



GROUPE ROCHER

reconnect people to nature



image : Freepik.com

Déclaration de Performance Extra-Financière

Annexe
au rapport de gestion
du conseil d'administration
à l'assemblée générale

29 mars 2022



STANHOME



KIOTIS
PARIS



flormar





Mesdames, Messieurs,

Conformément aux articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du Code de Commerce, nous vous présentons ci-après la déclaration de performance extra-financière de la société Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher et de ses filiales (ci-après Groupe Rocher).

LABORATOIRES DE BIOLOGIE VÉGÉTALE YVES ROCHER

Société anonyme au capital de 4 383 405,60 euros

Siège social : La Croix des Archers 56 200 La Gacilly

N°876 580 077 R.C.S. Vannes

TABLE DES MATIÈRES

PENSER DEMAIN, C'EST AGIR MAINTENANT	5
Modèle d'affaires	6
Un groupe familial	6
Un groupe international ancré localement	7
Un groupe intégré	7
Des marques engagées	8
La raison d'être et la mission du Groupe Rocher	10
Reconnecter les femmes et les hommes à la nature	10
Un nouveau plan stratégique à 2030	11
AGIR EN FAVEUR DES FEMMES ET DES HOMMES	16
Promouvoir et respecter les droits humains et les conventions internationales du travail	17
Prohiber toute forme de travail forcé et de travail des enfants	17
Favoriser le dialogue social	18
Assurer le respect de la vie privée et la protection des données	18
Protéger la santé-sécurité et favoriser le bien-être des collaboratrices et collaborateurs	18
Assurer la santé et la sécurité au travail	18
Veiller au bien-être	20
Développer une employabilité durable et favoriser l'évolution professionnelle des collaboratrices et collaborateurs	24
Développer l'employabilité à travers la formation	24
Accompagner les collaboratrices et collaborateurs tout au long de leur évolution professionnelle	26
Veiller à une Politique de rémunération et d'avantages sociaux adaptés	27
Agir dans le respect des différences et promouvoir la diversité	28
Prévenir toute forme de harcèlement et de discrimination	28
Promouvoir la diversité inclusive	29
DÉVELOPPER DES PRODUITS, DES SERVICES ET DES MODES DE CONSOMMATION RESPECTUEUX DE LA NATURE	34
Proposer des produits sûrs et sains	34
Garantir la qualité et la conformité des produits	34
Choisir des matières premières responsables	36
Promouvoir des modes de consommation responsable	43
Développer des offres de consommation responsable	43
Marketing responsable	44
Concevoir des points de vente responsables	45
Accompagner la fin de vie des produits	45
Développer la transparence vis-à-vis des consommatrices et des consommateurs	46
AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ POUR PROTÉGER LE VIVANT	48
Une Politique Biodiversité renouvelée en 2021	48
Assurer un rôle d'ambassadeur et contribuer à la recherche d'un nouveau rapport au vivant	48

Agir de façon responsable en prenant en compte la biodiversité	50
Lutter et s'adapter au changement climatique	51
Gouvernance des enjeux climat	51
Stratégie bas carbone	52
Gestion des risques climat	57
Diminuer notre empreinte environnementale et favoriser l'économie circulaire	59
Développer l'éco-conception	59
Diminuer l'usage de plastique	60
Réduire la génération de déchets	62
Protéger la ressource en eau	63
Assurer une transition vers un numérique responsable	65
Green IT	65
Conception responsable des systèmes d'information	66
Sobriété des usages numériques	66
IT for Green - La Fonction IT, support à la transition écologique du groupe	67
COLLABORER AVEC LES PARTIES PRENANTES POUR LES ENGAGER DANS LA MISSION	68
Achats durables et chaîne d'approvisionnement	68
Promouvoir des écosystèmes engagés	71
Garantir des pratiques éthiques et intègres	73
Entretenir un dialogue transparent avec l'ensemble des parties prenantes	74
Exemples d'engagements (liste non-exhaustive)	74
Agir et réagir par le mécénat et la philanthropie	75
Assurer la protection des données privées	75
Agir de manière responsable en matière fiscale	76
NOTE DE MÉTHODOLOGIE	78

PENSER DEMAIN, C'EST AGIR MAINTENANT

Premier groupe international à adopter le statut d'entreprise à mission, la remise du Rapport Rocher en octobre dernier « *Repenser la place des entreprises dans la société* » au Ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance est significative de notre façon d'incarner notre rôle d'Entreprise à Mission. Celle d'une entreprise cherchant à réconcilier performance économique et contribution sociétale, engagée et désireuse d'entraîner les autres acteurs dans son sillage.

Dans un contexte de fortes turbulences économiques mais aussi sociales et environnementales, notre mission - *reconnecter les femmes et les hommes à la nature* – a démontré tout son sens. Elle a orienté nos actions, nos engagements, nos choix pour construire un avenir plus souriant. Surtout, elle nous a donné la certitude d'être, ensemble, sur la bonne route.

Fidèle à nos valeurs d'entreprise familiale nous nous inscrivons dans la pérennité. Depuis toujours, nous pensons à demain en plaçant l'innovation RSE au cœur de la stratégie de notre groupe.

Notre vision 2030 fixe le cap à suivre tout en nous mettant en capacité de manœuvrer, aujourd'hui, dans des vents contraires et imprévisibles. Elle nous invite à intensifier notre transformation et à nous challenger sans cesse pour atteindre nos ambitions, agir en faveur des femmes et des hommes, développer des produits et services respectueux de la nature, préserver la biodiversité, collaborer avec nos parties prenantes pour les engager dans notre mission.

Cette transformation, nous la réalisons grâce à l'optimisme et à l'engagement de nos collaboratrices et collaborateurs et de nos partenaires. Leur confiance est précieuse pour questionner la place de l'entreprise dans la société et ouvrir la voie d'une performance plurielle : financière, sociétale et environnementale.

Bris Rocher

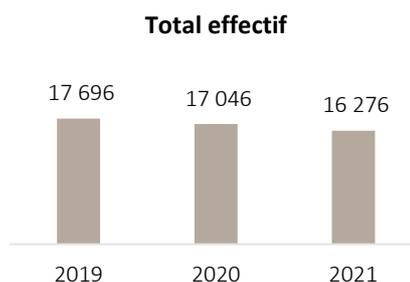
Président Directeur Général Groupe Rocher

Modèle d'affaires

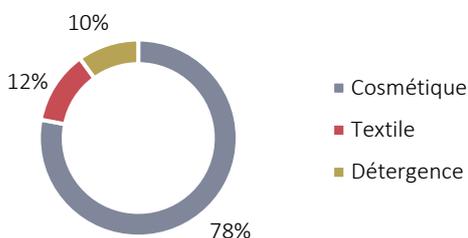
Un groupe familial

Le Groupe Rocher est un groupe familial, créateur de valeur et indépendant. Contrôlé à plus de 98% par la famille du fondateur, il est dirigé par Bris Rocher depuis 2010. Yves Rocher, Arbonne, Petit Bateau, Stanhome, Dr. Pierre Ricaud, Kiotis, SABON, Flormar et ID Parfums, sont les 9 marques du Groupe Rocher. Leurs succès en font aujourd'hui un acteur incontournable des secteurs du bien-être, de la beauté, de la détergence et du textile. En 2021, le groupe a distribué cette année près de 529 millions de produits pour un chiffre d'affaires de 2,4 milliards d'euros.

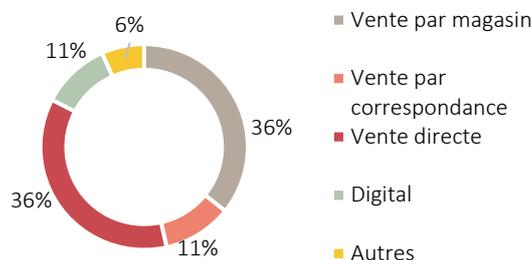
Il emploie 16 276 collaboratrices et collaborateurs (soit 4.5% de moins qu'en 2020). Ses collaboratrices et collaborateurs agissent au travers de divers métiers, qui vont de la conception à la fabrication jusqu'à la distribution des produits. La diversité des modes de distribution (vente par magasin, vente par internet, vente directe et vente par correspondance) en fait sa spécificité et contribue à sa résilience face à la crise de la COVID-19. La part des produits vendus dans les réseaux magasins est en augmentation en 2021 car les fermetures des boutiques, pour raison sanitaire, ont été maîtrisées sur cette année versus 2020. La part vendue via les réseaux de vente directe a un peu baissé en 2021 après la très forte augmentation de 2020. La part du e-commerce a continué de progresser en 2021 mais de façon relativement modérée après une année 2020 en forte croissance.



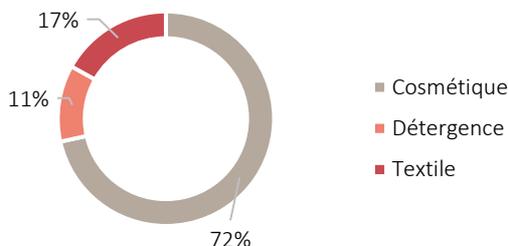
Chiffre d'affaires par activité



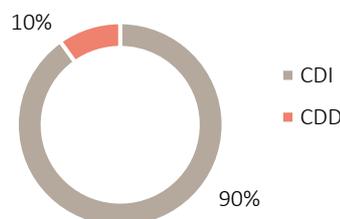
Chiffre d'affaires par canal de distribution



Effectifs par activité



Effectif par type de contrat

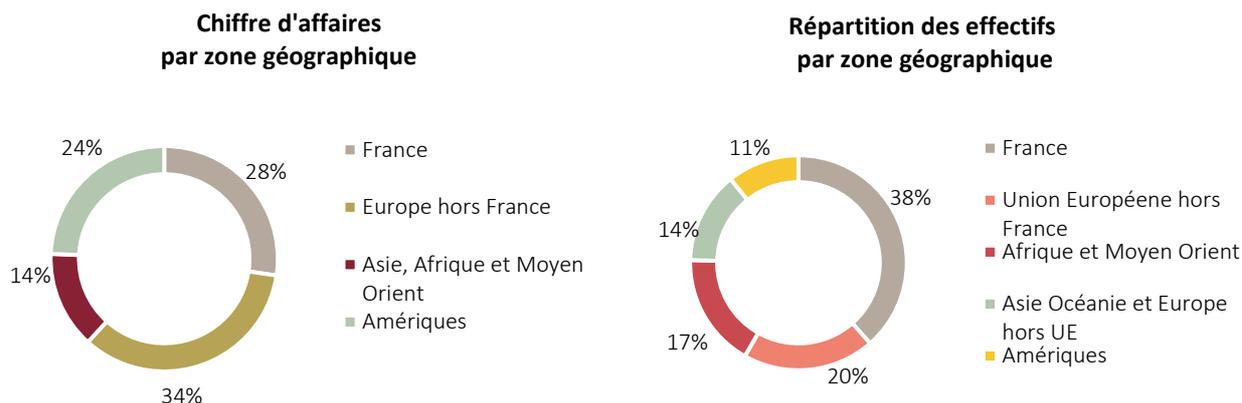


Un groupe international ancré localement

Fier des 50 millions de clientes et clients qui lui font confiance, le groupe d'origine bretonne est résolument tourné vers l'international avec une présence dans 114 pays sur les marchés de la cosmétique et du bien-être¹, du textile-habillement et de l'embellissement de la maison.

La présence du Groupe Rocher stimule la vitalité des territoires où il est implanté grâce à ses activités industrielles mais aussi grâce à son implication dans le développement local, notamment en France.

En 2021, en Bretagne, les effectifs des activités cosmétique et détergence du Groupe Rocher représentent 2 682 personnes ; dans l'Aube, les effectifs de l'industrie textile Petit Bateau représentent 680 personnes.



Un groupe intégré

De la recherche à la production en passant par la commercialisation, chacune des marques du groupe est active sur l'ensemble de la chaîne de valeur de ses produits. Le groupe fabrique la majeure partie des produits dans ses 8 sites de production et les distribue via notamment ses 13 sites logistiques.

La part de sous-traitance est variable selon les marques du groupe :

- Les principaux sous-traitants en produits cosmétiques sont localisés en Russie sur le premier semestre et au Mexique pour approvisionner les marchés locaux en produits d'hygiène ;
- La Marque Arbonne fait appel à de la sous-traitance de production de ses produits de nutrition et de maquillage ;
- La Marque Stanhome fait appel à la sous-traitance pour la production de la totalité de sa gamme Home Care en Europe (détergence et accessoires), mais également pour l'ensemble de ses gammes Home Care et cosmétique vendus au Mexique ;
- La Marque Petit Bateau fait appel à de la sous-traitance en Tunisie et au Maroc (teinture et tricotage) à proximité de son atelier de confection. Petit Bateau a vendu en 2021 son usine Tenmar Tricotage Teinture au Maroc à son partenaire historique IKS avec qui il collabore depuis 1992. La vente de Tenmar Teinture Tricotage permettra à Petit Bateau de réaliser les investissements nécessaires sur son site historique de Troyes dans l'Aube, pour en faire un site pilote en matière de production responsable. De plus, l'acheteur IKS s'est engagé à moderniser Tenmar TT pour en faire un outil de production plus responsable.
- Après avoir été majoritairement un groupe de vente par correspondance, puis un groupe de « Retail » ces 10 dernières années, la vente directe était devenue en 2020 le premier canal de distribution avec les marques Arbonne, Stanhome et Yves Rocher en Italie, Mexique et Portugal qui comptent plus d'1 million de consultants vendant ces marques. Ce canal est resté le premier canal du groupe en 2021 devant le retail.

¹ Hygiène, soin, maquillage, parfumerie et compléments alimentaires

Cependant, la part du retail reste très importante avec :

- Près de 1 430 établissements exploités directement par les marques du Groupe Rocher (fonds propres, succursales) ; Plus de 1 600 magasins exploités par des partenaires sous les enseignes des marques du groupe en franchise, gérance libre ou en location – gérance ;
- Et près de 5 500 points de ventes multimarques exploités par des agents, partenaires du Groupe Rocher.

Des marques engagées



Bretonne et passionnée, la Marque Yves Rocher est engagée depuis 1959. Via ses botanistes, récoltants, concepteurs, fabricants et retailers, sans intermédiaire, Yves Rocher propose des soins botaniques efficaces au prix juste, pensés pour limiter l'impact sur l'environnement et se reconnecter à la nature. Du jardin à la salle de bain, Yves Rocher maîtrise chaque étape de sa chaîne de valeur, des sols, à la peau de ses 30 millions de clientes et clients. Tout ce que la Marque Yves Rocher fait est guidé par l'amour de la nature.

Depuis 1980, Arbonne International, LLC, crée des produits de beauté et de bien-être à base d'ingrédients végétaux, fondés sur la science et la recherche clinique. La philosophie d'Arbonne de vivre sainement pour améliorer l'esprit, le corps et la peau, combinée à une approche entrepreneuriale du commerce nourrit une vision holistique, permettant l'épanouissement de chacune et chacun à l'intérieur et à l'extérieur. En tant que marque certifiée B Corp, elle adopte une approche intégrée pour être une "Entreprise à Mission", prenant en compte l'impact de ses activités sur les personnes et la planète. Cette certification permet aussi de mesurer les normes les plus exigeantes en matière de performances sociales et environnementales, de transparence et de responsabilité juridique, veillant à ce qu'Arbonne incarne sa mission, celle de donner aux individus les moyens de s'épanouir grâce à un mode de vie durable.



Petit Bateau est la marque qui accompagne toutes les générations depuis plus de 125 ans. « Liberté, Qualité, Durabilité » est le mot d'ordre porté par les 2 800 collaboratrices et collaborateurs qui œuvrent pour son rayonnement dans le monde. Née à Troyes en 1893, la Marque Petit Bateau est fière de son héritage français et de son savoir-faire qui permet de créer des vêtements qui traversent le temps. Petit Bateau incarne un esprit espiègle et joyeux, à travers des vêtements dans lesquels on libère sa créativité et son envie de bouger. Parce que la marque s'est donnée pour mission de « *Connecter les enfants à la nature* », elle s'engage à être plus durable. Car la seule manière de fabriquer un vêtement responsable, c'est d'en faire un vêtement durable. Afin de mener à bien cette mission, Petit Bateau a pris 10 engagements^{2 3} forts pour porter un mouvement de transformation de l'industrie textile vers davantage de bien-être et de respect de l'environnement.

Dr. Pierre Ricaud avait pressenti ce qui est aujourd'hui scientifiquement prouvé : vivre en lien avec la nature contribue au bien-être. Cette vision que nous avons reçue en héritage, nous inspire depuis 1986 pour concevoir des soins cosmétiques experts anti-âge. Notre efficacité : la science cosmétique des plantes médicinales associées à la dermocosmétique. En complément de l'évaluation de l'efficacité cutanée de nos soins visage, nous mesurons l'amélioration de l'état émotionnel liée à leur application. Nos produits sont développés dans une logique d'éco-conception pour limiter les emballages superflus et ainsi minimiser notre impact sur l'environnement. Depuis toujours, nous sommes une marque française sans intermédiaire, de la formulation dans nos laboratoires à la fabrication dans nos usines jusqu'à la distribution de nos produits. Engagé via le prix solidaire Femmes en Chœur, Dr. Pierre Ricaud récompense des associations qui œuvrent pour améliorer la vie des femmes.



Dr. Pierre Ricaud

³ <https://www.petit-bateau.fr/la-marque/?s=engagements&a=tour-d-horizon>

STANHOME

Stanhome est une marque avec un positionnement unique. Depuis 90 ans, c'est dans son histoire, dans ses racines qu'elle puise ses forces. Stanhome conçoit des produits qui améliorent la vie de chacune et chacun tout en respectant l'environnement. Des pieds à la tête, du sol au plafond, des petits aux grands, du linge à la vaisselle, des gestes les plus quotidiens aux actions les plus expertes, Stanhome est la seule marque de vente directe à proposer une gamme aussi complète pour le soin de la maison et de la famille. En alliant puissance et naturalité, douceur et durabilité, Stanhome milite pour une efficacité engagée au service du mieux vivre grâce à des produits innovants et toujours respectueux de l'humain et de la planète.

Depuis ses origines, les créations SABON naissent de la rencontre d'une touche de poésie et d'un don pour la découverte, pour l'émerveillement. Elles mêlent beauté et plaisir des sens dans les plus infimes détails. Elles sont le fruit d'une alchimie inattendue de textures, senteurs et objets dont chaque détail raconte une histoire. L'expérience SABON est multisensorielle et holistique, elle dépasse la simple routine beauté. Elle est un art de vivre. SABON est avant tout une histoire de gommage pour le corps. Depuis 1997, sa formulation unique est composée de sels régénérants de la Mer Morte et de 4 huiles végétales. La marque s'est rapidement diversifiée et propose aujourd'hui des produits pour le visage, le corps, le bain et la maison, déclinés en 11 collections parfumées. Avec plus de 200 magasins à travers le monde, SABON continue de grandir, de Tel Aviv à New York en passant par Tokyo et Hong Kong. Les produits SABON sont infusés de minéraux précieux et d'ingrédients botaniques de la Méditerranée. Les packagings sont artistiquement conçus comme des objets de décoration avec une priorité donnée au matériau en verre pour tous les flacons, infiniment recyclables et réutilisables.



flormar Fondée en 1950 à Milan en Italie, Flormar s'est installée à Istanbul en 1970. Avec plus de 60 ans d'expérience en cosmétique, Flormar est devenue l'une des marques de maquillage les plus dynamiques, atteignant plus de 100 000 points de vente dans plus de 80 pays, et 750 magasins situés dans plus de 200 villes à travers le monde. Flormar rejoint l'aventure Groupe Rocher en 2012, et continue de grandir. La marque propose une palette tendance de soins maquillage, pleins de couleurs et de fun. Convaincue que tous les êtres vivants et notre planète méritent le meilleur, la marque est engagée avec le plan Stay Colorful Move Clean, pour améliorer ses formulations, son packaging et sa production. La marque est certifiée ISO 9001 2015 et ISO 22716 2007 GMP for Cosmetics.

Convaincu que le bien-être est source de beauté, Kiotis signe des soins sensoriels qui puisent toute leur efficacité de la formidable richesse des huiles essentielles. 100% pures et naturelles, elles sont à l'origine de leurs parfums enveloppants et s'épanouissent au cœur de textures sensorielles pour révéler la beauté de toutes les femmes. Kiotis s'engage à atteindre, dès 2025, 95% d'ingrédients d'origine naturelle dans ses formules, 100% de ses formules rincées biodégradables et 100% de ses emballages recyclables ou réutilisables.



La raison d'être et la mission du Groupe Rocher

Reconnecter les femmes et les hommes à la nature

Depuis le 24 octobre 2019, le Groupe Rocher est devenu Société à Mission, au sens de la Loi PACTE⁴. Au-delà de sa rentabilité économique, la raison d'être du Groupe Rocher prend racine dans ses valeurs historiques et projette toutes les parties prenantes dans un futur collectif, liant les humains et la nature. La raison d'être de la société, au sens de l'article 1835 du Code Civil, est la suivante :

RAISON D'ÊTRE DU GROUPE ROCHER

Convaincue grâce à l'expérience personnelle de Monsieur Yves Rocher, que la nature a un impact positif sur le bien-être des personnes et donc sur leur envie d'agir pour la planète, la société a pour raison d'être de reconnecter ses communautés à la nature.

Cette mission s'incarne dans des expériences, des services et des produits qui procurent du bien-être, grâce aux bienfaits de la nature.

À cette fin, la société revendique un modèle d'entreprise familiale ayant pour ambition de développer un écosystème durable qui combine création de richesses, innovation frugale et écologisme humaniste.

Forte de ses expertises botaniques, agronomiques et scientifiques et du modèle unique créé à La Gacilly en Bretagne, la société cultive un lien direct avec ses communautés et ses territoires.

Cette raison d'être inclut une mission unique de reconnecter les communautés à la nature, déployée notamment via trois ambitions liées à la mobilisation des parties prenantes :

1. Les équipes et partenaires sont formés à la compréhension des écosystèmes naturels et des enjeux sociaux. Ils se mobilisent autour de ces enjeux et agissent pour la mission du groupe.
2. Acteur de cette mission ouverte sur le monde et partagée avec les sociétés, le groupe crée et tient un rôle de leader d'opinion concernant les bénéfices d'un lien entre les humains et la nature.
3. Chaque collaboratrice et collaborateur vit une expérience de nature sur son site ou avec des partenaires locaux.

Afin de suivre ces ambitions et l'avancée de la mission, le comité de mission a établi le premier rapport de mission Groupe Rocher en 2021⁵.

Cette année, le Groupe Rocher a partagé son témoignage sur le statut d'Entreprise à Mission lors de nombreuses conférences et tables rondes comme Change Now, au Forum de Giverny, au Forum Économique Breton, le salon Pro durable ou encore le World Forum for a Responsible Economy. Le 10 mai 2021, Bruno Le Maire, Ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, et Olivia Grégoire, Secrétaire d'Etat chargée de l'Économie sociale, solidaire et responsable ont confié une mission gouvernementale relative à la gouvernance durable des entreprises à Monsieur Bris Rocher, Président du Groupe Rocher. Le rapport ROCHER a été officiellement remis le 19 octobre 2021 à Bercy, et propose 14 recommandations qui se déclinent en 3 axes :

ESSAIMER : faciliter l'appropriation par le plus grand nombre des dispositifs de la Loi PACTE au sein du monde économique et éducatif ;

CRÉDIBILISER : les dispositifs de la raison d'être et de la Société à Mission de la Loi PACTE afin de prévenir les risques de purpose washing et d'en accroître l'attractivité ;

RENFORCER : l'attractivité du fonds de pérennité et promouvoir les dispositifs issus de la Loi PACTE au niveau européen.

⁴ Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises

⁵ [Rapport du comité de mission - 23 avril 2021](#)

En parallèle, le Groupe Rocher a reçu, en 2021, plusieurs distinctions pour son engagement envers le développement durable et en tant que pionnier de l'Entreprise à Mission : le Grand Prix de l'Entreprise à Mission de la RSM® (Responsabilité Sociétale de la Marque) PRODURABLE - LINKUP FACTORY, le Prix OR de l'Entreprise engagée 2021 des Ekopo Awards et l'Award cosmétiquemag RSE 2021 pour M. Bris Rocher.

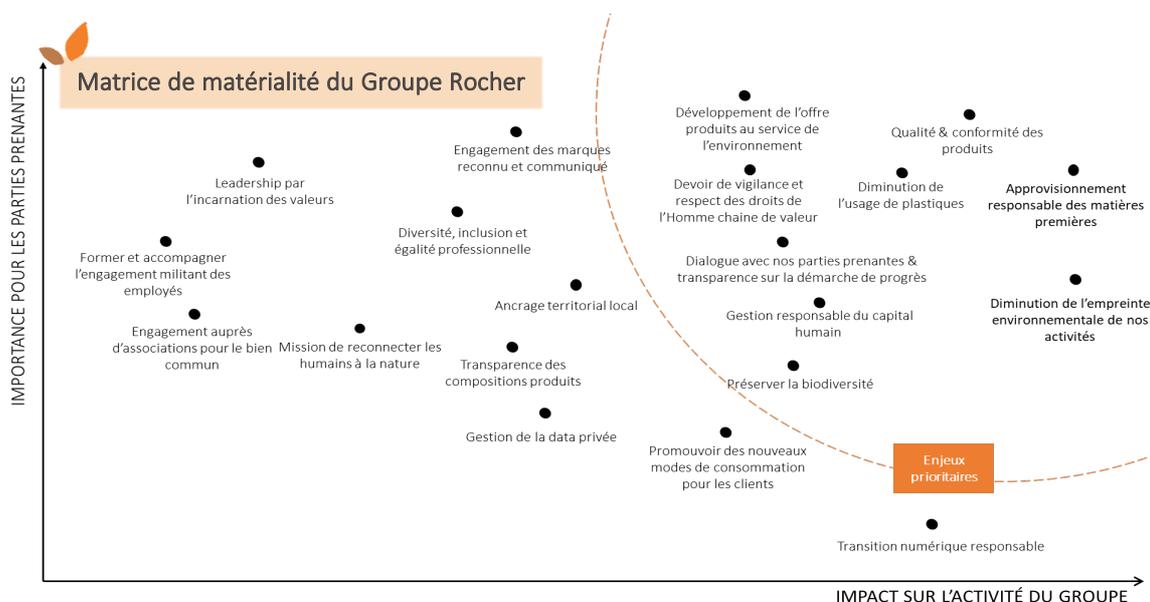
Et enfin, Yves Rocher Italie et Stanhome Italie ont accompli leur passage au statut de *Societa Benefita* codifié par le droit italien et s'apparentant au statut d'Entreprise à Mission français. Ce travail, impulsé par les équipes italiennes et mené en cohérence avec la raison d'être du Groupe Rocher, a permis de valoriser leurs engagements spécifiques locaux et la mobilisation de leurs collaboratrices et collaborateurs.

Un nouveau plan stratégique à 2030

Afin de concrétiser ses engagements et répondre aux problématiques environnementales et sociales, le Groupe Rocher s'est doté d'un plan d'ambitions en termes de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) à horizon 2030. Basé sur une évaluation des enjeux matériels, il a été co-construit avec ses parties prenantes clés identifiées.

La mobilisation a été menée sur plusieurs mois :

- Des comités consultatifs ont réuni les membres du comité exécutif du groupe et des parties prenantes internes et externes. Via une approche consultative et des questions ouvertes, un panel de spécialistes des enjeux business, sociétaux et environnementaux a contribué à identifier les enjeux matériels pour le futur des sociétés et des entreprises. Grâce à ces visions diversifiées et holistiques, le Groupe Rocher a pu identifier ses enjeux spécifiques.
- Pour approfondir le travail des comités consultatifs, une matrice de matérialité précise les risques et enjeux RSE, enrichis par la vision des parties prenantes de la chaîne de valeur du groupe. Ainsi cette matrice se base sur une évaluation des risques externes⁶ et l'identification des risques et enjeux matériels pour nos clients ainsi que nos collaborateurs via des enquêtes à grande échelle⁷. Leurs réponses ont été priorisées selon l'importance qu'ils accordent à cet enjeu et l'impact potentiel de celui-ci sur les activités du Groupe Rocher. Le questionnement de ces parties prenantes a permis d'affiner les risques et enjeux prioritaires représentés ci-dessus. Cette première matrice sera mise à jour en 2022 afin d'intégrer les enjeux matériels spécifiques identifiés par les marques et de réévaluer les priorités à la lumière des évolutions externes et internes.



⁶ Baromètre des risques annuels Allianz ; World Economic Forum Global Risks ; Evaluation annuelle des risques Groupe Rocher

⁷ Groupe de travail Millenials Groupe Rocher ; Enquête Tell Us ! 2019 réalisée avec 6596 collaborateurs ; Questions sensibles clients France et Monde

Plan ambitions RSE 2030

À la suite des travaux des comités consultatifs et la matrice de matérialité, le Groupe Rocher a formalisé son plan d'ambitions RSE 2030. Construit autour de sa mission et de quatre grands piliers, dont chacun comporte des ambitions précises et des projets concrets, il représente la feuille de route RSE commune à toutes les marques du groupe. Ce plan a pour objectif d'adresser des priorités et d'y faire face dans le futur en permettant la mise en œuvre d'actions concrètes pour améliorer la performance du Groupe Rocher.

Pour chaque ambition, des objectifs spécifiques à horizon 2025 et 2030 sont construits et partagés avec les marques et les équipes concernées afin de garantir leur intégration dans les plans stratégiques et RSE. Ces objectifs ont été construits en s'appuyant sur des études de marché et sur les retours de nos experts internes afin d'évaluer la justesse de notre niveau d'ambitions.

PLAN AMBITIONS RSE 2030 DU GROUPE ROCHER



SALARIÉ(E)S

Le Groupe Rocher maximise l'**engagement des collaboratrices et collaborateurs** pour les rendre contributrices et contributeurs de sa mission.

Le Groupe Rocher prône l'**égalité des genres et la diversité** dans le respect de ses valeurs.

Le Groupe Rocher accompagne les **évolutions des métiers** en reconversion.

CLIENT(E)S

Chacune des marques du Groupe Rocher s'inspire de la nature pour proposer des **produits, services et expériences qui procurent du bien-être**.

Le Groupe Rocher s'engage dans une **communication transparente** sur ses produits et leur origine.

Le Groupe Rocher développe des **actions de consommation responsable**.

ENVIRONNEMENT

Le Groupe Rocher développe l'innovation frugale qui allie **bénéfice économique et réduction de l'impact environnemental**.

Le Groupe Rocher engage une **digitalisation responsable**, humaine et environnementale.

Le Groupe Rocher agit en faveur de la **biodiversité** sur ses territoires.

COMMUNAUTÉS

Le Groupe Rocher **engage ses partenaires** autour des enjeux liés à sa raison d'être.

La Gacilly, berceau du Groupe Rocher, est l'emblème d'un **écosystème territorial vertueux** associant efficacité économique et protection des écosystèmes vivants. Chaque marque **s'engage localement** en lien avec sa raison d'être aux côtés de ses communautés.

Fidèle à sa vision d'entrepreneur, le Groupe Rocher offre des **opportunités d'ascension sociale** à toute personne désireuse d'entrer dans ses réseaux de distribution.

Une gouvernance renouvelée au service des ambitions RSE 2030

Afin d'incarner et de déployer sa mission, le groupe a fait évoluer son réseau RSE engagé existant. Cette gouvernance a été renforcée pour répondre aux exigences de la Loi PACTE : intégrer plus en amont la RSE dans les stratégies des marques et des métiers tout en garantissant une coordination et une cohérence globale par un pilotage au niveau du groupe. De même, dans le cadre du projet de certification B Corp (label récompensant les entreprises alliant performance économique et engagements environnementaux et sociétaux) de l'ensemble des entités du groupe, les acteurs du réseau RSE ont été accompagnés sur la compréhension des enjeux stratégiques.

Ainsi, en 2021, pour aller plus loin dans « l'encapacitation » des marques sur les sujets RSE, de nouveaux acteurs ont rejoint le réseau RSE du Groupe Rocher. Des Leaders RSE & B Corp ont été nommés par marque et par métier afin d'ancrer et suivre durablement les plans d'actions au niveau des marques et de leurs filiales internationales. Liés par les ambitions RSE à 2030 et par le projet B Corp, les Leaders RSE forment un collectif régulièrement animé par la Direction Développement Responsable Groupe. Ce réseau s'est aussi caractérisé par des groupes de travail réguliers, afin de favoriser la collaboration inter-marques sur des sujets transverses. A titre d'exemple en 2021, les Leaders RSE et les Responsables Retail ont pu collaborer sur les enjeux du Retail Responsable, sous l'impulsion et les conseils de la Direction Développement Responsable Groupe, dans une optique d'appropriation des ambitions RSE 2030.

Ajouté à ceci, dans chaque marque, le Comité de Direction s'est doté d'une ou un Sponsor RSE, chargé d'intégrer les sujets RSE au plus haut niveau de la stratégie des marques. Ces Sponsors se réunissent de manière trimestrielle avec la Direction Développement Responsable Groupe Rocher afin de partager, suivre, et challenger les avancées RSE des marques.

Comité Exécutif
Responsable de la définition des ambitions et la validation de la stratégie RSE du groupe.

Responsable de la cohérence de la stratégie RSE, la **Direction Développement Responsable Groupe** inspire le Comité Exécutif pour la définition de la stratégie RSE. Elle coordonne accompagne et pilote pour le groupe le déploiement des ambitions RSE à 2030 et le projet de certification B Corp. Elle valide les stratégies RSE des marques et métiers ainsi que l'adéquation des plans d'actions identifiés. Elle consolide la performance RSE globale et publie la Déclaration de Performance Extra-Financière.

Garant de l'avancement de la mission, le **Comité Mission** vérifie l'allocation effective de moyens au service de la mission et la cohérence des orientations du groupe par rapport à celle-ci. Ses conclusions sont publiées dans le Rapport de Mission annuel.

Un membre du Comité de Direction de chaque métier central et de chaque marque a été nommé en tant que **Sponsor RSE**. Ces Sponsors sont responsables de la cohérence entre la stratégie globale de leur périmètre et leurs stratégie RSE. Ils ont également à charge de partager les orientations et avancées RSE au comité trimestriel inter-marques & métiers RSE animé par la Direction Développement Responsable Groupe.

Afin d'animer la stratégie RSE de chaque marque et chaque département sur le terrain, en cohérence avec les ambitions RSE à 2030, un **Leader RSE & B Corp** agit au sein de chaque marque et métier central. Ils définissent et pilotent des plans d'actions opérationnels sur leur périmètre et garantissent la remontée des informations au niveau du groupe. Participants au comité mensuel RSE, ils agissent en lien avec les autres responsables RSE et la Direction Développement Responsable Groupe.

Des **comités ad hoc** sont également mis en place pour avancer collectivement sur des sujets RSE transverses. Ils favorisent la centralisation, la cohérence et la coopération entre les marques et les métiers.

Afin de faire vivre la RSE et la mission du Groupe Rocher dans tous les sites, les responsables RSE collaborent avec un réseau de **Correspondant(e)s RSE & B Corp locaux**. Ceux-ci collectent des données, relayent les informations et créent des animations auprès des collaboratrices et collaborateurs pour sensibiliser aux problématiques environnementales et sociales. Ils collectent localement les données nécessaires au questionnaire B Corp de leur périmètre avec les experts métiers locaux.

Afin de mobiliser toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs du groupe, ces différents membres du réseau RSE s'appuient sur des dispositifs mettant la RSE au cœur des activités de chacune et chacun.

Le Groupe Rocher mesure sa contribution aux **17 Objectifs de Développement Durable (ODD ou Agenda 2030) des Nations Unies**. Il communique annuellement sur ses avancées en tant que signataire du Global Compact France via une Communication sur le Progrès (COP) au niveau GC Active⁸. La COP mesure également les progrès du groupe autour de 2 dimensions décisives : le respect et la mise en œuvre des dix principes du Global Compact et les objectifs qu'il se fixe pour y parvenir ainsi que la transparence. Le Global Compact attend des entreprises qu'elles communiquent avec leurs parties prenantes au sujet de leurs politiques et procédures.

COMMUNICATION
SUR LE PROGRÈS



Le **Programme de mobilisation interne *We R Change***, qui depuis 2016 permet aux collaboratrices et collaborateurs de s'engager sur leurs sites à travers des actions concrètes, s'est décliné sur des formats à distance pour s'adapter à la crise sanitaire ainsi qu'en présentiel sur des animations locales. Depuis deux années maintenant, les sites internationaux ont su se réinventer pour s'adapter aux nouvelles contraintes et évolutions des pratiques de travail : sensibilisation, valorisation d'initiatives individuelles, actions en plein air, partages de bonnes pratiques, expériences de nature pour répondre aux enjeux de la mission « Reconnecter les femmes et les hommes à la nature »...ont contribué à la réussite de l'édition 2021 et témoignent de la mobilisation réaffirmée des collaboratrices et collaborateurs du Groupe Rocher.

De plus, pour valoriser ses engagements, depuis 2020, le Groupe Rocher a intégré des **objectifs RSE dans les parts variables** de tous les managers et salarié(e)s éligibles, représentant 20 % du total des objectifs, répartis comme suit :

- Un objectif collectif B Corp au niveau du groupe qui représente 10 % ;
- Un objectif individuel RSE qui représente 10 % également.

En 2021, l'objectif collectif B Corp reposait sur la réalisation d'une pré-évaluation de tous les périmètres B Corp du groupe. De fait, les critères inscrits dans les parts variables sont alignés avec l'objectif ambitieux que s'est fixé le Groupe Rocher d'être **certifié B Corp d'ici à 2025**.

Le projet de certification B Corp, une boussole au service de la RSE

Le label B Corp récompense les entreprises alliant performance économique et engagements environnementaux et sociétaux. Basé sur des standards internationaux, B Corp requiert un score de 80 points pour être certifié à travers 5 domaines d'impact évaluant l'entièreté des opérations : gouvernance, salarié(e)s, communautés, environnement et client(e)s. Il fédère également un mouvement d'entreprises engagées œuvrant pour une collaboration et un impact positif du secteur privé.



La démarche **B Corp est un outil au service des ambitions RSE** du Groupe Rocher à horizon 2030, permettant aux marques de travailler sur un référentiel commun et d'avancer ensemble sur des sujets transverses.

En 2021, le projet B Corp a été lancé avec toutes les parties prenantes pour réaliser une pré-évaluation de la performance complète du Groupe Rocher sur les 5 domaines d'impact. En s'appuyant sur l'expertise de la Direction Développement Responsable Groupe, le réseau des Leaders RSE & B Corp et les Correspondant(e)s B Corp présents dans chaque filiale, 24 évaluations (B Impact Assessments) ont été menées pour couvrir l'intégralité des activités du groupe.

La pré-évaluation a été cadencée par la Direction Développement Responsable Groupe en collaboration avec les Responsables RSE des marques grâce à un calendrier de déploiement commun. Ainsi, 3 jours de formation et plus de 100 heures de groupes de travail ont été nécessaires pour répondre aux 5 700 questions évaluant la performance RSE du groupe et obtenir un premier score sur les 80 points nécessaires à la certification.

A la suite de l'obtention de ce score, 47 catégories d'impact furent analysées avec les équipes d'experts concernés pour définir les priorités et axes d'améliorations au niveau du groupe et des marques. Cet exercice a permis d'identifier et de préparer les plans d'actions à mettre en place entre 2022 et 2025 afin d'atteindre la certification B

⁸ <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/10267-Groupe-Rocher>

Corp. C'est dans cette optique que des groupes de travail liés au management environnemental des magasins ont été mis en place.

Cette première année a contribué à embarquer les marques, métiers et filiales dans le projet collectif B Corp et à ancrer durablement celui-ci dans toutes les feuilles de route via un réseau d'acteurs engagés. 2021 fût une année décisive pour solidifier ce dernier et positionner B Corp comme une boussole permettant de faire avancer les ambitions RSE 2030 de manière cohérente entre tous les périmètres.

Le Groupe Rocher interagit de plus avec la communauté B Corp, française et internationale, et est ainsi membre fondateur du groupe de travail « Big Companies Can B » avec B Lab France aux côtés des sociétés Bonduelle, Danone et Clarins, pour échanger et partager sur la certification B Corp pour les entreprises de taille intermédiaire (ETI) et les grandes entreprises (dont le chiffre d'affaires est supérieur à 100 millions d'euros). Le lancement officiel de ce groupe de travail et sa première session de travail se sont tenus lors de la 15^{ème} Edition du World Forum for a Responsible Economy à Lille en France le 24 novembre 2021 et a minima une des prochaines rencontres de ses membres actifs sera accueillie sur le site du Groupe Rocher à Issy-les-Moulineaux courant 2022.

En complément, parce que le groupe évalue régulièrement ses fournisseurs sur la base du référentiel EcoVadis, il est soucieux de se faire évaluer aussi lui-même selon ce standard. Précédemment noté par EcoVadis en 2019, une nouvelle évaluation EcoVadis du groupe a été conduite en 2021 et montre une progression de 5 points du score à 65/100, plaçant le groupe dans le top 10% des entreprises les mieux notées.

AGIR EN FAVEUR DES FEMMES ET DES HOMMES

Le Groupe Rocher accompagne l'ensemble de ses équipes en maximisant l'engagement de toutes et tous pour les rendre contributeurs de sa mission. Une promesse forte, qui s'est ancrée dans le long terme grâce à l'intégration d'une composante RSE dans les objectifs annuels de toutes les salariées et tous les salariés éligibles et plus particulièrement celles et ceux dont la rémunération comprend une part variable. Cette mesure phare permet ainsi de structurer et de valoriser des projets concrets qui contribueront in fine à la mission, au cœur des enjeux de la société de demain.

En effet, les sociétés évoluent à une vitesse croissante, poussées par une digitalisation encore accélérée par la crise de la COVID-19 et les nouveaux usages qui en découlent. Dans ce contexte, certaines professions sont amenées à disparaître tandis que d'autres se développent ou émergent. Le groupe travaille ainsi pour accompagner les métiers en reconversion, à l'image du canal de vente à distance actuellement en pleine transformation, pour offrir des opportunités et programmes de mobilité pour ses collaboratrices et collaborateurs sur le terrain ou dans les bureaux.

Acteur de l'égalité des genres et de toutes les diversités, le groupe forme ses collaboratrices et collaborateurs à ce sujet et encourage les actions engagées pour la résolution des enjeux environnementaux et sociétaux. Il défend une éthique bienveillante et met en place des règles claires qui protègent ses salarié(e)s.

Les principes de responsabilité sociale

Pour atteindre ses différents objectifs et asseoir son engagement envers ses collaborateurs, le groupe a engagé une démarche de définition des principes de responsabilité sociale applicables au niveau mondial, pour toutes ses marques, et l'ensemble de ses collaboratrices et collaborateurs. Agissant comme un socle de standards, chaque entité aura vocation à contribuer à leur mise en œuvre et à leur respect et aura la possibilité d'aller au-delà de cette référence.

Au nombre de 10, les principes de responsabilité sociale du Groupe Rocher sont réunis dans un document de référence, déployé dans l'ensemble du groupe et soutenu progressivement par les Politiques Ressources Humaines ad hoc.

LES 10 PRINCIPES DE RESPONSABILITÉ SOCIALE du Groupe Rocher

- Prohiber toute forme de travail forcé et de travail des enfants ;
- Favoriser le dialogue entre les partenaires sociaux ;
- Assurer le respect de la vie privée et la protection des données ;
- Assurer la santé et la sécurité au travail ;
- Veiller au bien-être ;
- Développer une employabilité durable et favoriser l'évolution professionnelle ;
- Veiller à une politique de rémunération et d'avantages sociaux adaptés ;
- Prévenir toute forme de harcèlement et de discrimination ;
- Promouvoir la diversité inclusive ;
- Veiller au respect de chacun et au développement de relations de travail saines.

Ces principes ont notamment entraîné la révision de la procédure de contrôle interne des Ressources Humaines, applicable à l'ensemble du Groupe. Par ailleurs, afin que chaque collaboratrice et collaborateur dispose des clés de compréhension de ces principes et s'investisse dans leur mise en œuvre, un module de formation en ligne à destination de tous a été créé.

Promouvoir et respecter les droits humains et les conventions internationales du travail

Les principes de responsabilité sociale du Groupe Rocher s'inscrivent dans la continuité des engagements pris dans le Code de Conduite des Affaires du groupe, pour le respect et l'adhésion :

- À la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme ;
- Aux Conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) ;
- Aux principes directeurs de l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE), notamment pour la lutte contre la corruption.

Ainsi, quel que soit le rôle des collaboratrices et collaborateurs dans le groupe (Directions, managers, collaboratrices et collaborateurs), chacune et chacun se doit de respecter ces principes.

Chaque collaboratrice et chaque collaborateur du groupe est tenu de respecter les lois et règlements en vigueur dans son pays. Aussi, lorsque la réglementation d'un pays est encore plus rigoureuse qu'un des principes fondamentaux stipulé dans le Code de Conduite des Affaires du Groupe Rocher, ou un des 10 principes de responsabilité sociale, cette réglementation nationale doit prévaloir. En tout état de cause, le groupe et ses collaboratrices et collaborateurs demeurent guidés dans leurs actions par des règles et des comportements fondés sur les valeurs éthiques du groupe, définis dans le Code de Conduite des Affaires. Ce code oriente la ligne de conduite de chaque individu du groupe vis-à-vis de :

- Ses collaboratrices et collaborateurs : il leur fait confiance et se soucie de leurs conditions de travail. Il est attentif au respect de leur vie privée, à l'absence de discrimination, à la protection de leur santé et à leur sécurité ;
- Ses pays d'implantation : il respecte leurs lois, leurs cultures et traditions, leur souveraineté ;
- Ses actionnaires : il veille à mériter leur confiance, grâce à de bonnes pratiques de gouvernance et à une information fiable et pertinente.

Prohiber toute forme de travail forcé et de travail des enfants

Le Groupe Rocher prohibe toutes formes de travail des enfants et de travail forcé ou obligatoire dans ses établissements. Le groupe exige de ses fournisseurs qu'ils respectent les mêmes engagements et organise, si nécessaire, le contrôle du respect de ces règles lors de visites ou d'audits des fournisseurs, entrepreneurs et autres parties prenantes. L'entreprise veille à ce que chaque collaboratrice et chaque collaborateur, dans le cadre des responsabilités qu'elle ou il exerce et du poste qu'elle ou il occupe, acquiert une connaissance suffisante des règles de droit et obligations applicables à ses activités professionnelles et les observe de bonne foi.

Le Groupe Rocher a mis en place une procédure de signalement en cas de violation des règles du Code de Conduite des Affaires selon laquelle :

Toute collaboratrice et tout collaborateur ou tiers du groupe qui aurait connaissance ou suspecterait, en toute bonne foi une irrégularité ou une infraction concernant les écritures comptables, des agissements financiers, des actes relevant de la corruption, des pratiques anti-concurrentielles ou tout autre acte qui serait contraire aux règles éthiques du groupe est encouragé à en informer la Ligne Ethique du Groupe Rocher par le biais d'une adresse électronique dédiée à cet effet (ethics@yrnet.com).

En cas de doute, de difficulté d'appréciation, de compréhension ou d'application sur une réglementation ou une question juridique, la hiérarchie ou les équipes du Secrétariat Général du groupe sont consultées et leur avis ou décision pris en compte.

Favoriser le dialogue social

Le groupe respecte le droit des salarié(e)s de former et rejoindre des groupes de représentation et des syndicats établis conformément aux dispositions législatives et réglementaires en vigueur dans le pays d'implantation de la filiale.

Il encourage un dialogue social constructif dans le respect de chacune et chacun, ainsi que la libre expression des collaboratrices et collaborateurs. Le groupe respecte l'exercice des libertés syndicales dans le cadre des différentes législations nationales applicables.

Au niveau européen, le Groupe Rocher a mis en place, depuis 2001, une instance de représentation compétente sur les sujets transnationaux concernant le groupe, le Comité Yves Rocher Européen (CYRE). Cette instance est informée dès lors qu'un projet concerne au moins deux entreprises ou établissements situés dans deux Etats membres différents. 27 représentantes et représentants de salarié(e)s des filiales européennes y siègent et 21 se sont réunis sur deux jours à distance en 2021.

En France, le CSEC⁹ de l'UES Rocher¹⁰ a vocation à aborder les sujets impactant les établissements français de l'UES Rocher et est également informé des principales évolutions du groupe au niveau mondial. Il se réunit dans sa forme ordinaire 2 fois par an mais peut être sollicité pour des réunions extraordinaires en tant que de besoin. Il s'est ainsi réuni à 5 reprises en 2021.

L'implication du groupe dans le dialogue social implique aussi la négociation d'accords collectifs sur le périmètre du groupe France (avec par exemple la signature d'un accord Handicap Groupe France -hors Petit Bateau- le 8 novembre 2021), ou au niveau de chaque entité (UES Rocher, Dr. Pierre Ricaud, Stanhome France, Petit Bateau), sur de nombreux sujets tels que le télétravail et la mobilité durable, la Gestion Prévisionnelle de l'Emploi et des Compétences (GPEC), la rémunération. A ce titre, l'accord relatif à l'intéressement signé en juin 2020 par Dr. Pierre Ricaud, à l'instar de son avenant 2021, intègre un objectif lié à la RSE, basé sur le nombre de collaboratrices et collaborateurs ayant réalisé une action *We R Change* dans l'année.

Assurer le respect de la vie privée et la protection des données

Cf. Assurer la protection des données privées, pages 74-75.

Protéger la santé sécurité et favoriser le bien être des collaboratrices et collaborateurs

Assurer la santé et la sécurité au travail

S'agissant de la santé et de la sécurité au travail, le Groupe Rocher s'attache à offrir à son personnel un environnement de travail sûr au sein des sites qu'il contrôle et met en œuvre les mesures de précaution appropriées afin d'anticiper les dangers liés au lieu de travail et de protéger les salarié(e)s.

Le groupe s'astreint à informer chaque collaboratrice et chaque collaborateur afin que tous connaissent les exigences associées à leur poste en matière de sécurité. Nos collaboratrices et collaborateurs doivent respecter les règles de sécurité et les mettre en œuvre en effectuant leur travail avec soin de la manière la plus sûre. Si un danger est identifié, le groupe invite à alerter sa hiérarchie et ses collègues.

⁹ CSEC : le Comité Social et Economique Central est une instance représentative du personnel

¹⁰ L'UES Rocher regroupe les entités juridiques suivantes : Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher, Groupe Rocher Opérations, Yves Rocher France et Stanhome International

Le Groupe Rocher œuvre sur l'ensemble de ses sites industriels afin d'améliorer les conditions de travail du personnel, de prévenir les accidents du travail et les maladies professionnelles ainsi que de réduire l'exposition des salariées et salariés aux risques et à la pénibilité.

La prévention des accidents du travail repose sur une implication du personnel, une communication régulière et ciblée, ainsi que des plans d'actions. Elle se traduit concrètement par des démarches d'amélioration de l'ergonomie des postes de travail, de réduction des manutentions et de l'exposition aux agents chimiques, ou encore par l'organisation de formations ou des actions de sensibilisation.

Des actions sont menées chaque année sur les sites français afin d'améliorer l'ergonomie des postes de travail, pour gagner en sécurité, en confort et en productivité : réduction de la pénibilité, audits ergonomiques, améliorations du matériel ou encore aménagements collectifs ou individuels de postes pour assurer notamment le maintien dans l'emploi de salarié(e)s reconnus comme travailleurs en situation de handicap.

Depuis 2015, la société Groupe Rocher Opérations teste, notamment au niveau des métiers opérationnels, des nouvelles technologies d'assistance physique (NTAP). Ces nouvelles technologies permettent d'améliorer les conditions de travail des salariées et salariés et de prévenir l'usure professionnelle. Elles peuvent prendre plusieurs formes : robots, exosquelettes, cobots... Par ailleurs, depuis 2020, une cartographie de l'ergonomie des postes de travail a été réalisée sur près de 300 postes. Cette cartographie se veut être un véritable diagnostic servant de socle au plan d'action de la prévention des risques, et à l'amélioration des conditions de travail.

Afin d'inciter les collaboratrices et collaborateurs à s'engager dans le respect des règles de sécurité, le système d'intéressement aux résultats de l'UES Groupe Rocher, notamment des sites particulièrement exposés de Groupe Rocher Opérations inclut des critères liés à la sécurité. A cet égard, l'accord relatif à l'intéressement 2019 – 2021 de l'UES Rocher à l'instar de son avenant 2021 prévoit ce critère et a reçu un avis favorable à l'unanimité des membres élus du CSEC.

En 2020 et 2021, le groupe a déployé d'importants moyens afin de faire face à la crise mondiale liée à la pandémie de COVID-19, qu'ils soient internes (adaptation de son organisation) ou externes (dons et actes solidaires envers la société civile).

Engagé dans la lutte contre la pandémie, tant dans une optique de santé publique que de protection de ses collaboratrices et collaborateurs, le groupe a adapté son modèle à l'actualité, en conformité avec les législations locales. Ainsi, partout où cela a pu être mis en place, le télétravail a été privilégié comme mode d'organisation du travail, et les déplacements ont été interdits aussi longtemps que nécessaire.

Afin de conserver le lien avec les collaboratrices et collaborateurs en cette période inédite et difficile de confinement en 2020, le groupe a déployé un effort de communication permettant de transmettre de l'information et de mobiliser les collaboratrices et collaborateurs. Ce contexte a vu naître les vidéos « Weekly Good Mood ». Diffusées sur une base hebdomadaire au niveau mondial, un total de 8 vidéos a donné l'occasion de transmettre des informations sur la situation du groupe, des messages de soutien aux équipes, des moments de reconnexion à la nature, des ondes positives animées par Jacques Rocher à La Gacilly ainsi que des initiatives et actions des marques du groupe. Cet outil a été pérennisé au travers d'un rendez-vous mensuel « Monthly Good Mood » en 2021.

En parallèle, le groupe a lancé une enquête « We Care » permettant de prendre en compte et de connaître l'état d'esprit des collaboratrices et collaborateurs durant la crise. Cette enquête mondiale réalisée du 14 avril au 12 mai 2020, et traduite en 21 langues, a permis les réponses de 4 116 collaboratrices et collaborateurs représentant la majeure partie des marques du groupe, qui ont pu témoigner de leur satisfaction vis-à-vis des mesures prises par le groupe dans la gestion de la crise, tout en indiquant pour certaines d'entre elles et certains d'entre eux ressentir un manque de lien social.

L'accompagnement et l'écoute des collaboratrices et collaborateurs se sont aussi traduits par la mise en place d'une cellule d'écoute psychologique mondiale, gratuite et anonyme, permettant à chacun d'avoir à sa disposition un professionnel de santé psychologique afin de l'aider à traverser cette période difficile. Ce service a pris fin en janvier 2021, et a été remplacé par la mise en place d'un Programme d'Aide aux Employés mondial qui offre des services supplémentaires.

Performance

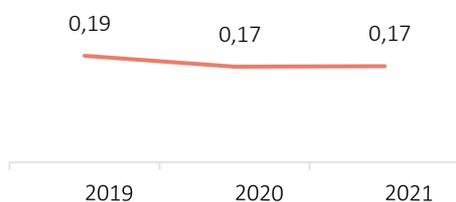
Nombre d'accidents de travail



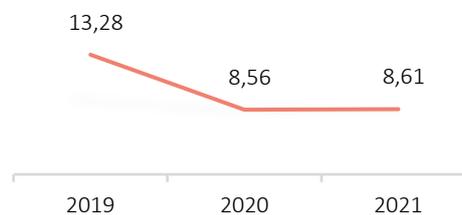
142 accidents de travail ont été recensés en 2021 sur les différents sites du Groupe Rocher dans le monde. Le renforcement du télétravail, les fermetures de sites mais aussi les actions de prévention menées ont permis de réduire le nombre d'accidents de 2,07% par rapport à 2020.

Un audit de certification santé et sécurité au travail (S&ST) a eu lieu en novembre 2021, suite auquel les divisions industrielles et de distributions bretonnes ont été certifiées ISO 45001.

Taux de gravité



Taux de fréquence



En 2021, le taux de fréquence reste stable à 8,61 sur les sites industriels et logistiques, avec une très légère hausse de 1% par rapport à 2020. Celui du Groupe s'établit lui à 5,78.

Le taux de gravité des sites industriels et logistiques reste stable par rapport à 2020¹¹, soit à 0,17.

Celui du groupe s'établit quant à lui à 0,14.

Veiller au bien-être

Au-delà des enjeux de santé et de sécurité, le groupe prend en compte un concept plus large de « bien-être au travail », étroitement lié à la performance et sur lequel repose notamment l'engagement des collaboratrices et collaborateurs.

De la même manière que le groupe recherche le bien-être de ses clientes et clients finaux il cherche à favoriser, celui de ses salariées et salariés en contribuant directement à l'amélioration du climat social au sein des équipes et à une meilleure conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle.

Le groupe travaille donc à l'amélioration des environnements de travail, des modes de travail, afin de répondre aux attentes croissantes des salariées et salariés en matière de bien-être physique et mental, d'équilibre des temps de travail, de repos et de conciliation vie professionnelle / vie personnelle, notamment dans la gestion de leurs responsabilités familiales.

En lien avec ces responsabilités, les enjeux de qualité de vie au travail, de parentalité, ou encore d'accompagnement des salariées et salariés aidants familiaux sont pris en compte dans la politique sociale du groupe.

Par ailleurs, la qualité et la conception des bâtiments de travail sont également des critères importants. Dès lors qu'une réorganisation de site est envisagée, celle-ci donne lieu à des actions particulières permettant de mieux

¹¹ Les taux du groupe couvrent 97% des effectifs. Les taux des sites industriels et logistiques couvrent 26% des effectifs.

favoriser la connexion des salariées et salariés avec la nature ainsi que leurs attentes en matière de bien-être. Ainsi, les travaux initiaux effectués sur le site de Cap Rocher à Issy-les-Moulineaux, ont intégré des espaces verts. Le projet Cap Connect, initié en 2021 sur ce même site, permet la création de nouveaux espaces de travail intégrant des espaces de détente dits « Les Places de Village », où les collaboratrices et collaborateurs peuvent se retrouver pour travailler ou se déconnecter.

Arbonne propose un congé payé d'une journée de connexion à la nature, pour encourager les collaboratrices et collaborateurs à prendre du temps pour se déconnecter et se connecter avec la nature.

Dans un contexte de transformation du groupe et de crise sanitaire mondiale, la protection sociale et le bien-être des collaborateurs sont ainsi plus que jamais des préoccupations essentielles. Le Groupe a donc défini et déployé en 2021 les premiers fondements d'un socle social minimum, dans le cadre des dix principes de responsabilité sociale, pour l'ensemble du groupe sans exception, qui portent sur la mise en place de deux dispositifs majeurs :

- Une couverture en cas de décès et d'invalidité permanente totale proposant le versement d'un capital d'au minimum 6 mois de salaire. Au plus tard en décembre 2022, toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs seront couverts ;
- L'accès à un Programme d'Aide aux Employés à partir du mois d'octobre 2021.

Plus précisément, le Programme d'Aide aux Employés garantit à toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs dans le monde, quel que soit leur pays et leur fonction, une assistance ponctuelle par des professionnels afin de les aider à gérer les complexités de la vie. Cette aide permet l'accompagnement des collaboratrices et collaborateurs dans les défis et les difficultés touchant la vie et le travail autour de 3 piliers principaux : soutien psychologique et émotionnel, renseignement et conseil sur les questions de la vie quotidienne (d'ordre juridique, financier ou encore social) et d'amélioration de la condition physique. Cette assistance, gratuite et confidentielle, disponible dans toutes les langues avec des conseillers et psychologues locaux, est accessible 24h/24 et 7jours/7.

C'est avec le support de la société de courtage Willis Tower Watson (WTW), anciennement Gras Savoye, que le groupe a établi sa Politique « Benefits » (avantages) internationale. WTW a pour mission d'apporter l'expertise technique au niveau local (analyser, comparer et optimiser les avantages sociaux) tout en permettant une coordination en central. Cette politique est, à ce stade, définie autour de deux axes :

- Un standard social minimum,
- Un alignement de la protection sociale aux pratiques des marchés locales (frais de santé, retraite, décès, invalidité, accident).

Dans ce cadre, SABON a mis en place un plan de retraite aux Etats-Unis ainsi qu'une assurance « frais de santé » en Israël.

Le Groupe Rocher a par ailleurs été distingué du Trophée C&B (Compensation & Benefits) du Club ORAS (Observatoire Rémunération et Avantages Sociaux), pour la mise en œuvre de ce standard social minimum pour l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs dans le monde.

Depuis 2017, en France, les régimes frais de santé et prévoyance ont évolué pour tendre vers une Politique de prévention et d'amélioration de la santé au travail plus efficace et plus uniforme dans toutes les sociétés concernées. Tous les salarié(e)s du périmètre groupe en France bénéficient notamment d'un dispositif gratuit de téléconsultation médicale 24h/24 et 7j/7 particulièrement utilisé en 2020 et 2021 avec la crise sanitaire.

Le groupe modernise continuellement ses outils RH en dématérialisant certains actes du quotidien :

- La mise en place progressive depuis 2017 pour toutes les entités françaises d'un coffre-fort électronique, accessible à tout moment, garanti 50 ans et gratuit à vie pour les collaborateurs. Environ 95% des collaborateurs du Groupe France en 2021 ont un coffre-fort. Il a notamment permis la digitalisation des bulletins de paie de tous les collaborateurs préférant ce format à celui papier.
- La plateforme en ligne nommée « BÉtween » a été lancée en France en 2018. Elle permet de renforcer le lien entre les collaboratrices et collaborateurs et leur service Ressources Humaines, de favoriser les échanges et de faciliter l'accès à des informations harmonisées.

- Depuis décembre 2019, les collaboratrices et collaborateurs de Petit Bateau France ont également accès à BÉween. La grande majorité des collaboratrices et collaborateurs des sites en France bénéficient ainsi de la plateforme, soit plus de 4 550 collaboratrices et collaborateurs.
- Une application mobile de la plateforme E-temptation (gestion des temps et activités), nommée Mtemptation a été déployée en 2020, afin de s'adapter aux situations de mobilité grandissantes des collaboratrices et collaborateurs.
- Par ailleurs le processus de demande et d'acceptation du télétravail régulier dans le cadre du nouvel accord 2021-2023 de l'UES Rocher a été 100% digitalisé et pourra être utilisé pour les autres sociétés en France.

Depuis 2017, au sein de l'UES Rocher en France, les salariées et salariés ont la possibilité de faire don de jours de repos jusqu'à 5 jours par an au bénéfice de salariés confrontés à de graves difficultés personnelles. Les entreprises de l'UES bonifient ces dons à hauteur de 20%.

Afin de prendre en considération la situation personnelle des salarié(e)s et leur permettre d'appréhender les années à venir avec plus de sérénité, Petit Bateau a décidé :

- D'accorder 3 jours d'absence rémunérés pour hospitalisation d'un enfant de moins de 16 ans ;
- D'accorder 2 jours de congés payés supplémentaires fractionnables pour les parents d'enfant(s) de moins de 6 ans ;
- De créer un guide à destination des salarié(e)s et des managers afin de communiquer et de sensibiliser sur le statut de proche aidant ;
- De prendre en charge les frais de garde d'enfants pour les salarié(e)s en formation, en dehors des heures de travail habituelles lorsque ces formations sont obligatoires.

Au Canada, la Politique horaire des équipes Yves Rocher est modernisée :

- Les collaboratrices et collaborateurs (administration et entrepôts) doivent répartir les 37,5 heures de travail hebdomadaire sur 5 jours travaillés au sein d'une plage horaire de 7h à 21h ;
- Les salariées et salariés ayant des fonctions administratives bénéficient de la possibilité de télétravailler un jour par semaine. 40% des effectifs y ont d'ailleurs souscrit ;
- Les collaboratrices et collaborateurs ont la possibilité de travailler 9 jours sur 10 par trimestre, afin de libérer du temps pour leur vie personnelle.

En Ukraine, Yves Rocher propose à ses collaboratrices et collaborateurs, depuis le 1^{er} décembre 2020, de nouveaux modes de travail permettant de flexibiliser leur activité. Il est désormais notamment possible d'opter pour un régime d'horaires flexibles et de travailler à distance.

Un accord collectif relatif au télétravail et à la mobilité durable 2021-2023 a été signé à l'unanimité au niveau de l'UES Rocher en novembre 2020. Cet accord a été négocié en tenant compte des souhaits et intérêts des salariées et salariés qui se sont prononcés à 95 % pour un mode de travail plus distanciel, lors d'une enquête menée en septembre 2020.

L'accord prévoit que le présentiel reste la règle et instaure 8 principes majeurs :

- Eligibilité du plus grand nombre, sans condition d'ancienneté ou de statut ;
- Possibilité d'un rythme de télétravail flexible en référence hebdomadaire ou mensuelle allant de 1 jour par mois à 3 jours par semaine et 50% du temps de travail maximum ;
- Mise en place du télétravail au travers d'un formulaire dématérialisé ;
- Possibilité pour les salarié(e)s dont le temps de travail est décompté en heures de dépasser la durée quotidienne habituelle de travail dans des limites prévues par l'accord ;
- Fixation d'un lieu de télétravail pouvant être différent du domicile de la salariée ou du salarié ;
- Prise en charge des frais via le versement d'une indemnité forfaitaire par jour télétravaillé ;

- Participation aux frais d'acquisition de matériel améliorant les conditions de travail ;
- Création d'un régime de télétravail exceptionnel, permettant de s'adapter aux contraintes externes du groupe.

Dr. Pierre Ricaud et Petit Bateau ont également signé en 2020 et 2021 des accords relatifs au télétravail, quasi similaires dans leurs grands principes, afin de garantir une homogénéité dans l'application du télétravail au sein des entités françaises.

Plusieurs filiales internationales de la Marque Yves Rocher ont également mis en place un système de télétravail en permettant aux collaboratrices et collaborateurs de travailler depuis leur domicile selon différents rythmes propres à chaque filiale, par exemple 2 jours par mois (République Tchèque, Pologne, Chine, ...) ou 1 jour par semaine (Canada, Suède, ...).

D'un point de vue mondial en effet, s'il a bien été précisé lors du CYRE du 11 juin 2021 que le télétravail est un sujet national devant être géré à ce niveau afin de respecter les législations applicables, le souhait du groupe d'encourager ce nouveau mode de travail partout où cela est possible a également été réaffirmé, à chaque fois que la nature de l'activité et les contraintes opérationnelles le permettent. Le principe devant rester le présentiel, le groupe recommande dès lors un maximum de 2 à 3 jours de télétravail par semaine, et de demeurer flexible afin de pouvoir s'adapter aux besoins.

Dans la continuité du développement du télétravail, l'UES Rocher poursuit sa démarche écocitoyenne en définissant des actions visant à réduire l'emprunte carbone du groupe en diminuant l'usage individuel de la voiture, et à limiter les déplacements des salarié(e)s afin d'améliorer leur santé et leur sécurité, notamment via :

- La mise à disposition pour l'ensemble des sites français de places de parking à vélo, de bornes de recharges pour les vélos électriques et les voitures hybrides ou électriques ;
- La prise en charge d'une partie des frais de transports publics ;
- La promotion du covoiturage.

Depuis novembre 2019, une solution de covoiturage en Île-de-France a été mise en place pour le Groupe Rocher, afin de faciliter les trajets domicile-travail, favoriser l'échange entre les salariés(e)s et réduire l'empreinte carbone du groupe.

Performance

En 2021, pour la 5e fois à l'échelle du Groupe Monde, l'enquête d'engagement des collaboratrices et collaborateurs « Tell Us » a été conduite. Le taux de participation a été en moyenne de 85% (11 719 répondants pour 13 812 invités). Il ressort des résultats de l'enquête un taux d'engagement global de 74%, soit 14 points au-dessus du benchmark international, grâce au critère de la fierté d'appartenance à l'entreprise, dont le score est de 19 points supérieurs au benchmark. Ces indicateurs positifs ne doivent cependant pas occulter des pistes d'améliorations potentielles, auxquelles les Comités de Direction travaillent, notamment pour ce qui relève de la poursuite de l'amélioration des conditions de travail et de l'équilibre vie privée / vie professionnelle. En effet, les indicateurs résultant de ces enquêtes doivent soutenir des plans d'action d'amélioration de l'engagement des collaborateurs et, à ce titre, sont intégrés dans les « Business Reviews » des différents périmètres concernés. Une nouvelle enquête sera lancée en 2022.

Développer une employabilité durable et favoriser l'évolution professionnelle des collaboratrices et collaborateurs

Développer l'employabilité à travers la formation

Collaboratrices et collaborateurs du Groupe Rocher

La Politique de développement des compétences s'emploie à fournir aux collaboratrices et collaborateurs les moyens d'acquérir ou de maintenir leurs connaissances, savoir-faire et savoir-être nécessaires à une tenue optimale de leurs fonctions et à l'exercice de leurs responsabilités de façon durable.

Les orientations générales de développement des compétences pour l'année 2021 ont été construites autour de quatre axes :

Reconnect people to nature :

- Objectif de faire vivre la mission du Groupe Rocher ;
- Créer des opportunités de reconnexion à la nature grâce à l'expérience collaborateur du groupe ;
- Être un employeur responsable.

Nos collaboratrices et collaborateurs :

- Faire vivre le « Care » pour toutes et tous : chaque salarié devient acteur de son parcours et apprenant tout au long de son cycle de « collaboratrice et collaborateur du Groupe Rocher » ;
- Renforcer et réorganiser les lignes managériales et le leadership.

Raison d'être des marques :

- Valoriser l'identité du Groupe Rocher avec les colorations des marques ;
- Développer le sentiment d'appartenance au Groupe Rocher/aux marques.

Transformations :

- Accompagner et faciliter la transformation culturelle et organisationnelle ;
- Accélérer la digitalisation des modèles d'affaires par des formations ;
- Accompagner les transformations dans un état d'esprit centré sur l'utilisateur.

En 2021, le groupe a formalisé ses orientations Formation et Développement des compétences 2022 – 2025 autour de trois grands axes : Se connaître, se régénérer, se développer ; Créer de la valeur pour l'organisation ; Créer de la valeur régénérative pour la planète. Parmi les objectifs annuels des collaboratrices et collaborateurs du groupe, depuis 2019, au moins l'un d'eux doit concerner la RSE, l'idée étant d'engager tout le groupe dans cette démarche qui est au cœur de sa raison d'être.

NATURE ACADEMY



Traduisant l'engagement du groupe en tant qu'Entreprise à Mission, la *Nature Academy* été lancée le 12 octobre 2020. Ce programme a vocation à :

- Fournir à toutes les collaboratrices et collaborateurs dans le monde, et partenaires de l'entreprises, des connaissances sur la nature ;
- Permettre aux collaboratrices et collaborateurs d'incarner un rôle d'ambassadrices et d'ambassadeurs et de porte-parole aux concepts de reconnexion à la nature ;
- Donner aux parties prenantes du groupe les moyens d'agir et de prendre des initiatives pour se reconnecter à la nature.

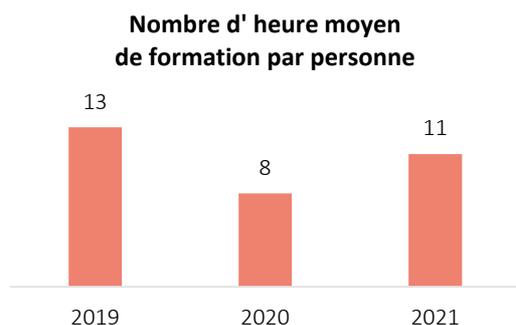
L'ambition du groupe vise à ce que d'ici 2030, 100% des collaboratrices et collaborateurs soient formés. A fin 2021, 542 collaborateurs ont été intégrés dans le cycle de formation de la *Nature Academy*.

Parmi les objectifs annuels des collaboratrices et collaborateurs du groupe éligibles (et plus particulièrement celles et ceux dont la rémunération comprend une part variable), depuis 2019, au moins l'un d'eux doit concerner la RSE, l'idée étant d'engager tout le groupe dans cette démarche qui est au cœur de sa raison d'être.

Arbonne propose d'importantes aides à la formation à ses collaboratrices et collaborateurs :

- une bourse de scolarité- pour les salariées et salariés préparant un diplôme de premier cycle ;
- le remboursement d'une partie des frais de scolarité aux salariées et salariés souhaitant poursuivre leur formation initiale ;
- la prise en charge de cours de langue anglaise pour les salariées et salariés dont l'anglais n'est pas la langue maternelle.

Performance



Au sein du Groupe Rocher, un total de 11 heures de formation en moyenne dispensées par collaboratrice et collaborateur.

Membres des réseaux de vente du Groupe Rocher

Le groupe contribue à la création d'opportunités d'emploi au travers de ses réseaux de vente directe et/ou de partenaires franchisé(e)s. En particulier en vente directe, les réseaux du groupe permettent, sans barrières à l'entrée, d'accéder à des formes d'activités souples et adaptables. Cet accès est en effet destiné à toutes personnes, sans condition d'âge, d'expérience, de diplôme et pour lesquelles une formation gratuite est délivrée. Grâce à la mise en œuvre d'accompagnements et de formations, l'entrée dans les réseaux du groupe permet le développement des compétences.

En 2021, Petit Bateau a élargi son outil de formation des boutiques « Yoobic Boost », en l'ouvrant à tous les pays d'Europe (Pays-Bas, Allemagne, Belgique, Luxembourg et Italie) ainsi qu'au Royaume-Uni. Cette plateforme d'e-learning est donc à présent accessible à toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs du réseau Retail. Les modules proposent notamment des informations sur les produits, les matières ou les processus de fabrication. Pour continuer de répondre aux attentes et aux besoins du réseau, la plateforme est actualisée très régulièrement.

En mai 2020, la Marque Yves Rocher a lancé le déploiement de sa formation « Green Leaders » dans ses réseaux de distribution magasins : identification d'une correspondante ou d'un correspondant RSE dans chaque boutique, formée aux bonnes pratiques RSE, et en charge de l'animation et de l'engagement des autres conseillères beauté en magasin. Fin mars 2021, la Marque comptait 1 793 Green Leaders dans le monde, et à fin 2021, presque la totalité des pays a déployé cette formation. Une formation destinée aux directrices de magasin a également été développée.

Depuis 2019, l'équipe Formation et les managers de la force de vente de Stanhome France proposent un accompagnement personnalisé vers une certification professionnelle en Vente Directe reconnue par le Ministère du Travail à travers un titre de *Conseillère en Vente Directe* (équivalent Bac) et titre d'*Animatrice d'équipe en VD* (équivalent Bac+2). Pour les promotions de 2020 et 2021, 100% des candidates et candidats ont pu préparer et passer les épreuves de la certification professionnelle à distance. Le bilan est très positif avec 20 lauréates et lauréats couronnés de succès dont 3 avec la mention spéciale « *félicitations du jury* ».

Leur diplôme leur a été remis officiellement par le Président de la Fédération de la Vente Directe le 2 décembre 2021, lors d'une soirée spéciale au Cercle de l'Union Interalliée à Paris.

Accompagner les collaboratrices et collaborateurs tout au long de leur évolution professionnelle

Pour les années 2020 et suivantes, le groupe s'est engagé dans une dynamique d'évolution de sa gestion des talents en agissant sur 4 points :

- Créer un processus de recrutement groupe au travers d'une expérience candidat unique permettant de mettre en valeur les atouts de la marque employeur Groupe Rocher ;
- Proposer à chaque nouvelle collaboratrice et nouveau collaborateur un programme d'intégration et de connaissance du groupe et de ses origines ;
- Offrir un parcours de formation managérial orienté vers l'expérience et déployable de manière digitale ;
- Personnaliser le programme de développement des collaboratrices et collaborateurs et intégrer des revues de talents tout au long de sa carrière.

Un nouveau parcours d'intégration Groupe appelé « Bee Welcome » a ainsi été mis en place en 2021. Celui-ci est 100% à distance afin de répondre au contexte sanitaire et de proposer des places à l'ensemble des entités et pays du Groupe Rocher. Deux approches ont été travaillées :

1. « Hive 1 » à destination des stagiaires, alternants, CDD et CDI non-cadres : ces sessions seront à terme animées en local par les responsables des ressources humaines locaux sur la base d'un kit de déploiement mis en place et des webinaires d'accompagnement associés. 5 sessions ont été animées sur 2021 ;
2. « Hive 2 » pour les cadres CDI, avec la rencontre de Bris Rocher et des responsables de marques. 5 sessions ont été réalisées en 2021, dont 2 en anglais.

Un film proposant un parcours au sein des lieux symboliques de La Gacilly et des laboratoires à Cap Rocher a été réalisé afin de permettre à toute collaboratrice et tout collaborateur à travers le monde de prendre pied dans les racines du groupe.

Concernant l'évaluation de la performance, la Direction des Ressources Humaines déploie un outil unique et mondial dénommé l'Entretien de Performance Globale (EPG). Cette évaluation progressivement généralisée à l'international prend la forme de « feedbacks » réguliers menés au travers d'un système d'évaluation en lien avec les fondamentaux de

la culture du groupe, et reconnaissant, outre des aspects de performance pure, des comportements professionnels et relationnels. Depuis 2020, l'EPG intègre une architecture de solutions de développement de compétences permettant de donner aux collaboratrices et collaborateurs évalué(e)s une vision globale des possibilités et de répondre au mieux à leurs attentes et à celles des managers concernant l'évolution professionnelle.

Au sein de l'UES Rocher, l'accord de GPEC a été renouvelé le 1^{er} novembre 2019 pour une durée de 3 ans. Les dispositifs mis en place visent à accompagner les salariées et salariés pour s'adapter à l'évolution de leur métier et des activités du groupe. Cette approche proactive favorise le maintien dans l'emploi et le développement des compétences des salariées ou salariés.

Le groupe a initié en 2012 la digitalisation des processus RH notamment en permettant aux collaboratrices et aux collaborateurs de procéder à leur revue de performance de manière digitalisée via la plateforme « TalentYou ». Cette plateforme permet en outre à la Fonction RH de suivre l'évolution des collaboratrices et des collaborateurs dans leur parcours professionnel au sein du groupe et de leur proposer le cas échéant de manière proactive des opportunités de mobilité interne. Cette plateforme qui intègre aujourd'hui 5 100 collaboratrices et collaborateurs, a vocation à intégrer l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs du groupe à terme.

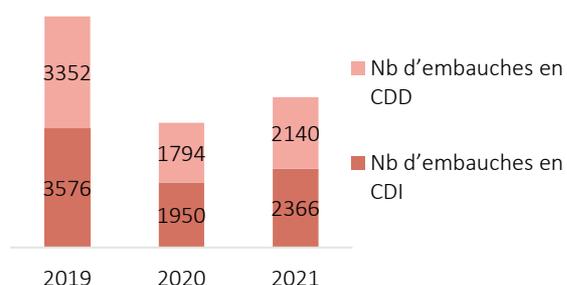
La Ruche - un réseau pour les moins de 30 ans

Un réseau de cadres de moins de 30 ans de la société Groupe Rocher Opérations, « La Ruche », lequel s'est constitué en 2018, permet la création et le déploiement de nombreux projets innovants au sein du groupe. Ce réseau participe ainsi à la fois au développement des compétences des collaboratrices et collaborateurs mais aussi à une meilleure intégration, attractivité et transversalité entre les services.

Afin de soutenir et de renforcer la mobilité interne, le dispositif « Mov'In » a été lancé en 2017 au niveau mondial. Son objectif est de rendre la mobilité accessible de façon simple et efficace aux collaboratrices et collaborateurs du groupe. Ce dispositif repose sur 6 principes dont l'exclusivité, qui permet aux seuls collaboratrices et collaborateurs de postuler pendant 5 jours et la non-rétention qui prévoit que le manager ne peut s'opposer à une mobilité. Une application, « Mov'In », accessible depuis son smartphone permet de favoriser encore davantage la mobilité, qu'elle soit géographique, fonctionnelle ou organisationnelle.

Performance

Répartition des embauches en CDI et CDD

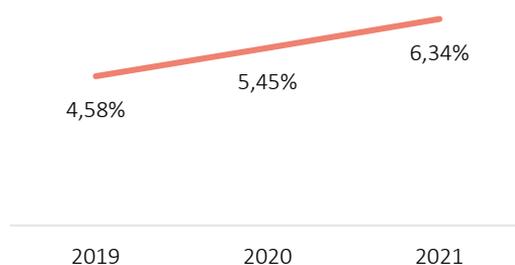


Le Groupe Rocher a embauché 4 506 nouvelles collaboratrices et nouveaux collaborateurs en 2021, soit 20% en plus qu'en 2020, principalement lié au turnover élevé sur le retail, et à la réouverture des magasins post confinement. Le nombre de départ a augmenté de 9% par rapport à 2020, avec un total de 3 862.

Turn Over



Total mobilité Groupe Rocher



Le taux de turnover (hors activité Retail) s'établit à 11%¹² en 2021 en augmentation 22% par rapport à 2020. Le turnover du groupe s'établit lui à 27% en 2021 fortement impacté par la réouverture des magasins (beaucoup de recrutements) et une restructuration de réseau magasins ayant pu occasionner des départs.

Veiller à une Politique de rémunération et d'avantages sociaux adaptés

Parmi les valeurs qui sous-tendent l'action du Groupe Rocher, l'engagement, le respect et l'exigence conduisent d'une part à appliquer une Politique de rémunération adaptée et d'autre part à garantir des avantages sociaux adaptés.

La politique de rémunération prend en compte à la fois la performance collective et individuelle des collaboratrices et collaborateurs, fondée sur des objectifs clairs et mesurables (objectifs SMART¹³) ainsi qu'une appréciation annuelle de la performance professionnelle individuelle de chacune et chacun, la pratique salariale du marché concerné étant un élément d'aide à la décision.

¹² Ce taux couvre 56% des effectifs CDI du groupe et 50% des effectifs totaux.

¹³ SMART : Spécifique / Mesurable / Atteignable / Réaliste / Temporellement défini

De plus, le groupe souhaite renforcer le sentiment d'appartenance à l'entreprise notamment dans le cadre de la recherche du bien-être collectif des collaboratrices et collaborateurs, ce qui s'inscrit pleinement dans la définition de la raison d'être du groupe.

C'est la raison pour laquelle, depuis 2021, une nouvelle structure de part variable a été mise en œuvre, intégrant les dimensions B Corp & RSE dans le choix des critères de performance de l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs dont la rémunération comprend une part variable. Ainsi, deux objectifs doivent être fixés : un objectif relatif à B Corp pour les personnes concernées, et un objectif personnel en matière de RSE.

Agir dans le respect des différences et promouvoir la diversité

Les actions du groupe prennent racine autour de 4 valeurs fondamentales, communes à toutes les marques qui l'intègrent :

- Respect
- Engagement
- Exigence
- Passion

Au titre par exemple du Respect, le groupe a à cœur de créer et cultiver des relations de travail saines dans tous les échanges avec les clients(e)s, fournisseurs, salarié(e)s ou partenaires.

Le groupe recherche et valorise les différences et accepte les opinions divergentes. Le groupe veille à ce que toutes et tous choisissent leurs mots de manière réfléchie, sans jamais avoir recours à des remarques diffamatoires, discriminatoires ou sexuelles, dans l'objectif de construire un lieu de travail au sein duquel tout le monde se sente respecté et bien accueilli.

Un environnement de travail sûr doit être accompagné de relations de travail saines ; exemptes de toute violence, menace, intimidation. Le groupe vise à traiter chaque salariée et salarié avec respect et dignité et refuse toutes formes de châtiments corporels, de menaces de violence ou autres formes de harcèlement physique, sexuel, psychologique, verbal et toutes formes d'abus.

Prévenir toute forme de harcèlement et de discrimination

Le groupe s'engage à protéger les salarié(e)s contre toute forme de harcèlement moral ou sexuel, en n'hésitant pas à mettre en œuvre les mesures disciplinaires appropriées le cas échéant. Il entend promouvoir la diversité et favoriser l'égalité des chances et de traitement.

L'UES Rocher a notamment désigné et formé en 2020 en France des référents, chargés d'orienter, d'informer et d'accompagner les salarié(e)s en matière de lutte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes.

Par ailleurs, a été lancée en juin 2020 la formation « Talent Connection » pour les recruteuses et recruteurs en France. Deux sessions françaises et 2 sessions internationales en anglais se sont tenues en 2021. Ce module sur le recrutement avec les valeurs du groupe comprend un volet de sensibilisation à la non-discrimination, permettant de s'approprier le cadre juridique de la non-discrimination à l'embauche et de sécuriser ces pratiques à tous les stades du recrutement : de la rédaction de l'annonce à l'embauche des candidates et candidats.

A l'international, Yves Rocher Canada a formalisé sa volonté que chacune et chacun puisse travailler dans un environnement empreint de respect, exempt de discrimination et de toute forme de harcèlement en instaurant une Politique en matière de harcèlement moral et sexuel, applicable à toutes et tous, et instituant une procédure d'alerte en cas de harcèlement.

Afin de continuer à favoriser un environnement de travail inclusif qui valorise chaque être humain, Arbonne a mis en place en 2020 une formation obligatoire sur la lutte contre la discrimination, ainsi que sur la diversité et la sensibilité, pour s'assurer que la communication des collaboratrices et collaborateurs reflète le respect de chacune et chacun.

Toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs sont tenus de suivre cette formation annuellement. Par ailleurs, pour lutter contre les discriminations involontaires à l'embauche, les noms, prénoms, dates d'études ou d'expériences professionnelles, et toute information personnelle des candidates et candidats sont désormais masqués dans les CV (Curriculum Vitae) dans le processus de recrutement pour favoriser l'égalité des chances.

Promouvoir la diversité inclusive

Accueillir le monde dans toute sa diversité et veiller à la préserver fait partie intégrante de l'A.D.N. du Groupe Rocher, en cohérence avec sa mission.

L'envie de rencontrer l'autre et d'apprendre de lui, la recherche de l'amélioration continue, animent les équipes au quotidien. Le groupe croit que chaque personnalité contribue au succès par son travail, son talent, son attitude et ses différences. La diversité des provenances et des origines permet de croiser et d'enrichir la perception d'une même réalité et arme pour faire face à la versatilité et la complexité du monde environnant.

Le groupe s'attache ainsi à favoriser un environnement de travail inclusif, ouvert à tous les types de diversités, visibles et invisibles, incluant l'âge, le sexe, la nationalité, les origines ethniques, le handicap, l'éducation, la religion, les croyances et l'orientation sexuelle.

Grâce à la diversité inclusive, le groupe contribue à l'engagement, l'innovation et la performance des équipes. A l'instar de la diversité biologique, ou biodiversité, dans la nature, la diversité des collaboratrices et collaborateurs constitue le meilleur moyen d'assurer la réussite et la pérennité sur le long terme.

Égalité des genres

Le Groupe Rocher emploie très majoritairement des femmes et vise à une équivalence de revenu et d'évolution professionnelle, à travail identique et ce quel que soit le genre.

Une démarche de non-discrimination générale est conduite et fait partie intégrante de la culture et de la Politique Ressources Humaines du groupe.

1. Ainsi par exemple, la mixité absolue est appliquée dans toutes les communications relatives au recrutement faites en interne ou en externe ;
2. Un principe général de prohibition absolue de toute discrimination figure dans les règlements intérieurs des établissements français.

Dans le prolongement de sa démarche et afin de renforcer son engagement en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes, le Groupe Rocher s'est engagé auprès de l'Organisation des Nations Unies (ONU) Femmes et a signé en avril 2016 les « United Nations Women Empowerment Principles » (principes d'autonomisation des femmes des Nations Unies), 7 principes d'action qui permettent d'agir en faveur de l'égalité femmes/hommes au sein de l'entreprise.

Enfin, le Groupe Rocher est convaincu que la vente directe est un canal de distribution d'avenir. En effet, ce mode de fonctionnement flexible et en réseau permet de répondre aux attentes des clientes et clients et de s'adapter à leurs modes de vie. Il offre également des opportunités professionnelles à de nombreuses femmes à travers le monde tout en leur permettant un bon équilibre vie professionnelle/vie personnelle.

En France, l'ensemble des sociétés du Groupe Rocher répondant aux critères fixés par la loi ont conclu des accords d'« égalité entre les femmes et les hommes » avec les partenaires sociaux.

En parallèle, le groupe réalise annuellement depuis 2018, conformément avec la législation française, l'Index de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes pour ses sociétés en France. Il a obtenu pour les données 2021 un résultat compris entre 84 et 91 points sur 100. L'UES Rocher a renouvelé avec l'ensemble de ses organisations syndicales représentatives son accord collectif relatif à « l'égalité entre les femmes et les hommes » en date du 15 octobre 2019 pour une durée de 3 ans, enrichi de mesures innovantes relatives à la conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle. Par exemple, les salarié(e)s sont incités à prendre des congés parentaux d'une

durée courte (maximum un an) pour faciliter un meilleur équilibre vie professionnelle/vie familiale. Pendant cette période, la couverture des frais de santé est maintenue (moyennant le versement de la cotisation salariale) et l'ancienneté est prise en compte intégralement pendant la première année du congé parental.

Afin de permettre aux parents de profiter et de se lier avec leurs nouveau-nés et dans le cas d'une adoption, Arbonne a mis en place, en 2020, un congé intégrant le maintien de 100% du salaire de base des salarié(e)s pendant 6 semaines.

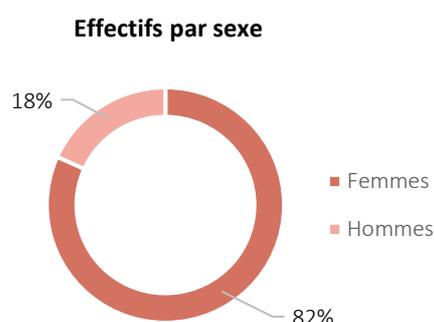
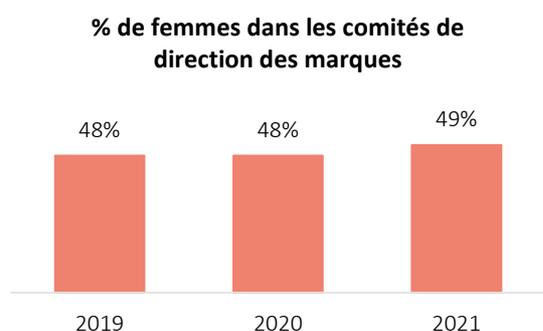
En France, toutes les sociétés ayant conclu un accord relatif à l'égalité professionnelle maintiennent à 100% la rémunération du père pendant le congé paternité. Depuis le 1^{er} juillet 2021, la durée de ce congé est passée de 11 à 25 jours, et pour l'ensemble des sociétés précitées il a été décidé d'étendre le maintien de la rémunération à 100% à cette nouvelle durée. Petit Bateau et l'UES Rocher ont également établi que les absences inhérentes à ce congé seront sans impact sur les droits à l'intéressement.

Petit Bateau France œuvre également pour mieux concilier vie professionnelle et vie personnelle avec des mesures d'accompagnement dès l'étape de la grossesse, jusqu'à celle du retour au travail. Afin d'identifier de nouveaux besoins, un sondage a été mis en place en juillet 2019 avec plus de 300 participants. Les résultats ont démontré un besoin de mieux communiquer sur les actions existantes et ont fait ressortir des idées d'accompagnement. Ces constats ont servi de base à la négociation de l'accord collectif sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, signé à l'unanimité des organisations syndicales représentatives pour Petit Bateau France le 8 décembre 2020. Cet accord est applicable pour 2021 et s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue en matière d'égalité entre les femmes et les hommes et de mixité professionnelle. Il intègre notamment des actions en matière d'accès à l'emploi, de formation professionnelle, de conditions de travail, de rémunération et d'articulation entre vie professionnelle et vie personnelle.

Fort de son engagement en faveur de l'amélioration de la vie des femmes et pour la 6^{ème} année consécutive, Dr. Pierre Ricaud a organisé la remise du prix « Femmes en Chœur ». Ce prix a permis de récompenser 3 femmes engagées au quotidien dans des actions solidaires à destination des femmes.

Performance

Les Comités de Direction des différentes marques du groupe (au niveau monde) sont composés à 49% de femmes au 31 décembre 2021.



Handicap

Le Groupe Rocher se préoccupe fortement du thème du handicap. Ainsi, la Politique en matière de handicap du Groupe Rocher vise, en France, à maintenir un taux d'emploi des travailleuses et travailleurs en situation de handicap supérieur à 6% au niveau du groupe, et à favoriser leur maintien dans l'emploi, leur développement professionnel et leur insertion.

Un accord relatif à l'emploi et à l'intégration des travailleuses et travailleurs en situation de handicap au niveau du Groupe Rocher en France¹⁴, signé fin 2017 et agréé par la Direction régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi (DIRECCTE) du Morbihan en 2018, a eu pour objet d'approfondir la politique engagée et de formaliser les moyens d'action concrets que le Groupe Rocher s'est engagé à mettre en œuvre au cours des années 2018 à 2021. En novembre 2021, sur le fondement du bilan des quatre années précédentes, a été signé le renouvellement pour trois ans de cet accord.

Les actions s'articulent autour de 4 axes majeurs :

1. Le recrutement, l'intégration et la formation de personnes en situation de handicap ;
2. Le développement de la sous-traitance auprès du secteur adapté et protégé ;
3. Le maintien dans l'emploi des travailleuses et travailleurs en situation de handicap ;
4. La sensibilisation et la communication.

Un manifeste pour l'inclusion des personnes en situation de handicap a été signé le 13 novembre 2019 par Bris Rocher et concrétise ainsi l'engagement du Groupe autour de 10 axes d'action. En 2021, les organisateurs de ce manifeste se sont constitués en association afin de renforcer et pérenniser leurs actions, à laquelle le Groupe Rocher a adhéré.

Petit Bateau et Maille Souple ont chacun signé en 2019 pour trois ans un accord relatif à l'emploi et à l'intégration de travailleurs en situation de handicap en France.

Dès 2019, le Groupe Rocher a intégré des solutions d'accessibilité numérique sur différents outils afin d'assurer l'accès à l'information aux personnes en situation de handicap :

- Le service client Yves Rocher France est accessible aux personnes malentendantes et sourdes via une plateforme de communication adaptée ;
- Le site recrutement et le site carrière du Groupe Rocher ont eux aussi été rendus accessibles début 2020 aux personnes en situation de handicap, à travers une plateforme adaptée.

En septembre 2021, afin d'assurer l'intégration d'une collaboratrice sourde dans la boutique de Rennes Le Bastard, Yves Rocher Retail France a organisé une formation-sensibilisation sur « l'insertion sociale et professionnelle des personnes sourdes et malentendantes », dans l'équipe de la boutique concernée.

Lors de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées, du 15 au 21 novembre 2021, une action coordonnée entre l'ensemble des entités françaises a permis d'organiser des activités et événements de communication autour du thème du handicap et du travail en équipe. Les actions ont été organisées autour de 4 champs d'action :

- Donner la parole (conférence de Grégory Cuilleron, cuisinier, animateur TV et conférencier handi-engagé) ;
- Informer les collaboratrices et collaborateurs (diffusion quotidienne d'informations et permanences auprès des référentes et référents et des services de santé au travail) ;
- Favoriser une prise de conscience active par les collaboratrices et collaborateurs (mise en place de déjeuners dans le noir) ;
- Donner la possibilité aux collaboratrices et collaborateurs d'apporter leur contribution à la Politique Handicap du groupe (concrétisation de plus de 40 Duodays (accueil d'une personne en situation de handicap) et organisation d'un marché de Noël d'entreprises adaptées et ESAT¹⁵).

La solidarité est une priorité pour le Groupe Rocher et l'Atelier des Primevères en est l'illustration parfaite. Cette filiale du groupe, créée en 1994, a le statut d'Entreprise Adaptée (EA). Ainsi, plus de 80% de ses salariées et salariés sont en situation de handicap. Les Primevères contribuent ainsi à l'insertion, la mobilité, la valorisation professionnelle et au maintien dans l'emploi des personnes salariées dans les sites bretons du groupe ou bien en recherche d'emploi sur le bassin de La Gacilly. Liliane Pitre, Directrice de l'Atelier des Primevères a d'ailleurs été

¹⁴ Cet accord concerne toutes les entreprises françaises du groupe, hors Petit Bateau qui dispose de son propre accord handicap.

¹⁵ ESAT : établissements ou services d'aide par le travail

récompensée pour son investissement et de son action lors de la 6^e édition des Trophées des Femmes en Entreprises Adaptées organisée par l'association Handiréseau le 7 juillet 2020.

Performance

En 2020, le groupe a désigné des Référénts Handicap sur l'ensemble de ses sites français, formés à cette fonction en février 2020. Ils ont pour mission de déployer la Politique Handicap du groupe sur leurs périmètres respectifs, notamment via la communication et la sensibilisation des collaboratrices et collaborateurs au sujet du handicap, ainsi que par l'accompagnement si besoin des collaboratrices et collaborateurs intéressés et / ou concernés par ce sujet. En parallèle, les représentants du personnel du site de Cap Rocher ont été formés à la connaissance du rôle des élus. Au 31 décembre 2021, le Groupe compte 12 référents handicaps par entités juridiques et métiers.

Taux d'emploi moyen des personnes en situation de handicap France



En 2021, le groupe a employé 420 personnes en situation de handicap dans le monde, soit 2,65% de l'effectif total ;

332 personnes en situation de handicap sont employées en France. Ces travailleuses et travailleurs représentent en moyenne 5,35% de l'effectif total des sociétés du groupe en France. Ce taux est de 6.88% au sein des entités cosmétiques du groupe en France.

Gestion des âges

Le Groupe Rocher participe à la fois à l'insertion durable des jeunes dans l'emploi et favorise l'embauche et le maintien dans l'emploi des salarié(e)s seniors (55 ans et plus). L'objectif étant également d'assurer la transmission des savoirs et des compétences.

La population senior peut être parfois davantage confrontée à des problématiques de pénibilité mais certains dispositifs permettent de les limiter.

Le dispositif senior précédemment applicable au sein de l'UES Rocher, a été maintenu et inséré dans l'accord de GPEC, en vigueur depuis le 1^{er} novembre 2019. Ce dispositif permet de cesser progressivement son activité et assurer ainsi un meilleur maintien dans l'emploi des salarié(e)s seniors. Le temps partiel est un dispositif très développé en France pour cette catégorie de salarié(e)s. Les salarié(e)s de l'UES Rocher ont de surcroît la possibilité de conserver une rémunération supérieure à la réduction de leur temps de travail avec un maintien en totalité des cotisations retraite sur la base de la durée du travail à temps plein.

Une école de confection a été créée par Petit Bateau sur le site de Troyes afin de conserver son savoir-faire industriel et d'offrir de nouvelles opportunités professionnelles aux personnes en recherche d'emploi. Depuis 2012, 8 promotions soit 75 élèves ont intégré l'école de confection pour suivre la formation d'opératrice et d'opérateur en confection sur une durée de 15 mois. 31 élèves ont été recrutés en CDI, garantissant la pérennité des emplois de ce type face aux départs à la retraite des salarié(e)s seniors. Petit Bateau a également accueilli 6 nouvelles recrues dans son atelier de tricotage, formées sur le même principe que l'atelier de confection.

Concernant les jeunes, le recours au stage ou à l'alternance est important pour le groupe en ce qu'il constitue un passage significatif vers le premier emploi. Ces collaboratrices et collaborateurs en France bénéficient par exemple d'une session d'intégration « Bee Welcome » spécifique visant à leur faire découvrir le Groupe Rocher, comprendre la diversité des marques et des métiers et faire connaissance avec leurs pairs.

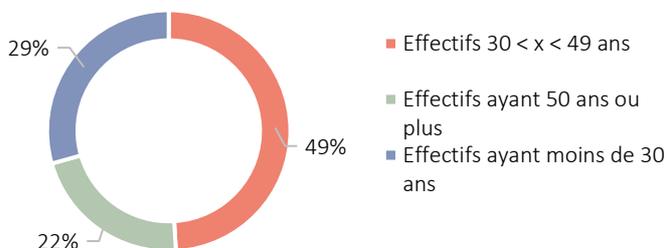
En 2021, le groupe a de nouveau voulu marquer l'importance qu'il accorde aux jeunes et notamment à l'alternance, en passant de 145 recrutements d'apprentis en 2020, à 192 en 2021, en France.

Yves Rocher a mis en place un programme de mentorat afin d'intégrer les nouvelles collaboratrices et nouveaux collaborateurs. Les mentors sont des professionnels expérimentés avec une importante ancienneté. Chaque binôme organise des réunions mensuelles pour permettre une intégration rapide. Arbonne offre également un programme de mentorat qui permet aux nouvelles et nouveaux employés d'être encadrés par des professionnels désignés, qu'ils soient à l'intérieur ou à l'extérieur de la société Arbonne.

Performance

La répartition des effectifs du groupe par tranche d'âge a été stable sur les 3 dernières années.

Répartition des effectifs par âge



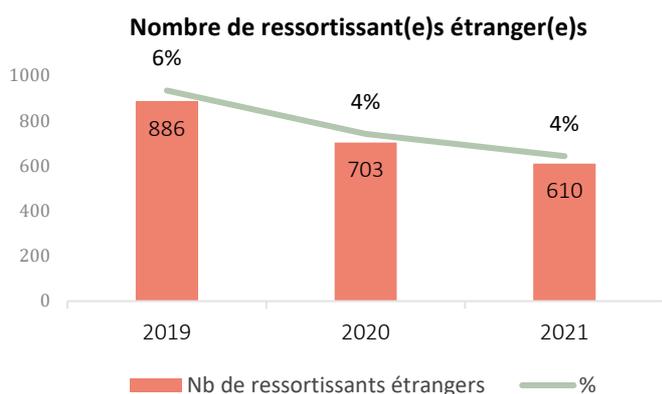
Diversité interculturelle

Grâce à son expérience de développement territorial à La Gacilly en Bretagne, le groupe souhaite étendre ses bonnes pratiques en cultivant un ancrage territorial et un développement local dans chacune de ses implantations dans le monde. Pour y parvenir, le groupe promeut et valorise la diversité interculturelle parmi ses collaboratrices et collaborateurs.

Chaque semaine, Arbonne partage des articles et des communications sur les sujets de l'équité, de la diversité et de l'inclusion (« Plongez dans la diversité »), via le portail des salarié(e)s.

Chaque année, Arbonne participe au mois de la sensibilisation à la diversité mondiale en octobre, par le biais d'activités virtuelles et en présentiel. Cet évènement à vocation éducative a permis d'aborder les sujets de la justice, de l'équité, de la diversité et de l'inclusion et de célébrer la diversité au travers de nombreuses actions. En 2021, Arbonne a notamment organisé et proposé lors de ce mois une fête de la récolte, un autel du jour des morts et une performance tribale indigène.

Performance



En 2021, le Groupe Rocher compte 610 ressortissant(e)s étranger(e)s. Ainsi en moyenne 4% des collaboratrices et collaborateurs travaillent dans un pays dont ils ne sont pas originaires. Des formations au management interculturel sont dispensées au sein du groupe, pour favoriser le « mieux travailler ensemble », avec la vocation d'ouvrir l'esprit des collaboratrices et collaborateurs à la diversité culturelle.

DÉVELOPPER DES PRODUITS, DES SERVICES ET DES MODES DE CONSOMMATION RESPECTUEUX DE LA NATURE

Le Groupe Rocher s'engage à développer des produits, services et modes de consommation respectueux de la nature dont chacune des neuf marques s'inspire pour procurer du bien-être à ses clientes et clients. Depuis la création de la Cosmétique Végétale® par Monsieur Yves Rocher en 1959, la naturalité inspire les équipes de recherche, ayant en tête la préservation de l'environnement et à cœur d'offrir à toutes et tous des produits ne faisant aucune concession sur la sécurité ou la qualité. Aligné avec cette vision, le Groupe Rocher promeut une innovation qui passe par « l'écologie de la nature autant que celle de la peau ». Une innovation autant au service des clientes et clients en instituts Yves Rocher, que des soins visage Dr. Pierre Ricaud, que des bébés portant des bodies Petit Bateau en coton.

Engagé sur un chemin de transformation à long terme, le groupe communique régulièrement ses progrès et ses difficultés auprès de toutes les parties prenantes. Cet engagement s'illustre par une communication honnête avec sa clientèle, en les informant sur la composition de ses produits et de leurs origines ; mais également avec ses fournisseurs et sous-traitants afin de s'assurer du respect des engagements pris par chaque marque. A titre d'exemple, il convient de mettre en application des règles strictes encadrant les filières d'approvisionnement.

Le groupe facilite les actions pour consommer de façon plus responsable en travaillant tout au long de la chaîne de valeur et cherche à réduire l'impact des produits sur les milieux naturels en amont grâce à l'éco-conception et en aval par une stratégie claire sur leur fin de vie. Grâce à une mobilisation des partenaires externes, des collaboratrices et collaborateurs et des clientes et clients finaux, cette stratégie porte déjà ses fruits.

Proposer des produits sûrs et sains

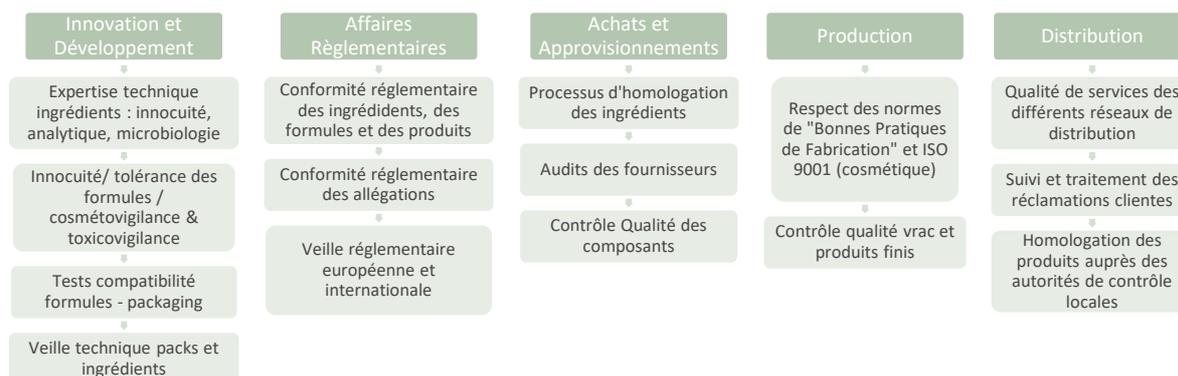
Garantir la qualité et la conformité des produits

Le Groupe Rocher a mis la qualité de ses produits et la sécurité des consommatrices et consommateurs au cœur de ses enjeux stratégiques. Ainsi tous les métiers du groupe sont animés par une démarche d'amélioration continue de la qualité de ses services et de ses produits.

Pour appuyer cette démarche de nombreux outils et des « guidelines » sont mis en place pour confirmer une innocuité optimale des ingrédients et produits finis sans compromis sur l'évaluation de leur impact environnemental.

Cosmétique et détergence

Cette préoccupation est présente à chacune des étapes du cycle de vie d'un produit, de sa conception à son utilisation par la cliente finale et le client final.



La sécurité et la tolérance des produits sont des critères essentiels à la validation du lancement des produits cosmétiques et détergents du groupe.

En cosmétique, chaque ingrédient, chaque produit fini est évalué par une séquence de tests précise et définie à la fois par les experts du groupe (évaluatrices et évaluateurs sécurité, toxicologues, pharmaciens...) et suivant les recommandations internationales. La conformité du produit est également évaluée lors de la fabrication.

En détergence, les sous-traitants doivent se conformer à des exigences dans tous les domaines (ingrédients, réglementaire, qualité, packaging, produit fini ...) décrites dans les briefs produits. Ils doivent se soumettre à un audit qualité d'homologation sur site de production. Lors de l'audit, le Responsable Qualité évalue le niveau du sous-traitant sur les sujets suivants : système de management de la qualité, développement produit, achats et réceptions opérationnelles et bien sûr méthode et suivi de la production. Un niveau minimum est requis pour débiter un partenariat. Les audits sont régulièrement mis à jour afin de suivre les plans d'actions et d'amélioration définis avec le sous-traitant à la suite de l'audit qualité. Lors du développement d'un produit, chaque formule est analysée : revue des fiches de données de sécurité, réalisation de stabilité, compatibilité, challenge test microbiologique si besoin, détermination de point éclair si besoin, notification de toutes les formules sur le portail européen adhoc. Pour identifier les risques de la formule et définir ainsi les conditions d'utilisation sûres du produit pour les consommatrices et consommateurs, une analyse réglementaire complète des risques des ingrédients est réalisée. Une veille réglementaire est également effectuée sur les territoires France, Italie, Espagne mais également au niveau européen et au niveau international.

Afin de garantir la conformité à toutes les exigences qualité et réglementaire des produits cosmétique et détergent, des cahiers des charges formule, packaging et logistique sont signés pour chaque produit.

Les sites de production cosmétiques du groupe sont certifiés ISO 9001 « Systèmes de management de la qualité – Exigences » par une tierce partie indépendante et reconnue (Bureau Veritas), pour le développement, la production et le contrôle des produits cosmétiques. Cette certification garantit que les produits fabriqués et conditionnés sont contrôlés selon des méthodes établies ; gérés dans le respect des « Bonnes Pratiques de Fabrication (BPF) des produits cosmétiques » (ISO 22 716), lesquelles prévoient des contrôles aux différentes étapes de la production (réception, contrôle en cours de production, contrôle final et libération des produits) par les équipes qualité des sites. Le respect par les sites des BPF est régulièrement audité par les services centraux internes ou des tierces parties.

Afin d'être parfaitement à l'écoute des consommatrices et consommateurs, 3 procédures sont effectives dans le groupe :

- La première est « **la cosmétovigilance** » pour les cosmétiques et « **la toxicovigilance** » pour la détergence : tout effet indésirable potentiellement imputable à un produit cosmétique ou un détergent du groupe est remonté via les réseaux du groupe (centres d'appel, conseillères et conseillers...) puis traité par des équipes dédiées. Ces remontées sont alors étudiées pour déterminer l'imputabilité ou non de l'effet indésirable au produit cosmétique ou au détergent. Le groupe peut ainsi surveiller la vie des produits auprès des consommatrices et consommateurs et si besoin, retirer un produit du marché, le reformuler ou arrêter sa commercialisation ;
- La deuxième est « **le process questions sensibles** ». Dans chaque territoire, des interlocutrices et interlocuteurs sont définis et remontent à des équipes dédiées les questions des consommatrices et consommateurs qui demandent une réponse spécifique. Cette démarche est mise en place pour favoriser la transparence et pour une meilleure information ;
- La troisième est le processus de **gestion des réclamations clientes et clients** (cosmétiques et détergence). Il a pour but de consolider les réclamations associées à un produit fini via les différents réseaux de distribution et pays. L'objectif est double : apporter une réponse appropriée aux réseaux de distribution et clientes ou clients mais également lancer en interne le processus qualité adéquat. Ces données sont agrégées mensuellement afin de constituer un indicateur en partie par million (ppm), largement diffusé et utilisé comme un input majeur du processus qualité global.

Fidèle à ses engagements, le Groupe Rocher ne teste pas et n'est jamais promoteur de tests sur animaux, ni sur ses produits finis ni sur les ingrédients qu'ils contiennent.

- La charte interne sur les composants des produits est très stricte et interdit toute matière première animale (à l'exception du miel et de la cire d'abeille). Est interdit, par exemple, le recours à un pigment couramment utilisé

dans l'industrie cosmétique pour les fards à paupières, le carmin de cochenille (petit insecte qui produit de l'acide carminique pour se protéger de ses prédateurs, duquel est issu une teinture colorée rouge, le carmin).

- Enfin, le développement de programmes de recherche sur les méthodes alternatives aux tests sur animaux est encouragé par le groupe et ce, afin de les promouvoir et de les généraliser. Ses travaux portent par exemple sur de nouveaux modèles d'évaluation de l'allergie in vitro pour les ingrédients naturels.

Compléments alimentaires

La Politique Qualité Arbonne concernant ses compléments alimentaires est largement encadrée par la « Food and Drug Administration » (FDA, « Agence américaine des produits alimentaires et médicamenteux ») aux Etats-Unis. La marque, soit directement soit via ses conseillères de vente, s'engage à répondre à toutes les questions ou préoccupations de ses clientes et clients concernant les informations sur les produits, leur utilisation correcte ou d'autres demandes.

Textile

La Politique Qualité Petit Bateau, qui fait partie de l'A.D.N. de la marque, est basée sur l'innocuité et les qualités d'usage des produits. Petit Bateau s'impose les standards les plus stricts en termes de toxicologie via le label OEKO-TEX 100¹⁶. La certification STANDARD 100 d'OEKO-TEX[®] garantit l'innocuité du vêtement en contrôlant la teneur des produits chimiques nocifs pour la santé.

Les Standards Qualité Petit Bateau vont au-delà des normes REACH (« Registration, Evaluation and Authorisation of Chemicals »), soit « enregistrement, évaluation et autorisation des substances chimiques ») en place en Europe. Petit Bateau contrôle la qualité des composants aux différents stades de fabrication dans des laboratoires intégrés ou externes. Petit Bateau associe ses fournisseurs à sa stratégie en s'assurant de la validité des certifications OEKO-TEX[®], gage de maîtrise de leur savoir-faire textile.

Performance

En 2021, 75% des produits Petit Bateau portent le label OEKO-TEX[®].

Choisir des matières premières responsables

Cosmétique

Le Groupe Rocher marque sa volonté d'aller vers toujours plus de naturalité dans ses produits cosmétiques par sa démarche d'amélioration continue de son portefeuille d'ingrédients. C'est également un engagement d'exigence, en allant au-delà de la réglementation européenne et en s'imposant plus de 500 restrictions ou interdictions supplémentaires portant sur les ingrédients utilisés.

Le déploiement d'une nouvelle Politique Ingrédients a démarré fin 2019, accompagnée d'une nouvelle « Charte Ingrédients » interne. Cette démarche regroupe les engagements du groupe en termes de respect des réglementations, de sécurité des matières premières ainsi que d'impact environnemental¹⁷.

Des substances et des procédés de fabrication interdits y sont mentionnés, ainsi que des listes positives de conservateurs et de filtres UV (ultraviolet). En ce qui concerne les substances interdites, le groupe va bien au-delà des réglementations en interdisant plus d'une trentaine de catégories d'ingrédients. Un grand programme d'innovation a été lancé en 2020 et poursuivi en 2021 pour supprimer progressivement ces catégories d'ingrédients.

En parallèle, une attention particulière est donnée aux ingrédients d'origine naturelle, qui représentent la majorité du portefeuille du groupe, et notamment aux actifs d'origine végétale.

¹⁶OEKO-TEX[®] : association indépendante allemande délivrant un label visant à garantir les qualités humano-écologiques des textiles, exempts de produits toxiques pour le corps et pour l'environnement.

¹⁷ Charte aujourd'hui déployée sur toutes les marques cosmétiques hors Flormar.

Les processus de recherche, de développement, de qualification, d'approvisionnement de ces matières premières et des actifs sont multi-métiers. Ils rassemblent notamment les experts des départements Innovation & Développement, Achats et Qualité.

Qualification

Le processus de qualification met à la disposition des équipes une série de tests et de méthodes pour confirmer à la fois l'innocuité des produits et le respect de la planète. Aujourd'hui, 1 375 ingrédients (hors parfums) sont qualifiés et mis à disposition des formulateurs pour composer les formules cosmétiques du groupe.

D'un point de vue RSE, l'impact environnemental des ingrédients (sourcing, renouvelabilité, traçabilité, écotoxicité, biodégradabilité, procédé de transformation...) est évalué ainsi que la Politique RSE de ses fournisseurs. Un tableau de bord des indicateurs de pilotage est suivi tous les mois.

Sur la base de ces « piliers RSE », un outil a été mis en place à disposition des équipes de formulation afin de pouvoir sélectionner les matières premières avec le meilleur profil RSE pour composer leurs formulations. Cet outil peut être utilisé pour analyser une seule matière première, comparer plusieurs matières premières entre elles ou analyser une formule complète.

Une attention particulière est portée à l'approvisionnement des ingrédients issus du végétal pour lequel un ensemble de critères minimum a été défini :

- Assurer la traçabilité via l'identification botanique (nom scientifique de l'espèce) et la connaissance de l'origine géographique des ingrédients composant les matières premières ;
- Prendre en compte le risque de déforestation, via notamment, l'engagement d'approvisionnement de dérivés de palme certifiés RSPO¹⁸, de l'anglais « Roundtable on Sustainable Palm Oil » ;
- Dans le cas d'ingrédients issus du bois, utiliser des ressources issues de forêts gérées durablement : Forest Stewardship Council (FSC, « Conseil de Soutien de la Forêt »), Programme Européen des Forêts Certifiées (PEFC), ou valoriser des coproduits de l'industrie sylvicole ;
- Identifier, analyser et lever les risques liés aux pays d'approvisionnement sur le plan socio-environnemental (EcoVadis, UEFT¹⁹...) et/ou à risque de déforestation (WWF, Global Forest Watch...), ou de cultures intensives (UEFT, Earthworm...), via une certification a minima RSPO-MB pour les dérivés du palme, et une attestation de non-déforestation pour les pays identifiés comme à risque ;
- S'assurer des bonnes pratiques de récoltes via des cahiers des charges officiels ou définis avec/par nos fournisseurs.

Approvisionnement

Le Groupe Rocher définit des règles à respecter par toutes les équipes internes et par tous ses partenaires concernant les ingrédients. Ainsi, pour les ingrédients d'origine végétale, une « Charte Plantes »²⁰, définit des règles strictes encadrant les filières d'approvisionnement, incluant notamment les actions suivantes :

- Protéger et respecter les espèces en danger ;
- Privilégier l'utilisation de plantes cultivées ou de parties renouvelables des plantes ;
- Refuser d'incorporer des ingrédients végétaux génétiquement modifiés ;
- Favoriser des filières issues de l'Agriculture Biologique (AB).

Pour soutenir cette vision, le Groupe Rocher a défini une stratégie de mise en œuvre claire et explicite en matière d'approvisionnement, véritable fil conducteur pour les équipes opérationnelles en charge de l'approvisionnement des matières (Recherche & Innovation, Achats, Qualité/RSE...). Cette démarche d'approvisionnement durable repose sur 3 piliers majeurs :

- ◆ S'approvisionner en quantité et en qualité pour un usage industriel responsable en assurant une traçabilité jusqu'à la parcelle, en évaluant la fiabilité des approvisionnements (sécurisation, renouvelabilité et

¹⁸ Les grades RSPO concernés sont Mass-Balance (« MB »), Identity Preserved (IP) et Segregated (SG). La proportion de MB étant largement majoritaire.

¹⁹ Union for Ethical Bioproducts

²⁰ Périmètre Groupe Rocher hors Arbonne, SABON, Flormar car en cours de déploiement.

reproductibilité), en privilégiant les labels et certifications et en limitant l'interdépendance entre la Marque Yves Rocher et ses fournisseurs ;

- Protéger les hommes et la biodiversité en s'assurant du respect des droits des hommes et femmes impliqués dans les filières, en soutenant la préservation et la régénération de la biodiversité dans nos filières via de bonnes pratiques agricoles et de collecte ;
- Partager de manière juste et équitable les avantages tirés de la biodiversité, conservant le savoir-faire des communautés locales ainsi qu'en promouvant un développement économique, social, scientifique et culturel commun. Sur ce point, le groupe s'inscrit dans les lignes directrices du Protocole de Nagoya de la Convention sur la Diversité Biologique de l'ONU (cf. *Chercher en pionnier et assurer un rôle d'ambassadeur*, page 49), pour lutter contre l'érosion de la biodiversité. Précurseur dans ce domaine, la Marque Yves Rocher continue à promouvoir des démarches volontaires et proactives.

Pour que cette dynamique soit possible, dès les premières phases de développement, 2 critères sont regardés avec attention :

- Une bonne traçabilité (dont une origine plante majoritaire connue) afin de s'assurer que la production soit issue d'une cueillette maîtrisée ou d'une filière agricole construite et responsable ;
- Un partenaire solide, connaisseur du « process » dans sa globalité et impliqué localement.
- Le groupe s'engage donc dans une politique d'évaluation des acteurs de la filière et le cas échéant dans des actions de soutien.

Une filière est une chaîne d'approvisionnement définie par un trio entre : un ingrédient d'origine naturelle (végétale ou minérale), un fournisseur et une origine géographique.

Une filière stratégique est une filière prioritaire d'ingrédient botanique²¹, porteuse de valeur ajoutée pour les marques (en termes de revendication, de fonctionnalité et / ou de volume). Elle est spécifique et tracée (jusqu'à l'ingrédient), maîtrisée (auditée tous les 3 ans), engagée dans une démarche de développement responsable et durable.

En 2021, le groupe opère 487 filières végétales sur un ensemble de 206 origines botaniques (plantes) différentes.

Les filières responsables et durables ont été définies selon plusieurs critères « indispensables » et « souhaitables » :

Critères « indispensables » :

- Traçabilité (provenance et identification botanique) ;
- Un engagement contre la déforestation avec des preuves, certifications et bonnes pratiques de collecte.

Critères « souhaitables » :

- Connaissance complète de la chaîne de valeur et provenance d'un pays sans risque social élevé ou à défaut avec des preuves que le risque est géré ;
- Bonnes pratiques agricoles dans une démarche d'amélioration continue.

Une filière durable respecte les critères « indispensables » et « souhaitables », une filière responsable respecte le critères « indispensables » et des engagements dans une démarche d'amélioration continue des critères « souhaitables ».

²¹ Un ingrédient botanique est ainsi qualifié s'il porte une activité ou une revendication cosmétique, est d'origine végétale et n'a subi, en grande majorité, que des transformations physiques.

Matières premières sensibles²²

Sur certaines matières, dites « sensibles », le groupe s'engage également avec un processus spécifique. Ce processus vise notamment à l'identification des filières concernées et la qualification du risque afin de déclencher les actions de réduction du risque adaptées, qui peuvent être de différentes natures : la recherche d'alternatives technologiques, ou géographiques par exemple mais également le sourcing d'ingrédients certifiés couvrant les risques identifiés ou encore la mise en œuvre d'actions de terrain grâce à des partenariats avec des parties tierces indépendantes.

Sur la filière mica par exemple, le groupe met en œuvre ces différents leviers avec le développement d'un approvisionnement aux Etats-Unis d'une part, mais également avec le partenariat « Responsible Mica Initiative » (RMI) de manière à promouvoir la mise en place de pratiques sociales et environnementales responsables au niveau des processeurs et des collecteurs basés en Inde, d'autre part. Les actions coordonnées par la RMI visent également le déploiement d'actions auprès des populations locales pour aider à la mise en place de ces pratiques sociales et environnementales et plus largement de conditions de vie acceptables pour les populations locales dans les régions du Bihar et Jarkhand en Inde.

Sur l'huile de palme et ses dérivés, le Groupe Rocher a établi une Politique de Sourcing responsable dédiée s'appuyant sur les principes directeurs « NDPE » et visant à mettre en œuvre des leviers d'action multiples : le partage des engagements NDPE²³ auprès de ses fournisseurs et leurs chaînes d'approvisionnement, l'amélioration de la traçabilité de la palme et ses dérivés, la certification des volumes en grades RSPO MB/SG/ID, les mécanismes d'alerte à disposition des acteurs de la chaîne d'approvisionnement et enfin le soutien de programmes de transformation terrain dans les zones d'approvisionnement du Groupe. Convaincu que la transformation ne peut s'opérer que par des démarches collectives concertées, le groupe a par exemple organisé en 2021 un webinar aux côtés de la Fondation Earthworm sur le sujet de la palme auprès de ses 7 fournisseurs stratégiques de fragrances (cosmétique et détergence).

Performance

Pour aller plus loin sur ses filières d'ingrédients botaniques, la Marque Yves Rocher est devenue membre de l'UEBT en 2020, en s'engageant dans une démarche d'amélioration continue pour un approvisionnement responsable et durable :

- Selon la définition interne de filière durable et filière responsable, les ingrédients botaniques sont issus à 82% (vs 80% en 2020) de filières responsables (et soit 97% pour les filières stratégiques) et à 57% de filières durables (ce qui représente 83 % des filières stratégiques)²⁴ ;
- Les 9 plantes emblématiques de la Marque Yves Rocher, cultivées en agriculture biologique et en agroécologie à La Gacilly, ont obtenu la certification UEBT en juillet 2021 ;
- 98% des nouveaux ingrédients qualifiés en 2021 sont d'origine naturelle²⁵ portant à 68% la part des ingrédients qualifiés du portefeuille formulation d'origine naturelle (vs. respectivement 88% et 66%);
- 44 ingrédients ont été supprimés du portefeuille en 2021, dont 57% n'étaient plus conformes avec la nouvelle Politique Ingrédients ;
- 66% des formules développées en 2021 par le Groupe Rocher²⁶ respectent l'ensemble des critères de la Politique Ingrédients ;
- 98,7% des volumes actuels d'ingrédients²⁷ contenant de l'huile de palme ou des dérivés sont certifiés RSPO « mass-balanced », « segregated » ou « identity preserved ». Le pourcentage restant est en cours de transition ;

²² Matières présentant sur leur chaîne d'approvisionnement un risque identifié de non-conformité à l'un des 5 « items » du Devoir de Vigilance

²³ No Deforestation, No Peat, and No Exploitation

²⁴ Périmètre Groupe Rocher hors Arbonne, SABON, Flormar

²⁵ Selon la norme ISO 16 128

²⁶ Hors Flormar

²⁷ En pourcentage des volumes d'achat matières première Groupe Rocher Opérations

- Le pourcentage moyen d'ingrédients naturels dans les formules mises sur le marché pour la Marque Yves Rocher est de 83%, 84% pour la Marque Kiotis, 84% pour la Marque Stanhome Family Expert et 81% pour la marque Dr. Pierre Ricaud ;
- 77% des plantes cultivées de nos filières stratégiques sont cultivées en agriculture biologique ;
- 94% de nos filières stratégiques disposent d'une traçabilité complète, c'est-à-dire jusqu'aux producteurs ou récoltants impliqués.



BONNES PRATIQUES

La Marque Yves Rocher s'engage dans la transition agroécologique (à travers notamment une production de plantes certifiées AB à La Gacilly en Bretagne et des travaux de recherche en agroécologie) et la soutient sur le territoire breton grâce aux dynamiques engagées avec les partenaires.

Par exemple, depuis 2018, Yves Rocher s'engage avec le réseau GAB-FRAB (Groupement des Agriculteurs Biologiques-Fédération Régionale des Agrobiologistes de Bretagne) à développer l'adaptation des fermes aux aléas climatiques et leur contribution à son atténuation. Ce groupe de travail d'abord territorial s'est déployé à l'ensemble de la région dès 2019. Après des travaux de recherche, la mise en place de groupes d'expérimentation et d'échanges locaux, et la publication d'un recueil des pratiques résilientes, l'initiative se structure depuis 2020 avec le soutien financier de Yves Rocher. Le collectif a pu amender et diffuser largement le recueil, travailler localement sur des diagnostics des performances environnementales des exploitations agricoles (outil Dialecte), sur des supports d'échanges et d'initiatives collectives, et pour former des ambassadrices et ambassadeurs participant aux définitions des plans d'actions des collectivités en faveur de la résilience des territoires.

En Bretagne encore, la Marque Yves Rocher travaille en étroite collaboration avec le Conservatoire Botanique National de Brest. Depuis 2017, par exemple, la marque a soutenu une étude faisant l'état des lieux de *Carpobrotus edulis*, une plante exotique envahissante, en Bretagne : répartition, écologie, méthodes de contrôle de son expansion aux dépens de la flore locale. Yves Rocher a également financé la réalisation de deux films pédagogiques sur le *Panicaut vivipare*, espèce menacée d'extinction faisant l'objet d'un plan national d'actions animé par le Conservatoire botanique.

Par ailleurs, la Marque Yves Rocher est engagée depuis plus de 20 ans en Afrique et notamment au Burkina Faso. En effet, depuis 2015 la Marque Yves Rocher soutient des communautés de femmes impliquées dans la filière Karité pour la protection de l'arbre à beurre (le karité) et le renforcement de l'activité économique des femmes. De nombreuses actions ont été entreprises afin d'atteindre cet objectif. En 2021, Yves Rocher a renouvelé son soutien pour contribuer à l'autonomisation des femmes et à la diversification de leurs revenus *via* la valorisation du savoir-faire traditionnel associé aux activités du karité : le projet de production et commercialisation de savon à base de karité, initié un an plus tôt, a été poursuivi. Les femmes sont ainsi formées aux bonnes pratiques de fabrication et accompagnées pour la commercialisation de ces savons.

Depuis plusieurs années, le groupe est investi auprès d'ONG partenaires dans une démarche de soutien d'actions terrain pour favoriser des initiatives locales, pragmatiques, démontrant d'un réel impact sur les communautés et les écosystèmes concernés. C'est dans cette perspective que le groupe est partenaire de la Fondation Earthworm et a soutenu en 2021 le programme Sabah en Malaisie afin d'aider à la préservation de cette région riche en biodiversité et très exposée notamment au risque de déforestation. Le programme « Landscape » s'inscrit dans une démarche holistique mettant les producteurs locaux au cœur de la démarche et vise, à horizon 2025, l'amélioration des impacts sociaux et environnementaux du territoire.

Détergence

Pour le choix des ingrédients qui composent ses produits, la Marque Stanhome favorise l'utilisation d'ingrédients d'origine naturelle dans ses formules. A chaque nouveau développement ou reformulation, la pertinence de chaque ingrédient est évaluée, les isothiazolinones sont remplacés lorsque c'est possible. Pour limiter le risque d'ingestion, un amérissant est ajouté quand c'est possible et pertinent. La concentration des produits, un des engagements originels de la marque, est également recherchée lors de chaque développement. Des listes négatives, matières premières et parfums, sont également respectées au moment du développement. La majorité des formules subissent des tests supplémentaires déterminés selon l'utilisation finale du produit :

- Des tests d'usage sous contrôle dermatologique afin d'évaluer l'acceptabilité cutanée de la formule ;
- Des tests de biodégradabilité selon les lignes directrices de l'OCDE 301F extrapolées pour des produits formulés ;

- Des tests d'évaluation des émissions d'aldéhydes et de composés organiques volatils en reproduisant le scénario d'un usage normal du produit pour déterminer son influence sur la qualité de l'air intérieur (labélisation Air Intérieur contrôlé²⁸).

A partir de 2021, Stanhome s'est engagé à certifier Ecolabel européen les produits de nettoyage du quotidien rentrant dans les catégories identifiées par la Commission européenne. Les référentiels de certifications de l'Ecolabel Européen déterminent des critères restrictifs sur la toxicité pour les organismes aquatiques des matières premières et du produit fini, la biodégradabilité des ingrédients et l'approvisionnement durable en huile de palme, de palmiste et leurs dérivés. Une liste de substances exclues ou soumises à restrictions est également à respecter pour la certification des produits. Dans une démarche d'amélioration continue, la marque vise à obtenir la certification Ecolabel Européen pour l'ensemble de ses produits à usage quotidien d'ici 2024.

Concernant les matières premières sensibles et plus particulièrement l'huile de palme et ses dérivés, Stanhome s'inscrit dans la Politique de Sourcing responsable dédiée établie par le Groupe Rocher (cf. *Choisir des matières premières responsables, partie Cosmétiques, sous-partie Matières premières sensibles, page 39*).

Performance

A fin 2021, pour la Marque Stanhome :

- 6 produits ont été lancés avec la certification Ecolabel européen (représentant 5 formules), correspondant à 7,5% du CA 2021 Stanhome Home Care (lancement commercial en cours d'année) ;
- Pour les formules des gammes engagées dans le programme ActForGreenHome en 2021 (cuisine, linge et sol), le pourcentage moyen d'ingrédients d'origine naturelle dans les formules mises sur le marché est de 86% ;
- Pour les formules des gammes engagées dans le programme ActForGreenHome en 2021 (cuisine, linge et sol) : 75% de formules dites « rincées » sont facilement biodégradables selon les lignes directrices de l'OCDE 301F extrapolées à un mélange ;
- 11 formules ont passé le test d'évaluation des émissions d'aldéhydes et de composés organiques volatils de la labélisation Air Intérieur Contrôlé. A la suite de ce test, 90,91% des formules ont obtenues les notes A+ ou A.

Textile

La Politique d'Achat des matières premières de Petit Bateau est conduite selon 3 axes :

- Qualité des fils et des fibres utilisés pour garantir la durabilité des produits de la collection Petit Bateau ;
- Relations équilibrées avec les fournisseurs pour garantir la pérennité des partenariats Petit Bateau ;
- Traçabilité : les contrats d'achats de matières premières (filés) précisent l'origine des fibres et leurs spécificités, ce qui permet à Petit Bateau de contrôler et garantir la qualité des filés achetés. Ainsi, Petit Bateau s'interdit les origines de cotons suivantes : Ouzbékistan, Afghanistan et Syrie.

84% des produits vendus sont tricotés par Petit Bateau. Les filateurs de ses matières de rang 1, sont des partenaires connus et maîtrisés et les autres matières sont achetées pour les produits Petit Bateau, répondent aux mêmes exigences qualité et passent systématiquement par un contrôle laboratoire (interne ou externe).

Petit Bateau travaille à intégrer des cotons issus de l'agriculture biologique tout en répondant aux attentes de qualité des clientes et clients du groupe.

Petit Bateau s'engage également au sein de l'association Paris Good Fashion, qui fédère les acteurs du secteur, marques, designers, experts, citoyens, pour faire de Paris la capitale d'une mode plus responsable d'ici 2024. Dans

²⁸ Air intérieur Contrôlé : premier label international indiquant clairement la non-toxicité des produits dans l'air intérieur. Le principe est simple : des tests, réalisés dans un laboratoire indépendant, attribuent à chaque produit un indice de pollution allant de A+ (très faibles émissions) à C (fortes émissions). Il représente le risque de toxicité par inhalation des polluants détectés. Des contrôles aléatoires sont ensuite réalisés tous les ans afin de contrôler que les produits labellisés n'ont subi aucune modification volontaire ou involontaire. Pour en savoir plus : <https://air-label.com/>

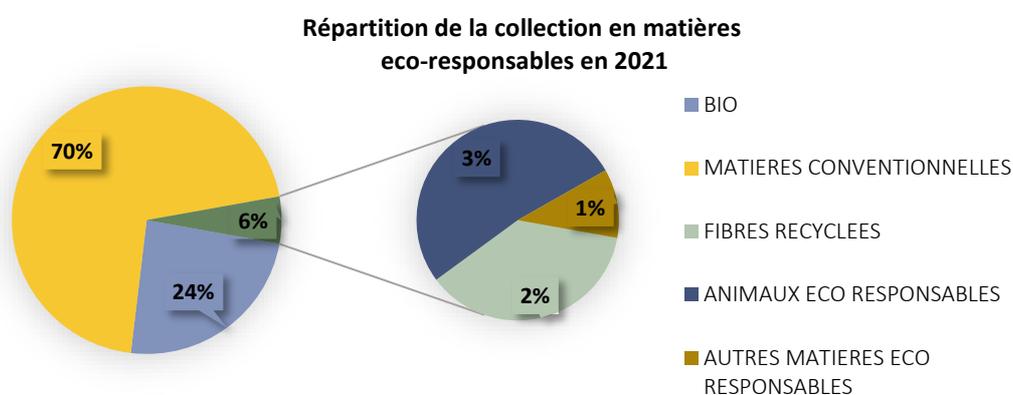
ce cadre, la Marque Petit Bateau pilote notamment un groupe de travail autour de l'agriculture régénérative. En 2021, un Code des Bonnes Pratiques de l'Agriculture Régénératrice a été finalisé par les membres de Paris Good Fashion.

Soucieuse d'améliorer son impact environnemental et social, la Marque Petit Bateau s'engage dans une démarche d'amélioration continue de sa Politique d'Approvisionnement. La marque vise 100% de matières éco-responsables en 2025.

Cette nouvelle feuille de route clé permettra d'aller plus loin, de mesurer les réductions d'impacts sur l'environnement, de redéfinir la notion de produits éco-conçus pour Petit Bateau et de mieux la communiquer simplement aux « consom'atrices » et « consom'acteurs » de la marque.

Performance

En 2021, 30% de produits de la collection Petit Bateau sont confectionnés majoritairement avec des matières éco-responsables (au moins 50% de fibres éco-responsables et certifiées), contre 13,8% en 2020, selon la répartition ci-dessous :



Nutrition

Dans le cadre de son engagement la Marque Arbonne a établi une politique en matière d'ingrédients spécifique à sa gamme de produits de nutrition. Dans le cadre du processus, des dépistages rigoureux des ingrédients sont réalisés et sont privilégiés les ingrédients qui sont à la fois à base de plantes et créés et soutenus par la recherche scientifique.

Cette politique stricte en matière d'ingrédients est réévaluée régulièrement. Ainsi, il existe une liste de 2 000 ingrédients qui ne sont pas autorisés dans les produits. Cette politique en matière d'ingrédients vise à garantir :

- Un impact réduit pour l'environnement (en tant que B Corp, la marque s'engage à réduire l'utilisation de produits chimiques nocifs à l'environnement) ;
- La sécurité (en s'appuyant sur les réglementations émergentes dans le cadre des évaluations de la sécurité des ingrédients en aidant à déterminer le niveau de risque d'un ingrédient) ;
- Les exigences de certification sont respectées (Les produits sont formulés de manière à répondre au plus grand nombre possible de normes de certification, notamment végétaliennes, sans gluten, sans OGM et sans cruauté vis-à-vis des animaux, ainsi que sans arômes, couleurs et édulcorants artificiels) ;

Le respect des réglementations et des lois de chaque pays où les produits sont distribués.



BONNE PRATIQUE

La stévia utilisée par Arbonne est cultivé au Paraguay, au Kenya, en Chine et aux États-Unis et contribue à la résilience économique et à la création d'opportunités pour plus de 2000 familles d'agriculteurs. L'approvisionnement direct auprès des agriculteurs contractuels signifie que cette stévia bénéficie d'une transparence totale de la chaîne de valeur verticale. Le fournisseur de la marque utilise une variété de feuilles de stévia de troisième génération qui produit des rendements plus élevés, tout en utilisant la majorité des feuilles pour minimiser les flux de déchets. Les études scientifiques confirment la sécurité des glycosides de stéviol : ainsi la stévia est aujourd'hui approuvée par toutes les principales autorités réglementaires dans plus de 150 pays.

Promouvoir des modes de consommation responsable

Conscient de son rôle en tant que fabricant et distributeur de produits, le Groupe Rocher entend accompagner ses clientes et clients vers des modes de consommation responsable. Cette notion se définit et irrigue tous les aspects des propositions commerciales des marques du groupe. De l'offre produits disponible, aux modalités de promotion et de vente de ceux-ci, jusqu'à leur fin de vie : les options responsables doivent être facilitées pour et avec les clientes et clients. Pour contribuer à cette transformation, 4 leviers principaux ont été actionnés :

- Développer des offres de consommation responsable ;
- Promouvoir le marketing responsable ;
- Concevoir des points de vente responsables ;
- Accompagner la fin de vie des produits.

Développer des offres de consommation responsable

Conscient des limites de la disponibilité des ressources, le Groupe Rocher encourage les consommatrices et consommateurs à choisir des produits durables, responsables et à favoriser le réemploi autant que possible. Ainsi les marques du groupe répondent aux enjeux spécifiques liés à leur industrie et à leurs produits, en développant dès à présent des alternatives pour faciliter un acte d'achat responsable pour les clientes et clients.

Concevoir des produits durables

Être durable, c'est l'essence même des produits de la Marque Petit Bateau. Tout l'enjeu est de définir simplement la notion de durabilité, mettre des mots et arguments tangibles permettant de traduire la réputation des vêtements Petit Bateau (à savoir des vêtements résistants qui ont plusieurs vies en se transmettant facilement de génération en génération). En 2021, la marque a défini les éléments de base de la notion de durabilité, aux sens durées de vie et niveau de qualité du vêtement tout au long de sa/ses vies.

Des méthodes de tests ont été définies par la marque afin d'assurer que chaque produit reste en bon état après 5 vies. La notion de durabilité n'étant pas normée, il va de soi que ces critères et mesures ont néanmoins pu être validés en lien avec les réclamations clientes/clients et des études consommatrices/consommateurs.

A ce jour, 1/3 du catalogue de matières a été testé ou extrapolé suite au test d'une matière équivalente.

En 2021, la Marque Yves Rocher s'est lancée dans la cosmétique solide avec le développement d'une offre de 3 shampoings à faible impact environnemental : une formule solide à 99% d'ingrédients biodégradables et un packaging composé à 60% de déchets et recyclable. La marque prévoit de poursuivre le développement de produits solides en 2022.

Développer le réemploi

1. Favoriser l'économie circulaire
2. Développer des solutions de réemploi des packagings (ex : recharge, démontage des composants...)
3. Réemploi des produits finis (ex : seconde main)

En 2020, la Marque Yves Rocher a réalisé un premier test de dispositif de recharge pour ses gels douche dans 3 magasins en France. En 2021, la marque a travaillé plus largement sa stratégie versus le réemploi/la réutilisation pour l'intégrer dans sa feuille de route globale et tester de nouveaux dispositifs associés.

La demande de seconde main sur le secteur Textile émerge d'un contexte de transformation profonde de la manière de consommer, plus responsable et plus durable. Elle s'est largement démocratisée ces dernières années avec une forte croissance lors de la période COVID-19 et a convaincu de plus en plus de clientes et clients, qui n'hésitent plus à se tourner vers la seconde main plutôt que d'acheter des produits dits « neufs ».

Depuis 2017, Petit Bateau met à disposition de ses clientes et clients une plateforme de mise en relation via une application mobile, leur permettant de mettre en vente leur vêtements Petit Bateau d'occasion auprès de toute la communauté d'inscrites et d'inscrits. Ce modèle seconde main "de particulier à particulier" a été depuis largement généralisé par d'autres acteurs.

Toutefois, en tant que marque et fabricant, la conviction de Petit Bateau était que l'offre de seconde main s'intègre sans équivoque dans l'univers de la marque et dans la proposition de services à leurs clientes et clients. C'est pourquoi, Petit Bateau a fait le choix d'aller plus loin et d'opter pour un autre modèle, en proposant depuis mai 2021 à leurs clientes et clients un service simplifié de collecte clé en main, et une offre de produits seconde main en points de vente physiques et bientôt sur leur e-commerce, avec toutes les garanties et sécurités Petit Bateau.

Petit Bateau garantit à ses clientes et clients la reprise de tous leurs vêtements Petit Bateau, soit en échange de bons d'achat valables sur la collection de « neuf » comme de seconde main, soit pour le recyclage. La politique commerciale de retours et de remboursements est la même que la collection Petit Bateau de « neuf » en cours, et le service client est à leur disposition pour toute demande relative à la seconde main.

Les résultats démontrent l'engouement des clientes et clients : 70 000 pièces ont été collectées depuis le lancement du service en mai 2021.

En 2021, Stanhome a lancé des produits en spray avec pistolet réutilisable jusqu'à 10 fois. Ces produits s'intègrent dans une stratégie de réduction de la quantité de plastique mise sur le marché. En 2021, 2 références ont été lancées avec cet emballage. Ce type de produit a pour ambition de se multiplier ces prochaines années.

Marketing responsable

Le marketing responsable permet d'allier responsabilité de marque et efficacité business en veillant tout à la fois à la pertinence des messages véhiculés aux consommatrices et consommateurs et aux canaux de communication utilisés. Le Groupe Rocher est particulièrement vigilant au contenu des campagnes marketing, aux allégations environnementales et à la réduction de l'impact des campagnes marketing. Les marques œuvrent pour mettre l'engagement au cœur de leurs communications clientes et clients.

Réduire l'impact des campagnes de marketing

Afin de réduire l'impact de ses campagnes marketing, la Marque Yves Rocher s'est lancée dans un programme de collecte des mailings (offres commerciales papier). En 2021, Yves Rocher France a procédé à la mise en place d'un pilote sur la région Retail Sud-Ouest (90 magasins), permettant la collecte de près de 5 tonnes de mailings au total qui seront recyclés en 2022. Ce projet sera généralisé sur tout le parc magasins en France au premier semestre 2022.

Promotion des engagements et de la « juste consommation »

Stanhome communique régulièrement sur les engagements de la marque et de ses produits à travers ses supports de communication (print et digital), pour guider et éduquer la consommatrice et le consommateur vers une consommation plus responsable. Exemples d'« éco-gestes » publiés : favoriser le séchage du linge en extérieur plutôt que d'utiliser le sèche-linge qui est très consommateur d'énergie ou penser à faire tourner le lave-vaisselle de façon optimale pour éviter de le faire tourner à vide.

Concevoir des points de vente responsables

En tant que lieu d'interaction avec les clientes et clients, les points de vente du Groupe Rocher sont les étendards des engagements des marques. Ils doivent donc directement répondre à leurs objectifs RSE et impliquer les consommatrices et consommateurs tout au long du parcours marchand. Pour cette raison, l'écoconception est la ligne directrice pour concevoir les points de vente, sélectionner les équipements et gérer leur cycle de vie complet.

Ecoconception des points de vente, du mobilier et des équipements

La Marque Yves Rocher souhaite employer des moyens concrets pour réduire sa consommation d'énergie en magasin, comme le remplacement des systèmes d'éclairage par des LEDs moins énergivores. À juin 2021, 60% des magasins ont installé des LEDs et l'objectif est de couvrir 100% du parc magasins en fonds propres d'ici 2023. Par ailleurs, la marque adopte systématiquement une approche d'éco-conception dans le développement de matériel et de mobilier à destination des magasins, en concevant des éléments entièrement démontables afin de faciliter le tri et en favorisant le mono-matériau autant que possible.

Communication et participation aux engagements de marque

Yves Rocher met en avant ses engagements dans ses points de ventes à travers ses communications commerciales en vitrine comme à l'intérieur des boutiques, en travaillant sur l'éco-conception des dispositifs merchandising livrés en boutique. Par ailleurs, le programme Green Leader, déployé depuis 2020, permet à la marque de former les Conseillères de Beauté sur les engagements et les valeurs de marque (éco-conception, formulation, bonnes pratiques, etc.). En 2021, le programme est déployé dans plus de 70% de l'ensemble des magasins de la marque à travers le monde.

Accompagner la fin de vie des produits

Afin de réduire l'utilisation de ressources vierges et la destruction de produits finis, le Groupe Rocher est acteur de la fin de vie des produits sur 2 axes principaux :

- La fin de vie des produits commercialisés via l'accompagnement des consommatrices et consommateurs aux bons gestes de recyclages et la proposition de solutions pour les filières de recyclage non-existantes ;
- L'évitement de la destruction des produits et cadeaux invendus via le don envers des associations et populations prioritaires.

Soutien à des filières de recyclage

ArbonneCycle - programme global de recyclage des emballages

Bien qu'environ 72% des emballages de produits finis Arbonne soient recyclables, la marque a voulu s'assurer que 100% des emballages pourraient être récupérés en fin de vie. Ainsi, en novembre 2019, a été lancé, en partenariat avec TerraCycle™, un programme pilote de renvoi de produits pour les emballages non éligibles au tri sélectif des emballages ménagers par les principales cheffes de file sur le terrain aux États-Unis. Cet effort a été officiellement étendu à toutes les clientes et tous les clients Arbonne aux États-Unis en janvier 2020 et à l'échelle mondiale sur tous les marchés Arbonne en décembre 2020, où tous les emballages de produits sont désormais recyclables entre les options traditionnelles, de recyclage via le tri organisé par les collectivités ou via ArbonneCycle™. Arbonne est financièrement responsable du retour des articles à sa succursale pour être triés et comptés²⁹.

Yves Rocher - proposer une solution de collecte et de recyclage dans toutes les filiales d'ici 2025

La marque s'engage vers une consommation responsable et souhaite proposer dans toutes ses filiales une possibilité de collecte et de recyclage de certains produits non pris en charge par les services publics locaux. Des initiatives ont déjà été lancées dans certains pays comme l'Ukraine ou la Thaïlande. En 2021, Yves Rocher France a lancé un pilote

²⁹ Pour en savoir plus sur ArbonneCycle : <https://www.terracycle.com/en-US/brigades/arbonne>

dans 90 magasins du Sud-Ouest avec la mise en place de bornes de collecte pour les produits de maquillage : au total, 5000 produits ont été collectés et remis à un partenaire en charge de les valoriser / recycler.

Yves Rocher - Prix Biodiversiday

Le marché Yves Rocher France a créé en 2019 un évènement mobilisateur pour les équipes magasin, afin d'inviter à vivre des aventures singulières et à agir pour prendre soin de la planète et des communautés. Pour participer au Prix Biodiversiday, le process est simple : il faut mener au cours de l'année, seul ou en équipe, en boutique ou sur son territoire, une action en faveur de l'environnement, ou un projet de bien-être offert à des personnes traversant des moments difficiles et déposer un dossier pour valoriser son engagement. En 2021, plus de 60 dossiers ont été déposés pour cette nouvelle édition.



Dons produits

Le Groupe Rocher s'est associé à plusieurs ONG afin de donner des produits neufs (en surstock et/ou avec une date limite d'utilisation proche) et de qualité qui peuvent bénéficier à des personnes qui vivent en dessous du seuil de pauvreté, privées d'un ensemble de biens de première nécessité, essentiels à l'insertion, à l'épanouissement et à l'estime de soi.

Depuis 2015, Yves Rocher France livre ses invendus (produits, accessoires et cadeaux) à l'association Dons Solidaires. En 2021, ces dons ont permis à l'association de soutenir diverses opérations telles que la sensibilisation à l'hygiène féminine ou la distribution de cadeaux et produits de beauté.

Dr. Pierre Ricaud soutient plusieurs associations via des dons de produits d'hygiène ou de soin en surstock et/ou avec une date d'utilisation proche, afin d'aider des femmes en situation de précarité et dans le besoin. La marque a ainsi donné plus de 28 000 produits cosmétiques en milieu associatif et hospitalier en 2021.

Ainsi en 2021, le groupe a donné plus de 603 000 de produits cosmétiques et d'entretien et plus de 166 296 produits Petit Bateau à diverses associations³⁰.

Développer la transparence vis à vis des consommatrices et des consommateurs

Le Groupe Rocher et ses marques s'engagent vers une communication produit plus transparente :

Composition des produits

- Depuis 2020, l'ensemble des filiales Yves Rocher affiche sur ses sites internet respectifs, les formules INCI (International Nomenclature of Cosmetic Ingredients) et l'origine naturelle ou synthétique des ingrédients, et ce sur les pages « produits ». A l'échelle internationale, 14 sites e-commerce ont aussi affiché un glossaire ingrédients qui explique en langage plus simple ce que sont les noms chimiques des ingrédients. La liste des formules « vegan » au sein de l'offre Yves Rocher (plus de 700 produits concernés) a été définie pour former les Conseillères de Beauté en magasin et mieux informer les clientes et clients en quête de solutions « vegan ».
- En 2021, la Marque Kiotis a lancé le site internet « L'Atelier des essentielles ». L'ambition est de promouvoir les bienfaits des huiles essentielles et de rassurer les consommatrices et consommateurs quant à l'utilisation de ces huiles essentielles. Kiotis partage ainsi son savoir-faire quant aux huiles essentielles utilisées et testées pour leurs propriétés cosmétiques et brevetées (9 brevets détenus en 2021).

Communication des engagements

- La communication des engagements de la Marque Yves Rocher s'est renforcée sur 2021 grâce à l'usage de pictogrammes sur les pages internet des produits et sur les sites internet de la marque (déploiement en cours à travers l'ensemble des marchés).

³⁰ Association du Don en Nature, La Croix Rouge, Le Secours Populaire, Les Restos du Cœur, Dons Solidaires, Goods to Give etc.

- Les engagements de la Marque Stanhome sont communiqués sur ses sites internet au travers d'un leaflet de marque. D'autre part, les engagements majeurs de chacun des produits s'expriment au travers de pictogrammes disposés en bas de l'étiquette produit ou pack, dans un encart dédié à cet effet.
- La Marque Petit Bateau collabore de manière proactive avec l'application Clear Fashion depuis le lancement de cette dernière en septembre 2019. Cette application permet aux consommatrices et consommateurs de décrypter les engagements des marques de vêtements en fonction de leur impact sur la santé, sur l'humain, sur l'environnement et sur les animaux. La prise en photo des étiquettes de vêtements permet à l'application de transmettre un score global analysant leurs compositions, les labels et les pratiques des marques. En tant que marque ambassadrice, Petit Bateau a fait la démarche de transmettre volontairement ses données sur ses engagements à la start-up.

Traçabilité

- Comme déjà évoqué précédemment, l'adhésion de la Marque Yves Rocher à l'UEBT en 2020 et le travail commencé sur la certification UEBT de certaines filières permettra de fournir dans les prochaines années un complément de transparence dans l'information fournie aux consommatrices et consommateurs. En 2021, l'ensemble des plantes cultivées dans les champs à la Gacilly, en Bretagne, ont été certifiées UEBT.
- La Marque Arbonne publie sur son site internet la liste complète de ses fournisseurs et sous-traitants clés (pour lesquels le montant d'achat dépasse 100 000 USD), laissant ainsi la possibilité à ses clientes et clients de consulter leurs performances environnementales et sociales EcoVadis.
- Petit Bateau a pris l'engagement de poursuivre ses relations de qualité avec ses fournisseurs, basées sur le long terme. Pour répondre à la demande croissante de transparence exigée par les consommatrices et consommateurs, Petit Bateau a publié la liste de ses fournisseurs de rang 1 en 2021³¹.

Origine de fabrication

La législation européenne considère à ce jour que seule l'opération de confection est significative dans le processus de fabrication d'un vêtement. Aujourd'hui, les clientes et clients exigent là aussi de la transparence et la Marque Petit Bateau a décidé de répondre à leurs attentes affichant son « Made in » sur l'étiquette de chaque vêtement ou accessoire depuis janvier 2020. Concernant la Marque Yves Rocher, un pictogramme « Made in Bretagne » est désormais apposé sur les produits concernés, lorsque la place sur l'étiquette le permet.

³¹ ³¹ <https://www.petit-bateau.fr/on/demandware.static/-/Library-Sites-SharedPetitBateauLibrary/default/Telechargements/PDF/petitbateau-liste-fournisseurs-v6.pdf>

AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ POUR PROTÉGER LE VIVANT

Une Politique Biodiversité renouvelée en 2021

Durant l'année 2021 la politique biodiversité du groupe a été mise à jour. Cette dernière, en cours de déploiement, continue et précise la précédente version de 2010, garantissant la continuité de la vision du groupe depuis sa création. Les activités des marques dépendent des ressources naturelles et sont susceptibles d'impacter l'environnement, c'est pourquoi la préservation de la biodiversité est bien établie comme « matérielle ».

La Politique Biodiversité 2021 se concentre sur 2 dimensions :

1. Assurer un rôle d'ambassadeur et contribuer à la recherche d'un nouveau rapport au vivant ;
2. Agir de façon responsable en prenant en compte la biodiversité.

La Politique Biodiversité Groupe vise à fournir un cadre commun aux marques et métiers afin d'œuvrer collectivement pour la préservation de la biodiversité. Elle sert l'ambition 2030 de la stratégie RSE Groupe Rocher.

Assurer un rôle d'ambassadeur et contribuer à la recherche d'un nouveau rapport au vivant

Le Groupe Rocher tend à retrouver la curiosité dans ses rapports au vivant en ne se satisfaisant pas d'un statu quo, mais en ouvrant avec les différentes parties prenantes des manières d'agir plus frugales vis-à-vis des milieux naturels.

A cette fin, le groupe engage des programmes sur la recherche appliquée et l'expérimentation, à la fois à travers le soutien au monde académique, mais aussi par l'expérimentation prospective de pratiques de terrain.

Les thématiques ciblées sont de différente nature : recherches sur les espèces, les écosystèmes, les sols, les dynamiques du vivant jusqu'aux dimensions de comptabilité intégrée et de finance durable.

Différentes formes de travaux de recherches scientifiques et d'expérimentations ont été réalisées en 2021 :

- Les travaux de thèse d'Emma Jeavons et de son encadrant Joan van Baaren, du laboratoire Ecobio de l'Université de Rennes 1 sur les relations entre insectes et plantes pour les cultures agroécologiques réalisés jusqu'à 2020 ont été récompensés en 2021 par un trophée de la valorisation par le campus d'innovation de l'établissement ;
- L'engagement de Claude Fromageot, Directeur Développement Responsable du Groupe Rocher, en tant que Jury de l'Ecole Doctorale du Museum National d'Histoire Naturelle (MNHN) a été poursuivi pour la 16^{ème} année ;
- L'exposition « Trajectoires et mouvements de l'identité philippine » a été soutenue. Organisée par la chercheuse anthropologue Hermine Xhaufclair dans le cadre d'un projet scientifique, culturel, artistique et social, cette exposition a été montée par le Musée ethnologique et des cultures de Barcelone ;
- Un ouvrage intitulé *Les mots (maux) de la biodiversité*, a été réalisé et soutenu dans le cadre des travaux de l'association Orée : il présente une vingtaine de mots qui permettent de s'interroger sur le rapport des humains à la biodiversité et la façon dont sa préservation peut s'appréhender, alors que « le monde vivant s'effondre » (IPBES, 2019) ;
- La recherche sur la comptabilité environnementale a été poursuivie par la participation active à la Chaire CARE de nouvelle comptabilité écologique en lien avec l'Université Paris-Dauphine, AgroParisTech et l'Université de Reims ;

- Le jardin botanique de La Gacilly a été labellisé « Ecojardin ³² », référence nationale en ce qui concerne la gestion écologique, Label de Plantes et Cités, animé en Bretagne par l'Agence Régionale de la Biodiversité ;
- Une plateforme de compostage avec recyclage des biodéchets, déchets végétaux avec compost in situ a été mise en place pour plusieurs restaurants collectifs du Groupe Rocher ;
- Un plan de gestion durable des haies de l'exploitation agricoles du groupe à La Gacilly a été élaboré en partenariat avec le Syndicat Mixte du Grand Bassin de l'Oust et l'Afac-Agroforesteries, association experte sur les arbres champêtres et les haies ;
- L'étude de faisabilité d'une filière bois locale et durable à majorité bocagère (label haie) a été rédigée. L'objectif à terme étant d'alimenter les chaudières bois des sites industriels et logistiques bretons du groupe ;
- L'observatoire de la Biodiversité, installé sur une zone humide, soutenu par la Fondation Yves Rocher, a été inauguré. Il réserve une zone de préservation sensible et permet un parcours de sensibilisation pour les visiteurs, protégeant la biodiversité.

Le Groupe Rocher souhaite également jouer un rôle d'ambassadeur sur les questions de biodiversité, pour cela le groupe endosse des responsabilités et prend la parole :

- Le Groupe Rocher est membre de l'initiative « Entreprises engagées pour la nature » portée par l'Office français de la biodiversité (OFB), sous la tutelle des Ministères de la Transition écologique et de l'Agriculture et de l'alimentation, ainsi que du volet international par l'initiative act4nature portée par l'association française des Entreprises pour l'Environnement (EpE). A ce titre, le Groupe Rocher a été sollicité, aux côtés de Yves Rocher France, Petit Bateau et la Fondation Yves Rocher, pour être Partenaire officiel du Ministère de la Transition écologique en tant qu'intervenant pour le Congrès Mondial de la nature de l'UICN (Union internationale pour la conservation de la nature) qui s'est tenu à Marseille du 3 au 11 septembre 2021. A cette occasion La Fondation Yves Rocher, en tant que membre du Comité français de l'UICN, a signé « l'Appel pour la Nature », une tribune des membres du Comité français de l'UICN parue dans le Journal du Dimanche le 28 août 2021 ;
- La position de Chair du Global Partnership Business and Biodiversity (GPBB) de la Convention sur la Diversité Biologique (CDB) des Nations-Unies (ONU) de Claude Fromageot a permis l'animation d'une dizaine de webinars au cours de l'année 2021 ainsi qu'une séquence « Business Week », à l'occasion de la première phase de la COP15³³ avec 1 364 participants ;
- Le Groupe Rocher, par son Directeur du Développement Responsable, a été élu en décembre 2021 au siège de Vice – Président du Comité d'Orientation Scientifique (COS) de la Fondation pour la Recherche sur la Biodiversité (FRB) de l'Office Français de la Biodiversité (OFB) ;
- Pour parler des questions de liens entre économie et biodiversité, le Groupe Rocher est intervenu aux premières Assises de la comptabilité extra-financière à Paris ;
- Le Groupe Rocher participe auprès de la LPO (Ligue de Protection des Oiseaux) à un MOOC (Massive Open Online Course) en collaboration avec l'OFB et le MEDEF (Mouvement des entreprises de France) sur les entreprises et la biodiversité en témoignant sur une première séquence autour de l'exploitation des ressources naturelles et une seconde séquence autour de la mobilisation des équipes en faveur de la biodiversité ;
- Devenu membre en novembre 2021 de la jeune association RespectOcean, le Groupe Rocher adresse les questions de l'océan et de la biodiversité marine en interne et en externe notamment à travers un groupe de travail qui sera lancé en janvier 2022 sur la biodiversité marine et l'économie en partenariat avec l'association Orée ;
- Le Groupe Rocher a signé l'engagement « Business for Nature » aux côtés d'une centaine d'entreprises pour encourager les gouvernements à adopter des politiques qui luttent contre l'érosion de la biodiversité pendant la décennie 2020-2030 ;

³² <https://www.label-ecojardin.fr/fr>

³³ 15^{ème} réunion de la Conférence des Parties (COP15) des Nations-Unies

- Le Groupe Rocher a contribué à co-rédiger aux côtés de la FEBEA³⁴ et de ses membres un guide de bonnes pratiques du secteur cosmétique pour préserver la biodiversité³⁵ et d'autre part, et le groupe de travail dédié va en 2022, travailler sur un cycle de webinaires (programme « Campus FEBEA ») afin de vulgariser ce guide ;
- Enfin, le Groupe Rocher a soutenu financièrement en 2021 la fédération BioGée qui promeut les sciences du Vivant et de la Terre, en enseignement, en politique ou dans tous les champs sociétaux qui peuvent aider les citoyens dans leurs choix et leurs libertés.

Agir de façon responsable en prenant en compte la biodiversité

Le groupe engage ses activités vers des formes souhaitables de sobriété et exigence vis-à-vis de la biodiversité. Pour cela, il agit de façon concrète, constructive et progressive, sur ses propres activités et installations par des programmes de long terme, via notamment :

- la prise en compte des enjeux de biodiversité dans l'approvisionnement en matières premières d'origine végétale et minérale ;
- la préservation de la biodiversité sur ses sites ;
- et la sensibilisation des salarié(e)s.

En termes d'approvisionnement, les actions du Groupe Rocher sont décrites page 36 de ce document, sur la base d'une politique issue des marques françaises et se déployant progressivement à tous les périmètres du groupe, pour la qualification des filières comme responsables et durables.

Sur le plan de la préservation des espaces naturels, les sites français du groupe poursuivent en 2021 leur mission de « Refuge biodiversité » en partenariat avec la LPO. De nouveaux sites du groupe ont rejoint le programme cette année, comme l'entrepôt logistique de Buchères de Petit Bateau dans l'Aube et le site de « La Bergerie », tiers lieu de La Gacilly en rénovation.

Le groupe, dans de nombreux sites, propose à ses salarié(e)s de s'impliquer dans d'espaces potagers. Par exemple au Maroc, un potager suspendu de plantes médicinales est cultivé par les équipes salariées de la Marque Yves Rocher.

Pour sensibiliser les collaboratrices et les collaborateurs aux questions de biodiversité, le groupe déploie notamment un programme de formation dédié, *Nature Academy* (page 24), mais aussi via l'animation du programme de mobilisation interne *We R Change* sur ses sites locaux (voir page 14). En 2021 la mobilisation des salarié(e)s, malgré les bouleversements liés à la COVID-19, a été organisée sur plus d'une trentaine de sites du groupe.



BONNES PRATIQUES

En 2021 Stanhome Italie a poursuivi le projet de reboisement urbain du parc proche du siège de Rome, grâce à la mobilisation des salariés. Cette initiative née en 2019 a conduit à la plantation au total de 37 grands arbres, 218 arbustes et 23 mangeoires à oiseaux et apporte un enrichissement en termes de biodiversité, grâce à la sélection de plantes mellifères.

Le siège Francilien du Groupe Rocher « Cap Rocher » est Refuge LPO depuis 2015. La LPO a accompagné les travaux de ce bâtiment écoresponsable sur différents aménagements, notamment sur la mise en place d'une toiture végétalisée. Grâce à des inventaires réguliers, il a été constaté que cet espace attire une biodiversité plus importante que le jardin en contrebas (situé au niveau du sol), car elle est exclusivement composée de plantes sauvages de la région. Outre les espèces végétales, des insectes se sont également installés, dont la magnifique chenille de machaon, le plus grand papillon européen, ou encore une femelle de grande sauterelle verte à son dernier stade larvaire. Les observations montrent que ces espèces sont nées et réalisent leurs cycles biologiques sur la toiture. Les données sont recensées par des collaborateurs du groupe Rocher.

³⁴ Fédération des entreprises de la beauté

³⁵ https://www.febea.fr/sites/default/files/media/df-febea-guidebiodiversite-web_dp2.pdf

Lutter et s'adapter au changement climatique

La lutte contre le changement climatique repose sur une transition énergétique mondiale réussie. L'Accord de Paris de 2015 engage par ailleurs 195 pays à diminuer leurs émissions nationales afin de maintenir l'augmentation de température en 2100 en dessous de 2°C, avec comme objectif 1,5°C (par rapport aux températures moyennes de 1870). Pour atteindre cet objectif, il est nécessaire de réduire drastiquement les émissions anthropiques annuelles. Le GIEC ³⁶ estime qu'il faudra réduire d'environ 45% les émissions annuelles d'ici 2030 (par rapport à 2010).

Afin de contribuer à son échelle à ces objectifs de réduction, le Groupe Rocher a construit **une stratégie bas carbone** couvrant les principaux enjeux climat liés à son activité, pleinement intégrée à sa stratégie d'entreprise.

Le Groupe Rocher a choisi de devenir, fin janvier 2021, membre de la *Task Force on Climate-related Financial Disclosure* (TCFD)³⁷ afin d'assurer une communication cohérente, fiable et transparente des informations relatives aux enjeux climat. La stratégie bas carbone du Groupe Rocher est ainsi détaillée en suivant les recommandations de la TCFD et une table de correspondance entre les informations publiées dans le chapitre *Lutter et s'adapter au changement climatique* (page 57) et la TCFD a été réalisée.

Gouvernance des enjeux climat

La gouvernance des enjeux climat est pleinement intégrée à la gouvernance RSE Groupe décrite dans la section « 13 Une gouvernance renouvelée au service des ambitions RSE 2030 » (voir page 13). La Direction Développement Responsable a ainsi la charge de définir la stratégie bas carbone du groupe et de piloter le déploiement des ambitions qui y sont associées. Elle informe le comité exécutif de manière bi-annuelle des progrès réalisés dans l'atteinte des ambitions carbone du groupe. Le comité exécutif revoit également annuellement la stratégie bas carbone afin de s'assurer de sa pertinence et de sa cohérence au regard des enjeux climat liés aux activités du groupe.

Afin d'assurer un suivi spécifique du déploiement de la stratégie bas carbone, le groupe a mis en place en juillet 2021 un comité carbone composé des représentantes et représentants des Directions Opérations, Retail, IT et Développement Responsable ainsi que des Leaders RSE des différentes marques et métiers. Ce comité carbone se réunit une fois par an pour partager les avancées des marques et métiers sur la stratégie carbone et s'assurer de la bonne progression vers l'atteinte des objectifs groupe.

³⁶ GIEC : Le groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) a été créé en 1988 en vue de fournir des évaluations détaillées de l'état des connaissances scientifiques, techniques et socio-économiques sur les changements climatiques, leurs causes, leurs répercussions potentielles et les stratégies de parade.

³⁷ Groupe de travail sur l'information financière relative au changement climatique.

Stratégie bas carbone



STRATÉGIE BAS CARBONE



PILIER 1. MAITRISER NOS ÉMISSIONS DIRECTES (SCOPES 1 & 2)

- Réduire notre dépendance aux énergies fossiles
- Augmenter la part résiduelle provenant d'énergie d'origine renouvelable

Objectif 2030 : réduction des émissions de CO₂e_q des scopes 1 & 2 de 50% versus 2010



PILIER 2. RÉDUIRE NOS ÉMISSIONS INDIRECTES (SCOPE 3)

- Réduire l'impact des produits du groupe
- Travailler avec nos fournisseurs et sous-traitants sur la réduction de leur impact carbone
- Réduire l'impact du transport
- Réduire l'impact des magasins
- Réduire l'impact des activités digitales

Le Groupe Rocher s'est ainsi fixé pour objectif une réduction de 50% de ses émissions de gaz à effet de serre scope 1 et 2 d'ici 2030 par rapport à 2010 en valeur absolue. En 2022, le groupe travaille à la définition d'objectifs chiffrés de réduction sur son scope 3. Afin de valider la pertinence de ces objectifs, le Groupe Rocher prévoit de rejoindre la Science-Based Targets initiative (SBTi)³⁸ en 2022.

Le choix du mode d'action du groupe se porte sur la sobriété carbone, qui consiste à diminuer sa consommation énergétique et à améliorer ses process dans une optique de réduction des émissions carbone. En complément le groupe choisit d'accompagner la transition énergétique en investissant dans les énergies renouvelables, selon une stratégie propre à chacun de ses sites, selon les territoires sur lesquels ils sont implantés.

Le Groupe Rocher choisit de ne pas faire appel au marché de la compensation carbone volontaire. Il est en effet depuis de nombreuses années dans une démarche de limitation structurelle en valeur absolue de son empreinte carbone, sans passer par l'achat de « crédits carbone ».

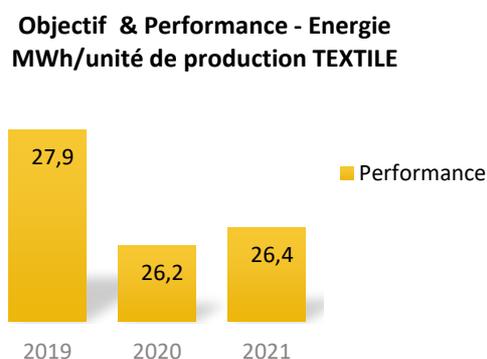
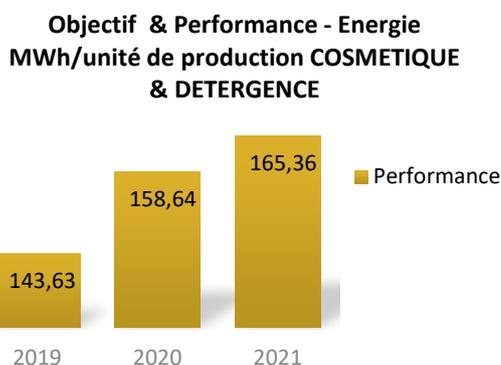
³⁸ Science-Based Targets initiative : initiative regroupant des partenaires de la sphère publique (programme Global Compact des Nations-Unies) et privée (WWF, World Resources Institute, Carbon Disclosure Project) en charge de la validation d'objectifs basés sur la science et des trajectoires climat des entreprises.

PILIER 1. Maîtriser les émissions directes

Le Groupe entend agir directement sur ses émissions scopes 1 et 2³⁹ à travers deux leviers principaux de réduction de ses émissions : réduire sa dépendance aux énergies fossiles et augmenter la part résiduelle provenant d'énergie d'origine renouvelable.

Efficacité énergétique

- Le Groupe Rocher a consommé sur l'ensemble de son périmètre 92 108 MWh en 2021 (en incluant les consommations de Petit Bateau Tenmar Tricot sur le premier trimestre 2021) vs. 98 665 MWh en 2020.
- A isopérimètre, le groupe a réduit sa consommation de 6% par rapport à 2019. Cette baisse est principalement liée à la baisse d'activité du groupe en 2020 et 2021 du fait de la situation sanitaire, le nombre de produits fabriqués dans les usines du groupe a ainsi baissé de 19% par rapport à 2019, baisse qui s'est fait principalement ressentir dans les usines cosmétiques.
- Sur les sites industriels et tertiaires, des investissements sont réalisés chaque année pour acquérir des équipements moins consommateurs d'énergie, ou pour adapter les processus industriels en vue d'optimiser leurs consommations.



L'activité cosmétique et détergence (qui représente 71% de la consommation du groupe) a dégradé de 15% en 2021 son ratio de performance énergétique, du fait des périodes d'arrêts de production et de l'importante baisse de des volumes produits depuis 2019.

L'activité textile a, quant à elle, amélioré son ratio de 5% par rapport à 2019 (MWh/tonnes de tricot traité).

Energie renouvelable



Le Groupe Rocher investit pour soutenir la production d'énergie renouvelable.

Ainsi depuis le 1^{er} janvier 2017, 100% de l'électricité consommée par les sites du groupe en France est d'origine renouvelable et couverte par des certificats d'origine. Pour l'année 2021, le groupe a choisi de couvrir ses besoins sur le territoire français grâce à :

- 70% d'éolien européen ;
- 15% d'hydroélectrique européen ;
- 15% de solaire européen.

³⁹ Emissions scope 1 : émissions directes de gaz à effet de serre liées à la fabrication de produits et provenant de sources possédées ou contrôlées par le Groupe Rocher (combustion dans les chaudières, bâtiments, véhicules de fonction, etc).
Emissions scope 2 : émissions indirectes de gaz à effet de serre provenant de la production d'électricité achetée et consommée par le Groupe Rocher (consommations électriques, consommations de chaleur ou de vapeur).

Au-delà des 14 sites français, 6 autres sites du périmètre environnement à l'international ont une démarche d'achat volontaire d'électricité verte. Ainsi, 83% de l'électricité consommée par le groupe est d'origine renouvelable.

De plus, les deux principaux sites de distribution logistique des produits cosmétiques situés en Bretagne sont équipés de chaudières à bois (installées respectivement en 2011 et 2014) chauffant ainsi plus de 850 salarié(e)s à l'énergie renouvelable. En 2021, ces chaudières ont permis d'éviter l'émission de 1 394 tonnes de CO₂ équivalent, et 14 228 t de CO₂ équivalent depuis leurs installations.

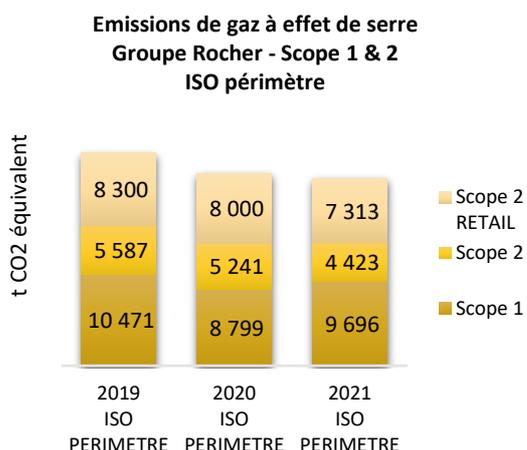


BONNE PRATIQUE

En 2021, plusieurs filiales du groupe ont installé des panneaux solaires sur les toits de leurs installations, comme à l'usine de production de SABON en Israël ou en Italie chez Stanhome. Ainsi, la filiale Stanhome Italie a installé des panneaux solaires sur le toit du siège social. L'installation occupe une superficie d'environ 90m², avec une puissance de 181 kWc et une productivité énergétique annuelle estimée à 234 MWh/an. Le système photovoltaïque couvre 27 % des besoins en énergie électrique du site.

Bilan des émissions de gaz à effet de serre scope 1 & 2

Le Groupe Rocher mesure et reporte mensuellement ses émissions scope 1 et 2 et réalise annuellement un bilan de ses émissions de gaz à effet de serre (Bilan GES) pour l'ensemble de ses activités afin d'identifier les plans d'actions permettant de réduire son empreinte carbone. Le groupe a ainsi réduit ses émissions de 20% entre 2010 et 2019.



Les émissions de gaz à effet de serre du Groupe Rocher représentent 22 895 tCO₂ équivalent (tCO₂e) en 2021 sur les scopes 1 et 2 (incluant les consommations de l'ensemble de ses magasins en fonds propres dans le monde).

A isopérimètre cependant, le Groupe Rocher a réduit de 12% ses émissions versus 2019 (et de 3% vs 2020).

Ces émissions sont principalement dues aux consommations d'énergie fossile pour le chauffage des bâtiments et de l'eau des procédures des sites industriels, ainsi qu'aux consommations d'électricité non renouvelable.

La diminution des émissions de gaz à effet de serre repose à la fois sur des actions de sobriété énergétique (réduction des consommations d'énergie) et sur la transition vers des sources d'énergie renouvelable.

PILIER 2. Réduire les émissions indirectes

Les émissions scope 3⁴⁰ sont estimées annuellement et se veulent, pour toutes les entreprises, la meilleure estimation possible. La marge d'erreur est estimée à 20 à 30% dans la donnée publiée.

Dans une démarche holistique prenant en compte l'intégralité de sa chaîne de valeur, le Groupe Rocher souhaite définir des objectifs de réduction des émissions scope 3 et faire valider leur niveau d'ambition et leur compatibilité avec les objectifs de l'Accord de Paris par la Science-Based Targets initiative (SBTi) d'ici 2024.

Réduire l'impact des produits proposés par le groupe

cf. Diminuer notre empreinte environnementale et favoriser l'économie circulaire, page 58.

L'éco-conception, la naturalité des formules cosmétiques

Cf. Proposer des produits sûrs et sains, page 34.

Réduire l'impact du transport

Transport de marchandises

Le groupe a engagé depuis plusieurs années des actions d'amélioration de son impact carbone pour son transport de marchandises, notamment pour la livraison de la totalité des magasins parisiens des Marques Yves Rocher avec des carburants alternatifs (soit en véhicules électriques soit en véhicules au GNV, un gaz naturel utilisé comme carburant).

En 2019, le Groupe Rocher s'est engagé en France dans la démarche FRET 21 en partenariat avec l'ADEME (Agence de la Transition Ecologique). Dans le cadre de cette démarche, le groupe s'est engagé à réduire d'au moins 6% sur 3 ans l'impact environnemental de ses transports aval Europe et inter-sites locaux pour ses activités cosmétiques, via ces 3 actions :

- Quantification des émissions de gaz à effet de serre des transports (au total 4 886 tonnes de CO₂ équivalent en 2019) ;
- Mise en œuvre d'actions de réduction de ces émissions ;
- Suivi annuel du résultat de ces actions de réduction par rapport à l'objectif chiffré de réduction.

Pour citer quelques exemples d'actions de réduction menés :

- En 2019, le groupe a fait l'acquisition de 2 tracteurs de parcs électriques, qui sont approvisionnés en électricité renouvelable et qui ont déjà permis sur 2020 de réduire de 11,6 tonnes de CO₂ équivalent ;
- Depuis 2020, les trajets tractions pour approvisionner les magasins de la région Est sont réalisés avec des véhicules GNL (gaz naturel liquéfié), ce qui a permis de réaliser en 2020 un gain positif de 7,5 tonnes de CO₂ équivalent ;
- En 2020, certains des transporteurs prestataires ont engagé une transition vers des énergies alternatives (comme le colza avec OLEO24F⁴¹) pour les trajets européens et inter-sites pour un gain total de 38,2 tonnes de CO₂ équivalent ;
- En 2020, la mise en place de camions à barres a permis d'optimiser les chargements sur les flux en provenance du Havre, soit un gain total de 13 tonnes de CO₂ équivalent ;
- Un appel d'offre a été mené auprès des transporteurs en 2020 sur les activités de livraison des magasins Yves Rocher France. Cet appel d'offre vise la livraison des magasins avec des véhicules alimentés en majorité en bioGNV (soit 30% des magasins français livrés par ces véhicules), à l'OLEO100 (pour 15% des magasins français) et 10% avec un mix électrique, GNV et les véhicules légers à assistance électriques (triporteurs). A fin 2021, 223 magasins sur les 380 visés sont livrés sans usage de diesel, soit un impact sur 2021 de 45 tCO₂ éq.

⁴⁰ Emissions scope 3 : émissions indirectes de gaz à effet de serre qui ne sont pas liées directement à la fabrication de produits mais à d'autres étapes du cycle de vie du produit (approvisionnement, utilisation, etc.) ou d'autres impacts liés à l'activité du groupe.

⁴¹ <https://oleo100.com/>

Transport des salarié(e)s

- 54% des véhicules de société sont hybrides ou électriques en France, soit trois fois plus qu'en 2017 ;
- Plus de 170 bornes électriques de rechargement sont d'ores et déjà disponibles sur les principaux sites du groupe ;
- En 2020 et 2021, Petit Bateau, l'UES Rocher et Dr. Pierre Ricaud ont signé en France un accord sur le télétravail, permettant ainsi la diminution des transports domicile - travail.

Réduire l'impact sur le changement climatique des activités Retail

Fin 2021, le Groupe Rocher a lancé un projet d'évaluation et de pilotage de l'impact environnemental des activités Retail qui concernent quatre marques : Yves Rocher, Petit Bateau, SABON et Flormar. Une campagne de collecte de données de consommation d'énergie et de génération de déchets a ainsi été réalisée afin d'identifier les leviers d'action pour réduire l'empreinte carbone des magasins. L'année 2022 sera consacrée à la formalisation de guidelines qualifiant le système de management environnemental à mettre en place dans les boutiques et au déploiement de ces guidelines.

Afin de réduire les consommations d'électricité liées à l'éclairage des magasins, un des principaux postes de consommation énergétique, les marques du groupe déploient progressivement des éclairages LEDs dans leurs magasins. A fin 2021, 64% des magasins du groupe étaient ainsi équipés de cette technologie.

En 2020, la Marque Yves Rocher a lancé le déploiement de sa nouvelle formation aux directrices de magasin. Cette nouvelle formation intègre notamment des suggestions pour réduire les consommations d'énergie et d'eau de son magasin. Il y est ainsi abordé par exemple, des recommandations pour mieux gérer l'éclairage (éco-gestes, détecteurs de présence, programmeurs...), la climatisation et ventilation (températures recommandées), le chauffage (températures recommandées, conditions d'utilisation du rideau d'air chaud) et les consommations d'eau (réducteurs de débit, suivi de compteurs pour détecter les fuites...).

La formation « Green Leaders », a également pour objectif de nommer une référente ou référent RSE dans chaque boutique Yves Rocher pour sensibiliser et animer la dimension RSE en magasin (voir page 25).

Depuis 2013, Petit Bateau avait décidé d'éteindre les lumières lorsque le magasin était fermé. En 2021, la marque a pris une nouvelle décision : celle de fermer les portes de ses magasins pendant les heures d'ouverture. Ainsi, le chauffage sera moins utilisé l'hiver et l'été, cela conservera la fraîcheur dans la boutique.

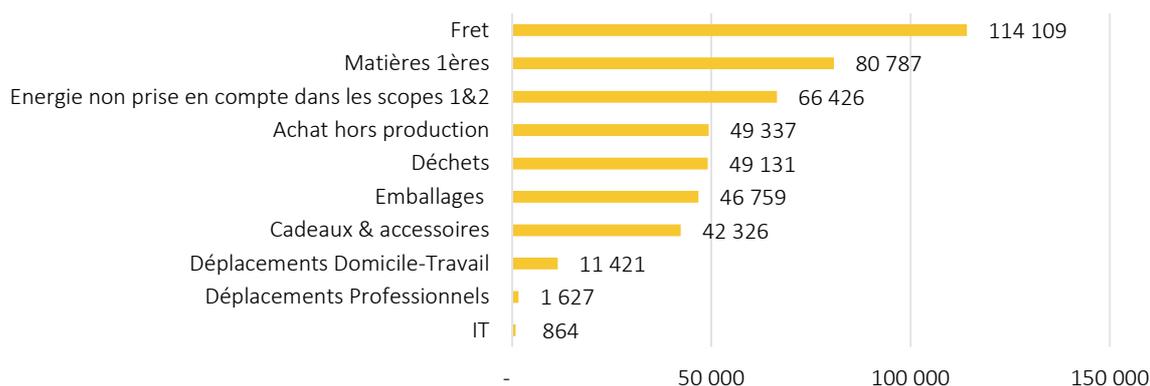
Réduire l'impact des activités digitales

Cf. Assurer une transition vers un numérique responsable page 65.

Bilan des émissions de gaz à effet de serre scope 3

Les émissions de gaz à effet de serre induites par les activités du groupe (scope 3) sont estimées à environ 462 787 tCO₂e. Ces émissions sont générées principalement par le transport et par les industries de production des matières premières consommées par le groupe. Elles sont estimées inférieures d'environ 34% aux émissions 2020 du fait de la baisse d'activité et du chiffre d'affaires et de la fermeture des usines et des points de vente en lien avec la poursuite de la situation sanitaire en 2021.

Scope 3 - 2021 Groupe Rocher



En 2021, le Groupe Rocher a fait valider sa méthodologie de calcul des émissions scope 3 par un cabinet de conseil externe. Ce travail a permis de renforcer et préciser le calcul des émissions scope 3 afin de se fixer des objectifs de réduction des émissions. Ce changement de méthodologie peut également expliquer en partie la baisse des émissions observée entre 2020 et 2021. En 2022, une analyse détaillée des principaux postes d'émissions du scope 3 sera réalisée afin d'identifier les leviers d'actions prioritaires et de définir une trajectoire carbone et des objectifs de réduction sur le scope 3, en vue d'une validation par la SBTi (voir page 54).

Gestion des risques climat

L'évaluation des enjeux matériels réalisée au niveau du groupe a fait ressortir comme enjeu prioritaire la diminution de l'empreinte environnementale des activités du groupe (voir *Matrice de matérialité du Groupe Rocher* page 11). Afin d'identifier et de qualifier de manière plus précise les enjeux climat, le Groupe prévoit d'inscrire l'évaluation des risques climat dans le processus de cartographie des risques Groupe. Dès 2022, une analyse poussée des risques de transition, des risques physiques et des opportunités climat sera ainsi intégrée dans l'exercice de mise à jour de la cartographie des risques Groupe.

Table de correspondance TCFD (*Task Force on Climate-related Financial Disclosures*)

Thématique	Recommandations de la TCFD	Source de l'information	Avancement	Perspectives 2022
GOUVERNANCE				
Décrire la gouvernance de l'organisation concernant les risques et opportunités relatifs au climat	a) Décrire la supervision des risques et opportunités relatifs au climat par le Conseil d'administration	Gouvernance des enjeux climat	●	/
	b) Décrire le rôle du management dans l'évaluation et la gestion des risques et opportunités relatifs au climat	Gouvernance des enjeux climat	●	/
STRATÉGIE				
Décrire les impacts existants et potentiels des risques et opportunités relatifs au climat sur les activités de l'organisation, sa stratégie et sa planification financière, dans la mesure où l'information est pertinente	a) Décrire les risques et opportunités relatifs au climat que l'organisation a identifiés pour le court, moyen et long terme	Stratégie bas carbone	●	Qualification de l'horizon d'impact des enjeux climat (court, moyen, long termes)
	b) Décrire les impacts des risques et opportunités relatifs au climat sur les activités de l'organisation, sa stratégie et sa planification financière	Stratégie bas carbone	●	Evaluation de l'impact financier des risques climat
	c) Décrire la résilience de la stratégie de l'organisation, en prenant en considération différents scénarios relatifs au climat, y compris un scénario à 2° C ou moins	Stratégie bas carbone	●	Adhésion à la SBTi et réflexion sur la définition de scénarios climat
GESTION DES RISQUES				
Décrire comment l'organisation identifie, évalue et gère les risques relatifs au climat	a) Décrire les processus de l'organisation pour identifier et évaluer les risques relatifs au climat	Gestion des risques climat	●	Mise à jour de la cartographie des risques Groupe avec intégration des risques climat
	b) Décrire les processus de l'organisation pour gérer les risques relatifs au climat	Gestion des risques climat	●	
	c) Décrire comment les processus pour identifier, évaluer et gérer les risques relatifs au climat sont intégrés dans le management des risques de l'organisation	Gestion des risques climat	●	
INDICATEURS ET OBJECTIFS				
Décrire les indicateurs et objectifs utilisés pour évaluer et gérer les risques et opportunités relatifs au climat, dans la mesure où l'information est pertinente	a) Décrire les indicateurs utilisés par l'organisation pour évaluer les risques et opportunités relatifs au climat, en liaison avec sa stratégie et son processus de management des risques	Bilan des émissions de gaz à effet de serre scope 1 & 2	●	/
		Bilan des émissions de gaz à effet de serre scope 3		
	b) Publier les émissions de gaz à effet de serre (GES) de scope 1, scope 2 et, si c'est pertinent, de scope 3, et les risques correspondants	Bilan des émissions de gaz à effet de serre Performance scope 3	●	/
c) Décrire les objectifs utilisés par l'organisation pour gérer les risques et opportunités relatifs au climat, et sa performance par rapport aux objectifs	PILIER 1. Maîtriser les émissions directes PILIER 2. Réduire les émissions indirectes	●	Réflexion sur la définition d'objectifs de réduction des émissions scope 3	

● En démarrage ● En cours ● Complet

Diminuer notre empreinte environnementale et favoriser l'économie circulaire

Le Groupe Rocher développe des produits, services et modes de consommation respectueux de la nature dont chacune des marques s'inspire pour procurer du bien-être à ses clientes et clients. Depuis la création de la Cosmétique Végétale® par Monsieur Yves Rocher en 1959, la naturalité dirige les équipes de recherche de toutes les marques du groupe, ayant en tête la préservation de l'environnement et à cœur d'offrir à toutes et tous des produits ne faisant aucune concession sur la sécurité ou la qualité.

Cet engagement se traduit par la formalisation au niveau du Groupe d'une stratégie éco-conception et d'une stratégie plastique et par des démarches de réduction des déchets et de préservation de la ressource en eau.

Développer l'éco-conception

Afin de proposer des produits toujours plus responsables, le groupe s'attache à ce que chaque marque ait formalisé une stratégie éco-conception permettant de travailler tout au long de la chaîne de valeur pour réduire l'impact environnemental de ses produits. Chaque marque développe ainsi une stratégie d'éco-conception singulière basée sur 4 leviers communs.



STRATÉGIE ÉCO-CONCEPTION

-  **RÉDACTION D'UNE CHARTE ET D'UNE STRATÉGIE ÉCO-CONCEPTION**
 - 100% des marques ont une stratégie éco-conception en 2022

-  **MISE À DISPOSITION D'OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION**
 - 100% de projets de développement ont été conçus en utilisant les outils d'aide à la décision en 2030

-  **PILOTAGE DE LA STRATÉGIE**
 - 100% des équipes responsables de la conception des produits ont un objectif RSE lié à l'éco-conception en 2030

-  **FORMATION DES ÉQUIPES**
 - 100% des équipes responsables de la conception des produits sont régulièrement formées aux enjeux d'éco-conception en 2030

Afin d'accompagner les marques dans la définition de leur stratégie éco-conception, le groupe fournit des outils, méthodes et des recommandations.

BONNE PRATIQUE

En 2021, Petit Bateau a poursuivi la construction de sa démarche d'éco-conception en réalisant des premières analyses de cycle de vie (ACV) sur 25 références de la collection « Été 22 ». Des ateliers ont été réalisés pour identifier des pistes d'amélioration et pour définir comment intégrer l'éco-conception dans les process de développement.

Par exemple, Petit Bateau réduit au maximum la production de ses échantillons commerciaux et a augmenté le nombre de produits modélisés en 3D. En 3 ans, de 2019 à 2021, Petit Bateau est passé de 2 millions d'euros d'échantillons à 500 000 euros d'échantillons par an, limitant ainsi l'impact sur l'environnement de cette partie de sa chaîne de valeurs.



Diminuer l'usage de plastique

La diminution de l'usage du plastique est un enjeu fondamental de la démarche d'éco-conception du Groupe Rocher. Une stratégie spécifique sur l'usage du plastique a ainsi été définie, fixant des engagements ambitieux à horizon 2030 pour réduire l'utilisation du plastique par toutes les marques du groupe.



STRATÉGIE PLASTIQUE

RÉDUIRE DE 30% LE PLASTIQUE MIS SUR LE MARCHÉ*

- Réduire le poids de certains éléments d'emballage
- Supprimer des éléments d'emballage
- Miser sur le concentré / Développer le solide

**(en g plastique/ml formule en 2030 versus 2019)*

Lorsque l'on ne peut pas faire autrement à l'heure actuelle que d'utiliser du plastique :

MAXIMISER L'UTILISATION DE PLASTIQUE RECYCLABLE JUSQU'À ATTEINDRE 100%

- Supprimer des perturbateurs de recyclage
- Supprimer des résines non recyclables et des matériaux mixtes

MAXIMISER L'UTILISATION DE PLASTIQUE RECYCLÉ JUSQU'À ATTEINDRE 100%

- Tous les flacons sont en 100% recyclé
- Tous les emballages en plastique contiennent du recyclé au maximum des possibilités techniques

LANCER DES STRATÉGIES RÉEMPLOI POUR TOUTES LES MARQUES

RENDRE VISIBLE LA STRATÉGIE EN ÉTANT SIGNATAIRE D'ENGAGEMENTS MULTI-ACTEURS

- Le Groupe Rocher s'est engagé depuis 2018 volontairement dans le cadre de la Feuille de Route pour l'Economie Circulaire (FREC) de l'ADEME
- Le Groupe Rocher est signataire du Pacte National sur les emballages plastiques faisant partie du réseau mondial des Pactes Plastiques de la Fondation Ellen MacArthur
- Le Groupe Rocher est co-leader du programme R&D (RE)SET for Cosmetics

Afin d'atteindre ses ambitions, le Groupe Rocher a mis en place des dispositifs partagés par les différentes marques du groupe qui encadrent les choix des équipes développant les produits, les cadeaux et les services :

- Des standards d'éco-conception déclinés en plans d'action par marque ;
- Des feuilles de route technologiques ;
- Un accompagnement à la montée en compétences des équipes sur ces sujets ;
- Des KPIs de pilotage et de mesure de la performance.

Après de nombreuses années passées à travailler autour d'objectifs volontaires en matière d'éco-conception packaging et résultant en baisse significative⁴² de poids d'emballage, les marques du groupe ont initié en 2019 puis ont validé en 2020, de nouveaux engagements fermes en matière d'éco-conception packaging avec différents horizons de travail et des objectifs déclinés sur les différentes dynamiques de performance environnementale packaging (ex : évaluation environnementale, définitions de « guidelines », définition d'indicateurs sur les différents axes RSE).

Pour chaque marque cosmétique et détergence du groupe a ainsi été définie des objectifs, déclinés sur un horizon 2025 puis 2030, suivant les étapes suivantes :

- Analyse des portefeuilles et bilan de leur performance environnementale versus 4 objectifs techniques (réduction, réutilisation/réemploi, recyclabilité et introduction de recyclé) ;
- Mesure des écarts permettant ensuite la définition d'axes prioritaires de travail ;
- Feuilles de route technologiques conduites, présentées et validées sur les axes prioritaires (sur la base de la veille technique, technologique, propriété intellectuelle, marché et concurrentielle) ;
- Plan de transformation technique établi avec dates et plan de mises en œuvre précisées ;
- Mise en place d'indicateurs de pilotage et de projection afin de permettre l'ajustement des feuilles de route le cas échéant ;
- Plan de communication établi pour les prises de parole et axes prioritaires (recueil des prises de position, revendications sur les emballages, sur les sites internet et dans les médias sociaux).

Les modalités techniques et liées au pilotage des plans de transformation des marques cosmétiques et détergence ont été accompagnées d'un programme pédagogique visant à aider les collaboratrices et les collaborateurs à s'approprier la démarche, à cette fin :

- Un programme d'un contenu de 8 vidéos techniques de formations a été déployé auprès de l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs du groupe ;
- Une gouvernance a été établie pour monitorer et piloter la performance RSE packaging ;
- Un comité de pilotage éco-conception packaging a été créé pour favoriser les échanges entre les marques et pour promouvoir ainsi un socle de compétences et de connaissances communes sur les questions de performance environnementale packaging ;
- Un comité mensuel packaging/marketing a été mis en place afin de partager des bonnes pratiques au sein de chaque marque.

Les fondamentaux et méthodes de travail sont établis pour permettre le pilotage des indicateurs inhérents à la performance environnementale packaging. La démarche globale d'éco-conception packaging doit continuer en 2021 de faire l'objet de revues de performance, avec pour ambition de lisser la gouvernance du groupe et permettre la capitalisation des actions et bonnes pratiques des différentes entités afin de gagner en efficacité et performance.

Performance

- Le groupe a mis 9 054 tonnes de plastique sur le marché en 2021, dont 2 734 tonnes de plastique recyclé, soit 30% du plastique utilisé ;
- Le poids de plastique moyen (en g plastique/ml formule) à l'échelle du groupe diminue d'environ -8.5% par rapport à 2019 ;
- 80% du papier et du carton utilisés à destination des emballages sont certifiés issus de forêts gérées durablement (labélisation FSC et PEFC).

⁴² Entre 2010 et 2019 – environ 20% de réduction de poids de plastique par litre vendu pour les emballages de la Marque Yves Rocher



BONNES PRATIQUES

Petit Bateau a supprimé les cintres plastiques utilisés pour le transport des produits et leur stockage en boutique. Ce sont 18,6 tonnes de plastique évitées chaque année. En 2021, 52,2 tonnes de cintres de transport ont été recyclés. Les polybags, sac de transport, sont toujours nécessaires actuellement. En attendant de trouver les solutions pour s'en passer, l'entreprise cherche à en recycler le plus possible. Avant de les expédier chez les clientes et clients e-commerce, les polybags sont retirés et collectés pour partir en recyclage industriel. Enfin toute la sacherie boutique est désormais en papier recyclé.

La Marque Yves Rocher développe des solutions adaptées à chaque type de produits afin de réduire l'usage de plastique :

- Depuis 2020, l'intégralité des flacons sortis des usines bretonnes est en plastique recyclé, soit 2700 tonnes de plastique vierge économisées par an.
- Les films plastiques ont été supprimés autour des produits de soin et de maquillage, représentant une potentielle économie de 25 tonnes de plastique d'ici fin 2022 par rapport à 2020⁴³ ;
- Un boîtier en carton renforcé remplace le boîtier plastique des poudres de teint, soit une économie de 50 tonnes de plastique par an⁴⁴ ;
- En 2021, les premiers shampoings solides ont été lancés dont l'étui est composé de carton dont 60% recyclés. En comparaison aux shampoings liquides de la marque, l'alternative solide représente 31 tonnes de plastique économisées par an³².

La Marque Stanhome confirme son ambition d'écoconception avec le programme « Act For Green Home » : des bouteilles plus légères, un nouveau bouchon beaucoup plus petit, des sprays réutilisables jusqu'à 10 fois, pour une économie de plastique de plus de 85 tonnes par rapport à 2020. Toutes les bouteilles, les bouchons et même les sprays sont recyclables et certains des flacons sont en PET 100% Recyclé. De plus, la marque développe des produits encore plus concentrés et des produits solides afin de limiter encore son usage des emballages plastique.

En 2021, le Groupe Rocher prend d'autre part 2 engagements externes forts pour agir aux côtés d'autres acteurs industriels :

- Le Groupe Rocher est signataire du Pacte National sur les emballages plastiques⁴⁵ faisant partie du réseau mondial des Pactes Plastiques de la Fondation Ellen MacArthur qui vise à mobiliser un écosystème d'acteurs pionniers pour une transformation radicale du modèle d'utilisation des emballages, en stimulant l'innovation et en accélérant la mise en place de solutions concrètes plus vertueuses. Il est également signataire du PLASTIC ACT de la profession aux côtés de la FEBEA, un plan d'actions pour réduire l'empreinte plastique du secteur cosmétique.
- Le groupe porte également, aux côtés d'autres leaders du secteur cosmétique, le programme de R&D (RE)SET for Cosmetics⁴⁶ (*pulp no fiction*) qui vise à développer une solution d'emballage à base de fibres cellulosiques, qui peut être déployée à l'échelle industrielle et qui répond aux exigences des produits cosmétiques en termes de qualité d'utilisation, de propriétés barrières et de préservation des formules (taux de restitution, résistance à l'eau, stabilité de la formule, etc.).

Réduire la génération de déchets

La Politique de Gestion des déchets du Groupe Rocher a pour objectifs de :

- Favoriser l'économie circulaire ;
- Réduire les quantités de déchets générés par ses activités à la fois sur ses sites industriels mais également chez les clientes et clients des marques du groupe ;
- Sensibiliser les salarié(e)s au tri ;
- Limiter les destructions de produits finis. Cf paragraphes, *Accompagner la fin de vie des produits et Dons produits*, pages 45-46.

⁴³ Calcul réalisé sur les productions 2020 de la marque

⁴⁴ Selon les objectifs de ventes 2021

⁴⁵ <https://pacte-national-emballages-plastiques.fr/>

⁴⁶ [\(RE\)SET for cosmetics, Pulp in action - The Reset Company](#)

Performance

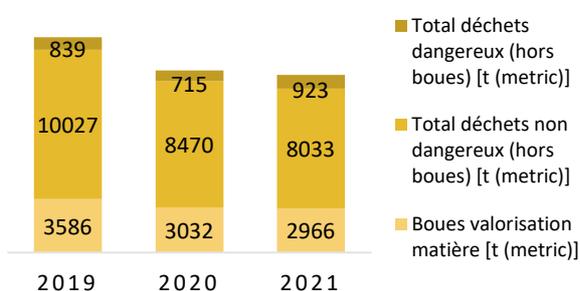
Les sites industriels bretons possèdent un suivi commun orienté vers la performance environnementale de la gestion des déchets. Une gestion plus centralisée permet aux sites de rechercher des solutions communes pour réduire les déchets et de l'impact du transport des déchets, ainsi que pour les filières de tri.

Le groupe a généré 12 581 tonnes de déchets en 2021 sur l'ensemble des sites dont 90% sont valorisés, recyclés ou réutilisés vs 12 743 tonnes en 2020, soit une baisse de 1%.

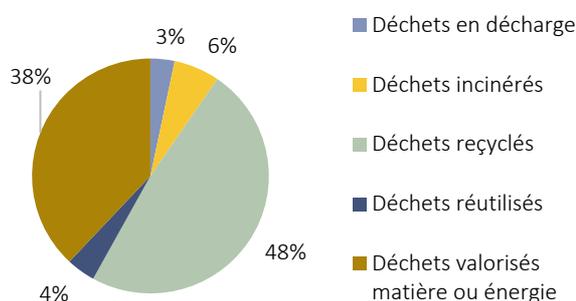
A isopérimètre, le groupe a réduit ses déchets de 18% par rapport à 2019 et de 2% par rapport à 2020, majoritairement dû à une baisse de production durant la pandémie.

Les sites cherchent à minimiser la part de leurs déchets mis en décharge. Ainsi en 2021, 3% des déchets ont été mis en décharge, et 56% des sites n'ont envoyé aucun déchet en décharge.

**Répartition par type de déchets
ISO périmètre 3 ans (tonnes)**



**Part des déchets par filières
d'élimination**



Afin de limiter les stocks et risque d'inventus, Petit Bateau a transformé son modèle logistique en se tournant vers la production à la demande. Au lieu de stocker 100% des volumes prévisionnels à l'avance, la marque ne confectionne qu'une partie des prévisions de ventes avant le lancement de la collection. Après la mise sur le marché des produits, la gestion de l'offre analyse les ventes réelles et partage en résultats hebdomadaires les besoins de production supplémentaires. Les équipes de production s'organisent au travers des postes modulables pour gagner en agilité et en flexibilité et répondre à ces besoins en seulement quelques semaines.

Protéger la ressource en eau

L'eau est une ressource indispensable à la fois pour la production et l'utilisation des produits des marques du Groupe Rocher. Or, cette ressource fait aujourd'hui face à des enjeux de plus en plus problématiques : augmentation de la demande en eau dont les stocks sont limités, dégradation de la qualité de l'eau, multiplication des zones de stress hydrique... La gestion de l'eau est donc un sujet majeur pour le Groupe Rocher qui s'attache à préserver cette ressource précieuse tout au long de sa chaîne de valeur. La Politique Eau du Groupe Rocher est construite ainsi autour de 3 axes d'action détaillés ci-après :

- Travailler avec ses fournisseurs & sous-traitants ;
- Assurer une gestion responsable de l'eau dans tous les sites et réduire de 30% en 2030 vs 2019 les consommations d'eau industrielle (m3/t de produit) ;
- Fabriquer des produits qui respectent la ressource en eau.

La Politique Eau Groupe vise à fournir un cadre commun à toutes les marques du groupe afin d'œuvrer collectivement pour la conservation de cette ressource.

La majorité des sites se fournissent auprès du réseau municipal de leur localité. Les sites de production textile Petit Bateau à Troyes et cosmétique SABON en Israël utilisent de l'eau directement pompée dans les nappes phréatiques locales.

Performance



Le groupe a consommé 325 303 m3 d'eau en 2021 sur l'ensemble des sites pour alimenter les process de production et répondre aux besoins sanitaires des salarié(e)s (incluant les consommations de l'usine Tenmar Tricot Teinture sur le premier trimestre 2021) vs 444 881 m3 d'eau en 2020.

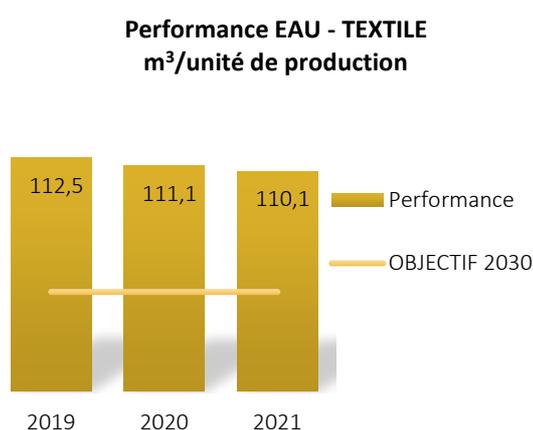
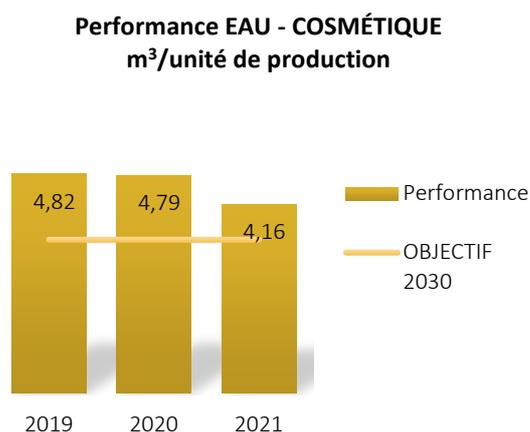
A isopérimètre, le groupe a réduit ses consommations de 17% versus 2019.

L'industrie textile consomme environ 37% de l'eau utilisée par le groupe principalement pour les bains de teinture, l'impression textile et les procédés de thermo fixation.

Les principales consommations de l'industrie cosmétique et détergence sont dues aux opérations

de nettoyage des installations de fabrication et de conditionnement, indispensables au respect des réglementations sur l'hygiène.

Seule l'usine de production SABON en Israël est localisée en zone de stress hydrique intense⁴⁷.



La production cosmétique et détergence a réduit ses besoins en eau de 14% entre 2019 et 2021 (m³/tonne de vrac produite). La production textile a réduit ses besoins en eau de 2% entre 2019 et 2021 (m³/tonne de tricot traité).

Tous les sites du groupe travaillent de longue date à réduire leur consommations d'eau et d'important projets sont prévus pour permettre au Groupe d'atteindre ses ambitions de réduction. Historiquement, le groupe a ainsi amélioré sa performance Eau de 15% entre 2015 et 2019. Depuis 2019, le groupe a amélioré sa performance de 3%.

⁴⁷ <https://www.wri.org> – NATIONAL WATER STRESS RANKINGS



BONNES PRATIQUES

Petit Bateau Troyes a inauguré une machine à impression numérique en octobre 2021 et devient ainsi la première marque de textile en France à faire de l'impression numérique sur du 100% maille. Cette innovation va permettre d'imprimer à Troyes jusqu'à 400 000 mètres de maille jusqu'alors imprimés en sous-traitance en France. Cette configuration unique permet de maîtriser l'ensemble de la chaîne de production dans l'usine historique de la marque à Troyes, depuis l'arrivée du fil jusqu'au produit fini : tricotage, teinture, impression, finition, découpe et fabrication. Elle permet aussi de réduire l'empreinte environnementale du site troyen : réduction de 33 % de la consommation d'eau, mais également réduction de 2 % des pertes de matières lors de la création d'une nouvelle impression, réduction de 45 % de la consommation d'énergie, réduction de 5,2 tonnes par an de déchets et suppression des transports pour l'impression des tricotés Petit Bateau.

En 2021, l'usine de production cosmétique de SABON en Israël a investi dans un nouveau système de purification d'eau par osmose inverse, lui permettant d'améliorer son rendement de 60%.

La Marque Arbonne a investi dans un exercice de cartographie de son site permettant d'identifier plusieurs étapes prioritaires pour l'amélioration de la gestion de l'eau dans son usine de production. Ainsi après la réparation de certaines installations, la formation des opérateurs à la bonne gestion de l'eau, l'usine a investi dans une nouvelle technologie de nettoyage des installations qui permet désormais de capter l'eau utilisée lors de l'étape de rinçage finale et de la réutiliser lors de l'étape initiale du processus.

Assurer une transition vers un numérique responsable

La digitalisation est un des axes majeurs de transformation du Groupe Rocher. Pour que cette transformation soit consciente de son empreinte environnementale, résiliente et inclusive, le groupe doit intégrer les enjeux du numérique de demain.

Dans cette optique, la Direction des Services Informatiques (ci-après dénommée « DSI ») du Groupe Rocher, en collaboration avec les Directions Achats, Communication et Développement Responsable, a intégré en 2020 la responsabilité numérique dans sa stratégie RSE. Une équipe en charge du « Numérique responsable » a été constituée pour concevoir et pérenniser la démarche. Elle s'appuie sur un réseau d'ambassadrices et ambassadeurs au sein des équipes IT formés et mobilisés pour faire vivre la démarche au quotidien et faciliter l'avancement des actions identifiées. La stratégie numérique responsable de la DSI repose sur 4 piliers décrits ci-après : Green IT, Conception responsable des systèmes d'information, Sobriété des usages numériques et IT for Green.

Green IT

Consciente des impacts environnementaux que génèrent les activités numériques, la DSI du Groupe Rocher s'est engagée à mesurer et réduire en valeur absolue les externalités négatives générées par ses activités numériques.

En 2019, la DSI a réalisé une estimation de l'impact environnemental de ses activités. Cette estimation a permis d'identifier 5 principales sources d'émissions sur son périmètre :

- Les consommations électriques des équipements informatiques (ordinateurs fixes et portables, smartphones, écrans, imprimantes...);
- Les consommations électriques des centres de données dont le Groupe Rocher est propriétaire ;
- L'achats d'équipements informatique et fournitures d'impression ;
- Les consommations électriques des services (abonnements téléphoniques fixes et mobiles, internet) ;
- Les voyages professionnels en avion effectués par les équipes informatiques.

Sur la base de cette étude, la DSI s'est fixée pour priorité d'agir sur le rythme de renouvellement des équipements informatiques et a défini un plan de réduction des émissions de gaz à effet de serre sur le périmètre France d'ici à 2025.

Dans le cadre de ce plan de réduction, les actions suivantes ont notamment été entreprises :

- Mise à disposition des autres Directions d'une sélection de ressources pour promouvoir le Numérique Responsable (par exemple, un point de vue sur la gestion responsable des équipements informatiques) ;
- Intégration de critères RSE dans le dernier appel d'offre de renouvellement du parc de smartphones, tels que l'indice de réparabilité des produits, le score EcoVadis et le degré d'intégration du Devoir de Vigilance / Code de Conduite des Affaires ;
- Achat d'ordinateurs labellisés TCO⁴⁸ ;
- Engagement de réflexions quant au renouvellement du parc d'ordinateurs à l'issue de 5 ans (vs. 4 ans aujourd'hui), au renouvellement du parc de smartphones à l'issue de 4 ans (vs. 3 ans aujourd'hui) ou à la mise à disposition de smartphones reconditionnés ;
- Intégration d'une filière de valorisation afin de favoriser la réparation et le reconditionnement des équipements dont le groupe se sépare.

Conception responsable des systèmes d'information

La DSI transforme ses méthodes et outils de travail en vue de développer un système d'information frugal, résilient et accessible à tous. L'objectif est de concevoir 100% des nouveaux systèmes d'information en prenant en compte leurs impacts environnementaux tout en évitant au mieux les transferts de pollution. La DSI s'engage à poursuivre les actions de sensibilisation à la conception responsable des systèmes d'information et à inciter à l'application de bonnes pratiques par ses équipes.

Concrètement, la DSI a déployé des outils d'aide à la décision afin d'être en mesure de faire les bons choix en termes de technologies, d'infrastructures et de partenaires :

- Une grille « CSR Technology Scorecard », dont l'objectif est de décliner opérationnellement les engagements Numérique Responsable du Groupe Rocher avant de lancer tout nouveau projet IT ;
- Un référentiel contenant les orientations pour une architecture IT responsable.

Sobriété des usages numériques

La DSI souhaite sensibiliser régulièrement les populations connectées et non connectées de l'ensemble du groupe au numérique responsable.

La seconde édition de la Semaine du Numérique Responsable a eu lieu en octobre 2021. Elle avait pour objectif de maintenir et renforcer la dynamique engagée en décembre 2020 auprès des équipes de la DSI en France, à savoir :

- Informer et sensibiliser au numérique responsable et partager des bonnes pratiques à adopter au quotidien ;
- Coconstruire ensemble les outils de demain grâce à des ateliers « Design Thinking » ;
- Former les managers de la DSI à devenir les ambassadrices et ambassadeurs de la démarche de responsabilité numérique.

Cette semaine événement a mobilisé 206 collaboratrices et collaborateurs autour de 14 ateliers, soit 83% des collaboratrices et collaborateurs de la DSI, qui ont participé en moyenne à 5 heures d'ateliers.

La DSI propose également à l'ensemble des utilisatrices et utilisateurs :

- Des webinaires mensuels sur la suite Microsoft Office 365 (environ 8 000 collaboratrices et collaborateurs ciblés) de décembre 2021 à mars 2022. Ces webinaires ont pour objectif de partager des bonnes pratiques, astuces et

⁴⁸ TCO est un organisme indépendant qui certifie les produits informatiques qualifiés de durables, pour en savoir plus : [TCO Certified](#).

conseils d'utilisation des applications Microsoft Office pour concilier productivité et sobriété numérique au quotidien ;

- Une sélection de livrables contenant des astuces et bonnes pratiques d'utilisation des équipements informatiques, partagés sur demande et sur les réseaux internes du Groupe Rocher.

IT for Green - La Fonction IT, support à la transition écologique du groupe

Le numérique peut avoir une contribution positive et mesurable à la mise en œuvre de la stratégie RSE du Groupe Rocher. A cette fin, la DSI a créé un portefeuille de projets IT pour suivre spécifiquement les initiatives RSE des Directions du groupe.

A titre d'exemple, un premier projet « KPI Plastics » a démarré pour harmoniser la collecte, simplifier la consolidation et la visualisation de données concernant la quantité de plastique consommée au sein du groupe, ce qui améliorera la complétude et la fiabilité des données utilisées par les équipes.



Convaincu que la démarche de numérique responsable sera plus rapide et pérenne si elle est construite de manière collaborative avec ses parties prenantes et son écosystème, le Groupe Rocher a rejoint l'initiative « Planet Tech'Care » le 8 octobre 2020⁴⁹. Cette plateforme vise à accompagner les entreprises dans leur stratégie environnementale et dans le développement des compétences en matière de Numérique Responsable en ouvrant l'accès à un réseau d'experts du numérique et de l'environnement, à des conférences mensuelles et à une large sélection d'outils d'aide à la décision.

⁴⁹ Planet Tech'Care a été lancée par Syntec Numérique aux côtés des ministres français de l'Économie, des Finances et de la Relance, de la Transition écologique et Secrétaire d'Etat chargé de la Transition numérique et des Communications électroniques. <https://www.planet-techcare.green/>

COLLABORER AVEC LES PARTIES PRENANTES POUR LES ENGAGER DANS LA MISSION

Le Groupe Rocher coopère avec un panel diversifié de parties prenantes, dont l'engagement en faveur des enjeux de sa raison d'être est fondamental. Le groupe travaille à développer des relations responsables et durables avec ses partenaires externes tout au long de sa chaîne de valeur. Ainsi le groupe sélectionne ses fournisseurs et prestataires du fait de leurs valeurs et de leurs engagements en termes de responsabilité fiscale, sociale et environnementale. Cette démarche éthique et proactive permet de limiter et prévenir d'éventuels risques mais également de construire un avenir durable avec ses partenaires et de développer des impacts sociétaux positifs au sein de son écosystème.

En complémentarité, le groupe s'engage à entretenir un dialogue avec un large ensemble de parties prenantes pour innover et se transformer (entités professionnelles, associations, organisations gouvernementales, organismes internationaux, réseaux locaux, systèmes éducatifs et universitaires, conventions, manifestes, labels et certifications etc.).

Le groupe endosse le rôle de mécène, via des dons numériques ou matériels et même « jour-homme ». Petit Bateau a par exemple en 2021 encouragé des collaboratrices et collaborateurs à participer à des animations de sensibilisation notamment avec l'association Water Family.

Achats durables et chaîne d'approvisionnement

En vue d'atteindre l'excellence de ses produits et services, le Groupe Rocher a confié à sa Direction Achats le pilotage de la relation fournisseur, dans une dynamique d'amélioration continue, de compétitivité et bien sûr de respect des engagements RSE du groupe. Le groupe s'inscrit dans un modèle d'achats durables avec la volonté de développer des relations pérennes et responsables avec ses fournisseurs. C'est en effet un enjeu essentiel de responsabilité pour l'entreprise.

Afin d'accompagner sa démarche, le groupe s'appuie sur des organismes d'évaluation et de certification tiers pour challenger ses actions et valoriser leurs impacts. A titre d'exemple, lors de l'audit 2021 mené par Ecovadis, la note obtenue sur le volet achats durables est de 80 points sur 100 points disponibles, en forte progression par rapport à l'exercice précédent (50 points).

Par ailleurs, le projet de certification B Corp contribue également à challenger les pratiques et ambitions de la direction Achats, engageant les équipes dans une dynamique d'amélioration continue.

Au travers de ces démarches, le groupe s'engage à mettre en place et améliorer en permanence ses pratiques d'achats au sein de ses différentes entités, sur des sujets tels que l'intégrité du processus achats, l'équité de la relation fournisseur, la gestion et la prévention du risque de dépendance, le partage de connaissance et le développement mutuel ou encore l'amélioration de l'expertise RSE des professionnels des achats.

Inscrit dans la continuité des engagements RSE pris par le Groupe, le Groupe Rocher a formalisé en 2021 une politique d'achats durables, en cours de déploiement, et permettant d'engager pour les années à venir une approche holistique et durable.

Ce programme de transformation s'articule autour des 4 axes suivants :

1. Développer des chaînes d’approvisionnement responsables : mettre en place des pratiques éthiques et exemplaires au sein de nos chaînes d’approvisionnement ;
2. Promouvoir des écosystèmes engagés : développer des panels fournisseurs et des critères de sélection éco-responsables, partager une connaissance mutuelle et coconstruite des projets gagnants-gagnants.
3. Faire grandir l’expertise RSE : inspirer, partager et accroître l’expertise RSE au sein de nos écosystèmes achats, internes et externes ;
4. Intégrer la durabilité dans nos modèles d’affaires via les achats : sourcer des produits et des services attractifs tout en favorisant la frugalité, la circularité et la naturalité. Chacun de ces axes se déclinent en actions spécifiques pour lesquelles des objectifs à horizon 2025 et 2030 ont été définis.

Développer des chaînes d’approvisionnement responsables

La gestion du risque social et environnemental est un prérequis pour le Groupe Rocher ainsi qu’un élément d’évaluation des fournisseurs et de gestion des panels qui est pleinement intégré dans la Politique d’Achats responsables du groupe. Le pilotage du Devoir de Vigilance s’accompagne par ailleurs d’actions complémentaires pour permettre la mise en place de pratiques éthiques et vertueuses auprès des acteurs de la chaîne d’approvisionnement. Des actions ont donc été menées sur le déploiement d’un Code de Conduite Fournisseur.

Devoir de Vigilance

Cette partie présente une synthèse non exhaustive des actions portant sur le Devoir de Vigilance. Pour une information plus précise et détaillée, le plan de vigilance du Groupe Rocher et son compte-rendu d’application sont disponibles sur le site internet du Groupe Rocher⁵⁰.

Le groupe a beaucoup investi depuis 2017 dans la mise en œuvre de la loi relative au Devoir de Vigilance : en premier lieu, par la définition d’une méthodologie robuste puis par sa mise en œuvre dans les différentes filiales. Le système mis en œuvre bénéficie donc actuellement d’une maturité suffisante pour garantir la couverture des activités d’approvisionnement du groupe et les moyens mis en œuvre pour répondre aux obligations réglementaires posées par la loi.

Méthode et processus

La stratégie du groupe est structurée de manière à garantir un approvisionnement respectueux des principes d’achats responsables. Les impacts RSE des fournisseurs du groupe font l’objet d’une surveillance et d’un accompagnement adapté en fonction du niveau de risque identifié. Ainsi un plan de vigilance gradué en fonction du niveau de risque a été formalisé par le groupe. Conformément aux directives de la loi sur le Devoir de Vigilance, ce document détaille la méthodologie ainsi que les actions de mitigation mises en place, dont une synthèse est présentée ci-dessous.

IDENTIFICATION DES RISQUES

Afin d’identifier de la manière la plus précise possible les risques associés aux droits humains, aux libertés fondamentales, à la santé et à la sécurité des personnes, et à l’environnement, le groupe a défini et déployé une approche spécifique couvrant chacune des activités de sa chaîne de valeur. Dans un premier temps, une analyse des risques pour chaque catégorie d’achats est effectuée, permettant d’identifier les catégories les plus à risques. Dans un deuxième temps, cette analyse est complétée par une analyse des risques plus détaillée, à l’échelle du Fournisseur. Pour cet exercice, trois critères de risque ont été retenus : le Risque activité, le Risque pays et le risque chiffre d’affaires. A chaque critère de risque est associé un système de cotation, qui permet d’évaluer les risques environnementaux et sociaux. Chaque fournisseur est noté selon ces trois critères et obtient un coefficient « vigilance » qui permet de statuer sur l’intensité globale du risque, puis de définir les méthodes d’évaluation et prendre les mesures de mitigation et de suivi adéquates.

⁵⁰ <https://groupe-rocher.com/nos-engagements>

Politique d'évaluation & actions de mitigation

Trois types de cas sont possibles à l'issue de la cartographie des risques : pas d'évaluation supplémentaire (coefficient de vigilance faible), audit documentaire (coefficient de vigilance moyen) et audit terrain (coefficient de vigilance fort). Les audits documentaires sont réalisés via EcoVadis et les audits terrains selon le standard SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit, audit de commerce éthique des membres Sedex) ou autre standard d'audit RSE spécifique reconnu par le Groupe Rocher, d'après le Manuel de Conformité. En effet, conscient de l'existence et de l'utilisation de référentiels d'audits autres que SMETA en fonction des catégories d'activités et zones géographiques, le groupe a défini une liste de référentiels d'audits terrain et de certifications acceptés dans le cadre de l'évaluation des risques du Devoir de Vigilance. Le bénéfice de cette approche est double car il permet :

- aux fournisseurs de valoriser leurs démarches de conformité sociale et environnementale déjà engagées, propres à leur secteur d'activité et en lien avec le contexte dans lequel ils opèrent ;
- et au groupe de gagner en efficacité et pertinence dans la mise en œuvre du dispositif d'évaluation sur les différents territoires et domaines d'activité.

Une fois les audits effectués des plans d'actions de résolution des non-conformités pourront être définis et suivis.

D'autre part, les actions relatives aux matières premières dites « sensibles », précédemment exposées (*cf. Matières premières sensibles, page 39*) relèvent du processus de mitigation du risque, inhérent au Devoir de Vigilance. Elles sont donc définies, pilotées et mises en œuvre via le processus de conformité à cette loi.

Enfin, convaincues que la mise œuvre d'un projet de cette ampleur à l'échelle du groupe n'est réalisable que par la mise en place de processus et de systèmes d'informations fiables et partagés, les équipes ont travaillé sur un processus d'homologation des fournisseurs permettant de prendre en compte l'intégralité des risques qualité, RSE et financiers. Afin de faciliter la mise en œuvre sur l'intégralité des achats sur un périmètre monde, une plateforme a été développée permettant d'automatiser ce processus d'homologation et de suivi, ainsi que les analyses de risques associées pour permettre un pilotage efficient et global du panel du groupe. Le déploiement de cet outil est accompagné par des modules de formation spécifiques, diffusés auprès des acheteuses et acheteurs mais également des équipes qualité & RSE des différentes entités.

Mécanisme d'alerte

Le mécanisme d'alerte - ou « ligne éthique » - mentionné dans le Code de Conduite des Affaires du groupe est ouvert à tous les collaboratrices et collaborateurs internes, externes et occasionnels du groupe et ses fournisseurs, ainsi qu'aux partenaires et prestataires avec lesquels le Groupe Rocher et ses filiales entretiennent des relations contractuelles. Ce dispositif permet également le recueil de signalements concernant des éléments de risque ou des comportements non-conformes aux principes de fonctionnement ou aux exigences du groupe en matière de Devoir de Vigilance.

Suivi d'efficacité du système

Dans la continuité du déploiement du plan de vigilance, le groupe a mis en place une gouvernance, soutenue par la Direction Générale du groupe, pour valider le déploiement de la démarche, superviser les résultats, ainsi qu'assurer les arbitrages nécessaires. Ce comité de gouvernance est composé de décisionnaires du groupe et d'experts métiers sur les différents domaines concernés par le Devoir de Vigilance, et se réunit plusieurs fois par an. Il est complété par un comité opérationnel composé de membres représentatifs des domaines concernés par le Devoir de Vigilance, faisant lien avec les différentes équipes engagées dans le déploiement du processus défini par le groupe :

- les référentes expertes et référents experts et coordinatrices / coordinateurs du Devoir de Vigilance désignés au niveau du Groupe Rocher ;
- les référentes et référents d'implémentation du Devoir de Vigilance désignés au sein des filiales ;
- les Comités de Direction locaux ;
- et les équipes contributrices de la démarche.

D'autre part, des indicateurs ont été mis en place afin de suivre la mise en œuvre de la démarche et de rendre compte de ses effets. Ils sont détaillés ci-après.

Performance

Déploiement de la politique d'évaluation

En 2021, 63% du nombre d'audits documentaires et 35% du nombre d'audits terrain prévus sur la période 2020-2022 ont été réalisés à date⁵¹.

Les années 2020 et 2021 ont été marquées par une avancée majeure dans la couverture de l'ensemble des marques du groupe par le processus de conformité au Devoir de Vigilance. L'élargissement du périmètre de déploiement vient donc impacter les indicateurs de performance. Un important plan de formation a été déployé auprès des filiales pour les aider à monter en compétences, et faire face à la volumétrie importante d'audits à effectuer en 2022, dans un objectif de mise en conformité sur la totalité du périmètre à fin 2022.

Amélioration des pratiques des fournisseurs

En 2021, 67% des fournisseurs du groupe évalués via EcoVadis ont amélioré leur note à la suite d'une réévaluation, soit 269 fournisseurs. Cette progression témoigne de l'amélioration progressive de la performance des panels du groupe sur les sujets environnementaux et sociétaux.

BONNES PRATIQUES



En complément de la mise en œuvre de cette méthodologie, le groupe sensibilise ses salariés et son écosystème fournisseurs dans la conduite de sa démarche avec un programme de sensibilisation. A ce titre, en 2021, le Groupe Rocher a coanimé dans le cadre de l'initiative RBI, un webinar à destination de fournisseurs dans le but de les accompagner dans la mise en œuvre d'actions d'amélioration. 450 entreprises ont participé à cet événement. Un livre blanc leur a ensuite été remis pour partager les bonnes pratiques préalablement identifiées et formalisées.

Déploiement d'un Code de Conduite Fournisseurs

Afin de garantir un engagement des fournisseurs et prestataires du groupe en faveur de pratiques éthiques et responsables, un Code de Conduite Fournisseur, issu du Code de Conduite des Affaires du groupe a été formalisé en 2021. Ce document reprend les 10 engagements attendus de la part des fournisseurs en matière d'éthique et responsabilité sociétale, tant sur des aspects de conformité aux réglementations locales et internationales que d'engagement RSE volontaire (cf. annexe). Ce Code de Conduite est soumis à signature des fournisseurs du groupe, afin de s'assurer de sa bonne compréhension et de la prise en considération par nos partenaires. L'objectif de déploiement de ce code est de 80% de couverture des dépenses achats du groupe d'ici 2025. Un programme de communication et de formation a donc été lancé en 2021 à destination des équipes achats et des donneurs d'ordre internes en la matière.

Promouvoir des écosystèmes engagés

La Direction Achats du groupe vise à développer une meilleure connaissance de ses fournisseurs pour permettre d'orienter ses choix de la manière la plus responsable possible. Alors que des critères RSE font partie intégrante des critères de sélection lors des appels d'offres au sein du groupe, le groupe vise à systématiser et améliorer le suivi de cette pratique d'ici 2025 en mettant en œuvre des procédures et outils et en prenant des engagements. A ce titre 50% des projets stratégiques devront être couverts par au moins un critère RSE à 2025 et 100% à 2030. Les critères RSE pris en compte s'appuieront d'une part sur les impacts matériels des catégories d'achats concernées et sur les engagements RSE du groupe d'autre part.

Ainsi le groupe favorise la diversité des structures parmi ses fournisseurs depuis plusieurs années, dans le cadre du déploiement de l'accord Handicap et l'égalité des chances sur l'UES France. Une préoccupation particulière consiste à intégrer des entreprises du secteur adapté et protégé. Un indicateur relatif au montant d'achat réalisé auprès

⁵¹ Les indicateurs de suivi des audits se basent sur les volumétries identifiées à la suite de la dernière analyse de risques effectuée et incluent uniquement les audits effectués en 2020 et 2021.

d'entreprises adaptées et d'établissement de service d'aide par le travail sur les activités d'assemblage, continue d'être suivi avec un objectif plancher de 75% (cf. tableau ci-dessous).

Le groupe souhaite étendre cette démarche. En 2021 le partenariat avec le réseau GESAT⁵² a permis d'identifier les potentiels de collaboration des entreprises adaptées ou ESAT sur d'autres catégories d'achats indirects. Ainsi, l'opportunité d'un renouvellement de contrats en 2021 a permis d'intégrer une entreprise adaptée dans les contrats cadre relatifs aux prestations de traduction.

Performance

	Objectif 2021	Performance 2021
Egalité des chances	75 % du montant d'achat assemblage réalisé avec EA/ESAT (prestataires du secteur du travail protégé et adapté)	93%

Enfin le groupe souhaite développer des partenariats de long-terme avec ses fournisseurs et sous-traitants afin de créer les conditions favorables à l'innovation responsables et construire une vision partagée sur ces sujets avec ses fournisseurs stratégiques. Le groupe souhaite ainsi promouvoir de nouvelles façons d'interagir, plus collaborative avec les fournisseurs. Cela se concrétise notamment par des sessions de travail dédiés, multi métiers lors desquelles le groupe présente sa stratégie et ses enjeux spécifiques sur certaines catégories. Cette transparence permet aux partenaires de développer leur offre et réfléchir leurs stratégies de Recherche et Développement, commerciales et industrielles en tenant compte de cette vision à long terme et ainsi proposer des solutions innovantes et en totale adéquation avec les besoins du groupe. Ce mode opératoire est profitable à toutes les parties.

Des critères RSE ont été mis en place dans certains appels d'offre groupe et seront systématisés sur les prochaines années. Ainsi l'appel d'offre mené en 2021 sur les parfumeurs du groupe a intégré des critères de sélection et de suivi de performance visant à s'assurer des meilleures pratiques (par exemple un critère de suivi des volumes reconnus par une certification environnementale ou encore un critère d'amélioration des performances environnementale carbone, eau, déchets et préservation de la biodiversité).

Faire grandir l'expertise RSE

Le développement de pratiques responsables en matière d'achats passe nécessairement par une montée en compétence des acteurs de l'écosystème, tant en interne auprès de la communauté achats qu'en externe auprès des fournisseurs et prestataires. Forte de ses interactions avec de multiples parties prenantes internes et externe au Groupe, la fonction achats bénéficie d'une place de choix pour favoriser le développement des connaissances et compétences RSE de l'ensemble du système. Ainsi un programme de formation RSE spécifique doit permettre de former d'ici 2025 100% des équipes achats en matière de RSE. Cette démarche de formation a déjà été initiée avec le déploiement de formation sur l'axe « développer des chaînes d'approvisionnement responsables ».

Par ailleurs, avec sa mission de *Reconnecter les femmes et les hommes à la nature*, le Groupe Rocher entend également promouvoir la reconnexion à la nature auprès de ses parties prenantes externes et notamment ses fournisseurs. Un programme de sensibilisation et de partage dédié sera donc déployé auprès des fournisseurs stratégiques du groupe.

Intégrer la durabilité dans nos modèles d'affaire via les achats

La Fonction Achats étant au service des stratégies des marques et des métiers, elle doit permettre la mise en œuvre effective de solutions durables notamment en matière de naturalité, gestion des fins de vie produits, approvisionnement de packagings à faible impact environnemental et social, approvisionnement d'énergie ou encore de transport décarbonés. Les achats doivent en effet garantir auprès des métiers la disponibilité de l'offre et la bonne gestion des contrats et des spécificités d'achats sur les catégories à fort impact environnemental.

Le groupe étant particulièrement investi dans les enjeux liés au déclin de la biodiversité, une cartographie des catégories d'achats à fort impact sur la biodiversité sera menée sur 2022 afin d'identifier les fournisseurs clés avec

⁵² GESAT : Groupement des Etablissements de Services et Travaux, <https://www.reseau-gesat.com/>

lesquels le groupe mettra en place des actions de partage de connaissances. A horizon 2030, les fournisseurs représentant 80% des dépenses d'achat concernées, seront sensibilisés via une formation spécifique.

En matière de naturalité et d'innovation responsable, la poursuite des forums de partage avec les fournisseurs reste un levier important de création de valeurs et de collaboration entre les marques, les équipes de R&I (Recherche et Innovation) et les fournisseurs choisis.

Ces événements, organisés par les achats en tant que catalyseur entre les besoins internes et des ressources externes, permettent de réunir les principaux actrices et acteurs et de créer des conditions nécessaires pour faire émerger des solutions éco-responsables, économiques et durables.

Ainsi un événement dédié à l'innovation maquillage et soin cosmétiques a été organisé en septembre 2021 afin de partager, en amont du processus projet, la vision des marques et les attentes en termes de formulation et d'ingrédients afin de trouver ensemble des solutions pour la cosmétique nouvelle génération, plus responsable et durable. Pas moins de 10 fournisseurs du panel sous-traitance et 10 fournisseurs prospects ont participé à cet événement « d'open innovation ».

Garantir des pratiques éthiques et intègres

Afin de garantir que les règles de bonne conduite et d'éthique sont bien respectées dans toutes ses entités juridiques et par l'ensemble de ses collaboratrices et collaborateurs, le Groupe Rocher a mis à disposition de l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs le Code de Conduite des Affaires du groupe ainsi qu'un Guide pratique de l'éthique. Ces documents sont consultables dans l'intranet du groupe et sont disponibles en 11 langues.

Plusieurs formations sont régulièrement proposées aux collaboratrices et collaborateurs du groupe. Une première concerne le Code de Conduite des Affaires : précédemment déployée pour toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs, elle a été déployée de nouveau en 2021 auprès de la population des acheteuses et acheteurs. Une seconde formation sur la thématique spécifique du Devoir de Vigilance a également été réitérée auprès des nouveaux acheteuses et acheteurs du groupe en 2021 et le sera à nouveau en 2022. Enfin la formation sur la corruption et conflits d'intérêts sera à nouveau proposée aux collaboratrices et collaborateurs en 2022.

Chaque collaboratrice et collaborateur, dans le cadre des responsabilités qu'il exerce et du poste qu'il occupe est également invité à acquérir au travers de plusieurs modules d'e-learning une connaissance suffisante des règles de droit et obligations applicables à ses activités professionnelles et à les observer de bonne foi.

Le groupe, au travers de la Direction de l'Audit et du Contrôle Interne, diligente régulièrement des audits de contrôle interne afin de vérifier, dans la mesure du possible le bon respect des procédures de contrôle interne par l'ensemble des filiales du groupe. Les conclusions de ces audits sont partagées très régulièrement au sein du Comité des risques présidé par le Directeur Général Adjoint-Secrétaire Général.

Enfin et pour compléter son dispositif, le Groupe Rocher a mis en place depuis 2013 une procédure de signalement au travers de la ligne éthique du groupe.

Ce dispositif permet, en cas de violation des règles édictées dans son Code de Conduite des Affaires, que toute collaboratrice ou tout collaborateur (toutes entreprises et tous pays confondus) ou tiers du groupe qui aurait connaissance ou suspecterait, en toute bonne foi une irrégularité ou une infraction concernant les écritures comptables, des agissements financiers, des actes relevant de la corruption, des pratiques anti-concurrentielles ou tout autre acte qui serait contraire aux règles éthiques du groupe puisse en informer s'il le souhaite la Ligne Ethique du Groupe Rocher par le biais d'une adresse électronique dédiée à cet effet (ethics@yrnet.com).

Performance

Au titre de l'année 2021, le groupe a reçu 12 alertes, dont 11 en lien avec la thématique des Ressources Humaines, et il s'est avéré qu'aucune ne constituait une violation des droits humains.

Entretenir un dialogue transparent avec l'ensemble des parties prenantes

Le Groupe Rocher et ses marques développent et renforcent des liens permanents avec de nombreuses parties prenantes internes et externes (salarié(e)s, fournisseurs, partenaires, clientèle, monde associatif, autorités intergouvernementales, entités professionnelles...) afin d'avoir continuellement la capacité à se transformer.

- Le Groupe Rocher et ses marques interagissent avec leurs parties prenantes pour évaluer et partager leurs contributions dans un cadre d'amélioration continue ;
- Le Groupe Rocher et ses marques participent activement à des groupes de travail aux côtés de leurs parties prenantes pour construire ensemble un cadre plus durable ;
- Le Groupe Rocher et ses marques s'engagent dans des initiatives pour affirmer leurs convictions et pour fédérer d'autres parties prenantes autour de leurs enjeux.

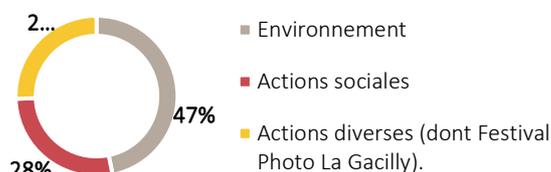
Exemples d'engagements (liste non-exhaustive)

Développement durable	Global Compact France rattaché au Global Compact des Nations-Unies (ONU), B Lab, Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)
Gouvernance & transparence	Plateforme Impact, Clear Fashion, Union for Ethical BioTrade (UEBT)
Entreprise à Mission	Communauté des Entreprises à Mission, Ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance
Engagement social	United Nations Women Empowerment Principles (ONU), Groupement des Etablissements de Services et Travaux (GESAT)
Matières Premières	Responsible Mica Initiative (RMI), Union for Ethical BioTrade (UEBT), Ministère de l'Agriculture, Groupement des Agriculteurs Biologiques-Fédération Régionale des Agrobiologistes de Bretagne (GAB-FRAB), Conservatoire Botanique National de Brest, Fondation Earthworm
Initiatives professionnelles	Fédération de la Beauté (FEBEA), Responsible Beauty Initiative (RBI), Association Française des Industries de la Détergence (AFISE), Fédération de la Franchise, Fédération de la Vente Directe, Association Française des Entreprises Privées (AFEP), Food and Drug Administration (FDA), Supply Chain 4 Good by ASLOG (Association Française pour la Logistique), Les entreprises pour la Cité, Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD), 1% for the Planet, Planet Tech'Care, Paris Good Fashion, Fashion Green Hub, Pôle d'Excellence de la Maille 4.03, Chaire BALI - Biarritz Active Lifestyle Industry, Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA)
Biodiversité	act4nature international (Entreprises pour l'Environnement (EpE)), Entreprises engagées pour la nature-act4nature France (Office français de la biodiversité (OFB)), Business & Biodiversity Pledge, Business For Nature, Statement For Business Leaders For Renewed Cooperation, 50 Sustainability & Climate Leaders Fédération Biogée, Orée, Ligue de Protection des Oiseaux (LPO), Museum national d'Histoire naturelle (MnHn), Fondation pour la Recherche sur la Biodiversité (FRB), RespectOcean, Office Français de la Biodiversité (OFB), Ministère de la Transition Ecologique, Ministère de l'Agriculture et de l'alimentation, Ministère de la Mer, Musée ethnologique et des cultures de Barcelone, Chaire CARE (Université Paris-Dauphine, AgroParisTech et l'Université de Reims), Agence Régionale de la Biodiversité de Bretagne, Syndicat Mixte du Grand Bassin de l'Oust (SMGBO), Afac-Agroforesteries (Fonds pour l'Arbre), Fondation Yves Rocher, Chaire Global Partnership Business and Biodiversity (GPBB) de la Convention de la Diversité Biologique (CDB) des Nations-Unies (ONU), Water Family, Fondation Daniel Jouvance, Union internationale pour la conservation de la nature (UICN), BioTrade Facilitation Programme for Biodiversity Products and Services (BTFP) de la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (CNUCED)
Plastique	Pacte national sur les emballages plastiques (The Ellen MacArthur Foundation's Plastics Pact Network), Feuille de route pour l'Economie Circulaire (FREC) avec l'ADEME (Agence de la Transition Ecologique), (RE)SET for Cosmetics
Carbone	Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), Science-Based Targets initiative (SBTi), FRET 21 avec l'ADEME (Agence de la Transition Ecologique), Club des entrepreneurs pour le climat, Énergies citoyennes en Pays de Vilaine (EPV)

Agir et réagir par le mécénat et la philanthropie

Le Groupe Rocher a consacré 5,94 millions d'euros de dons de mécénat en 2021. Ces montants se répartissent comme suit :

Actions de Mécénat du Groupe Rocher



Pour en savoir plus :

<http://www.yves-rocher-fondation.org/>
<https://www.arbonnefoundation.org/en-US/>
<https://www.ricaud.com/fr-fr/femmesenchoeur/>
<https://www.stanhome.fr/content/lassociation-petits-princes-et-stanhome>
<http://www.danieljouvance-fondation.org/fr/>
<http://www.festivalphoto-lagacilly.com/>

Exemple d'action 2021

En 2021, Petit Bateau s'est engagé dans un soutien durable de l'association Water Family. Sa mission est d'éduquer à la préservation de l'eau, de la santé et de l'ensemble du vivant. Depuis 2009, elle développe notamment des programmes pédagogiques complets à destination des écoles, des entreprises. Le tout avec une approche d'éducation positive et une valorisation des bonnes pratiques. Aujourd'hui, l'équipe de l'association se considère comme une grande « famille » (enfants / parents / partenaires / etc.) fière de servir la cause de l'eau, source de vie sur la planète. Enfin, la formation des salarié(e)s est au cœur de leurs préoccupations. Depuis le 8 juin 2021, les dons réalisés par Petit Bateau ont permis de sensibiliser plus de 83 500 enfants.



Assurer la protection des données privées

Le Groupe Rocher met tout en œuvre pour traiter les données personnelles de façon transparente et responsable afin de renforcer la protection de la vie privée des consommatrices et consommateurs et des employés. Avec l'industrie cosmétique évoluant vers de l'hyperpersonnalisation, cela crée intrinsèquement de l'hyper-identification. De ce fait, la Politique de « Protection des Données & Vie Privée » est centrale dans la conception de la transformation numérique.

Aujourd'hui, les relations numériques de longue date avec les clientes et clients reposent sur la confiance et un facteur majeur de cette confiance numérique est la confidentialité et la protection de leurs données personnelles. Dans une société intrinsèquement digitale, les consommatrices et consommateurs du monde entier veulent savoir comment le groupe utilise leurs données et à quel point ces données sont en sécurité.

La gouvernance des données personnelles du Groupe Rocher a été renforcée par la nomination et recrutement de plusieurs Data Protection Officers (DPO) au sein des marques du groupe. La professionnalisation de ce métier a été une étape clé dans la construction durable et définitive de cette gouvernance.

En 2021, le Groupe Rocher a engagé un projet mondial de transparence de la vie privée qui a pour objectif de simplifier et rendre plus compréhensible la notice « Protection des Données & Vie Privée ». Ce projet utilisera des icônes pour aider les clientes et clients à mieux comprendre comment et pourquoi le Groupe Rocher utilise leurs données. Ces icônes et la simplification rendent toutes les déclarations sur la protection des données personnelles plus compréhensibles pour des personnes ayant un niveau de lecture d'au moins élémentaire à secondaire. A travers la transparence et la simplification, le Groupe Rocher souhaite renforcer la confiance de ses clientes et ses clients dans la sécurité et dans les traitements de leurs données.

Cette année, le DPO groupe a commencé un projet de transformation digitale 360° des processus relatifs à la conformité et à la gouvernance données personnelles. Avec la création d'un partenariat stratégique, le Groupe

Rocher s'est doté des moyens techniques pour l'automatisation du « Privacy by Design » dans l'ensemble des projets informatiques. La réalisation de ce projet est prévue pour 2023.

La vision du Groupe Rocher sur la gouvernance des données personnelles évolue rapidement pour être en harmonie avec les attentes dynamiques et innovantes de la société et de ses communautés. Cette vision n'est plus centrée uniquement sur la conformité, mais également sur la confiance de ses clientes et clients et salarié(e)s ainsi que sur la responsabilité du Groupe Rocher d'être protecteur des informations personnelles que ses clientes et clients et salarié(e)s lui partagent.

Agir de manière responsable en matière fiscale

Le Groupe Rocher soutient la vision selon laquelle les économies d'aujourd'hui ne peuvent que s'appuyer sur des systèmes fiscaux équitables, qui conditionnent la réalisation d'investissements responsables et permettent de générer une croissance durable. En conformité avec cette vision, le Groupe Rocher a continué en 2021 à la mise en œuvre d'une Politique Fiscale responsable et transparente, et ce en dépit des difficultés inédites soulevées par la crise sanitaire.

L'approche du Groupe Rocher en matière fiscale

Le groupe veille à se conformer à l'ensemble de ses obligations fiscales, internationales, régionales ou locales.

En matière de prix de transfert, le groupe veille à ce que ses différentes transactions intragroupes soient conduites dans le respect du principe de pleine concurrence et qu'elles suivent les lignes directrices de l'OCDE. En effet, en raison de sa présence géographique dans plus de 114 pays, les entités Groupe sont engagées dans de nombreux flux transfrontaliers qui consistent majoritairement en des flux de ventes de produits, de prestations de services rendus par les équipes centrales aux différents sites du groupe et de redevances facturées en contrepartie de la concession de droits incorporels. La détermination des prix de transfert applicables à ces transactions transfrontalières et le respect des obligations fiscales qui en découlent revêtent donc une importance particulière. En matière de « compliance » (conformité), le groupe veille à respecter la structure à trois niveaux préconisés par l'OCDE : rédaction d'un masterfile Groupe, rédaction de local file locaux, déclaration du reporting « pays-par-pays ».

Dans un souci de transparence, le groupe accorde par ailleurs une importance particulière au fait de nouer une relation de confiance avec l'ensemble des parties prenantes de la sphère fiscale, y compris les administrations. Ainsi, en 2021, le groupe a continué à échanger en France à de multiples reprises avec l'administration fiscale dans le cadre du partenariat fiscal conclu l'année précédente en 2020.

Lors des contrôles fiscaux menés par les autorités fiscales locales, le groupe engage un dialogue ouvert et constructif avec les administrations concernées. En cas de divergence sur l'interprétation des réglementations fiscales, le groupe peut envisager des voies de recours, y compris contentieuses, ou l'accès aux voies de résolutions internationales.

Pour finir, la Politique Fiscale du groupe est déterminée de façon à aligner création de valeur et localisation des profits et à s'adapter aux diverses évolutions opérationnelles et organisationnelles. Elle est déterminée dans un souci de dialogue permanent, que ce soit avec les opérationnels ou les administrations. Elle permet de s'assurer que chacune des filiales du groupe supporte la charge cohérente d'impôt due.

La Fonction Fiscale est assurée en central par la Direction Fiscale, qui est rattachée au Secrétariat Général et en local par les relais appropriés. Lorsque cela est nécessaire, les intervenants en fiscalité du groupe sont assistés par des conseils externes. Toutes les intervenantes et les intervenants en fiscalité du groupe travaillent en étroite collaboration avec les opérationnels du groupe.

Performance

La charge d'impôt sur les sociétés du Groupe Rocher s'est élevée à 17,0 millions d'euros au cours de l'exercice 2021, dont 0,2 millions d'euros pour la France.

Le Groupe Rocher a contribué en France à hauteur de 27,3 millions d'euros au titre des prélèvements obligatoires (taxes sur les salaires, taxes locales, droits de douanes, autres taxes diverses).

ANNEXES

NOTE DE MÉTHODOLOGIE

Périmètre global

Par « Groupe Rocher » est entendu l'ensemble des sociétés détenues directement ou indirectement par la société-mère Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher, comme présenté dans les Comptes Consolidés au 31 Décembre 2021.

Les évolutions de périmètre de 2020 à 2021

Les filiales YR Pays bas, SABON Allemagne, SABON Royaume Uni, Petit Bateau Espagne ont fermé courant de l'année 2021. Le site de production Petit Bateau Tenmar Tricot Teinture au Maroc est passé en sous-traitance chez Iks en Avril 2021.

Agir en faveur des femmes et des hommes

Le périmètre de consolidation pour la partie « Agir en faveur des femmes et des hommes » est basé sur l'effectif annuel moyen des filiales du Groupe Rocher ayant eu des salarié(e)s durant l'année 2021.

Les effectifs totaux (dont la répartition entre les hommes et les femmes, par zone géographique et par type de contrat) sont consolidés dans le présent rapport incluant l'ensemble des filiales du groupe.

Toutes les autres données publiées excluent Sabon France, SEP Redon, Yves Rocher Vietnam Myanmar Cambodge et Stanhome Mexique.

L'indicateur « Turn Over » (TO) couvre les contrats à durée indéterminée. Le TO calculé sur le périmètre des entités ayant une activité autre que Retail ou dont l'activité n'est pas principalement Retail comprend les sites suivants :

- 9 sites de production (les sites des Villes Geffs, Ploërmel, Rieux, Flormar Production Kosan Sanayi, Petit Bateau Troyes, Petit Bateau Tenmar Confection, Arbonne Levlad, SABON Production ;
- 11 sites logistiques : les sites de La Villouet, Petit Bateau Buchères, La Croix des Archers, Yves Rocher Suède, Yves Rocher Portugal, Yves Rocher Belgique, l'Atelier des Primevères et Flormar Distribution Kosan Pazarlama, Stanhome Espagne, Stanhome Italie, Arbonne Greenwood et Arbonne Irvine ;
- 23 sites tertiaires : 7 sites situés en France (Cap Rocher, Yves Rocher Rennes, Petit Bateau Réaumur, Stanhome France, Dr. Pierre Ricaud, Daniel Jouvance et CERCO), Yves Rocher Ukraine, Stanhome de Mexico, Yves Rocher Maroc, Yves Rocher Singapour, Yves Rocher Chine, Flormar Offices, Centre de Coordination Yves Rocher à Tournai en Belgique (Cecor), Arbonne Sydney, Arbonne Mississauga, Arbonne Addison, Arbonne UK, Arbonne Pologne, SABON offices, Flormar Allemagne, Yves Rocher Stuttgart et SABON Allemagne (fermé en cours d'année) ;
- 1 site de tourisme (Eco Hôtel Spa La Grée des Landes), l'Eclosarium, et le CERCO.

Les indicateurs « Taux de Fréquence » et « Taux de Gravité » sont calculés sur le périmètre des entités ayant majoritairement une activité de production et de logistique à l'exception de SABON. Sont ainsi pris en compte les sites suivants :

- 7 sites de production (les sites des Villes Geffs, Ploërmel, Rieux, Flormar Production Kosan Sanayi, Petit Bateau Troyes, Petit Bateau Tenmar Confection, Arbonne Levlad ;
- 11 sites logistiques : les sites de La Villouet, Petit Bateau Buchères, La Croix des Archers, Yves Rocher Suède, Yves Rocher Portugal, l'Atelier des Primevères et Flormar Distribution Kosan Pazarlama, Stanhome Espagne, Stanhome Italie, Arbonne Irvine et Greenwood.

Le périmètre Groupe de ces indicateurs s'entend pour toutes les entités du groupe à l'exclusion des filiales dont l'activité a pris fin en 2021 (Sabon Royaume Uni, Sabon Allemagne, YR Pays Bas, Flormar Retail Allemagne, Petit Bateau Espagne) ainsi que d'Arbonne Pologne.

Protocole de reporting

Les données quantitatives sont collectées via un outil de partage en ligne. Un(e) ou plusieurs contributrices et contributeurs par filiale saisissent mensuellement ces données. Ces contributrices et contributeurs sont essentiellement des responsables Ressources Humaines de leurs filiales respectives.

Les données quantitatives sont ensuite consolidées annuellement par la Direction Développement Responsable, pour le compte de la Direction des Ressources Humaines, qui vérifie avec les contributrices et contributeurs leur cohérence et leur exactitude. Les données sur les effectifs sont des moyennes sur l'année 2021.

Les informations qualitatives sont apportées par la Direction des Ressources Humaines du Groupe Rocher et ses représentantes et représentants dans les filiales.

Dans le paragraphe performance de la partie veiller au bien être, page 23, l'enquête Tell us a été déployée sur le périmètre groupe, à l'exception de la force de vente de Stanhome France, ainsi que des équipes Tenmar au Maroc et d'Arbonne.

Les données sont comptabilisées en nombre de personnes et non en ETP (Equivalent Temps Plein).

L'effectif total du Groupe publié page 6, ainsi que la répartition des effectifs par activité, par zone géographique, par sexe et par contrat inclut les filiales Sabon France, SEP Redon, YR Vietnam Myanmar Cambodge et le personnel de vente directe Stanhome Mexique.

Définitions d'indicateurs :

Effectifs : les effectifs présentés incluent les salarié(e)s en contrat à durée indéterminée (dont les vendeuses et vendeurs représentant(e) placiers ou VRP), en contrat à durée déterminée (incluant les contrats de professionnalisation), et les contrats d'alternance.

Départs : licenciements pour raisons économiques et individuelles, les démissions, les départs à la retraite, les décès et départs pour autres motifs (exemple, accords entre le salarié et l'employeur) pour les personnes en CDI comme en CDD. Sont exclus les indicateurs nombre de transformation de CDD en CDI & les sorties pour fin de CDD, ainsi que les mobilités professionnelles au sein du groupe. Sont exclus les contrats d'alternance.

Mobilité : sont pris en compte les changements d'établissement au sein de la même entreprise, les changements de poste sans changer d'établissement ainsi que les mutations d'une entreprise à une autre au sein du Groupe Rocher.

Turn Over : la moyenne des entrées et des sorties des salarié(e)s en contrat à durée indéterminée au cours de l'année rapportée à l'effectif considéré au 1^{er} janvier de l'année. $((\text{Entrées CDI} + \text{sorties CDI})/2)/\text{effectifs 31.12 N-1}$.

Taux de Fréquence : Nombre des accidents de travail avec arrêt d'un jour au moins rapporté au nombre d'heures travaillées x 1 000 000. Sont prises en compte les heures effectivement travaillées.

Taux de Gravité : Nombre de journées perdues par incapacité temporaire rapporté au nombre d'heures travaillées x 1000. Sont prises en compte les heures effectivement travaillées.

Accident du travail : Evènement survenu à une date certaine par le fait ou à l'occasion du travail (excluant les accidents de trajet pour se rendre ou partir du lieu de travail) avec arrêt de travail ou sans arrêt de travail pour les sites d'Arbonne Greenwood, Flormar Production, et Stanhome Italie. Nombre d'accident de travail dont la date de début est comprise entre le 1^{er} et le dernier jour du mois. A date, les rechutes sont comptabilisées comme un nouvel accident du travail pour les données France. En cours de travail pour aligner la définition à l'international.

Handicap : la notion de personne en situation de handicap ne recouvre pas les mêmes réalités selon les pays du périmètre du groupe. Cet indicateur monde n'est pas totalement comparable à l'indicateur sur le périmètre France, qui lui est encadré juridiquement.

Développer des produits, des services et des modes de consommation respectueux de la nature

La part de naturalité des ingrédients présentés est calculée sur la méthode de calcul basée sur la masse moléculaire (ratio masse moléculaire d'origine naturelle/masse moléculaire totale).

Des premiers calculs de naturalité selon l'ISO 16 128 ont été réalisés afin de mesurer l'impact de ce changement de méthode. Cette norme sera définitivement utilisée pour l'ensemble des ingrédients début 2021.

Les informations présentées concernant les matières premières sensibles sont directement fournies par les départements Achats, Qualité, Recherches & Innovation. Les informations portant sur l'activité cosmétique ne couvrent pas les marques Flormar, SABON et Arbonne.

Lutter et s'adapter au changement climatique

Périmètre environnemental

Au total, les données de 34 sites sont consolidées dans la partie environnementale du reporting.

Le périmètre de consolidation pour la partie environnementale inclut les sites industriels de production et de distribution des branches cosmétique, détergence et textile, appartenant au Groupe Rocher (voir ci-dessous).

Le changement majeur en 2021 concerne le passage en sous-traitance du site de Petit Bateau Tenmar Teinture Tricot au Maroc en avril 2021. A noter donc que seules les consommations des trois premiers mois de l'année 2021 seront considérées dans ce document. Ce qui explique la mention d'un total de 8 sites de production (à fin 2021 dans le paragraphe « Un groupe intégré » page 7) versus 9 sites de production ci-dessous en début d'année 2021.

- **9 sites de production** : Les sites des Villes Geffs, Ploërmel, Rieux, Flormar Production Kosan Sanayi, Petit Bateau Troyes, SABON Kiryat Gat, Arbonne Levlad Chatsworth, Petit Bateau Tenmar Confection et Petit Bateau Tenmar Tricot et Teinture ;
- **13 sites logistiques** : Les sites de, La Croix des Archers, La Villouet, Stanhome les Lauriers Verts, l'Atelier des Primevères, Petit Bateau Buchères, Yves Rocher Belgique, Yves Rocher Suède, Yves Rocher Portugal, Yves Rocher Canada, Flormar Distribution Kosan Pazarlama, SABON Logistique, Arbonne Headquarter & Logistique Irvine et Arbonne Greenwood Indiana ;
- **11 sites tertiaires** : 4 sites situés en France (Yves Rocher Rennes, Les Gatinais, Cap Rocher, Petit bateau Réaumur), 1 site tertiaire international employant au moins 250 personnes (Yves Rocher Russie), ainsi qu'Yves Rocher Allemagne et Yves Rocher Espagne (historiquement inclus au reporting), ainsi qu'Arbonne Northampton UK, Arbonne Addison Texas, Arbonne Mississauga Canada et Arbonne Sydney Australie ;
- **1 site de tourisme** : L'Eco-Hôtel Spa La Grée des Landes.

Pour les indicateurs de consommations d'énergie la mention « groupe » ou « Groupe Rocher » fait référence à l'ensemble des sites du périmètre global environnemental à l'exclusion d'un site de distribution : Yves Rocher Canada
A ISO périmètre 3 ans est exclu Petit Bateau Tenmar Teinture Tricot.

Pour les indicateurs de consommations d'eau la mention « groupe » ou « Groupe Rocher » fait référence à l'ensemble des sites du périmètre global à l'exclusion des 4 sites tertiaires suivants : Petit Bateau Réaumur, Yves Rocher Russie, Yves Rocher Espagne et Yves Rocher Canada.

A ISO périmètre 3 ans est exclu Petit Bateau Tenmar Teinture Tricot.

Pour les indicateurs déchets la mention « groupe » ou « Groupe Rocher » fait référence à l'ensemble des sites du périmètre global environnemental à l'exclusion des sites tertiaires suivants : l'Atelier des Primevères, Yves Rocher Espagne, Arbonne Addison Texas, Arbonne Sydney Australie, Arbonne Northampton, UK.

A noter que les déchets du site des Gatinais sont comptabilisés dans les déchets du site des Villes Geffs.

A ISO périmètre 3 ans sont exclus Petit Bateau Tenmar Teinture Tricot et Confection, SABON Production et Logistique et Arbonne Canada.

Pour les indicateurs « émissions de gaz à effet de serre » (scope 2) sont comprises les émissions liées aux consommations d'électricité du parc de 1 280 magasins exploités directement par les marques du Groupe Rocher (fonds propres et succursales) dans le monde.

Sont inclus dans les émissions de gaz à effet de serre scope 3 les 1 779 points de ventes exploités sous les enseignes des marques du groupe en franchise, gérance libre, location – gérance dans le monde, en concession de surface et en commission-affiliation.

Sont exclus de l'ensemble des indicateurs les 5500 points de vente multimarques et exploités par des agents groupe.

Protocole de reporting

Les données sont recueillies via un outil de partage en ligne. Un(e) ou plusieurs contributrices et contributeurs par site saisissent mensuellement des données quantitatives et qualitatives relatives à l'eau, l'énergie, les déchets. Ces données sont consolidées annuellement par la Direction Développement Responsable. Chaque site doit ensuite valider les données consolidées qui lui sont communiquées.

Lutter et s'adapter au changement climatique

Le périmètre opérationnel des émissions comprend les scope 1 et 2 de la méthode de comptabilisation du GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol, standard international de comptabilisation carbone). Les facteurs d'émissions utilisés sont ceux de la Base Carbone® de l'ADEME. La part de l'électricité d'origine renouvelable pour chaque pays provient de l'Observ'ER (Observatoire des énergies renouvelables). Dans certains cas, les facteurs d'émissions pour l'électricité et la part de l'électricité d'origine renouvelable sont donnés directement par les fournisseurs.

Pour les sites d'Arbonne Greenwood Indiana et Arbonne Levlad Production Chatsworth, Arbonne Headquarter & Logistique Irvine, Arbonne Northampton UK et Arbonne Addison Texas, les facteurs d'émission sont issus soit de la donnée spécifique du fournisseur, soit de la base de l'US EPA (U.S. Environmental Protection Agency).

Diminuer l'empreinte environnementale et favoriser l'économie circulaire

Méthodologie

Une collecte de données d'activité est réalisée auprès des différents contributrices et contributeurs identifiés. Sur la base de ces données, les calculs des KPIs sont calculés en central pour chacun des périmètres et consolidés pour l'ensemble du Groupe Rocher une fois par an.

Périmètre

La collecte des données d'activité est réalisée par marque, en dissociant les emballages des produits et des accessoires vendus et les emballages des cadeaux.

Les objets / cadeaux en plastique ne font pas partie du reporting plastique du groupe. Cependant, des politiques de réduction et de substitution des matières plastique sont mises en œuvre par les différentes marques.

Pour l'année 2021 les emballages des produits et objets de la Marque Petit Bateau (qui utilise peu de plastique dans ses emballages) ont été exclus des données consolidées.

Communiquer / coopérer de manière responsable et avec transparence

Les indicateurs concernant le Devoir de Vigilance sont consolidés par la Direction des Opérations et portent sur les filiales suivantes : Groupe Rocher Opérations, Arbonne, la Direction des Opérations Asie, Flormar, Petit Bateau, SABON, Stanhome International et Stanhome Mexico. Les indicateurs de suivi des audits se basent sur les volumétries identifiées à la suite de la dernière analyse de risques effectuée.

L'indicateur concernant le chiffre d'affaires réalisé auprès d'entreprises adaptées est fourni par le département Achats. Les informations portent sur le périmètre production de Groupe Rocher Opérations.

Les données relatives aux alertes de la ligne éthique sont consolidées par le Risk Management.

Exclusions : Compte tenu de la nature des activités, les thèmes suivants sont considérés comme ne constituant pas des risques RSE principaux et ne justifient pas un développement dans le présent rapport de gestion : les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire.

