



Relazione di missione 2025

Aiutare gli individui a plasmare il loro benessere

Introduzione

Il 2025 segna il completamento di un primo ciclo di obiettivi dall'adozione del nostro statuto di società à mission nel 2021. Allora avevamo definito una traiettoria per il 2025 e dichiarato la nostra ambizione di diventare, entro il 2030-2040, un'azienda a impatto positivo e rigeneratrice.

Grazie all'impegno dei nostri team, al supporto informato del nostro Comitato di missione e alle partnership instaurate con il nostro ecosistema, siamo al centro di una profonda trasformazione. Che si tratti del nostro modello di business, della nostra catena di valore o delle nostre offerte, ci mobilitiamo per realizzare sempre meglio la nostra missione di "aiutare gli individui a plasmare il loro benessere" e per far progredire le nostre pratiche in modo sostenibile a medio e lungo termine.

Questa relazione 2025 ripercorre i progressi compiuti e le difficoltà incontrate rispetto ai nostri quattro obiettivi statutari (elencati a pagina 6).



Per quanto riguarda i nostri prodotti, agiamo per rafforzare il contributo di tutte le nostre attività al benessere (vedere pagina 9) e abbiamo fatto scelte forti negli ultimi anni. Abbandoneremo la produzione di salviette monouso a partire dal 2027 e abbiamo avviato un importante progetto di evoluzione dell'intera offerta Mustela, che sarà lanciato anch'esso nel 2027. Stiamo sviluppando uno strumento per guidare la trasformazione della nostra offerta che consentirà di conciliare sistematicamente redditività, utilità per i nostri utenti e impatto ambientale ridotto grazie all'implementazione di Analisi del ciclo di vita. Ci servirà come bussola per far evolvere il nostro portafoglio prodotti nei prossimi anni. Inoltre, il percorso di concezione eco-sociale intrapreso dal 2010 è proseguito e di recente abbiamo compiuto un passo avanti con l'internalizzazione della competenza LCA all'interno dell'azienda. Questa misurazione sistematica dell'impatto guida ancora meglio le nostre scelte di concezione eco-sociale e in questa relazione (e in quelle degli anni precedenti) troverete gli ultimi sviluppi delle nostre offerte di prodotti e servizi.

Per quanto riguarda il nostro contributo al raggiungimento degli obiettivi climatici planetari (pagina 11), siamo riusciti a ridurre l'intensità delle emissioni di carbonio del 31% dal 2019 e quindi abbiamo iniziato a separare la crescita dei ricavi da quella delle emissioni di GES (gas serra). Tuttavia, il percorso di riduzione del carbonio comporta delle tappe e delle difficoltà, e altrettante opportunità di apprendimento: la nostra impronta di carbonio è in aumento nel 2025 rispetto al 2024, in particolare considerando l'aumento dei nostri acquisti e dei volumi di prodotti trasportati. Lo sarà anche nel 2026 a causa dei massicci investimenti di decarbonizzazione previsti nel sito industriale di Epernon, i cui risultati saranno tangibili solo a partire dal 2027.

Per quanto riguarda la protezione della biodiversità (pagina 12), siamo orgogliosi di aver compiuto progressi significativi: abbiamo definito obiettivi numerici per il 2030 ispirandoci al quadro Science-Based Target for Nature (SBTn) e abbiamo definito la nostra politica di transizione per le materie prime vegetali.

Naturalmente, il nostro impegno per il benessere vale, in primo luogo, per i team Expanscience. Questa parità di attenzioni ci ha permesso di compiere grandi progressi nell'aiutare le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori ad essere attori della loro crescita e a costruire un'azienda più inclusiva e solidale (pagina 13). L'azienda implementa numerose misure volte a favorire il benessere e la capacità di lavorare bene insieme. Questi aspetti comprendono in particolare l'equilibrio tra vita professionale e privata, la salute fisica e mentale, la parità professionale e il sostegno alle diverse situazioni di vita delle collaboratrici e dei collaboratori (genitorialità, caregiving, disabilità, percorsi senior, ecc.). Dal 2022, il sondaggio Great Place To Work ci aiuta a misurare la soddisfazione e l'impegno dei team (+10 punti in 3 anni sul Trust Index, ad esempio).

Infine, la nostra convinzione che il collettivo sia al centro di qualsiasi cambiamento profondo non ha fatto che rafforzarsi negli ultimi 5 anni. Per avere un impatto più sistematico sulla trasformazione dell'intera catena di valore, ci mobilitiamo e avanziamo con il nostro ecosistema per costruire insieme modelli di business a impatto più positivo. Attraverso i consorzi (pagina 14) agiamo a partire dagli ingredienti e dagli imballaggi, con "TRASCE" per la transizione delle materie prime vegetali e "Pulp In Action" per gli imballaggi cosmetici che riducono la plastica, fino all'uso dei nostri prodotti con la sperimentazione in cooperazione dell'offerta di ricarica con "Pharma-Recharge". Più di recente, abbiamo anche avviato una riflessione sull'officina del futuro condotta in particolare con i clienti all'interno di un collettivo di attori chiave dell'ecosistema delle farmacie in Francia.



E in futuro?

Nel 2025, abbiamo rivisto le nostre sfide attraverso un'analisi di doppia materialità e abbiamo portato avanti un approccio prospettico rispetto alle forze di cambiamento future. Questo lavoro, insieme a un'analisi del nostro primo ciclo di obiettivi, alimentano la nostra riflessione attuale per definire le grandi linee della nostra visione 2040 e costruire la nostra roadmap per il 2030. Costruita insieme alle collaboratrici e ai collaboratori e ai nostri stakeholder esterni, questa roadmap sarà finalizzata nel 2027 e presentata nella prossima relazione di société à mission.

"Questi progressi consolidano l'applicazione concreta della nostra missione. Siamo consapevoli che la trasformazione per diventare un'azienda a impatto positivo e rigeneratrice è un processo impegnativo e a lungo termine. Ci resta ancora molto da fare e continueremo a fare affidamento sulla ricchezza del collettivo e sulla cooperazione per far evolvere in modo sostenibile il nostro settore. "

Jean-Paul Berthomé



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 gli individui 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 personale) 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, i nostri farmaci e dispositivi medici e il nostro osservatorio Età e società;

> Per il benessere del corpo e della mente, offrendo il meglio della natura con i nostri principi attivi naturali.

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. Facciamo nostra la citazione di Eraclito *"La salute dell'uomo è il riflesso della salute della terra"*.

Gli obiettivi sociali e ambientali associati alla nostra missione

1 **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.).

2 **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.

3 **IMPEGNO 3**
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.

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) offrendo loro l'opportunità di impegnarsi nei progetti aziendali, in collegamento con le comunità locali nei paesi nei quali siamo presenti.

4 **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 sono 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• Applicare un approccio di concezione eco-sociale a tutte le nostre attività
-  2• Ampliare la naturalità delle 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




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

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 tutti e tutte

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

La governance della nostra missione

Qualsiasi “entreprise à mission” deve costituire un Comitato di missione, distinto dagli organismi esistenti. Garante dell’esecuzione della missione, è anche un Comitato consultivo che ci stimola per far progredire le nostre pratiche e ci guida nella trasformazione delle nostre attività.

Qual è il ruolo del Comitato di missione?

- Monitorare l’esecuzione della missione.
 - Accertarsi che l’azienda si doti dei mezzi e delle risorse per portare avanti la sua missione.
 - Valutare l’efficacia delle azioni intraprese e la pertinenza degli indicatori di performance e di impatto.
 - Presentare annualmente una relazione, unitamente alla relazione di gestione, all’assemblea incaricata dell’approvazione dei conti della società.
- Procedere a qualsiasi verifica reputi necessaria e farsi trasmettere i documenti necessari a monitorare l’esecuzione della missione.
 - Il Presidente del Comitato agevola la costituzione del collettivo, si assicura dell’indipendenza degli scambi all’interno del Comitato di missione, vigila sulla qualità degli scambi e sulla collegialità delle decisioni del Comitato di missione.

FONTE: COMUNITÀ DELLE ENTREPRISES À MISSION.



I membri del nostro Comitato di missione

Fabienne Cournaire

Direttrice Prevenzione
Sanitaria, Prevenzione
pluralista,
Gruppo INTERIALE

Hélène Leriche

Dottoressa veterinaria e
dottoressa in ecologia,
professoressa consulente
presso AgroParisTech

Sébastien Debrock

Direttore Generale
Deshidratados Tropicales



Élisabeth Laville

Fondatrice dell'agenzia di
consulenza in strategia RSI
Utopies (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'Università di Liegi (Belgio)
e direttore dell'Osservatorio Hugo



Angéline Rocherieux

Responsabile Marketing e
Grandi clienti Francia di
Expanscience

Pierre-Yves Gomez

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

Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo (1/4)

1

OBIETTIVO STATUTARIO	OBIETTIVO OPERATIVO	INDICATORE DI PERFORMANCE	RISULTATO 2024	OBIETTIVO 2025	RISULTATO 2025	COMMENTI
Ideare prodotti e servizi utili per il benessere, di concezione eco-sociale e sempre più ispirati alla natura e all'essere vivente	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%	Abbiamo rafforzato il nostro approccio di concezione eco-sociale nel 2024 con l'internalizzazione della competenza Analisi del ciclo di vita (ACV). Nel 2025 sono state realizzate, oltre 130 ACV semplificate dei nostri prodotti tramite lo strumento ASKOR ⁽⁰⁾ . Abbiamo anche sperimentato l'approccio biomimetico grazie a un progetto pilota.
	Sviluppare la naturalità nelle nostre offerte	% di principi attivi cosmetici di origine naturale	100%	100%	100%	
		% di ingredienti di origine naturale in tutte le gamme Mustela	96%	≥ 95%	96%	La nostra missione al servizio del benessere continua a guidare lo sviluppo della nostra offerta: - sempre più utile e al servizio della famiglia con il lancio in Francia dello shampoo-crema per capelli ricci Mustela, che facilita la vita quotidiana dei genitori di bambini con capelli texturizzati; - al servizio del benessere con l'età con il lancio internazionale della nostra gamma lana composta da prodotti topici e integratori alimentari formulati a base di principi attivi di origine vegetale per il comfort delle zone articolari; - sempre di origine naturale, con il lancio del nostro primo principio attivo nutraceutico Tulsinity, certificato bio e coltivato secondo elevati standard di agricoltura rigenerativa e commercio equo (AB ⁽¹⁾ , ROC ⁽²⁾ , Fair for Life ⁽³⁾) e che contribuisce ad alleviare un'ampia gamma di sintomi, compreso lo stress quotidiano.
		% di ingredienti di origine naturale nelle gamme per uso topico lana	99%	NA	99%	
	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	42%	≥ 42%	43%	
		% di formule Mustela prodotte nell'anno certificate Cosmos Organic	15%	≥ 15%	17%	
		% di formule per uso topico lana prodotte nel corso dell'anno certificate Cosmos Organic	66%	NA	66%	
	Sviluppare l'ispirazione del vivente nelle nostre innovazioni	Progetto pilota con Ceebios	NA	Progetto pilota	Progetto pilota realizzato	

(0) [https://askor.eco/in_conformità_alle_norme_ISO_14040_e_ISO_14044_secondo_la_metodologia_PEF_\(Product_Environmental_Footprint\)](https://askor.eco/in_conformità_alle_norme_ISO_14040_e_ISO_14044_secondo_la_metodologia_PEF_(Product_Environmental_Footprint))

(1) AB: Agricoltura biologica / (2) ROC: Regenerative Organic Certified@ <https://regenorganic.org/> / (3) www.fairforlife.org

Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo (1/4)

1

OBIETTIVO STATUTARIO	OBIETTIVO OPERATIVO	INDICATORE DI PERFORMANCE	RISULTATO 2024	TARGET 2025	RISULTATO 2025	COMMENTI
Ideare prodotti e servizi utili per il benessere, di concezione eco-sociale e sempre più ispirati alla natura e all'essere vivente	Proporre prodotti e servizi utili che contribuiscono al benessere	% di contenuti di empowerment dei genitori messi in evidenza sui social network Mustela	39%	≥ 51%	51%	Per Mustela, essere al fianco dei genitori significa anche riflettere le loro realtà , dare loro accesso a informazioni che li aiutino nel loro ruolo , ma anche accompagnarli verso cambiamenti di modi di fare . Per rispondere a questo obiettivo, le nostre diverse filiali in tutto il mondo hanno continuato a diffondere nel 2025 contenuti di empowerment ⁽⁴⁾ destinati ai genitori sui social media. Il nostro target di menzioni positive in social listening è quasi raggiunto e stabile rispetto all'anno precedente.
		In aggiunta per Mustela: menzioni positive in social listening	63%	≥ 63%	62%	
		Griglia salute responsabile applicata agli sviluppi Reumatologia	Applicazione/sperimentazione della griglia di valutazione salute responsabile ai nuovi sviluppi Benessere con l'età nella fase di preconcezione	Applicazione/sperimentazione della griglia di valutazione salute responsabile ai nuovi sviluppi Benessere con l'età, nella fase di sviluppo	Proseguimento dell'applicazione /sperimentazione e della griglia	Nel 2024 abbiamo concretizzato il nostro approccio a una salute più responsabile definendo una "carta della salute responsabile" . Nel 2025, abbiamo continuato a esplorarla e a migliorarla in modo che, a lungo termine, possa fungere da bussola e guidare tutta la nostra offerta relativa al benessere delle donne e degli uomini, indissociabile dalla salute del pianeta e da quella delle comunità umane.

(4) 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, e anche informazioni sull'impatto ecologico della nostra offerta per accompagnare verso cambiamenti di utilizzo. Nel 2025, Mustela ha incoraggiato, tra le altre cose, azioni più ecologiche come l'uso di ricariche ecologiche, di prodotti solidi o di salviette riutilizzabili.

Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo (2/4)

2

OBIETTIVO STATUTARIO	OBIETTIVO OPERATIVO	INDICATORE DI PERFORMANCE	RISULTATO 2024	OBIETTIVI 2025	RISULTATO 2025	COMMENTI
Contribuire al raggiungimento degli obiettivi climatici planetari, alla protezione e alla rigenerazione della biodiversità	Ridurre l'impronta di carbonio secondo una traiettoria SBT negli ambiti 1, 2, 3	Emissioni totali in teq CO ₂	60 894	<60.894	64 610	<p>Il nostro percorso di riduzione delle emissioni di gas serra è convalidato dal 2023 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.</p> <p>Le nostre emissioni nel 2025 sono inferiori a quelle del nostro anno di riferimento 2019 (-920 t rispetto a 65.530 t) e l'intensità di carbonio è in calo del -31% (rispetto a 246 teqCO₂/M€ di fatturato nel 2019), prova di un inizio di decorrelazione del fatturato.</p> <p>Nel 2025, la nostra impronta di carbonio è superiore rispetto all'anno precedente per la 1a volta dal 2022 .Ciò è dovuto principalmente all'aumento dei volumi prodotti, venduti e consegnati, nonostante una maggiore gestione del nostro percorso grazie (tra l'altro) all'implementazione di budget carbonio e alla preparazione di azioni di riduzione a medio termine.</p> <p>Il 2026 sarà un anno di importanti investimenti per la decarbonizzazione, con in particolare:</p> <ul style="list-style-type: none"> - investimenti per la costruzione di una piattaforma di caldo/freddo volta a centralizzare la produzione di freddo, recuperare il calore fatale emesso e ridurre il fabbisogno di gas del 49% (rispetto al 2019); - investimenti in un "repack" di grandi dimensioni per i prodotti del marchio Mustela con: una riduzione del peso degli imballaggi, più formule in ricariche e un aumento significativo dell'utilizzo di plastica riciclata negli imballaggi. <p>Questi investimenti avranno un impatto al rialzo sulla nostra impronta nel 2026, per poi concretizzarsi in una riduzione a partire dal 2027/28.</p>
		Intensità di carbonio in teqCO ₂ /M€ fatturato	167	<148	170	

Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo (2/4)

2

OBIETTIVO STATUTARIO	OBIETTIVO OPERATIVO	INDICATORE DI PERFORMANCE	RISULTATO O 2024	OBIETTIVO 2025	RISULTATO O 2025	COMMENTI
Contribuire al raggiungimento degli obiettivi climatici planetari, alla protezione e alla rigenerazione della biodiversità	Tutelare e restaurare la biodiversità nelle nostre attività, lungo tutta la catena di valore	Impronta biodiversità	NA	Obiettivi 2030 di riduzione dell'impatto sulla biodiversità	Obiettivi fissati per il 2030	Parallelamente al proseguimento dei piani d'azione sulle nostre filiere vegetali per i nostri principi attivi naturali, abbiamo fissato degli obiettivi di biodiversità quantificati per le nostre principali filiere di approvvigionamento di materie prime vegetali, ispirandoci al quadro SBTn (Science Based Targets for nature). Questi obiettivi fondamentali riguardano sia il miglioramento delle pratiche agricole che il ripristino del funzionamento dei sistemi naturali, combattendo la deforestazione e la conversione del suolo .
		% delle filiere di principi attivi naturali valutate secondo standard riconosciuti che promuovono pratiche rispettose e/o rigeneranti dell'ambiente (tramite l'UEBT, Bio, ACS, FairWild, Fair For Life, ROC, ecc.)*	44%	≥ 45%	46%	Abbiamo così definito la nostra politica di transizione delle materie prime vegetali ⁽⁵⁾ , che si inserisce in un approccio avviato nel 2022, in cui abbiamo identificato le nostre dipendenze, i rischi e gli impatti sulla biodiversità, calcolato la nostra impronta ⁽⁶⁾ nel 2023 e poi confermato le nostre sfide chiave in un'analisi di doppia materialità nel 2025. Per accompagnare i nostri partner verso pratiche agricole più rispettose del funzionamento degli ecosistemi naturali, abbiamo sviluppato una griglia di valutazione delle pratiche agricole sul campo . Questa griglia, che integra criteri ambientali e sociali, si basa su dati scientifici e offre una visione completa. Comprende sia obiettivi di risultati che di risorse. È il risultato di un approccio di implementazione cooperativo e collaborativo. Nel 2025 abbiamo anche partecipato alla CEC (Convenzione delle imprese per il clima) Agri-Agro in Francia per ripensare la trasformazione necessaria in collettività.

(5) La nostra politica di transizione delle materie prime vegetali si basa su standard e iniziative di terze parti nei quali l'azienda si impegna, come l'UEBT, il Protocollo di Nagoya, SBTi, Fair For Life, Cosmos Organic, TRASCE

(6) Misurazione quantitativa dei 5 fattori di pressione identificati dall'IPBES (Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services) utilizzando lo strumento Global Biodiversity Score.

Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo (3/4)

3

OBIETTIVO STATUTARIO	OBIETTIVO OPERATIVO	INDICATORE DI PERFORMANCE	RISULTATO 2024	TARGET 2025	RISULTATO 2025	COMMENTI
<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>	<p>Adottare una strategia globale di benessere e essere esemplari nelle questioni relative a genitorialità, salute sul posto di lavoro e senior</p>	<p>% di filiali certificate GPTW</p>	<p>100%</p>	<p>100%</p>	<p>100%</p>	<p>Continuiamo a implementare la nostra "Care Policy", che propone una base di protezione sociale per i nostri collaboratori e le nostre collaboratrici in tutto il mondo, con misure esemplari sulla genitorialità, sul benessere con l'età e sull'assistenza in situazioni di vulnerabilità.</p>
	<p>Definire le politiche e le norme, per garantire la diversità e l'inclusione</p>	<p>Indice di parità di genere (Francia)</p>	<p>93</p>	<p>Indice di parità D/U (Francia) ≥98 ≥ 70% sull'indice Equità (diritto, imparzialità, giustizia) nel GPTW 2025</p>	<p>99 74%</p>	<p>Poiché la salute mentale sul lavoro è indispensabile per il benessere generale dei collaboratori, continuiamo anche il nostro approccio alla prevenzione dei rischi psicosociali (RPS). Abbiamo istituito una linea di ascolto (24/7) per tutto il gruppo nel 2025. Entro il 2027 il nostro obiettivo è che il 100% dei manager mondiali sia formato e che siano organizzate le prime sessioni per i collaboratori non manager.</p>
	<p>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</p>	<p>% dei collaboratori Expanscience nel mondo che hanno la possibilità di partecipare</p>	<p>>80%</p>	<p>100%</p>	<p>100%</p>	<p>Alla fine del 2025, abbiamo inoltre firmato la Carta di impegno per la salute mentale sul lavoro ⁽⁷⁾ e ottenuto la certificazione "Cap Handeo" ⁽⁸⁾ che premia le nostre azioni a favore dei caregiver.</p> <p>Per misurare l'impatto di questi dispositivi a lungo termine, ci affidiamo alla certificazione Great Place to Work ⁽⁹⁾. Nel 2025, il 100% delle nostre filiali in Francia e a livello internazionale è stato ricertificato per il 3° anno consecutivo, con risultati in costante aumento da 3 anni - in particolare un "Trust Index"⁽¹⁰⁾ al 77% (+10 punti), una "percezione globale" all'80% (+14 punti) e l'indice di " orgoglio" all'81% (+7 punti).</p>

(7) <https://travail-emploi.gouv.fr/sante-mentale-au-travail-une-charte-dengagement-portee-par-lalliance-pour-la-sante-mentale>

(8) <https://www.handeo.fr/nos-labels-et-certifications/label-entreprise-engagee-salaries-aidants/>

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

(10) Il Trust Index è un indice del sondaggio GPTW che valuta la percezione dei collaboratori e delle collaboratrici e determina in che misura un'azienda è considerata "Great Place to Work" (ovvero un'azienda nella quale si lavora con piacere)

Tabella riepilogativa degli indicatori per obiettivo (4/4)

4

OBIETTIVO STATUTARIO	OBIETTIVO OPERATIVO	INDICATORE DI PERFORMANCE	RISULTATO 2024	OBIETTIVO 2025	RISULTATO 2025	COMMENTI
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	Incaricare un nuovo modello aziendale	Punteggio B Corp	NA	Essere ricertificati B Corp, con punteggio \geq 108,5	121,7	Nel 2025 Expanscience è stata ricertificata B Corp per la 3a volta, con un incremento di +13,2 punti rispetto al 2022 e di +23 punti rispetto al 2018.
	Accompagnare e mobilitare i fornitori a favore di un impatto sociale e ambientale positivo	% di fornitori strategici in tutto il mondo valutati su EcoVadis	100%	100%	100%	Nel 2025 abbiamo organizzato la nostra 3a edizione del "Suppliers' Day", durante la quale abbiamo posto insieme le prime pietre miliari di un percorso di sviluppo delle competenze dei fornitori sulla RS1 da implementare a partire dal 2026. Inoltre, abbiamo continuato a guidare l'impegno sociale dei nostri fornitori strategici tramite EcoVadis, estendendolo ai fornitori strategici delle nostre filiali. Abbiamo inoltre firmato la carta "Relazioni con i fornitori e acquisti responsabili" implementata dal mediatore aziendale e dal Consiglio nazionale degli acquisti (Francia).
		- Francia e Corporate	NA	67%	75%	
		Punteggio medio di questi fornitori su EcoVadis	67,78	\geq 55	70,9	
	- Filiali	NA	\geq 55	56,6		
Sostenere una grande causa collegata alla genitorialità	% delle filiali che hanno avviato un'azione esterna nell'ambito della causa scelta	100%	100%	100%	Tutte le nostre filiali continuano a mobilitarsi per la causa che hanno scelto. La nostra filiale italiana, che si impegna per l'uguaglianza dei genitori, ha inoltre ottenuto la "certificazione per l'uguaglianza di genere" in azienda ⁽¹⁾ , parallelamente alla sua mobilitazione per i genitori.	
Mobilitare al centro delle nostre comunità e ecosistemi	% delle nostre entità corporate e delle filiali coinvolte in comunità a impatto positivo	77%	\geq 70%	77%	Abbiamo mantenuto e intensificato le nostre dinamiche collettive co-creando, nel 2025, un collettivo farmaceutico dedicato alla sperimentazione di nuovi servizi e all'evoluzione del modello delle officine in Francia, conciliando salute economica, umana e ambientale	

(11) <https://international.afnor.com/boutique/type-de-prestation/certifications-de-systemes-de-management/certification-egalite-sexes-uni-pdr-1252022/#:-:text=La%20certification%20selon%20UNI%2FPdR,des%20objectifs%20pr%C3%A9cis%20d'am%C3%A9lioration.>

Conclusioni del Comitato di missione

A CURA DI FABIENNE COURNARIE,
SEBASTIEN DEBROCK, FRANCOIS GEMENNE,
PIERRE-YVES GOMEZ, ELISABETH LAVILLE,
HÉLÈNE LERICHE E ANGÉLINE ROCHERIEUX

Il Comitato di missione si è riunito il 21 aprile 2026 per esaminare la relazione intermedia di missione 2025, valutare i risultati ottenuti rispetto agli obiettivi fissati e avere degli scambi sulle prospettive future. Questa riunione, tenutasi in un clima di lavoro impegnativo, benevolo e molto collaborativo, è stata l'ultima del Comitato nella sua composizione attuale. Il presente parere vale quindi anche come punto di trasmissione al futuro comitato.

Il Comitato desidera innanzitutto sottolineare l'evoluzione molto favorevole dell'approccio volto a realizzare una missione dell'azienda negli ultimi quattro anni. Expanscience ha chiaramente preso in considerazione le osservazioni che gli erano state fatte negli anni precedenti sulle possibili differenze tra il suo modello di business e la sua ambizione. Il lavoro svolto in particolare negli ultimi due anni ha permesso di ridurre questo divario, di rafforzare la coerenza tra strategia e missione e di fare di quest'ultima un principio più strutturante nelle scelte future dell'azienda. Il Comitato osserva quindi un ricentramento, una minore dispersione e un avanzamento verso una forma di maturità dell'approccio. Nel complesso, i risultati del 2025 sembrano solidi. La stragrande maggioranza degli obiettivi aziendali sono raggiunti e spesso superati. In particolare, il Comitato desidera sottolineare i progressi compiuti nel campo della biodiversità, che ora costituisce un campo di lavoro più strutturato. L'azienda non si trova più solo in una fase esplorativa, ma ha fissato obiettivi di biodiversità quantificati entro il 2030 per le sue principali catene di approvvigionamento di materie prime vegetali, ispirandosi al quadro SBTn;

ha portato al 46% la quota delle sue filiere di principi attivi naturali valutate secondo riferimenti riconosciuti che promuovono pratiche rispettose o rigenerative, superando l'obiettivo fissato; ha inoltre approfondito la sua politica di transizione delle materie prime vegetali e messo a punto una griglia di valutazione delle pratiche agricole sul campo, basata su un approccio scientifico, sistemico e collaborativo. Il Comitato vede in questi elementi un vero cambiamento di scala: anche se i risultati sono in prospettiva, la questione della biodiversità inizia a essere trattata non come un complemento, ma come una dimensione strutturante della catena di valore.

Il Comitato valuta anche la qualità dei risultati ottenuti in materia sociale e di risorse umane, confermando che la missione non è sostenuta solo dalle funzioni centrali, ma è sempre più fatta loro dai team. La ricertificazione delle filiali Great Place To Work al 100% per il terzo anno consecutivo, l'indice di parità di genere portato a 99 in Francia, il raggiungimento di un punteggio di 74 sull'indice di equità interna, nonché l'estensione a tutti i collaboratori della possibilità di partecipare a progetti di interesse ambientale o sociale, sono indicatori significativi. Il Comitato desidera anche sottolineare l'importanza delle azioni intraprese in materia di salute mentale sul posto di lavoro, che si tratti della linea di ascolto implementata a livello di gruppo, della firma della carta di impegno per la salute mentale sul lavoro o dell'ottenimento del marchio Cap Hande. Questi risultati dimostrano che Expanscience non tratta le questioni umane come un semplice elemento di supporto, ma come una delle condizioni interne di credibilità della sua missione.

Tuttavia, il principale punto di attenzione rimane il carbonio. È qui che la differenza tra ambizione e risultato rimane più evidente. Certo, la traiettoria di riduzione delle emissioni rimane riconosciuta dall'SBTi, e le emissioni del 2025 rimangono inferiori a quelle dell'anno di riferimento 2019, con un'intensità di carbonio anch'essa in calo in questo periodo. Tuttavia, rispetto al 2024, la situazione peggiora: le emissioni totali raggiungono 64.610 teqCO₂ e l'intensità di carbonio 170 teqCO₂ per milione di euro di fatturato, ossia al di sopra degli obiettivi 2025. Il Comitato ritiene importante affermare chiaramente che questa contro-performance non riflette una mancanza di impegno. Rivela piuttosto una tensione strutturale tra la crescita dell'attività, il calendario degli investimenti per la decarbonizzazione e il modello di business stesso.

Gli ingenti investimenti dedicati alla costruzione/edilizia, in particolare nel sito di Épernon e nell'evoluzione degli imballaggi e dei formati dei prodotti, sono coerenti e addirittura necessari; ma i loro effetti saranno differiti, mentre il loro costo di carbonio pesa a breve termine sui risultati. Il comitato ritiene quindi che il carbonio sia oggi l'indicatore più rivelatore dell'ingresso di Expanscience in una fase più impegnativa: quella in cui la missione potrà progredire in modo sostenibile solo a prezzo di adeguamenti più profondi del modello economico. L'implementazione di strumenti trasversali di trasformazione (il Portfolio Transformation Tool, che tiene conto di utilità/business/impatto) dimostra che l'azienda ha perfettamente compreso la sfida.

Il Comitato desidera inoltre sottolineare i progressi compiuti nelle pratiche di cooperazione con l'ecosistema. Questo punto gli sembra decisivo, perché dimostra che la missione smette di essere pensata solo all'interno dell'azienda ma cerca di trasformare le sue relazioni a monte e a valle. La ricertificazione B Corp con un punteggio molto alto di 121,7, il potenziamento della valutazione EcoVadis dei fornitori strategici, l'estensione di questo approccio alle filiali, l'organizzazione di un terzo Suppliers' Day, nonché la firma della carta Relazioni fornitori e acquisti responsabili, testimoniano un reale sforzo di mobilitazione della catena di valore. Il Comitato sottolinea inoltre con interesse il proseguimento delle dinamiche collettive territoriali, in particolare la co-creazione di un collettivo farmaceutico dedicato alla sperimentazione di nuovi servizi e all'evoluzione del modello delle officine, in una logica che concilia salute economica, umana e ambientale. Vi vede un segno incoraggiante della capacità di Expanscience di trasformare la sua missione in una leva di trasformazione cooperativa.

Per i prossimi anni, il comitato ritiene che l'azienda stia entrando in una fase più decisiva e anche più difficile del suo percorso. Nei primi anni è stato possibile definire le intenzioni e poi cercare una maggiore coerenza. La fase che si apre è quella della gestione nel tempo, con gli arbitraggi che ciò comporta. Occorrerà approfondire ulteriormente l'articolazione tra strategia e missione, accompagnare meglio la diversità dei contesti locali nelle filiali e presumere che alcuni progressi richiederanno non solo innovazioni, ma anche delle rinunce che saranno l'occasione per mettere in discussione e ripensare il business model per una maggiore coerenza con la missione e i suoi obiettivi.

Infine, il Comitato rinnova i suoi incoraggiamenti al team incaricato dell'animazione della missione e loda la sincerità, il rigore e la qualità del dialogo instaurato con essa. Richiama l'attenzione sull'importanza della scelta dei membri del futuro comitato, che dovranno accompagnare un'azienda impegnata in una traiettoria già solida, ma che ora si trova ad affrontare le sue sfide più strutturali.

*Il benessere
è nelle
nostre mani*