematica cara a Expanscience, le azioni a favore della genitorialità per i nostri team in Francia sono state rafforzate. Il **100%** dei padri e delle madri ha diritto a un rientro al lavoro graduale, nei primi due mesi dopo il congedo di maternità o di paternità, mantenendo una

retribuzione del 100%. Il **100%** delle madri ha diritto a un coaching prima, durante e dopo il congedo di maternità.

In un contesto in cui il rapporto con l'azienda sta cambiando, in particolare con lo sviluppo del telelavoro, vogliamo preservare l'efficienza collettiva offrendo al contempo un migliore equilibrio tra vita privata e maggiore flessibilità del lavoro. Ad esempio, in Francia, il nuovo accordo sul telelavoro prevede una base comune di quattro giorni di presenza minimi ogni mese, fissati intorno ai momenti chiave dell'azienda, e dei giorni di presenza definiti di concerto all'interno di ogni team in base alle sue esigenze specifiche. Questo approccio mira a favorire un migliore equilibrio nella vita privata preservando al contempo il collettivo di lavoro e il legame sociale.

Per misurare nel tempo l'impatto di queste misure sul benessere delle nostre collaboratrici e dei nostri collaboratori, ci basiamo sulla certificazione *Great Place To Work*⁽²¹⁾. Nel 2024, tutte le nostre filiali in Francia e a livello internazionale hanno ottenuto di nuovo la certificazione. La nostra ambizione è di mantenere questa dinamica in un approccio di miglioramento continuo e sostenuto da piani d'azione dedicati a livello locale.

⁽²¹⁾ <https://www.greatplacetowork.fr>

I nostri progressi in materia di parità professionale, diversità e inclusione

Sul fronte della parità professionale, Expanscience ha ottenuto nel 2024 un punteggio di **93/100** per l'indice di parità retributiva donne-uomini e un punteggio massimo su tre dei cinque criteri (perimetro Francia). Mentre Expanscience aveva mantenuto questo punteggio superiore o uguale a 98/100 per molti anni, quest'anno sono stati persi 5 punti a causa dello squilibrio sul criterio delle retribuzioni più elevate: il 70% delle dieci retribuzioni più alte sono donne. Questo rating continua a riflettere l'importanza che da anni Expanscience attribuisce alla promozione della parità professionale.

Inoltre, la differenza tra il 10% dei compensi più bassi e il 10% dei compensi più alti è inferiore a 5.

Recentemente abbiamo **rafforzato i nostri dispositivi a favore dell'inclusione dei più fragili e dell'accompagnamento delle vulnerabilità**. Nel 2024,

il 5,78% delle collaboratrici e dei collaboratori di Expanscience ha dichiarato un RQTH⁽²²⁾ in Francia (ossia + 25% rispetto al 2023), al di sopra della media delle aziende farmaceutiche ma al di sotto della soglia normativa del 6% in Francia. Questi risultati in crescita sono dovuti a un aumento delle dichiarazioni RQTH, grazie a una maggiore comunicazione (conferenza di sensibilizzazione, formazione dei manager, identificazione dei referenti e referenti disabilità

rafforzata, pubblicazione di una guida disabilità con tutti i diritti e i vantaggi offerti alle collaboratrici e ai collaboratori che beneficiano di una RQTH...). Proseguiamo questa dinamica nel 2025 con l'ambizione di superare questa barra simbolica entro l'anno.

L'inclusione implica anche la nostra capacità di modificare le opinioni sull'argomento e di mettere in discussione i pregiudizi. Nel 2024, abbiamo sensibilizzato e formato i nostri team attraverso un modulo sui pregiudizi cognitivi, accessibile a tutte e a tutti in tutto il mondo.

Il prossimo progetto in materia di diversità e di inclusione si concentrerà sulla formalizzazione della nostra visione su questi argomenti e su quelli legati alla giustizia e all'equità. Questo guiderà la nostra roadmap e orienterà le nostre azioni.

Con i nostri prodotti e servizi accompagniamo le persone nel loro benessere con l'età e desideriamo fare lo stesso per le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori, con misure sulla pensione progressiva in Francia e per i senior. Expanscience si fa carico dei contributi sulla base della retribuzione ricostituita a tempo pieno. Concretamente, si tratta di una pensione di un importo identico a quello che si sarebbe percepito lavorando a tempo pieno.

Per i dipendenti senior:

→ a partire dai 57 anni, hanno diritto a tre giorni di ferie aggiuntive;

→ a partire dai 58 anni, di quattro giorni di ferie aggiuntive;

→ a partire dai 59 anni, di cinque giorni di ferie aggiuntive.

Infine, all'inizio del 2025 abbiamo adottato diverse misure a favore dei caregiver:

→ due giorni di ferie per risolvere questioni amministrative o accompagnare la persona assistita agli appuntamenti (misura pilota in Francia);

→ contributo integrativo dell'azienda a partire da 20 giorni (un mese) di ferie concesse dai colleghi nell'ambito di una campagna di donazione di giorni (perimetro Francia).



⁽²²⁾ Riconoscimento della qualità di lavoratore disabile.

Rendere le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori protagonisti e protagoniste di un'azienda più inclusiva e solidale



Abbiamo bisogno di tutte le energie per contribuire a far evolvere la società. Ecco perché, dal 2022, offriamo alle nostre collaboratrici e ai nostri collaboratori la possibilità di dedicare una giornata di lavoro all'anno a progetti di impatto durante un *impACT'Days*.

Nel 2024, il dispositivo, che interessava già i nostri team in sei paesi (Francia, Spagna, Portogallo, Messico, Stati Uniti e Australia) è stato esteso a due nuovi Paesi (Italia e Belgio). Oggi, più dell'**80%** dei membri dei nostri team in tutto il mondo ha l'opportunità di partecipare a questa iniziativa, e **l'11%** ne ha usufruito nel 2024. Puntiamo al 100% per il 2025.



“ *In qualità di collaboratrice, è un'opportunità per poter contribuire alla trasformazione sociale dell'azienda. L'evoluzione si realizza collettivamente, attraverso campagne di sensibilizzazione, programmi di formazione o l'opportunità di contribuire a progetti ad impatto positivo. Fare di Expanscience un modello di solidarietà e inclusività è una sfida ambiziosa, ma è anche un'esperienza gratificante e significativa.* **”**



Angéline ROCHERIEUX

3 Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo

OBIETTIVO STATUTARIO	OBIETTIVO OPERATIVO	INDICATORE DI PERFORMANCE	RISULTATO 2023	OBIETTIVO 2024	RISULTATO 2024	OBIETTIVO 2025
<p>☑ Aiutare le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori ad essere protagonisti e protagoniste del loro sviluppo e costruire insieme a loro un'azienda più inclusiva e solidale</p>	Adottare una strategia globale di benessere e essere esemplare nelle questioni relative a genitorialità, salute sul posto di lavoro e senior	% di filiali certificate GPTW	100%	100%	100%	100%
	Definire le politiche e le norme, per garantire la diversità e l'inclusione	Indice di parità di genere (Francia)	99	≥98	93	Indice di parità D/U (Francia) ≥98 ≥ 70% sull'indice Equità (diritto, imparzialità, giustizia) nel GPTW 2025
	Permettere ai nostri collaboratori e alle nostre collaboratrici di dedicare parte del loro tempo di lavoro a progetti ambientali o a attività non a scopo di lucro	Numero di paesi nei quali i team di Expanscience hanno la possibilità di partecipare (copertura in % dei collaboratori Expanscience nel mondo)	6 paesi ossia il 76% dei collaboratori	8 paesi 8 paesi	ovvero >80% delle collaboratrici e dei collaboratori	Tutti i paesi nei quali Expanscience è presente (100% delle collaboratrici e dei collaboratori nel mondo)

IMPEGNO 4

Mobilitare le nostre comunità e il nostro ecosistema per costruire insieme modelli di business che abbiano un impatto positivo sulla società, gli individui e il loro ambiente

Poiché il benessere delle persone e la salute del pianeta sono questioni collettive e interdipendenti, perché siamo tutte e tutti un anello della catena, crediamo nella forza del collettivo per trasformare i nostri modelli, rafforzare il nostro impatto positivo e accelerare la transizione ecologica. Tra le nostre azioni principali: il supporto ai nostri fornitori, la cooperazione e la coesistenza all'interno di iniziative collettive e consorzi, il sostegno a cause sociali in linea con la nostra missione.

Rafforzare il supporto ai nostri fornitori

I nostri fornitori svolgono un ruolo fondamentale nella trasformazione delle nostre catene di approvvigionamento eda diversi anni li mobilitiamo verso un miglioramento del loro impatto ambientale e sociale. Oggi, il **100%** dei nostri fornitori strategici è valutato su **EcoVadis**⁽²³⁾ con un punteggio medio di **67,78** (perimetro acquisti Francia e corporate). Nel 2025, l'obiettivo è continuare la valutazione regolare dei fornitori strategici sul perimetro Francia e corporate, e valutare i due terzi dei fornitori strategici delle nostre filiali prioritarie, con l'obiettivo di gestire piani d'azione di miglioramento.

Parallelamente alle valutazioni dei fornitori, conduciamo una **politica mirata di riduzione dell'impronta delle cinque materie prime vegetali più importanti** nella composizione dei prodotti del marchio Mustela. Nel 2024 abbiamo effettuato delle diagnosi con i principali fornitori di queste materie prime. Anche in questo caso, dopo la fase dell'impronta di carbonio e della diagnosi condivisa, implementeremo piani d'azione che saranno monitorati regolarmente e integrati nelle *business review*.

E per andare oltre, facciamo appello ancora una volta

alla forza del collettivo. Nel giugno 2024, abbiamo aderito al consorzio **TRASCE**⁽²⁴⁾. Questa alleanza settoriale sostenuta dalla FEBEA, lanciata nel febbraio 2023 da 15 leader dell'industria cosmetica, mira ad accelerare la trasformazione sostenibile delle filiere e la tracciabilità delle catene di approvvigionamento.

Per sostenere questo impegno, dialoghiamo con i nostri fornitori per rafforzare la collaborazione. Invitati alla seconda edizione del nostro *Suppliers' Day*, 65 di loro sono venuti a riflettere insieme a noi su un obiettivo comune: cambiare insieme i nostri modelli di business per renderli compatibili con i limiti planetari.

“ *Noi di Expanscience crediamo davvero che l'unione fa la forza: con i nostri fornitori cerchiamo di trasformarci, insieme. Da qui l'importanza di avere un approccio cooperativo e pragmatico agli Acquisti: incontrarsi, valutare, identificare gli impatti e collaborare nell'implementazione dell'azione.*



Sébastien DEBROCK



⁽²³⁾ <https://ecovadis.com/fr/>

⁽²⁴⁾ TRaceability Alliance for Sustainable CosmEtics.

Sperimentare per inventare insieme nuovi modelli di business e soluzioni comuni

Tra le nostre principali azioni di cooperazione, continuiamo a partecipare ai lavori della **Convenzione delle imprese per il clima (CEC)**⁽²⁵⁾. Proprio perché crediamo nella sinergia delle azioni e degli obiettivi comuni, abbiamo partecipato alla sua prima edizione nel 2021, insieme ad altre 149 aziende. Nel 2024, la CEC ha lanciato la CEC Agri-Agro, un nuovo percorso a cui partecipiamo. Riunisce i decisori del mondo agroalimentare e agricolo, ma anche di altri settori legati all'agricoltura come la cosmetica, il tessile o la chimica per creare opportunità di cambiamento dei modelli di business. L'obiettivo di Expanscience, in quanto utilizzatore di materie prime vegetali, è avvicinarsi maggiormente al mondo agricolo in un approccio di cooperazione e di miglioramento continuo delle sue filiere e della sua impronta.



anche a diversi consorzi per ideare soluzioni che rispondano a sfide comuni. Nell'ambito del progetto **Pulp in Action**, in collaborazione con FEBEA, ci stiamo impegnando per trovare un'alternativa all'uso della plastica negli imballaggi, grazie all'utilizzo di fibre di cellulosa vegetale, in collaborazione con altri 12 attori dell'industria cosmetica.

Nel 2022 abbiamo lanciato **Pharma-Recharge** insieme ad altri quattro laboratori concorrenti. Questo consorzio inedito mira a sviluppare collettivamente l'offerta di prodotti per l'igiene e di trattamento in formato ricarica in farmacia. I punti di ricarica ideati sono stati implementati nel 2023 in sei farmacie in Francia. Nel 2024, il nostro consorzio, che ha ospitato quattro nuovi laboratori⁽²⁶⁾, si è concentrato sul bilancio di quanto abbiamo appreso al termine di questa sperimentazione, al fine di migliorare e continuare l'implementazione di questo dispositivo. Internamente, il nostro **Lab impact**, un collettivo di collaboratrici e collaboratori che accompagna la nostra transizione verso un'azienda rigeneratrice, ha avviato

diversi esperimenti per esplorare nuove offerte e modelli di business. Tra questi, la partecipazione al **programma EFC** (economia della funzionalità e della

cooperazione) dell'ADEME⁽²⁷⁾ con altre sei aziende francesi, il cui obiettivo è creare un modello di business che coniughi obiettivi di business e rispetto dei limiti planetari.

“ In periodo di abbondanza, la competizione può andare avanti, sottolinea il biologo Olivier Hamant, invitando le aziende a trarre ispirazione dall'essere vivente per il loro funzionamento. Ma in tempi di crisi o di scarsità, la collaborazione è ciò che funziona meglio. Expanscience illustra questo punto in modo molto convincente, attraverso iniziative di cooperazione varie e di successo, anche con i suoi collaboratori. ”



Elisabeth LAVILLE

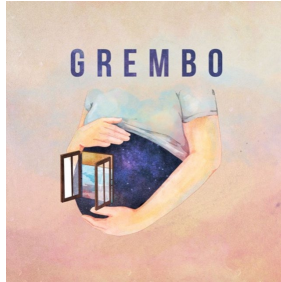
⁽²⁵⁾ <https://cec-impact.org/>

⁽²⁶⁾ Il progetto Pharma-Recharge riunisce ora Garancia, La Rosée Cosmétiques, Bioderma (NAOS), A-Derma, Ducray, Eluday, Klorane (entrambi dei Laboratoires Pierre Fabre), Biocodex, Léa Nature, SVR e Uriage.

⁽²⁷⁾ <https://www.ademe.fr/>

Mobilizzare le nostre filiali per supportare la genitorialità

Al centro della missione del nostro marchio Mustela e degli impegni assunti internamente per le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori, il **sostegno alla genitorialità** interessa anche tutte le nostre 13 filiali, che si mobilitano tutte a favore di una grande causa nel paese dove operano.



Ad esempio, la nostra filiale in Portogallo sensibilizza alla salute mentale dei bambini, in collaborazione con organizzazioni locali *Ser Bebé* e la *Fundação do Gil*. Attraverso workshop in presenza organizzati in occasione di eventi, mette a disposizione dei genitori le conoscenze e le risorse necessarie per sostenere il benessere emotivo dei loro figli e della loro famiglia, grazie al sostegno di psicologi e di psichiatri pediatrici esperti. Ha sviluppato il podcast *Pequenos Grandes Conselhos*, che affronta con esperti, tra gli altri argomenti essenziali, il benessere mentale dei bambini. Oltre alla sensibilizzazione, agisce anche sostenendo le iniziative sviluppate dalla *Clínica do Gil*, la prima clinica per la salute mentale infantile creata dalla *Fundação do Gil*, come la musicoterapia, che offre ai bambini un modo creativo e terapeutico per esprimere le loro emozioni.

La nostra filiale italiana, invece, si mobilita per la parità genitoriale. Tra le altre iniziative, ha sostenuto la serie di podcast *GREMBO*, che affronta argomenti a 360° per cambiare il punto di vista sulla maternità e sulla genitorialità, senza pregiudizi o tabù. Ha anche organizzato "Insieme" a maggio 2024 a Milano, due giorni in un luogo in cui genitori ed esperti locali di genitorialità si sono confrontati in sette conferenze e nove workshop, e che ha visto la partecipazione di 1.200 persone. Infine, estende il congedo di paternità a un mese per i suoi collaboratori.



4 Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo

OBIETTIVO STATUTARIO	OBIETTIVO OPERATIVO	INDICATORE DI PERFORMANCE	RISULTATO 2023	OBIETTIVO 2024	RISULTATO 2024	OBIETTIVO 2025
<p>☑ Mobilitare le nostre comunità e il nostro ecosistema per costruire insieme modelli di business che abbiano un impatto positivo sulla società, gli individui e il loro ambiente</p>	Incornare un nuovo modello aziendale	Punteggio B Corp	NA	NA	NA	≥ 108,5 Ottenerne di nuovo la certificazione B Corp
	Accompagnare e mobilitare i fornitori a favore di un impatto sociale e ambientale positivo	% di fornitori strategici nel mondo valutati su EcoVadis (acquisti Francia e Corporate)	100%	≥ 90%	100%	100%
		Punteggio medio di questi fornitori su EcoVadis	66,85	≥ 55	67,78	100% dei fornitori strategici perimetro Francia e Corporate e 2/3 dei fornitori strategici delle filiali prioritarie
	Sostenere una grande causa collegata alla genitorialità	% delle filiali che hanno avviato un'azione esterna nell'ambito della causa scelta	92%	≥ 92%	100%	100%
	Mobilitare al centro delle nostre comunità e ecosistemi	% delle nostre entità corporate e delle filiali coinvolte in comunità a impatto positivo	72%	68%	77%	≥ 70%

Conclusioni del Comitato di missione

È con rinnovato piacere che il Comitato di missione ha accompagnato, durante tutto l'anno, i team dei Laboratoires Expanscience nell'attuazione della missione. **Desidera congratularsi con loro per la qualità del lavoro svolto: un lavoro impegnativo, realizzato con rigore, passione, attenzione ai dettagli e impegno sincero.** La professionalità e la costanza degli sforzi compiuti illustrano la profonda appropriazione della missione e la sua traduzione concreta in azioni ambiziose e allineate.

Il Comitato apprezza anche la qualità redazionale di questa relazione, la cui forma più sintetica facilita la lettura senza impoverirne il contenuto. L'accento posto su azioni concrete, realizzate o in corso, rafforza la dimensione operativa. Il fatto di presentare i risultati, raggiunti o meno, testimonia una postura sincera: Expanscience non cerca di nascondere i gap, ma di comprenderli e superarli. **Questa trasparenza riflette un'azienda impegnata in un vero e proprio approccio al progresso, lontano da una logica di conformità o di caselle da spuntare.**

Durante le riunioni del Comitato, gli scambi si sono svolti in un clima di fiducia e di ascolto. Le informazioni condivise sono state convalidate al termine di discussioni aperte e costruttive. I team si sono dimostrati disponibili, reattivi e attenti alle osservazioni, accogliendo seriamente le richieste di chiarimento. Questo dialogo impegnativo dimostra la **volontà condivisa di progredire insieme in uno spirito di sostegno.**

Expanscience sostiene una visione globale della salute e del benessere, che tiene conto di tutte le sue dimensioni - compresa l'alimentazione, l'attività fisica, la cura di sé, nonché la dimensione sociale e nella quale l'ambiente è pienamente integrato come componente della salute. Pertanto, non si tratta di giustapporre una strategia RSI a una strategia economica, ma di considerare l'impatto ambientale come una condizione per il raggiungimento (e non solo il mantenimento) della salute umana. È quindi parte integrante della strategia aziendale. Expanscience adotta così un approccio unico al prodotto sanitario. Questa visione, particolarmente chiara nell'impegno 1, viene implementata con perseveranza e si incarna nelle scelte di evoluzione dell'offerta, con la volontà che ognuno diventi protagonista della propria salute. Esprimendosi anche in decisioni difficili come la rinuncia alle salviette o lo sviluppo di prodotti multiuso che incoraggiano un consumo più parsimonioso, tale determinazione suscita ammirazione.

Il 2024 ha visto un approfondimento delle dimensioni sociali della missione, in particolare attraverso l'impegno 3. Le azioni intraprese hanno guadagnato in profondità e sono state sottolineate dai rappresentanti delle collaboratrici e dei collaboratori all'interno del Comitato. **Esse traducono un'appropriazione più ampia della missione, che diventa una leva di impegno e di creatività per i team.** Questa dinamica si è manifestata anche a livello internazionale: le filiali, che rappresentano il 78% del fatturato, sono state più coinvolte, come dimostra la diversità e la ricchezza

delle azioni presentate in questa relazione.

Il Comitato sottolinea anche il ruolo crescente accordato alla cooperazione, al centro dell'implementazione della missione e, più in generale, delle pratiche di Expanscience. Questa dinamica interessa l'insieme degli impegni, anche se è radicata più specificamente nell'impegno 4. Si manifesta internamente (Lab impACT), nei rapporti con i fornitori (Suppliers' Day) e persino con i concorrenti (progetto Pharma-Recharge). Attraverso questi esempi, la cooperazione appare come una leva trasversale e potente di trasformazione.

In conclusione, il Comitato elogia l'intensità e la solidità del lavoro svolto. Tuttavia, richiama l'attenzione sulla necessità di una maggiore coerenza e articolazione tra la strategia globale e i diversi approcci ad impatto - roadmap CEC, certificazione B Corp, impegni sociali e ambientali. Questa convergenza migliorerà l'efficienza collettiva, manterrà i team più mobilitati e farà emergere una narrazione comune, leggibile e unificante, all'altezza della trasformazione intrapresa e del ruolo esemplare che Expanscience svolge nel suo ecosistema.

*Il benessere
è nelle
nostre mani*

LABORATOIRES EXPANSCIENCE

1 place des Saisons - 92048 Paris La Défense Cedex - FRANCIA

Tel. : + 33 (0)1 43 34 60 00 - Fax: + 33 (0)1 43 34 61 00

www.expanscience.com