

FARA telling



L'INTERNAL MAGAZINE DEDICATO AL MONDO DI FARAVELLI
THE INTERNAL MAGAZINE DEDICATED TO THE FARAVELLI COMMUNITY

Ben ritrovati!

Il **2025** è iniziato all'insegna dell'energia e dell'entusiasmo, che non ci manca mai, vero? Nel corso delle prossime pagine troverete un concentrato delle **attività**, gli **eventi** e le **opportunità** che ci hanno visti al centro dell'attenzione nei primi quattro mesi di questo 2025.

E sono davvero tanti, come sempre! Per esempio, abbiamo rinnovato importanti certificazioni — in Italia, Germania, USA — e confermato il nostro impegno per la sostenibilità.

Crescono le **partnership**, come quella con Anagenix, e crescono le **idee**. Webinar, eventi, nuovi canali social, la campagna FARAemotions, momenti di sport e convivialità: ne abbiamo fatte finora davvero di tutti i colori, tutti insieme. E, come dicono i saggi **"Il bello deve ancora venire"**.

Buona continuazione e buon FARAtelling a tutti!

Il vostro team Comunicazione, alias **Silvia e Giorgio**, alias **#FaravelliCommsDivision**.

🇬🇧 2025 kicked off with plenty of energy and enthusiasm — something we're never short of, right?

*In the following pages, you'll find a snapshot of the **activities, events, and opportunities** that have kept us in the spotlight during these first four months of the year.*

And there's been a lot — as always! We've renewed key certifications in Italy, Germany,

and the USA, and reaffirmed our commitment to sustainability.

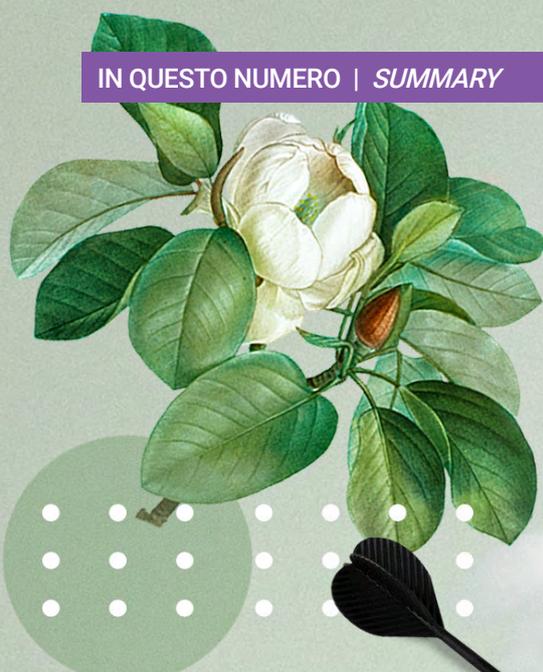
Partnerships are growing — like the one with Anagenix — **and so are our ideas**. Webinars, events, new social media channels, the FARAemotions campaign, moments of fun and connection: we've really done a bit of

everything so far — together.

*And as the saying goes: **the best is yet to come**.*

Enjoy the read and happy FARAtelling to all!

Your Communication Team, alias Silvia e Giorgio, alias #FaravelliCommsDivision.



CERTIFICAZIONI <i>CERTIFICATIONS</i>	P. 02	COMMS DIVISION <i>NEWS FROM FARAVELLI COMMS DIVISION</i>	
FARAVELLIANI ON TOUR	P. 04	FUORI ORARIO <i>TIME OUT</i>	P. 18
NUTRA	P. 05	WELCOME ON BOARD	P. 20
SPECIAL FROM NERVIANO <i>R&D LAB</i>	P. 06	WHAT'S NEXT?	P. 20
FARAVELLIANI ON AIR	P. 07	BELLE NOTIZIE <i>NICE NEWS</i>	P. 21
NOTIZIE DAL MONDO HR <i>NEW FROM THE HR DEPT</i>	P. 09	RASSEGNA STAMPA <i>PRESS REVIEW</i>	P. 21
NOVITÀ DA FARAVELLI	P. 11		



| CERTIFICAZIONI: OBIETTIVI CENTRATI! - CERTIFICATIONS: GOALS ACHIEVED! |

— 28/01/2025 —
NUOVO CERTIFICATO BIOLOGICO



Negli ultimi mesi abbiamo raggiunto traguardi importanti sul fronte certificazioni.

✓ **Rinnovo certificato biologico Italia (gennaio)**

✓ **Certificazione biologica per la Germania (febbraio):** la nostra sister company tedesca, **Faravelli GmbH**, ha ottenuto la certificazione **FSSC 22000**, schema di **certificazione della sicurezza alimentare**. **Complimenti** ai colleghi di Amburgo per aver raggiunto un traguardo di grande rilievo che rafforza ulteriormente l'impegno del Gruppo verso i più elevati standard di sicurezza alimentare, qualità ed eccellenza della supply chain.

scopo di **migliorare la sorveglianza e la tracciabilità** dei prodotti biologici che entrano negli Stati Uniti. Grazie a questa importante certificazione **ora Faravelli Inc potrà commercializzare e distribuire prodotti biologici ai clienti statunitensi**, in piena conformità alle nuove normative e dell'integrità della filiera biologica. Complimenti, Well Done!

✓ **Ecovadis: status Committed**

A marzo abbiamo ottenuto il riconoscimento **"Committed" di EcoVadis**, la piatta-

✓ **Certificato biologico USA:** a febbraio Faravelli Inc ha ottenuto il **certificato del National Organic Program (NOP)**.

Gestito dall'USDA (United States Department of Agriculture), il NOP regola la produzione e l'etichettatura dei **prodotti biologici** negli Stati Uniti. Parte della norma finale Strengthening Organic Enforcement pubblicata dall'USDA, il NOP ha lo

forma globale di **rating ESG** che valuta le performance ambientali, sociali e di governance delle aziende.

La nostra azienda prosegue nel suo percorso di crescita responsabile, investendo in pratiche trasparenti e sostenibili per rafforzare il proprio ruolo di partner affidabile e consapevole nella distribuzione di ingredienti e materie prime.

✓ **Medaglia Bronze allo standard FiE**

Il nostro Gruppo è stato premiato con il livello Bronzo nel **Better Stands Program-**

— 25/02/2025 —
FARAVELLI GMBH GETS FSSC 22000



me a Fi Europe 2024.

Il Programma Better Stands incentiva l'utilizzo di stand riutilizzabili, con l'obiettivo

— 04/02/2025 —

BRONZE STATUS AT FI EUROPE 2024



di ridurre i rifiuti fino all'80%.

Per ottenere una valutazione, ogni stand deve soddisfare determinati criteri stabiliti dal Better Stands Programme sulla base di **10 elementi chiave**, come l'uso di materiali riutilizzabili, la gestione dei rifiuti e altre pratiche sostenibili.

Questo processo combinato ha permesso di assegnare a Faravelli il livello Bronzo per lo stand presentato nell'ambito di Fi Europe 2024 a Francoforte, salone di riferimento mondiale per l'ingrediente del settore alimentare.

Ci siamo già candidati per l'edizione 2025: staremo a vedere!

Over the past few months, we've hit some key milestones on the certification front.

✓ **Renewal of Organic Certification for Italy (January)**

✓ **Organic Certification for Germany (February):** Our German sister company, Faravelli GmbH, obtained the **FSSC 22000 Food Safety Certification Scheme**. Congratulations to our colleagues in Hamburg for reaching this significant achievement, which further strengthens the Group's commitment to the highest standards in food safety, quality, and supply chain excellence.

✓ **US Organic Certification:** In February, Faravelli Inc obtained certification under the **National Organic Program (NOP)**.

Managed by the USDA it regulates the production and labeling of organic products in the U.S.

The NOP is part of the USDA's **Strengthening Organic Enforcement** final rule, which aims to enhance oversight and traceability of organic products entering the U.S. market.

Thanks to this important certification, Faravelli Inc can now market and distribute organic products to U.S. customers, in full compliance with new regulations and with full integrity throughout the organic supply chain.

Well done, team!

✓ **Ecovadis: Committed Status**

In March, we were awarded the "Committed" status by **EcoVadis**, the global **ESG rating** platform that assesses companies' environmental, social, and governance performance.

Our company continues on its path of responsible growth, investing in transparent and sustainable practices to strengthen its role as a reliable and conscious partner in the distribution of ingredients and raw materials.

✓ **Bronze Medal – FiE Standard**

Our Group received the **Bronze level award** in the **Better Stands Programme** at **Fi Europe 2024**.

The Better Stands Programme promotes the use of reusable stands, aiming to cut waste by up to 80%.

To be evaluated, each stand must meet specific criteria defined by the program across 10 key elements, such as use of reusable materials, waste management, and other sustainable practices.

This comprehensive process led to **Faravelli** being awarded Bronze for the stand presented at **Fi Europe 2024** in Frankfurt – a world-leading event for the food ingredients industry.

We've already applied for the 2025 edition – let's see what happens next!



INDIA: TOUR TRA INNOVAZIONE E PARTNERSHIP / OUR TOUR BETWEEN INNOVATION AND PARTNERSHIPS (BY KARISHMA LALL)

Il nostro viaggio in **India** è stato un'immersione nel cuore della produzione farmaceutica e nutraceutica.

Abbiamo esplorato nuove collaborazioni e rafforzando partnership consolidate.

Il tour è iniziato ad **Ahmedabad** con la visita a **Valens Pharmachem**, nuovo fornitore farmaceutico di Eudragit, seguita da un incontro con **Parikh Enterprise**, storico partner del gruppo per il rame.

Nel terzo giorno, abbiamo approfondito la conoscenza di **West Bengal Chemical Industries Ltd.**, fornitore di ingredienti farmaceutici e nutraceutici, visitando il loro nuovo impianto, destinato a ospitare l'intera produzione.

Ci siamo quindi spostati a **Mumbai** per due giorni: nel primo, abbiamo visitato **Vitafoods Mumbai**, un'importante occasione di networking e aggiornamento.

Il giorno successivo, abbiamo incontrato due fornitori chiave: **Shamrock Pharmachem**, attivo nel settore farmaceutico, e **Vinayak Ingredients**, nostro partner consolidato nel segmento nutraceutico.

La trasferta si è conclusa a Hyderabad, incontrando **Botanic Healthcare**, specialista in estratti e liposomiali, con cui stiamo sviluppando una collaborazione sempre più solida e strategica.

*Our journey to **India** was an immersion into the heart of pharmaceutical and nutraceutical production.*

We explored new collaborations while streng-



thening long-standing partnerships.

*The tour began in **Ahmedabad** with a visit to **Valens Pharmachem**, a new pharmaceutical supplier of **Eudragit**, followed by a meeting with **Parikh Enterprise**, a trusted partner of the group for copper.*

*On the third day, we deepened our engagement with **West Bengal Chemical Industries Ltd.**, a supplier of **pharmaceutical and nutraceutical ingredients**, by visiting their **new facility**, which will soon house their entire production.*

*We then travelled to **Mumbai** for two days: the first was dedicated to **Vitafoods Mumbai**, a key event for networking and industry insights.*

*The following day, we met two key suppliers: **Shamrock Pharmachem**, active in the pharmaceutical sector, and **Vinayak Ingredients**, our long-established partner in the nutraceutical segment.*

*Our journey concluded in **Hyderabad**, where we visited **Botanic Healthcare**, a specialist in **extracts and liposomals**, with whom we are developing an increasingly solid and strategic collaboration.*

IN-COSMETICS, 8-10 APRILE AMSTERDAM

Ad inizio aprile, i colleghi della **Divisione Cosmetica** Italia hanno affrontato tulipani, biciclette e meteo imprevedibile per volare ad **Amsterdam** e visitare **in-cosmetics**.

La missione? Scoprire le ultime tendenze beauty prima che diventino mainstream — e ci sono riusciti alla grande! Grazie!

*In early April, our colleagues from the Italian **Cosmetic Division** bravely faced the tulips, bicycles and unpredictable weather of **Amsterdam** to attend **in-cosmetics**.*

***Their mission?** To spot the latest beauty trends before they become mainstream — and it was a blast! More insights (and beauty) coming your way soon!"*



NUOVA PARTNERSHIP ANAGENIX - NEW PARTNERSHIP WITH ANAGENIX



Among the **flagship products** made available through this partnership are **Livaux®**, designed to support gut microbiome health, and **Feiolix®**, aimed at metabolic support and GLP-1 activity. These are two high-level nutraceutical solutions, ready to meet the needs of an increasingly informed and discerning market.

For Faravelli, this collaboration represents yet another opportunity to enrich our portfolio with **innovative, scientifically validated ingredients**, reinforcing our role as a trusted reference in the industry.

Welcome, Anagenix – and kudos to our Nutra Division team!

Faravelli Nutra Division ha avviato una nuova e importante collaborazione che rafforza ulteriormente la nostra posizione nel mondo degli ingredienti funzionali: **Anagenix**, azienda neozelandese all'avanguardia nella produzione di botanicals a base di frutti interi, ha scelto **Faravelli come distributore esclusivo per l'Italia**.

Fondata nel 2011, Anagenix si è fatta conoscere per la sua proposta innovativa nel campo degli ingredienti naturali, sempre supportata da solide evidenze scientifiche. Ora, la sua energia e il nostro know-how si incontrano per dare vita a una **sinergia strategica** che promette di portare **grande valore aggiunto** al mercato italiano degli integratori e degli alimenti funzionali.

Tra i **prodotti di punta** che saranno disponibili grazie a questa collaborazione, segnaliamo **Livaux®**, pensato per il supporto del microbioma intestinale, e **Feiolix®**, dedicato al supporto metabolico e GLP1. Due soluzioni nutraceutiche di alto profilo, pronte a rispondere alle esigenze di un mercato sempre più attento e consapevole.

Per Faravelli, questa partnership rappresenta un'ulteriore opportunità per **arricchire la nostra offerta commerciale** con ingredienti innovativi e scientificamente validati, confermandoci ancora una volta come punto di riferimento per il settore. Benvenuta Anagenix e bravi Nutra Division!

Faravelli Nutra Division is proud to announce a new and significant partnership that further strengthens our position in the world of functional ingredients: **Anagenix**, a cutting-edge **New Zealand company** specializing in whole-fruit botanicals rich in plant-based bioactives, has chosen **Faravelli as its exclusive distributor in Italy**.

Founded in 2011, Anagenix has built a strong reputation for its innovative approach to natural ingredients, consistently backed by solid scientific evidence. Now, their energy and our expertise come together in a strategic synergy that promises to bring substantial added value to the Italian market for dietary supplements and functional foods.

For Faravelli, this collaboration represents yet another opportunity to enrich our portfolio with innovative, scientifically validated ingredients, reinforcing our role as a trusted reference in the industry.



Negli scorsi mesi i colleghi di **Via dei Boschi** hanno messo a punto alcune soluzioni sotto il segno di **FARA**. Sono concetti innovativi proposti in ambito **food e petfood**. Molta ricerca è stata fatta per le applicazioni **plant-based**.

Queste proposte sono state protagoniste di una campagna lanciata sui nostri canali social, in particolare **LinkedIn**, che ha riscosso un ottimo riscontro in termini di interesse e interazioni.

Non a caso, a seguito della campagna, siamo stati contattati da **Chiriotti Editori**, storico media partner con cui collaboriamo da tempo, per partecipare al webinar

"Emerging Food Trend: The Plant-Based Revolution", tenutosi lo scorso **10 marzo**.

A rappresentarci tra i relatori, **Giulia Bulai**, con un intervento che ha saputo raccontare con passione e competenza la nostra visione.

Trovate tutti i dettagli nella sezione **"Faravelli On Air"**, che vi invitiamo a leggere.

*In recent months, our colleagues at **Via dei Boschi** have developed several solutions under the **FARA** brand.*

*These are innovative concepts designed for both the **food** and **pet food** sectors.*

*These proposals were the highlight of a campaign launched on our social media channels—particularly **LinkedIn**—which received excellent engagement in terms of interest and interaction.*

*Not by chance, following the campaign, we were contacted by **Chiriotti Editori**—a long-standing media partner of ours—to take part in the webinar*

***"Emerging Food Trend: The Plant-Based Revolution"**, held on **March 10**.*

*Representing us among the speakers was **Giulia Bulai**, who delivered a passionate and insightful talk, perfectly conveying our vision.*

*You can find all the details in the **"Faravelli On Air"** section—we warmly invite you to give it a read.*



Il 20 e il 25 febbraio si è svolto il webinar **“Costruirsi un futuro nella chimica”**, organizzato da **#Federchimica** insieme a **ConChimica**, Conferenza nazionale dei corsi di laurea di area chimica. Rivolto agli studenti universitari di chimica, chimica industriale e ingegneria chimica, è aperto anche a chiunque voglia conoscere meglio

il settore e le sue sfide, anche in ambito professionale. Anche Faravelli è stato tra i relatori del primo dei due appuntamenti a calendario, Il 20 febbraio il nostro Direttore Tecnico, **Fabio Stratta**, è intervenuto proponendo una **testimonianza** diretta, durante la quale ha condiviso con i **circa 300 partecipanti** il percorso professionale e l’esperienza maturata in un settore certamente molto dinamico e in continua evoluzione. Complimenti, Fabio: **voci di corridoio** ci dicono che il tuo intervento ha fatto centro ed è stato apprezzatissimo!

“Building a Future in Chemistry” took place, organized by **#Federchimica** in collaboration with **Con Chimica** and the National Conference of Chemistry Degree Programs. This event was dedicated to university students in the fields of chemistry, industrial chemistry, and chemical engineering, and was also open to anyone interested in deepening their knowledge of the sector and gaining an overview of the dynamics and challenges, including professional ones, that characterize it.

Faravelli was also one of the speakers at the first of two scheduled events. On February 20th, our Technical Director, **Fabio Stratta**, took part by giving a direct **testimony**, during which he shared his professional journey and the experience he has gained in such a dynamic and constantly evolving sector. Participants were **about 300 people!**

Congratulations, Fabio: word on the street is that your talk hit the mark and was greatly appreciated!



Da qualche anno **Federchimica** collabora con la redazione scientifica di **Mondadori Education** contribuendo ai contenuti di un **libro di testo di chimica per le scuole superiori** per la parte di orientamento, con schede sui settori industriali e **interviste** a chi lavora nel settore. Alcuni dei profili formativi e professionali sono risultati molto interessanti per il volume dedicato ai ragazzi di 5° superiore, tra questi quelli della nostra **Paola Mori**. Nell’ambito di questo progetto, a Paola è stato chiesto di **raccontare la sua storia**

formativa e professionale in un'intervista video e in una scheda nei contenuti online abbinati al libro uscito qualche settimana fa. Bravissima Paola, complimenti!

For the past few years, **Federchimica** has been collaborating with the scientific editorial team of **Mondadori Education**, contributing to the content of a **chemistry textbook for high school students** in the orientation section, with information on industrial sectors and interviews with professionals working in the field.

Some of the profiles, particularly those related to the professional paths of our own **Paola Mori**, turned out to be very interesting for the volume aimed at 5th-year high school students.

As part of this project, **Paola was asked to share her educational and professional journey in a video interview** and in a feature on the online content that accompanies the book released a few weeks ago. Well done, Paola! Congrats!

Il **10 marzo**, la nostra **Giulia Bulai** è stata tra i relatori del webinar organizzato da Chirotti Editori dal titolo **"Emerging Food Trend: The Plant-Based Revolution"** dedicato a uno dei fenomeni più dirompenti dell'industria alimentare contemporanea: **la rivoluzione plant-based**.

Un incontro ricco di spunti e contenuti tecnici moderato da Sebastiano Porretta, Presidente AITA (Associazione Italiana di Tecnologia Alimentare), in cui si sono esplorate le potenzialità di un mercato in forte espansione, dove innovazione, salute e rispetto dell'ambiente si incontrano nel piatto.

Durante la sessione si è parlato di:

- **Idrocolloidi e fibre** per migliorare la texture nei prodotti plant-based
- **Proteine vegetali** e le loro applicazioni
- **Una proteina vegetale sostenibile** estratta dal **seme di carruba**.

Giulia Bulai ha commentato così la sua partecipazione:

"È stato un piacere intervenire al webinar 'Plant-Based Revolution' e parlare di come idrocolloidi e fibre trasformano la texture nei prodotti plant-based. Questi ingredienti sono fondamentali per migliorare la stabilità e per ottenere soluzioni clean label: dalla cremosità nei sostituti dei latticini alla masticabilità nei prodotti alternativi alla carne." Grazie Giulia!

Se te lo sei perso, puoi riguardarlo qui:



On March 10th, our **Giulia Bulai** was among the speakers at the **webinar** organized by Chirotti Editori, titled "Emerging Food Trend: The Plant-Based Revolution", dedicated to one of the most disruptive phenomena in today's food industry: the **plant-based revolution**.

A session packed with insights and technical content, moderated by Sebastiano Porretta, President of AITA (Italian Association of Food Technology), where the potential of a rapidly expanding market was explored—a market where innovation, health, and environmental sustainability come together on the plate.

The session covered:

- **Hydrocolloids and fibers** to improve texture in plant-based products
- **Plant-based proteins** and their applications
- **A sustainable plant-based protein** extracted from **carob seeds**.

Giulia Bulai shared her thoughts on the experience:

"I appreciated the chance to speak at the 'Plant-Based Revolution' webinar and talk about how hydrocolloids and fibers transform the texture in plant-based foods. These ingredients are key for improving stability and offering clean-label solutions—from enhanced creaminess in dairy alternatives to better bite in plant-based meats." Thank you, Giulia!



FORMAZIONE E CRESCITA: INVESTIRE SULLE COMPETENZE - TRAINING AND GROWTH: INVESTING IN SKILLS

Proseguono le iniziative di **formazione interna** per supportare la crescita delle competenze e migliorare l'efficacia del nostro lavoro. Negli ultimi mesi, **tre corsi** in particolare hanno coinvolto colleghi di diversi dipartimenti di Giusto Faravelli S.p.A., of-

frendo strumenti pratici e nuove prospettive per affrontare le sfide quotidiane.

🇬🇧 **Internal training** initiatives continue to support the growth of skills and improve the effectiveness of our work. Over the past few

months, **three courses** in particular have involved colleagues from various departments at Giusto Faravelli S.p.A., providing practical tools and new perspectives to face daily challenges.

EXCEL - STRUMENTI AVANZATI PER L'EFFICIENZA AZIENDALE EXCEL - ADVANCED TOOLS FOR BUSINESS EFFICIENCY

Atteso da molto tempo, è stato il corso che ha visto la maggiore partecipazione in termini numerici, con colleghi di tutti gli uffici italiani suddivisi per livello di competenza sulla base dei risultati del test iniziale erogato dai docenti. Le sessioni hanno alternato **teoria e pratica**, consentendo ai partecipanti di sperimentare immediatamente le funzionalità apprese.

🇬🇧 **Highly anticipated**, this was the course with the greatest participation in terms of numbers, with colleagues from all Italian offices divided by skill level based on the initial test results provided by the instructors. The sessions alternated **between theory and practice**, allowing participants to immediately apply the skills learned.

re participants in some cases even reached an intermediate to advanced level. However, even in the advanced courses, improvement was noted in nearly all completed tests. On average, basic-level participants more than doubled their scores, intermediate participants increased theirs by **58%**, and advanced participants by **19%**!

Il feedback ricevuto?

In generale, molto positivo. In tanti hanno apprezzato la chiarezza delle lezioni e il **buon equilibrio tra teoria ed esercizi**, anche se alcuni colleghi avrebbero voluto ancora più spazio per la pratica. Ci fa soprattutto piacere che numerosi colleghi sottolineino come le nuove competenze Excel abbiano già reso **più efficienti le attività di analisi e gestione dati**, permettendo di risparmiare tempo e di migliorare la collaborazione tra reparti.

The feedback received?

Overall, very positive. Many appreciated the clarity of the lessons and the **good balance between theory and exercises**, although some colleagues wished for even more hands-on practice. We are particularly pleased that many colleagues highlighted how the new Excel skills have already **made data analysis and management tasks more efficient**, saving time and improving collaboration between departments.

What application goals do participants have for the coming months?

- **Improve work efficiency** with clearer and more precise reports.
- **Utilize pivot tables**, advanced formulas, and automation to optimize processes.
- **Explore topics** independently and continue practicing to consolidate knowledge.

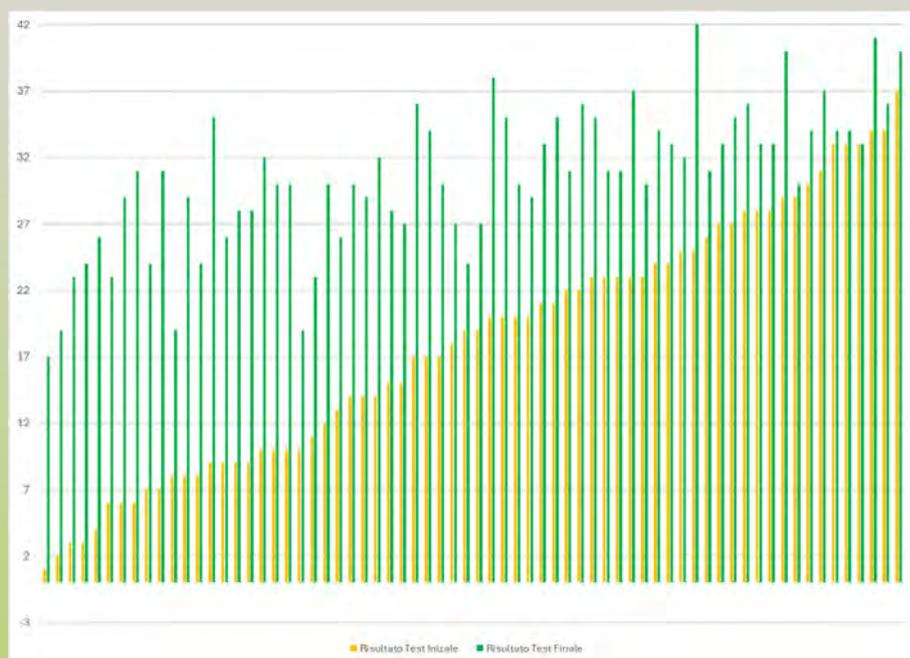
Il confronto dei risultati dei test iniziali e finali sembra confermare il feedback positivo dei partecipanti: **il miglioramento medio** è più spiccato nei corsi base, dove i partecipanti sono in alcuni casi riusciti addirittura a raggiungere un livello medio-alto. Tuttavia anche nei corsi avanzati si rileva un miglioramento nella quasi totalità dei test completati. In media i livelli base hanno più che raddoppiato il punteggio, gli intermedi lo hanno aumentato del **58%**, gli avanzati del **19%**!

The comparison of initial and final test results seems to confirm the positive feedback from participants: **the average improvement** was most significant in the basic courses, whe-

E quali obiettivi di applicazione nei prossimi mesi si sono dati i partecipanti?

- **Migliorare l'efficienza lavorativa** con report più chiari e precisi.
- **Sfruttare tabelle pivot**, formule avanzate e automazione per ottimizzare i processi.
- **Approfondire gli argomenti** trattati in autonomia e continuare ad esercitarsi per consolidare le conoscenze.

Ci fate sapere come sta andando?



LINKEDIN PER L'IMPRESA - SVILUPPARE LA COMUNICAZIONE PROFESSIONALE LINKEDIN FOR BUSINESS - DEVELOPING PROFESSIONAL COMMUNICATION

Questo corso, che ha coinvolto il team di **Comunicazione e Marketing** e colleghi delle diverse **BU Sales**, ha invece fornito strumenti per un utilizzo strategico di **LinkedIn**, con particolare attenzione alla creazione di contenuti di valore e al **networking professionale**.

Cosa è piaciuto di più?

Sicuramente gli esercizi e le attività proposte! Interessanti, coinvolgenti e ben analizzati/corretti insieme all'insegnante, sono stati definiti un bell'allenamento, molto utile.

Obiettivi per i prossimi mesi:

- **Ampliare la propria rete professionale**

con contatti mirati.

- **Utilizzare LinkedIn** per incrementare la brand awareness e la brand image di Faravelli.

- **Creare un piano editoriale efficace.**

Ma anche condividere internamente le potenzialità della piattaforma per i colleghi che non hanno potuto partecipare a questa iniziativa – lo state facendo? 😊

🇬🇧 *This course, which involved the **Communication and Marketing** team and colleagues from different **Sales BU**, provided tools for the strategic use of **LinkedIn**, with a focus on creating valuable content and **professional networking**.*

What did participants enjoy most?

Definitely the exercises and activities! Engaging, interesting, and well-analyzed/corrected with the instructor, they were seen as great training, very useful.

Goals for the coming months:

- **Expand their professional network** with targeted contacts.

- **Use LinkedIn** to increase Faravelli's brand awareness and image.

- **Create an effective editorial plan.**

But also share the platform's potential internally with colleagues who could not participate in this initiative.

INNOVAZIONE E TRASFORMAZIONE DIGITALE - NUOVE TECNOLOGIE E STRATEGIE AZIENDALI INNOVATION AND DIGITAL TRANSFORMATION - NEW TECHNOLOGIES AND BUSINESS STRATEGIES

Tre giornate in cui il docente ha guidato i partecipanti nell'esplorazione delle tecnologie emergenti e della loro applicazione nei processi aziendali, con un focus su automazione, digitalizzazione e strategie per migliorare il **customer journey**.

Il feedback?

Sicuramente il corso rispetto a cui - come funzione HR - vedo maggiori margini di miglioramento: per dare una panoramica il più possibile ampia forse siamo rimasti troppo nell'area della teoria, riuscendo meno ad affrontare la pratica e calare nel nostro contesto, anche se il feedback dei partecipanti sottolinea esercizi interessanti che hanno dato avvio ad un bello scambio e confronto.

Gli obiettivi dei partecipanti da qui in poi?

- **Comprendere e applicare** le tecnologie emergenti nel contesto aziendale.

- **Identificare** processi da digitalizzare per aumentarne l'efficienza.

- **Utilizzare dati e strumenti digitali** per migliorare il funnel di vendita, le strategie di fidelizzazione e ottimizzare il customer journey.

E il nostro obiettivo? Migliorare e proporre ulteriori corsi a tema con focus sempre più concreto e attuabile!

🇬🇧 *Three days in which the trainer guided participants through the exploration of emerging technologies and their application in business processes, with a focus on automation, digitization, and strategies to improve the **customer journey**.*

The feedback?

Certainly, this course is where, from an HR function perspective, I see the greatest room

for improvement: to provide as broad an overview as possible, we may have stayed too much in the theoretical area, not addressing the practical side as much or applying it to our context, although the participants' feedback highlights interesting exercises that sparked good discussions and exchanges.

What are participants' goals from now on?

- **Understand and apply** emerging technologies in the business context.

- **Identify** processes to digitalize to increase efficiency.

- **Use data and digital tools** to improve the sales funnel, customer retention strategies, and optimize the customer journey.

And our goal? To improve and offer more concrete and actionable courses on the topic!



E PER IL 2025? - AND WHAT FOR 2025?

Il nostro impegno nella formazione continua con nuove attività mirate a supportare la crescita professionale e la collaborazione tra le diverse funzioni aziendali. In particolare per quest'anno le iniziative più importanti saranno:

- **Formazione su Business Central**, per supportare l'implementazione del nuovo ERP: dopo le prime sessioni con i colleghi di **Faravelli s.r.o.** delle scorse settimane in vista del go live "pre estate", siamo già al lavoro per definire il calendario per la formazione di **Giusto Faravelli S.p.A.**
- **Catalogo di formazione continua** con particolare attenzione ai **corsi inter-funzione**, fondamentali per esplorare temi essenziali come gli **Incoterms** e la gestione delle **non conformità**.
- **Corsi di inglese** per migliorare la comunicazione tra le filiali internazionali e raffor-

zare il processo di integrazione del Gruppo.

- **Approfondimenti su Diversity & Inclusion**, per costruire un ambiente di lavoro sempre più inclusivo.

Attendiamo vostri commenti, proposte e suggerimenti!

A presto
Il Team HR di Faravelli

*🇬🇧 Our commitment to training continues with new activities aimed at supporting professional growth and collaboration between the different company functions. In particular, **the most important initiatives for this year will be:***

- **Training on Business Central** to support the implementation of the new ERP: after the first sessions with colleagues from **Faravelli**

s.r.o.** in recent weeks in preparation for the pre-summer go-live, we are already working on defining the training schedule for **Giusto Faravelli S.p.A.

- **Ongoing training catalog**, with a particular focus on **inter-functional courses**, essential for exploring key topics such as **Incoterms** and **non-conformity management**.
- **English courses** to improve communication between international branches and strengthen the Group's integration process.
- **Deep dives into Diversity & Inclusion** to build a more inclusive working environment.

We look forward to your comments, proposals, and suggestions!

See you soon,
The HR Team at Faravelli

NOVITÀ DA FARAVELLI COMMS DIVISION - NEWS FROM FARAVELLI COMMS DIVISION

In questo spazio vogliamo raccontarvi cosa bolle in pentola nel nostro "FARAverso" e condividere alcune scelte strategiche che stiamo mettendo in atto per rendere la **nostra presenza digitale** sempre più efficace, viva e... riconoscibile!

*Welcome to **our space** where we share what's bubbling behind the scenes on our social channels—and reveal a few strategic choices we're making to make our **digital presence** more effective, vibrant and... unmistakable!*

SOCIAL MEDIA: SI CAMBIA! SOCIAL MEDIA: TIME FOR A CHANGE!

Abbiamo deciso di razionalizzare la nostra attività, concentrandoci su tre piattaforme chiave:

LinkedIn
Instagram
YouTube

Per contro, abbiamo scelto di **interrompere l'attività su X (ex Twitter) e Facebook**. I profili resteranno online, ma non verranno più aggiornati.

Vediamo insieme, canale per canale, cosa sta succedendo.

🇬🇧 We've decided to streamline our efforts, focusing on three key platforms:

LinkedIn
Instagram
YouTube

*On the flip side, we've chosen to **stop our activity on X (formerly Twitter) and Facebook**. These profiles will remain visible but will no longer be updated. **Let's take a look, channel by channel, at what's happening.***



LINKEDIN



Il nostro profilo corporate è qui: [Faravelli LinkedIn Corporate](#)

È la nostra voce ufficiale: ci racconta, ci promuove, ci collega al mondo.

Siamo **a un passo dai 10.000 follower!** E il nostro pubblico è sempre più internazionale e qualificato.

E non è tutto: da febbraio abbiamo lanciato anche la nostra **newsletter mensile LinkedIn** - si chiama **FARAnext**. La newsletter di LinkedIn è uno strumento messo a disposizione direttamente dalla piattaforma, pensato per permettere ad aziende e professionisti di condividere contenuti in modo strutturato e regolare. Chi si iscrive riceve una **notifica automatica** ogni volta che viene pubblicato un nuovo numero.

Nel nostro caso, è pubblicata l'**ultimo giorno di ogni mese**: Al momento abbiamo **oltre 2000 iscritti** e la community continua a crescere!

Le **pagine vetrina** dedicate alle singole sister company sono state **razionalizzate**:

- Resta attiva quella di Faravelli Inc. (USA) [clicca qui](#)

- **Le altre saranno progressivamente dismesse** e i contenuti verranno convogliati sulla pagina corporate.

Deltapharma invece continua a comunicare con una sua **pagina dedicata** [Deltapharma](#)

[LinkedIn](#).

Con i colleghi di Barcellona lavoreremo per promuovere con sempre più efficacia i prodotti e servizi. Seguiteci anche lì!

🇬🇧 *Here's our corporate profile: [Faravelli LinkedIn Corporate](#)*

This is our official voice: it tells our story, promotes our identity, and connects us with the world.

*We're just a step away from reaching **10,000 followers!** And our audience is increasingly international and highly qualified.*

And that's not all: since February, we've also launched our monthly newsletter on LinkedIn - it's called FARAnext.

The LinkedIn newsletter is a feature provided directly by the platform, designed to allow companies and professionals to share content in a structured and regular way.

Subscribers receive an automatic notification every time a new issue is published.

In our case, it comes out on the last day of each month.

*We already have **over 2,000 subscribers**, and the community keeps growing!*

Showcase pages dedicated to the individual sister companies have been streamlined:

- *Faravelli Inc. (USA) remains active*

[Click here](#)

- **The others will gradually be deactivated, with content redirected to the main corporate page.**

FARAVELLI GO SOCIAL

Quasi 10.000 follower su LinkedIn... ci dai una mano?

Siamo davvero a un passo da un traguardo importante: stiamo per raggiungere i **10.000 follower** sulla nostra pagina LinkedIn!

Un numero che racconta chi siamo, la nostra crescita e tutto l'impegno che ogni giorno mettiamo nel lavoro. Per questo chiediamo a tutti voi un ultimo piccolo sforzo:

se ancora non ci segui, fallo ora!

se puoi, **ricondividi i nostri contenuti**: ogni post condiviso ci avvicina un po' di più al traguardo.

🇬🇧 **Almost 10,000 followers on LinkedIn... can you give us a hand?**

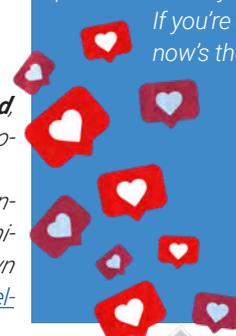
*We're just a step away from an important milestone: our LinkedIn page is about to hit **10,000 followers!***

This number reflects who we are, how far we've come, and the dedication we put into our work every single day.

That's why we're asking for one last little push from all of you:

If you're not following us yet — now's the time!

*And if you can, **share our posts** — every share brings us closer to the goal.*



> Guarda il video integrale

Deltapharma continues to communicate through its own **dedicated page Deltapharma LinkedIn**.

We're working with our colleagues in Barcelona to promote our products and services more effectively. Follow us there too!



INSTAGRAM



faravelligroup

Segui già

Messaggio

+8 ...

36 post 50 follower 78 seguiti

FARAVELIGROUP

NEW OFFICIAL PAGE - Ingredients & raw materials Distributor

Pharma - Food - Nutra - Cosmetic - Industrial -... altro

www.faravelligroup.com

Account seguito da hiddenprincessintheattic, miro_prrr + altri 3

Alcuni problemi tecnici subito all'inizio dell'anno ci hanno portato a rifare tutto... e per fortuna!

È nato così il nostro **nuovo profilo ufficiale:** [@faravelligroup](https://www.instagram.com/faravelligroup)

Più ordinato, coerente e accattivante, ma sempre colorato e riconoscibile.

Abbiamo creato quattro format principali che guideranno la pubblicazione (e che useremo anche su LinkedIn, quando serve):

- **EVENTS&FAIRS** - per gli eventi a cui par-

tecipiamo.

- **ON TOUR** - per le foto dei colleghi dalle fiere
- **WELCOME ON BOARD** - per accogliere i nuovi arrivati.
- **BLOG** - per i post di "Ingrediente Giusto".

Some technical issues earlier this year forced us to start from scratch... and it turned out to be a blessing!

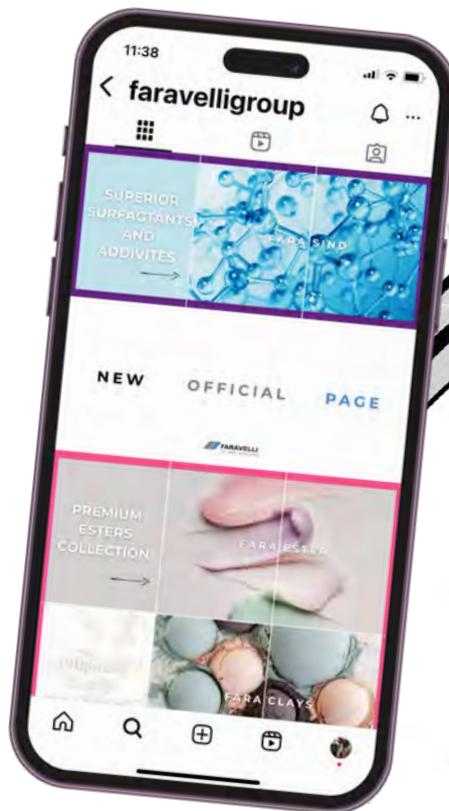
Introducing our new official profile:

[@faravelligroup](https://www.instagram.com/faravelligroup)

Cleaner, more cohesive, and eye-catching— yet still colourful and recognizable.

We've created four main formats to guide our content (which we'll also use on LinkedIn when appropriate):

- **EVENTS&FAIRS** - for the events we attend.
- **ON TOUR** - photos from trade shows.
- **WELCOME ON BOARD** - welcoming new team members.
- **BLOG** - posts from "Ingrediente Giusto".



Vi chiediamo di aiutarci a fare crescere la pagina e diventare FOLLOWER!!!
We'd love your support to help the page grow: become a FOLLOWER!!!

YOUTUBE



Faravelli Group



@faravellithebestingredient · 72 iscritti · 207 video

Welcome to FARAVELLI's Official YouTube channel, your portal into the dynamic world of...

faravelligroup.com e 2 altri link

Iscritto

Home Video Shorts Playlist Post



Welcome on Board, Kathrin!

Faravelli Group · 88 visualizzazioni · 9 giorni fa

We are pleased to welcome Kathrin Otto to the #Faravelli team in Hamburg! With her extensive experience, Kathrin will be a great addition to the role of Sales Support in our #FaravelliFoodDivision...



Video



International Women Day 2025

24 visualizzazioni · 1 mese fa

FARA Gummies for Mythic Wellness

22 visualizzazioni · 4 mesi fa

Kosmèo, la Cosmetica si ispira ai Miti Greci

52 visualizzazioni · 4 mesi fa

DELTA PHARMA

46 visualizzazioni · 1 mese fa

Dynamic Beauty

176 visualizzazioni · 1 mese fa

Playlist create



DELTA PHARMA

Visualizza la playlist completa

FARAemotions

Visualizza la playlist completa

The Skyline Collection

Visualizza la playlist completa

Il nostro canale è sempre lo stesso:

[Faravelli YouTube Channel](#)

Se non lo avete ancora fatto, iscrivetevi anche lì!

Aiutateci a crescere!

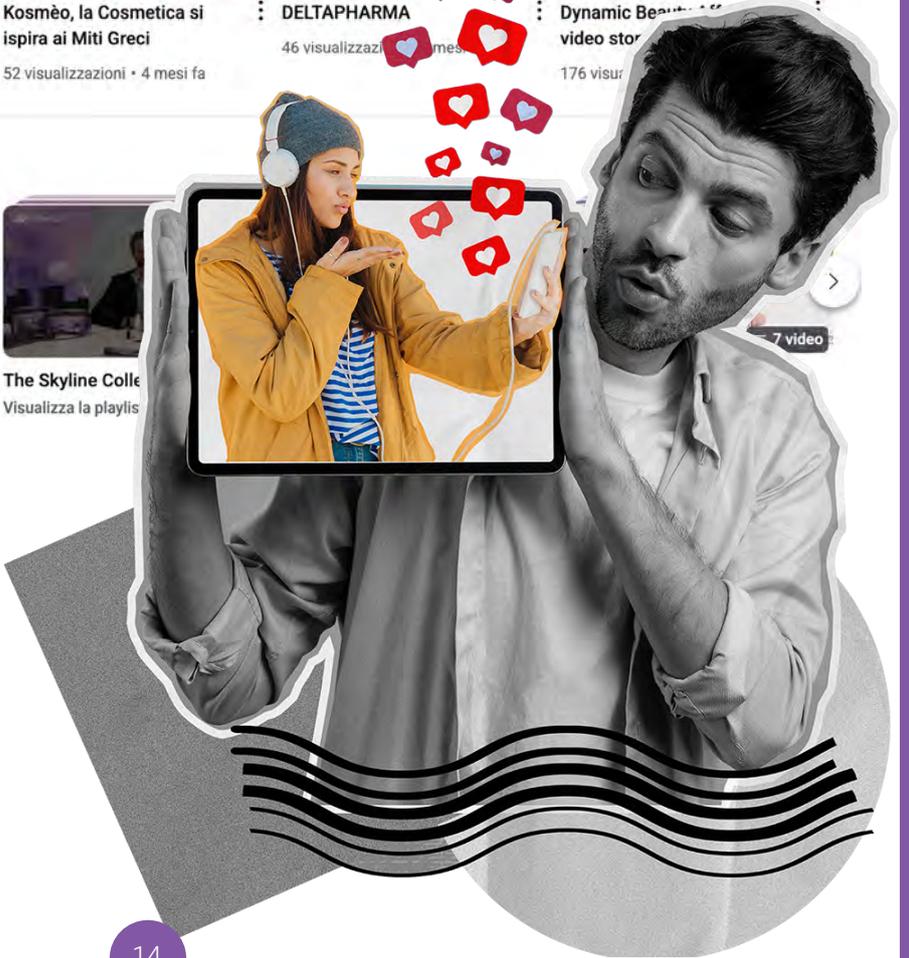
Qui trovate tutti i nostri video, e a breve ne arriveranno di nuovi.

Our channel remains the same:

[Faravelli YouTube Channel](#)

It hosts all our videos, and more are on the way.

If you haven't already, subscribe now!



E ANCHE IL SITO VUOLE LA SUA PARTE... - AND THE WEBSITE WANTS IN TOO...

A proposito di digital: **abbiamo ripreso a misurare le performance dei nostri siti**, e lo facciamo con **Matomo**, una piattaforma di web analytics **open-source**, europea e rispettosa della privacy degli utenti.

Ma cos'è esattamente Matomo?

È uno strumento simile a Google Analytics, che ci permette di **monitorare cosa succede sul nostro sito**:

- Quante persone lo visitano
- Da dove arrivano (geograficamente e in termini di traffico: social, newsletter, motori di ricerca...)
- Quali pagine guardano di più
- Quanto tempo restano sul sito
- Cosa cercano
- Da che tipo di dispositivo navigano
- E molto altro ancora...

La cosa bella? **I dati restano completamente nostri** (non vengono condivisi con terze parti) e sono **trattati in conformità al GDPR**. Con Matomo possiamo finalmente tornare ad avere dati affidabili su accessi, contenuti più visitati, geografie...

Un esempio pratico?

Abbiamo scoperto che i nostri siti sono **molto visitati da utenti** alla ricerca di **materie prime**.

Ad esempio, nel mese di **marzo**, **faravelli.it** ha registrato **2.781 visite**, di cui **1.603** provenienti da **motori di ricerca**.

Questo dato conferma un'**ottima indicizzazione SEO** e il buon funzionamento del nostro sito web.

Sempre a marzo, il sito faravelligroup.com ha totalizzato **1.526 visite**, di cui **818** sono **accessi diretti**. Un segnale chiaro di una **presenza solida e riconosciuta** sul mercato.

Insomma, ora possiamo costruire una **presenza online più intelligente**, basata su **dati reali**, e prendere decisioni più efficaci per la nostra **comunicazione digitale**.

Un passo importante per comprendere **come comunichiamo online** e come possiamo farlo **sempre meglio**.

Inoltre, su **tutti i nostri siti** abbiamo implementato, in ogni pagina, un **form di contatto** per tracciare il numero di richieste che riceviamo ogni mese.

Monitoriamo diversi parametri, come il **canale di acquisizione**, il **sito di riferimento**, lo **stato** della richiesta e la **pagina da cui è stato compilato il form**.

Questi sono solo **due esempi**: monitoriamo costantemente **tutti i siti di ogni sister company** del Gruppo.

L'**obiettivo è chiaro**: analizzare i dati in modo strategico per **migliorare continuamente** la nostra presenza digitale e offrire un'esperienza sempre più efficace, mirata e coerente con i nostri valori.

And the Website Wants In Too...

Speaking of digital: we've resumed **tracking the performance of all Faravelli's websites using Matomo**, an open-source web analytics platform that's European and privacy-friendly.

But what exactly is Matomo?

It's similar to Google Analytics, allowing us to **monitor what happens on our site**:

- How many people visit
- Where they come from (geographically and by traffic source: social, newsletters, search engines...)
- Which pages they view most
- How long they stay
- What they search for
- What devices they use
- And much more...

The best part? The data remains **entirely ours** (no third-party sharing), and it's **GDPR compliant**.

Thanks to Matomo, we now have reliable data again—on visits, popular content, geographies...

A practical example?

Thanks to Matomo, we discovered that our websites are frequently visited by users searching for raw materials.

For example, in March, **faravelli.it** recorded **2,781 visits**, **1,603** of which came from search engines. This confirms excellent SEO indexing and the solid performance of our website.

Also in March, **faravelligroup.com** totalled **1,526 visits**, with **818** of them being direct accesses—a clear sign of a strong and recognized presence in the market.

Thanks to Matomo, we can build a **smarter online presence**, based on real data, and make more effective decisions for our digital communication.

It's an important step toward understanding how we communicate online—and how we can keep doing it better and better.

What's more, on all our websites, we've implemented a **contact form on every page**, allowing us to track the number of inquiries we receive each month.

We monitor the acquisition channel, the referring site, the status of the request, and the specific page from which the form was submitted.

And these are just **two examples**: we continuously **monitor all websites across every sister company in the Group**.

Our goal is clear: **to analyze data strategically**, so we can **continuously improve** our digital presence and offer an experience that's increasingly effective, targeted, and aligned with our values.



FARAEmotions

Transforming Cosmetics, Awakening Emotions



Nella prima parte dell'anno abbiamo ripreso la promozione di **FARAEmotions**, attraverso una serie di post su LinkedIn e non solo.

I post che abbiamo pubblicato hanno preso una connotazione grafica diversa e decisa, propedeutica a quella che sarà la nuova **campagna FARAEmotions: il risultato finale della trasformazione** è quello che vedete qui.

L'immagine gioca sul concetto che le nostre fragranze sono **materie prime/ingredienti** che trasformano i prodotti cosmetici.

Quindi, al centro troviamo non una classica boccetta di profumo (che potrebbe trarre in inganno facendo pensare a un prodotto finito), ma un flacone con contagocce - tipico dei contenitori per **oli essenziali** - che prende forma solo nella

parte superiore, mentre il resto è delineato da un vortice di liquido, fiori e molecole che fluttuano nell'aria, creando un effetto dinamico, magico e suggestivo. **Poesia e concretezza allo stesso tempo.**

La creatività è pensata per vestire la landing www.faraemotions.com e verrà utilizzata anche sotto forma di altri materiali di comunicazione (post per social, banner, video, eventi)

STAY TUNED perché ne arriveranno delle belle!

🇬🇧 *In the first part of the year, we resumed promoting **FARAEmotions** with a series of posts on LinkedIn and beyond. These posts now have a new, bolder visual style — a precursor to the full-fledged **new FARAEmotions campaign**. The final result*

*of this transformation is what you see here! The image plays on the idea that our fragrances are **raw materials/ingredients** that transform cosmetic products.*

*At the centre is a dropper bottle — not a typical perfume bottle (which might suggest a finished product), but the kind used for **essential oils**. The bottle only fully forms at the top, while the rest of its shape is sketched by a swirl of liquid, flowers and molecules floating through the air, creating a magical, dynamic, and poetic effect.*

Poetry and substance, all in one.

This visual will be the cornerstone of the www.faraemotions.com landing page and will also be used across other communication formats (social posts, banners, videos).

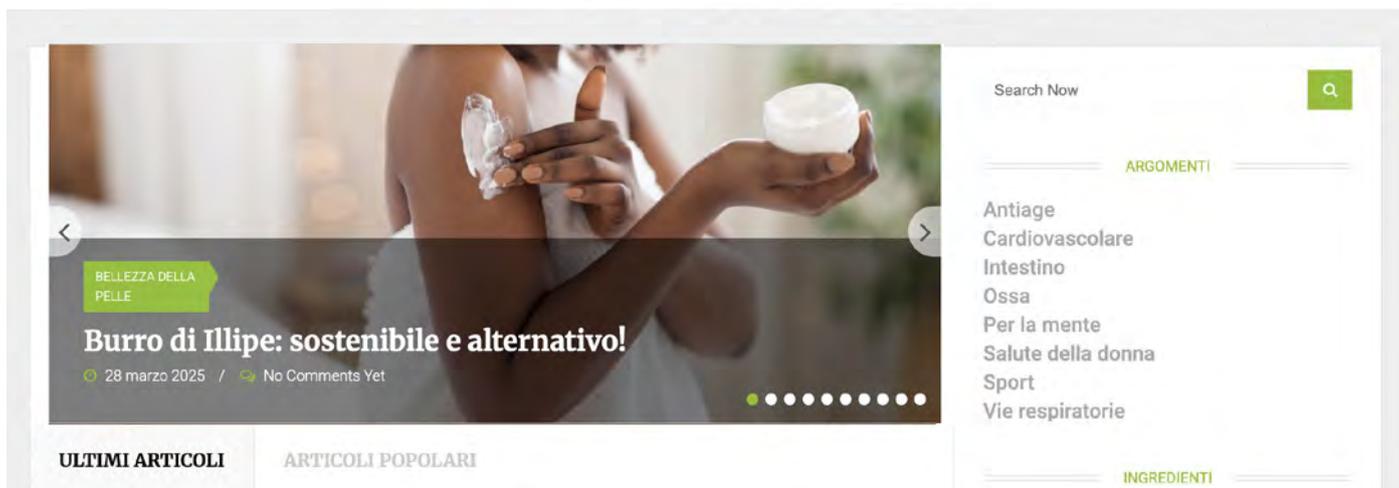
STAY TUNED - the best is yet to come!

IL BLOG "L'INGREDIENTE GIUSTO" CONTINUA A CRESCERE! - "L'INGREDIENTE GIUSTO" IS GROWING!



IL BLOG DI GIUSTO FARAVELLI S.p.A.

HOME INGREDIENTI ARGOMENTI CHI SIAMO



Il nostro blog "L'ingrediente Giusto" non si ferma!

Dall'inizio dell'anno sono già stati pubblicati **5 articoli**, e l'obiettivo è di continuare con una media di **due nuovi contenuti al mese**.

Il blog nasce per raccontare, in modo semplice ma autorevole, il mondo degli ingredienti offrendo spunti interessanti sia a chi è del settore, sia a chi si avvicina per la prima volta a questi temi.

Ma per farlo al meglio... **abbiamo bisogno anche del vostro contributo!**

Se avete in mente **un ingrediente innovativo**, una **novità di prodotto**, o semplicemente un'idea che pensate possa incuriosire e coinvolgere, **scriveteci!** Ogni suggerimento è prezioso e può diventare protagonista di un prossimo articolo.

L'ingrediente Giusto cresce con le idee di tutti. Grazie in anticipo per il vostro supporto!

Our blog "L'ingrediente Giusto" keeps going strong!

*Since the beginning of the year, **5 articles** have already been published, and the goal is to continue with an average of **two new posts each month**.*

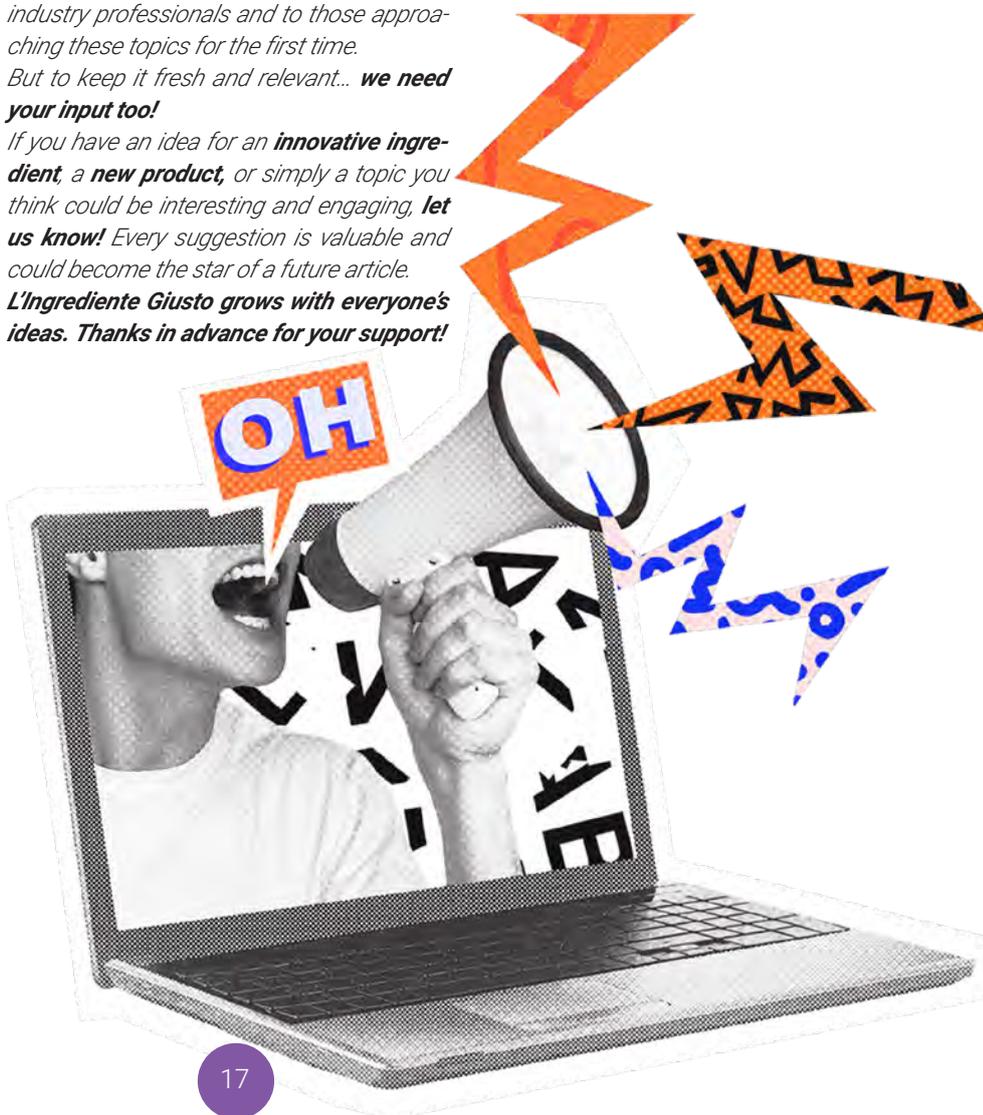
The blog was created to explore the world of ingredients – in a simple yet authoritative way – offering interesting insights both to

industry professionals and to those approaching these topics for the first time.

*But to keep it fresh and relevant... **we need your input too!***

*If you have an idea for an **innovative ingredient**, a **new product**, or simply a topic you think could be interesting and engaging, **let us know!** Every suggestion is valuable and could become the star of a future article.*

L'ingrediente Giusto grows with everyone's ideas. Thanks in advance for your support!



DOPO IL LAVORO? SI SCENDE IN CAMPO! - AFTER WORK? TIME TO HIT THE FIELD!

Il **lavoro di squadra** non si ferma alla fine della giornata lavorativa!

Negli ultimi mesi, alcuni colleghi si sono messi alla prova **in campo e in pista**, regalando momenti di divertimento, spirito di gruppo e anche un pizzico di sana competizione.

La prima "sfida" è stata una **partita di calcio** tra colleghi di diversi reparti: energia, entusiasmo e tanto gioco di squadra. A distinguersi, due **colleghe** che hanno dato prova di grande grinta e tecnica, conquistando applausi!

Non da meno, i colleghi del **reparto cosmetico**, che hanno scelto una serata a base di **bowling**. Tra strike, spare e risate, è stata l'occasione perfetta per condividere un momento fuori dall'ambiente lavorativo e rafforzare lo **spirito di gruppo**... con stile! Questi momenti ci ricordano quanto sia bello ritrovarsi anche fuori dal contesto professionale, conoscersi meglio e costruire relazioni che rendono il lavoro di tutti i giorni ancora più piacevole.

Bravi tutti - dentro e fuori l'ufficio!

Team spirit doesn't end when the workday does!

Over the past few months, some of our colleagues have stepped up - both **on the field and on the lanes** - creating fun, team-building moments with just the right amount of friendly competition.

The first "challenge" was a **five-a-side football match** between colleagues from different departments: full of energy, enthusiasm, and plenty of teamwork. **Two female colleagues stood out**, showing great skill and determination - and earning well-deserved applause!

Not to be outdone, our **Cosmetic Division team organized a bowling night**. Between strikes, spares, and lots of laughs, it was the perfect chance to bond outside of work and strengthen **team**

spirit... in style!

These moments remind us how valuable it is to connect outside the office, get to know each other better, and build the kind of relationships that make everyday work even more enjoyable.

Well done, everyone - on and off the clock!



TORNEO INTERAZIENDALE DI BEACH VOLLEY: FARAVELLI SCENDE IN CAMPO! INTERCOMPANY BEACH VOLLEYBALL TOURNAMENT: FARAVELLI HITS THE COURT!

Siamo felici di annunciare che **Faravelli parteciperà per la prima volta** al **Torneo Interaziendale di Beach Volley** organizzato da Ennevolte!

Un'occasione perfetta per divertirsi, fare squadra anche fuori dall'ufficio e passare qualche ora all'insegna dello sport e della compagnia.

Quando? Mercoledì 25 giugno, dalle 18:00 alle 21:00.

Dove? Presso la **Polisportiva Lombardia 1** (ex Palauno), in **Largo Antonio Balestra 5, Milano**.

Il torneo è aperto a tutti: non serve essere campioni, basta avere voglia di mettersi in gioco!

Come partecipare?

- Invia la tua candidatura entro il **7 maggio** a **Giorgio Paoli** (giorgio.paoli@faravelli.it), in copia a **Silvia Di Tommaso** (silvia.ditommaso@faravelli.it)
- Il **9 maggio** verranno estratte **due squadre da 5 giocatori** (4 in campo + 1 riserva), con **almeno una donna sempre in campo**, come da regolamento
- Le squadre sorteggiate riceveranno comunicazione lo stesso giorno e dovranno **confermare la partecipazione entro l'11 maggio**.
- Entro il **31 maggio** avremo conferma dell'accettazione delle nostre squadre (max 2 per azienda)

Cosa vi aspetta?

- Almeno **3 partite garantite** per ogni squadra
- Un bel **aperitivo finale** per brindare tutti insieme
- **Pettorina personalizzata** per ogni partecipante
- E ovviamente... **premi per le squadre finaliste!**

E se non giochi? **Ti aspettiamo come supporter!**

Più siamo, più ci divertiamo – dentro e fuori dal campo!

*🇬🇧 We're excited to announce that **Faravelli will be taking part for the first time** in the **Intercompany Beach Volleyball Tournament** organized by Ennevolte, an Italian platform dedicated to companies!*

A perfect opportunity to have fun, build team spirit outside the office, and enjoy a few hours of sport and good company.

When? Wednesday, June 25th, from 6:00 PM to 9:00 PM.

Where? At Polisportiva Lombardia 1 (formerly Palauno), Largo Antonio Balestra 5, Milan.

The tournament is open to everyone – no need to be a pro, just bring your enthusiasm and team spirit!

Stay tuned sui canali social e prossimo FARAAtelling



**3° ENNEVOLLEY
4X4 MISTO**

Porta lo Sport e il divertimento
in azienda!

MERCOLEDÌ
25 GIUGNO 2025
ORE 18-21

in collaborazione con:
**lombardia
uno**



| WHAT'S NEXT? |

DUE WORKSHOP a cura di FARAVELLI COSMETIC DIVISION

Il **16 maggio**, venerdì, la **Divisione Cosmetica** sarà a **Roma**, insieme a **Provital Group**, per un workshop dedicato ai clienti del Centro e Sud Italia. L'evento **"Temptation Capital"** si terrà presso Hotel Villa Pamphili.

Il **24 giugno**, invece, sarà la volta del **primo workshop organizzato con Roelmi**, nostro partner dal 2024.

L'evento è in via di definizione: vi aggiorneremo!

🇬🇧 TWO WORKSHOPS by FARAVELLI COSMETIC DIVISION

On Friday, **May 16**, the **Cosmetic Division** will be **in Rome**, together with **Provital Group**, for a workshop dedicated to clients from Central and Southern Italy.

The event, **"Temptation Capital"**, will take place at the Hotel Villa Pamphili.

Then, on **June 24**, it will be time for the very **first workshop organized with Roelmi**, our partner since 2024.

The event is currently being finalized—stay tuned for more updates!



venerdì 16 maggio • Hotel Villa Pamphili • Roma

La Divisione Cosmetica di Faravelli e Provital ti invitano ad un'affascinante giornata di studio tra scienza, creatività.

Roma diventerà la "Temptation Capital": il nostro workshop rappresenta un'occasione unica per lasciarsi tentare da **ingredienti, idee e formulazioni cosmetiche d'avanguardia**.

A guidarci in questa esperienza:

- **Anna Balaguer e Sonia Secchi** di **Provital Group**, con presentazioni tecniche e interessanti *insights* sulle **tendenze emergenti**.
- **I tecnici R&D** della Divisione Cosmetica di **Faravelli**, con **sessioni pratiche di laboratorio** e focus sulle formulazioni.
- **ExactLab**, partner tecnico.

Ti aspettiamo per un caffè di benvenuto dalle **9:30**

Le sessioni di lavoro inizieranno alle **10:00** e termineranno alle **14:30**, seguite da un **pranzo conviviale**.

La **partecipazione è gratuita**, i posti sono limitati: per confermare la tua partecipazione, clicca sul bottone

[RSVP](#)

FARAVELLI COSMETIC DIVISION

| BELLE NOTIZIE - NICE NEWS |

Congratulazioni a **Luca Grignani e Federica Marchesi** per il loro matrimonio (30 marzo) e a **Ilenia Manganelli**, che invece convolerà a nozze il 3 maggio.

🇬🇧 *Congratulations to **Luca Grignani and Federica Marchesi** on their marriage (March 30) and to **Ilenia Manganelli**, who will be getting married on May 3.*

W gli sposi

| RASSEGNA STAMPA - PRESS REVIEW |



[CLICCA QUI PER LEGGERE TUTTI GLI ARTICOLI](#)

click on the pic to read all articles!

