

# Déclaration de Performance Extra-Financière

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

23 mai 2023



reconnect people to nature

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 » ou « le groupe »).
LABORATOIRES DE BIOLOGIE VÉGÉTALE YVES ROCHER
Société anonyme au capital de 4 396 350,15 euros
Siège social : La Croix des Archers 56 200 La Gacilly
N°876 580 077 R.C.S. Vannes



Cette édition 2022 de la Déclaration de Performance Extra-financière me donne l'occasion tout d'abord de remercier toutes les collaboratrices, tous les collaborateurs et tous les partenaires du Groupe Rocher qui rendent possible, jour après jour, notre transformation pour faire vivre notre mission au quotidien : reconnecter les femmes et les hommes à la nature.

En effet, grâce à l'engagement de chacune et chacun, le Groupe a poursuivi sur cette année un effort sans précédent de mutation. Pour prendre ainsi deux exemples d'avancées significatives :

D'une part, face aux enjeux de raréfaction des matières, de fragilisation et de complexification des filières d'approvisionnement, d'accélération de nouvelles tendances de consommation et de réglementations plus strictes, le groupe a formalisé une politique d'achats durables permettant d'engager pour les années à venir une approche holistique et durable;

D'autre part, dans une démarche d'adaptation et atténuation des effets du changement climatique, et de limitation de l'impact des hausses importantes des coûts de l'énergie, le groupe maîtrise ses consommations énergétiques. Des mesures de sobriété énergétique complémentaires aux plans d'économie d'énergie déjà existants ont été définies et rendues applicables dans l'ensemble des sites du groupe - industriels, logistiques, tertiaires, retail.

Ainsi, tous ces efforts combinés sur l'ensemble de notre chaîne de valeur nous ont permis la mise en œuvre de projets d'envergure. Un très beau succès d'atterrissage : les objectifs annuels que nous nous étions fixés pour atteindre la certification B Corp se situent, à date, au-delà de la trajectoire prévue.

Ce qui compte aujourd'hui et surtout ce qui va compter de plus en plus pour demain, c'est que l'entreprise affirme sa légitimité et porte une manière différente d'envisager l'économie. Cette singularité, attendue par toutes les parties prenantes y compris nos clientes et clients qui sont d'abord des citoyennes et citoyens, se bâtit via nos marques, par leurs engagements RSE encore plus clairement affirmés, et bien sûr dans une dynamique qui serve la raison d'être du groupe.

En 2022, les publications académiques confirment par ailleurs une nouvelle fois la déconnexion croissante des sociétés modernes vis-à-vis de la nature. Promouvoir et faire vivre des expériences de nature, former aux enjeux de la nature et agir en faveur de la nature émergent bien comme des ambitions fondamentales pour les communautés du Groupe Rocher et nous orientent pour les années à venir.



Bris Rocher

Président Directeur Général Groupe Rocher

 $<sup>^{\</sup>rm 1}$  Crédit photo : Emanuele Scorcelletti

# **TABLE DES MATIERES**

MODELE D'AFFAIRES	6				
Un groupe international et integre					
DES MARQUES ENGAGEES	9				
LA RAISON D'ETRE ET LA MISSION DU GROUPE ROCHER					
Reconnecter les femmes et les hommes à la nature					
Un plan stratégique à horizon 2030	11				
DES SALARIÉ(E)S ENGAGÉS AU SERVICE DE LA MISSION	16				
Assurer le respect des droits humains					
Prohiber toute forme de travail forcé et de travail des enfants					
Favoriser le dialogue social					
Veiller à la santé-sécurité et aux bonnes conditions de travail					
Encourager l'évolution professionnelle					
Développer une employabilité durable à travers la formation					
ASSURER L'EQUITE ET PROMOUVOIR LA DIVERSITE					
Promouvoir la diversité et l'inclusion					
Partager nos valeurs d'inclusion à nos collaboratrices et collaborateurs					
Garantir l'équité entre les genres					
FAIRE DE NOS COLLABORATRICES ET COLLABORATEURS DES AMBASSADEURS DE LA MISSION					
S'assurer de l'engagement de toutes et tous					
Sensibiliser et former aux enjeux mondiaux					
Faciliter la mobilisation	23				
DÉVELOPPER DES PRODUITS, DES SERVICES ET DES MODES DE CONSOMMATION PLUS RESPECTUEUX NATURE					
Proposer des produits de qualite et eco-conçus	24				
Choix et qualification des matières premières	25				
Sourcing	29				
Qualité	32				
PROMOUVOIR DES MODES DE CONSOMMATION RESPONSABLE	34				
Développer des offres de consommation responsable	34				
Promouvoir le marketing responsable	35				
Concevoir des points de vente responsables	36				
Accompagner la fin de vie des produits					
DEVELOPPER LA TRANSPARENCE VIS-A-VIS DES CONSOMMATRICES ET DES CONSOMMATEURS	37				
Informer sur les produits et services	38				
Dialoguer avec les parties prenantes	38				
Communiquer sur les engagements	39				
AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ POUR PROTÉGER LE VIVANT	40				
AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITE SUR SES TERRITOIRES	40				
Assurer un rôle d'ambassadeur et contribuer à la recherche d'un nouveau rapport au vivant	40				
Agir de façon plus responsable en prenant en compte la biodiversité	41				
LUTTER CONTRE ET S'ADAPTER AU CHANGEMENT CLIMATIQUE	42				
Mettre en œuvre une gouvernance des enjeux climat	42				
Gestion des risques climat					
DIMINUER NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE ET FAVORISER L'ECONOMIE CIRCULAIRE	50				
Diminuer l'usage de plastique	50				
Réduire la génération de déchets					

PROTEGER LA RESSOURCE EN EAU	54
ASSURER UNE TRANSITION VERS UN NUMERIQUE PLUS RESPONSABLE	56
Green IT	56
Conception responsable des systèmes d'information	56
Sobriété des usages numériques	57
IT for Green - la Fonction IT, support à la transition écologique du groupe	57
COLLABORER AVEC NOS PARTIES PRENANTES POUR LES ENGAGER DANS LA MISSION	58
DEVELOPPER DES ACHATS DURABLES AU SEIN DES CHAINES D'APPROVISIONNEMENT	58
Promouvoir des écosystèmes engagés	60
Développer des chaînes d'approvisionnement responsables	61
Faire grandir l'expertise RSE	62
Intégrer la durabilité dans nos modèles d'affaire via les achats	63
ENGAGER LES COMMUNAUTES AUTOUR D'ENJEUX LIES A LA RAISON D'ETRE DU GROUPE	64
S'engager par la philanthropie et le mécénat	64
Entretenir des liens avec les parties prenantes	65
GARANTIR DES PRATIQUES ET LUTTER CONTRE LA CORRUPTION	66
Opérer selon des règles claires et respecter des principes communs	66
Recueillir les alertes et les signalements	
Former régulièrement les collaboratrices et collaborateurs et sensibiliser les parties prenantes	67
Contrôler et auditer régulièrement les pratiques	68
ASSURER LA CONFORMITE, LA PROTECTION ET LA SECURITE DES DONNEES PERSONNELLES DES CLIENT(E)S ET SALARIE(E)S	
AGIR DE MANIERE RESPONSABLE EN MATIERE FISCALE	
NOTE DE MÉTHODOLOGIE	72

#### Modèle d'affaires

#### Un groupe familial

Créateur de valeur, indépendant depuis 1979 et avec un ancrage territorial fort.



#### Entreprise à Mission depuis octobre 2019

Reconnect people to Nature

Promouvoir le lien entre nos communautés et la nature car nous sommes convaincus que la nature a un impact positif sur le bien-être des personnes et donc sur leur envie d'agir pour la planète.

#### Nos ressources



**Humaines**16 300 collaboratrices et collaborateurs dont 81% de femmes

Présence dans plus de 110 pays

49% de femmes dans le top management

#### **Environnementales**

76 964 MWh d'énergie consommés

265 701 m³ d'eau consommés

75% des plantes de nos filières stratégiques cultivées en agriculture biologique

230 ingrédients botaniques d'origine naturelle

500 filières végétales

#### **Financières**

Un actionnariat familial à 98,71%

## Communautés



Une force de vente de plus d'un million de personnes

Près de 16 000 fournisseurs

# Notre chaîne o

#### **Fabrication**

75% de nos produits fabriqués dans les 8 sites de production du groupe.







#### Recherche et développement

L'éco-conception au cœur du processus de développement produit afin d'aller vers toujours plus de naturalité, de durabilité et de qualité.

#### 9 marques engagées

dans les secteurs de la cosmétique, du textile, de la détergence et de la nutrition.

















#### avec des valeurs fortes

RESPECTUEUX

AUDACIEUX

ENGAGÉ

EXIGEANT

# de valeur intégrée

#### Distribution

Distribution dans le monde entier via 12 sites logistiques en propre et

des sites partenaires du groupe.

#### Commercialisation

Vente dans plus de 110 pays à travers un réseau de près de 2 500 magasins, de la vente par internet, directe et par correspondance.

#### Fin de vie

Une démarche d'éco-conception visant à réduire l'impact de la fin de vie des produits et de leur packaging.

#### Notre création de valeur

#### **Humaine**

Un taux d'engagement des collaboratrices et collaborateurs de 67%

73% des salarié(e)s ont eu accès à une action de sensibilisation environnementale et/ou une expérience de nature sur leur site au cours de la dernière année

Moyenne de 11h de formation par salarié(e)/an

#### **Environnementale**

31% de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> vs 2019

39 252 MWh d'énergie renouvelable consommés

Plus de 76 000 m3 d'eau économisés vs 2019

43% de filières responsables

#### Client(e)s

477 millions de produits fabriqués par le groupe et ses sous-traitants

50 millions de client(e)s

#### **Financière**

2,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires dont 61% en Europe

#### Communautés

2,3 millions de produits proposés au don

8,56 millions d'euros donnés à des associations

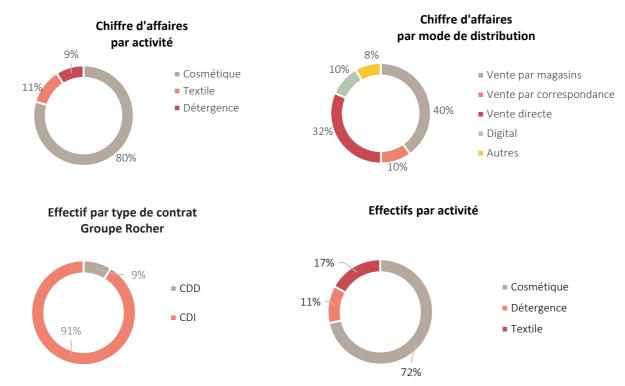
100% de la dépense achats couverte par le Devoir



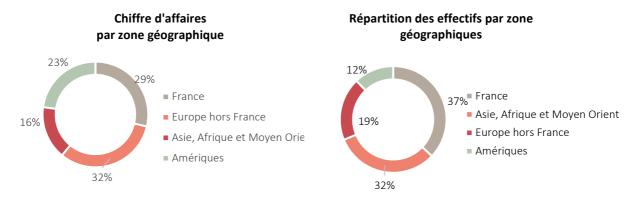


## Un groupe international et intégré

Créateur de la Cosmétique Végétale®, le Groupe Rocher met depuis plus de 60 ans son expertise au service de produits de qualité et efficaces pour toutes et tous. Au fil des années, le groupe s'est développé par la création et le rachat de sociétés ayant toutes en commun une démarche écocitoyenne et la préservation de la biodiversité. Aujourd'hui, les 9 marques du groupe en font un acteur incontournable des secteurs de la beauté et du bien-être, de la détergence et du textile-habillement.



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. La spécificité du groupe réside également dans la diversité des modes de distribution proposée par ses marques (vente par magasins, vente par internet, vente directe et vente par correspondance).



Profondément ancré dans ses racines bretonnes, le groupe est résolument tourné vers l'international et stimule la vitalité des territoires où il est implanté grâce à ses activités industrielles mais aussi grâce à son implication dans le développement local.

#### Des marques engagées

Créatrice de la Cosmétique Végétale® depuis 1959, la Marque Yves Rocher révèle le pouvoir des plantes dans des produits et services toujours plus efficaces et naturels. Avec une chaine de valeur sans intermédiaire de la production agricole & industrielle à La Gacilly jusqu'à la distribution via ses réseaux de vente, les experts d'Yves Rocher travaillent pour améliorer son impact environnemental et social. Engagée avec ses collaboratrices et collaborateurs, client(e)s, partenaires et mécène de la Fondation Yves Rocher, la marque agit pour révéler, protéger et transmettre le pouvoir des plantes.

Depuis 1980, la Marque Arbonne innove en utilisant des ingrédients d'origine végétale fondés sur la science, la recherche clinique et des normes de sécurité élevées. Grâce à une approche holistique de la arbonne. beauté, de la santé et du bien-être, Arbonne met l'accent sur sa mission de proposer un mode de vie sain et durable afin de permettre à toutes et tous de s'épanouir en prenant soin d'eux-mêmes, de leur communauté et de la planète. Cette approche, jumelée à un modèle d'affaires entrepreneurial, favorise un état d'esprit positif qui aide les femmes et les hommes, et toutes les communautés à s'épanouir.

Née à Troyes en 1893, la Marque Petit Bateau s'engage à être la marque la plus durable et inspirante de l'enfance, grâce à ses savoir-faire porteurs de qualité tout en laissant petit(e)s et grand(e)s libres de leurs mouvements dans leurs vêtements. Comment ? En transformant sa manière de fabriquer et de partager ses produits, en utilisant des matières naturelles et recyclées et en contribuant à façonner une économie de plus en plus circulaire.

La science et les plantes médicinales en héritage inspirent la Marque Dr. Pierre Ricaud depuis 1986 pour concevoir des soins experts anti-âge. Sa mission : donner le pouvoir aux femmes de vivre chaque Dr. Pierre Ricaud âge comme le meilleur, en se reconnectant à elle-même, aux autres et à la nature. Une vision singulière au service de la beauté et du bien-être des femmes.

**STANHOME** Convaincu que la nature est indispensable à l'équilibre des vies, Stanhome incarne la passerelle entre le monde intime des maisons et les bienfaits du monde extérieur en général et de la nature en particulier. Son engagement « Faire entrer la nature dans nos maisons pour le bien-être au quotidien de toutes les familles » s'incarne de génération en génération, en transmettant le secret du mieux-vivre et du bien-être, en offrant à ses client(e)s des marques reconnues et approuvées par plus de 250 000 ambassadrices en vente directe :

La Marque Stanhome a été créée aux Etats-Unis en 1931 par Stanley Beveridge, pour prendre soin de la maison et de la famille. Concentration et efficacité restent son savoir-faire. Kiotis signe depuis 2001 des soins sensoriels qui puisent leur efficacité dans la richesse des huiles essentielles.







Moments de beauté enchantés inspirés par les merveilles de la nature

Fondée en 1997, la Marque SABON propose des produits pour le visage, le corps, le bain et la maison infusés de minéraux précieux et d'ingrédients botaniques de la Méditerranée. Les créations SABON naissent de la rencontre d'une touche de poésie et d'un don pour la découverte, pour l'émerveillement.

flormar La Marque Flormar a 70 ans d'expertise dans le domaine de la beauté et au service des femmes, en tant que leader du marché en Turquie, et via une présence dans plus de 70 pays. La marque est le maître de la couleur, offrant à toutes les femmes un maquillage de haute performance et un service professionnel à des prix abordables. Elle s'engage avec passion pour sa vision *Stay Colorful Move Clean* tout en développant et en fabriquant des produits colorés.

## 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 PACTE <sup>2</sup> française. Audelà de sa profitabilité économique, la raison d'être du groupe 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 mission de reconnecter ses communautés à la nature. La raison d'être 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 au service du bien commun : reconnecter les femmes et les hommes à la nature. Pour remplir sa mission, le Groupe Rocher se donne comme ambition de mobiliser ses parties prenantes internes et externes en les sensibilisant et les formant aux enjeux de la nature afin qu'elles puissent passer à l'action en faveur de la nature. Pour cela le groupe a revu ses objectifs statutaires en 2022(cf. Rapport de Mission 2023) :

- I. Promouvoir et faire vivre des expériences de nature à ses parties prenantes, à travers un ensemble d'animations en vue de leur prise de conscience des enjeux de la nature et d'opportunités à expérimenter et ressentir les liens avec la nature.
- II. Former aux enjeux de la nature et aux limites de la Terre, par un corpus de formations et programmes d'éducation favorisant la compréhension par nos parties prenantes et nourrissant leur capacité d'agir en faveur de la nature,
- III. Agir en faveur de la nature, en visant à concilier activités humaines et réduction de l'impact sur les ressources naturelles, intégrant les limites de la Terre.

Afin de suivre cette ambition de mobilisation et l'avancée de la mission, le Comité de Mission suit deux à trois fois par an les projets et indicateurs de performance clés liés à ces objectifs.

Le Groupe Rocher a d'ailleurs reçu la distinction Cosmétiquemag RSE 2022 pour son engagement en tant que pionnier de l'Entreprise à Mission et continue de partager son expérience pour inciter d'autres structures et entreprises à adopter ce statut lors de nombreuses conférences et tables rondes comme à la cérémonie des Cosmétiquemag awards en juin 2022, aux Rencontres Économiques d'Aix-en-Provence en juillet 2022, aux Assises de l'économie de la mer à Lille en novembre 2022 aux côtés de l'Office français de la Biodiversité ou au colloque de la Ligue de Protection des Oiseaux « Biodiversité et climat » en décembre 2022 à l'Académie du climat à Paris.

Enfin, en 2021, Yves Rocher Italie et Stanhome Italie ont également adopté le statut de *Societa Benefita* codifié par le droit italien et s'apparentant au statut d'Entreprise à Mission français. Pour donner suite à ce changement de statut, Stanhome Italie a publié son premier Rapport d'Impact Annuel en 2022<sup>3</sup> fixant les objectifs à poursuivre au

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises

<sup>3</sup> https://www.stanhome.it/flexible-page/societa-benefit-4

cours de l'année et visant à mesurer l'impact généré sur la gouvernance, les salarié(e)s les parties prenantes locales et l'environnement

#### Un plan stratégique à horizon 2030

Afin de concrétiser ses engagements et répondre aux problématiques environnementales et sociales actuelles et futures, le Groupe Rocher s'est doté d'un plan stratégique global à long terme décliné en termes de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) à horizon 2030.

En 2022, il est à noter que le groupe a été directement impacté par le conflit entre la Russie et l'Ukraine, par le fait même que ses marques opèrent commercialement sur ces zones. Le groupe et la Marque Yves Rocher ont uni leurs forces et ont mis en place des initiatives de soutien à plusieurs niveaux (soutiens financiers et psychologiques des collaboratrices et collaborateurs, donations etc.). Les effets indirects ont été forts, puisque les impacts financiers liés aux baisses de volume, aux coûts et aux disponibilités des différentes énergies ont été significatifs et durables. En conséquence, les trajectoires d'impact environnemental sont infléchies dans certaines de leurs modalités.

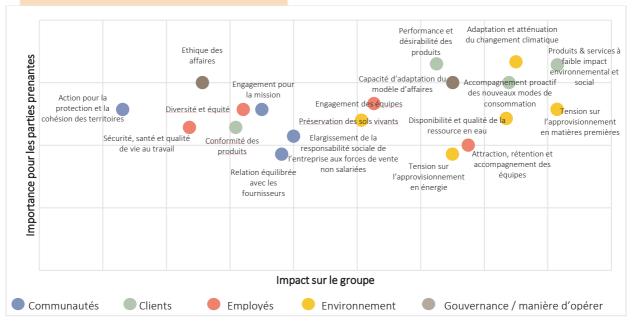
D'autres facteurs externes, comme les périodes de confinement, la volatilité des coûts, la raréfaction des ressources, les évolutions réglementaires, toutes ces mutations contextuelles de modèle d'affaires ont entrainé des ruptures et des pertes économiques pour le Groupe Rocher et ses marques. Compte tenu de ces événements externes et fort des atouts du groupe, le plan stratégique global et ambitieux à 2030 a été reprécisé afin de restaurer les marges de manœuvre de l'entreprise, transformer le groupe et l'adapter aux évolutions du monde. Ce plan global s'appuie sur la RSE comme un des moteurs de la transformation du groupe. Ainsi des ambitions RSE ont été déclinées en lien avec le plan stratégique global du groupe et sur la base de ses enjeux matériels.

Une première analyse de matérialité a été réalisée en 2020, grâce à un travail de co-construction ayant mobilisé différentes parties prenantes du groupe pendant plusieurs mois. En 2022, une mise à jour de la matrice de matérialité groupe a été réalisée afin de réévaluer les priorités au regard du contexte évolutif, de mieux intégrer les enjeux spécifiques des marques liés au climat et à la biodiversité, et d'anticiper les futures exigences réglementaires. Cet exercice a mobilisé des parties prenantes internes (Direction risques, Direction contrôle de gestion, Direction RH, Groupe Rocher Opérations, Directions RSE groupe et marques, collaboratrices et collaborateurs identifiés), mais aussi des parties prenantes externes (Organisations Non Gouvernementales (ONG), fournisseurs, client(e)s, membres externes du Conseil d'Administration, partenaires sociaux, autres partenaires, agent(e)s et consultant(e)s retail). Au total, ce sont plus d'une vingtaine de parties prenantes qui ont été mobilisées via des entretiens, des enquêtes et des ateliers participatifs. Cet exercice a permis de mettre à jour la liste des enjeux matériels du groupe et de les prioriser, en fonction de leur importance pour les parties prenantes et de leur impact potentiel sur les activités du groupe.

19 enjeux matériels ont ainsi été identifiés et répartis-en 5 catégories : environnement, employé(e)s, communautés, client(e)s, gouvernance/manière d'opérer. Ces résultats ont par ailleurs fait l'objet d'une validation par le Comité Exécutif du groupe.

La matrice de matérialité 2022 confirme la cohérence entre les attentes des parties prenantes du groupe et les axes d'actions identifiés dans le plan RSE stratégique à 2030. Elle démontre l'importance croissante des enjeux liés au climat et à la biodiversité et la nécessité de faire évoluer rapidement les modèles d'affaires au service d'une consommation plus responsable impliquant davantage les client(e)s.

# Matrice de matérialité du Groupe Rocher 2022



#### 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 4 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 des marques et des métiers. Ces objectifs ont été construits en s'appuyant sur des études de marché et sur les retours des expert(e)s internes afin d'évaluer la justesse des niveaux d'ambitions.

#### **COMMUNAUTÉS**

Collaborer avec nos parties prenantes pour les engager dans notre mission

- Impact sur les communautés
- Achats responsables
- Dupliquer le modèle de La Gacilly



#### CLIENT(E)S

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

- Éco-conception
- Transparence
- Consommation responsable

#### SALARIÉ(E)S

Accompagner nos équipes comme actrices de notre mission

- Transformation des carrières
- Engagement des salarié(e)s
- Égalité et diversité

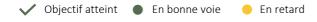
#### **ENVIRONNEMENT**

Favoriser l'innovation frugale et agir en faveur de la biodiversité pour protéger le vivant

- Biodiversité
- Carbone / Plastique / Eau
- Numérique responsable

#### Synthèse de la performance RSE groupe

PILIER	INDUCTEUR	OBJECTIF	2019	2022	TENDANCE
COMMUNAUTÉS	Impact sur les communautés	100% des salarié(e)s ont eu accès à une action de sensibilisation environnementale et/ou une expérience de nature sur leur site au cours de la dernière année	-	73%	•
	Achats responsables	80% des montants d'achats sont couverts par le Code de Conduite Fournisseurs en 2023	-	76%	•
		100% des montants d'achats couverts par le processus du Devoir de Vigilance en 2023	-	100%	~
	Dupliquer le modèle de La Gacilly	-75% tCO₂eq⁴ sur les 14 établissements du Groupe à La Gacilly, Rieux & Ploërmel à 2025 vs 2019	3 948 tCO₂eq	-32%	•
CLIENT(E)S	Consommation responsable	100% de l'impact environnemental matériel des points de vente est monitoré via le reporting environnemental du Groupe Rocher en 2023	0%	100%	<b>~</b>
SALARIÉ(E)S	Engagement des salarié(e)s	Taux d'engagement supérieur de minimum 25 pts par rapport aux références externes d'ici 2030	-	9 pts	
		4 000 salariés dont tous les nouveaux entrants dans le groupe ont eu l'opportunité de participer à la <i>Nature Academy</i> d'ici 2025	-	1 693	•
	Égalité et diversité	Parité femmes/hommes dans les organes de gouvernance de l'entreprise d'ici 2030	48%	49%	•
	Biodiversité	Tous les salarié(e)s appartiennent à un site ayant un plan de gestion biodiversité d'ici 2030	-	24%	•
		100% d'ingrédients botaniques issus de filières responsables et durables d'ici 2030	-	43%	•
	Carbone	-30% tCO <sub>2</sub> eq en 2030 vs 2019 au niveau groupe sur les scopes 1 & 2	24 313	-31%	<b>✓</b>
		-27% tCO₂eq en 2030 vs 2019 au niveau du groupe sur le scope 3	434 152	-26%	•
	Plastique	-30% de plastique (g/ml) mis sur le marché en 2030 vs 2019	0,1368	-7,61%	•
ENVIRONNEMENT		100% de plastique recyclé d'ici à 2030	-	34%	•
		-30% de consommation d'eau industrielle (m³/t de produit) d'ici 2030 vs 2019	39,9	-11%	•
	Eau	100% de nos formules détergentes rinçables contiennent au moins 95% d'ingrédients biodégradables d'ici 2030	-	89%	•



 $<sup>^4</sup>$  tCO2eq: tonnes équivalent CO2 = indice qui permet de comparer les impacts que les gaz à effet de serre (GES) ont sur l'environnement en simplifiant cette comparaison et permet également de les cumuler grâce à un unique indice.

#### Une gouvernance renouvelée au service des ambitions RSE 2030

Afin d'incarner et déployer sa mission, le groupe a mis en place une organisation RSE. Cette gouvernance est adaptée pour répondre aux exigences de la Loi PACTE française et intégrer plus en amont la RSE dans les stratégies des marques et des métiers en garantissant une coordination et une cohérence globale via un pilotage niveau groupe. Ainsi, au sein de chaque marque ou métier, le Comité de Direction s'est doté d'une ou d'un Sponsor RSE, chargé d'intégrer les sujets RSE au plus haut niveau de la stratégie des marques. Ces Sponsors se réunissent tous les mois avec la Direction Mission & Impact groupe à laquelle ils sont rattachés fonctionnellement afin de partager, suivre et challenger les avancées RSE des marques.

Responsable de la cohérence de la stratégie RSE, la **Direction Mission & Impact groupe** inspire le Comité Exécutif pour la définition de la stratégie RSE. Elle pilote le déploiement de la mission et nourrit le Comité de Mission. 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 de 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 annuellement.

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

groupe

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 leur stratégie RSE. Ils ont également en charge de partager les orientations et avancées RSE au cours d'un comité mensuel inter-marques & métiers RSE animé par la Direction Mission & Impact 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(e) ou plusieurs **Leaders RSE** agissent au sein de chaque marque et métier central. Les Leaders RSE définissent et pilotent des plans d'actions opérationnels sur leur périmètre et garantissent la remontée des informations au niveau du groupe, sous la responsabilité des Sponsors RSE. Participants aux réunions thématiques hebdomadaires RSE, elles et ils interagissent avec les autres Leaders RSE, les Sponsors RSE et la Direction Mission & Impact groupe.

Des **comités ad hoc** sont également mis en place pour avancer collectivement sur des sujets RSE transverses. Ils favorisent la synergie, 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 Sponsors et Leaders RSE collaborent avec un réseau de correspondant(e)s RSE 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 aux différents reporting et questionnaires B Corp de leur périmètre avec les expert(e)s métiers locaux.

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

La certification B Corp distingue les entreprises alliant performance économique et engagements environnementaux et sociétaux. Basée 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 activités d'une entreprise : gouvernance, salarié(e)s, communautés, environnement et client(e)s. Le mouvement fédère également un mouvement d'entreprises engagées œuvrant pour une collaboration commune et un impact plus 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.

Depuis 2021, le projet B Corp a été lancé avec toutes les parties prenantes. Il permet la constitution d'une vision consolidée de la performance complète du Groupe Rocher sur les 5 domaines d'impact listés ci-dessus en une note unique. En s'appuyant sur l'expertise de la Direction Mission & Impact groupe, le réseau des Leaders et Sponsors RSE et les correspondant(e)s locaux présents dans chaque filiale, 24 évaluations (B Impact Assessments) sont menées chaque année pour couvrir l'intégralité des activités du groupe. Les résultats 2022 démontrent une progression nette de la prise en compte des impacts environnementaux et sociétaux au sein de l'ensemble des périmètres du Groupe Rocher (progression de 11 points au niveau du groupe par rapport à 2021 sur l'auto-évaluation réalisée).

A la suite de ces évaluations, 47 catégories d'impact sont analysées avec les équipes d'expert(e)s concernés pour définir les priorités et axes d'améliorations au niveau du groupe et des marques. Ces exercices réguliers permettent d'identifier et de préparer les plans d'actions annuels à mettre en place afin d'atteindre le score nécessaire pour obtenir la certification B Corp.

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 par exemple 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).

## DES SALARIÉ(E)S ENGAGÉS AU SERVICE DE LA MISSION

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 à hauteur de 20% (pour moitié collective, pour moitié individuelle) dans les objectifs annuels de tous les salarié(e)s 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.

Acteur de l'égalité des genres et de toutes les diversités, le groupe forme ses salarié(e)s 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 collaboratrices et collaborateurs, en 2021 le groupe a engagé une démarche de définition des principes de responsabilité sociale applicables au niveau mondial, pour toutes ses marques et à l'ensemble des salarié(e)s. Agissant comme un socle de standards, chaque entité a vocation à contribuer à leur mise en œuvre et à leur respect et a 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

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

#### Assurer le respect des droits humains

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.

#### Prohiber toute forme de travail forcé et de travail des enfants

Le Groupe Rocher prohibe toute forme de travail des enfants et de travail forcé ou obligatoire en son sein. Au-delà des audits réguliers <sup>5</sup> des filiales du groupe par les équipes de contrôle interne, les collaboratrices et collaborateurs sont sensibilisés sur le sujet via non seulement la diffusion du Code de Conduite des Affaires mais également via le déploiement d'un dispositif d'apprentissage en ligne (ou *e-learning*).

#### Favoriser le dialogue social

Le Groupe Rocher souhaite favoriser un dialogue social constructif dans le respect de chacune et chacun, ainsi que la libre expression des collaboratrices et collaborateurs. Le groupe s'assure du respect de 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 2 entreprises ou établissements situés dans 2 Etats membres de l'Union Européenne différents. 27 représentant(e)s de salarié(e)s des filiales européennes y siègent et 21 se sont réunis sur 2 journées en 2022.

#### **BONNE PRATIQUE**

Au-delà de ses obligations légales en la matière, la filiale Flormar en Turquie a mis en place en 2019 une instance de représentation du personnel. Cette instance composée de 12 membres élus par les salarié(e)s est renouvelable par 1/12<sup>ème</sup> chaque année.

#### Veiller à la santé-sécurité et aux bonnes conditions de travail

#### Santé - sécurité

Le Groupe Rocher veille à la sécurité tant physique que psychologique de ses collaboratrices et collaborateurs. Dans ce cadre, pour garantir à son personnel un environnement de travail sûr, il s'attache à mettre en œuvre les mesures d'identification des risques et de préventions appropriées.

En premier lieu, cela passe par une sensibilisation de chacune et chacun aux risques inhérents à son poste afin que toutes et tous connaissent et respectent sans compromis les exigences associées à leur poste en matière de sécurité.

Des actions sont menées chaque année tant sur les sites français qu'internationaux 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 travailleuses et travailleurs en situation de handicap.

En 2022, le groupe et la Marque Yves Rocher ont uni leurs forces et mis en place des initiatives de soutien à la filiale ukrainienne à plusieurs niveaux, dont notamment des soutiens financiers et psychologiques des collaboratrices et collaborateurs, ainsi que des donations.

 $<sup>^{\</sup>rm 5}$  Sur un cycle de cinq à six ans

#### **Performance**



104 accidents de travail avec arrêt ont été recensés en 2022 sur les différents sites du Groupe Rocher dans le monde.

Un changement de méthodologie de prise en compte des accidents, mais également le renforcement du télétravail et les actions de prévention menées ont permis de réduire le nombre d'accidents de 21% par rapport à 2021.

En 2022, le taux de fréquence du Groupe s'établit à 4,02, soit une baisse de 41% par rapport à 2021. Le taux de gravité du groupe s'établit quant à lui à 0,15 par rapport à 2021<sup>6</sup>, soit une hausse de 7%.



#### **BONNE PRATIQUE**

L'ergonomie a été intégrée dès la phase de conception de la nouvelle ligne *Re-Use* sur le site des Villes Geffs en Bretagne. Une démarche pluridisciplinaire et participative intégrant les collaboratrices et collaborateurs et utilisant des outils tels que la 3D et la réalité virtuelle a été mise en place dans certains projets.

#### Conditions de travail

Au-delà de la sécurité, le Groupe Rocher s'attache à offrir à ses collaboratrices et collaborateurs les meilleures conditions de travail possibles.

En 2022, le groupe a revu la structure de l'entretien annuel de performance de ses collaboratrices et collaborateurs pour y intégrer une nouvelle partie visant à recueillir leur niveau de satisfaction vis-à-vis de leurs conditions de travail. Ce recueil permet d'introduire un échange sur leur situation et leur charge de travail avec leur manager.

Pour aider les collaboratrices et collaborateurs à mieux concilier la vie professionnelle et la vie privée, le Groupe Rocher a mis en place en 2021 un Programme mondial d'Assistance aux Employé(e)s. Des professionnels (psychologues, assistantes sociales, juristes) les conseillent de façon anonyme et en toute confidentialité, via une ligne d'écoute téléphonique gratuite accessible 24h/24. Ce programme propose à la fois un soutien psychologique, une aide sociale sur des difficultés liées notamment à la famille, au handicap, au logement et d'un accompagnement juridique très large qui peut couvrir les domaines de la banque/assurance, les impôts et taxes, le voisinage... Il s'agit d'un accompagnement de court terme proposant jusqu'à 3 séances gratuites et accessibles à tous les employé(e)s, leur conjoint(e) et leurs enfants à charge.

 $<sup>^{\</sup>rm 6}$  Les taux du groupe couvrent 89% des effectifs.

#### **Performance**

D'après l'enquête salarié(e)s annuelle « Tell Us » 2022 :

78% des salarié(e)s saluent la sécurité au travail;
 79% des salarié(e)s plébiscitent l'ouverture au télétravail.

#### **BONNE PRATIQUE**

La filiale Yves Rocher Maroc sensibilise à la sécurité routière les managers de zone amenés à faire leurs déplacements professionnels en voiture et propose un coach sportif sur site pour les salarié(e)s du siège.

#### **Encourager l'évolution professionnelle**

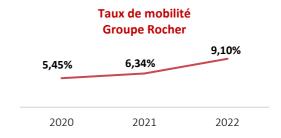
Les salarié(e)s sont mis en situation d'être actrices et acteurs de leur parcours professionnel et ce, dès la phase d'intégration et tout au long de leur parcours au sein du groupe.

Un nouveau parcours d'intégration destiné à l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs en contrat à durée indéterminée des entités et pays du Groupe Rocher *Bee Welcome* a ainsi été mis en place en 2021.

Le développement des salarié(e)s passe par une politique renforcée de mobilité interne. Pour cela, le dispositif *Mov'In* lancé en 2017 au niveau mondial et renforcé en 2021 a pour objectif de rendre la mobilité accessible de façon simple et efficace aux collaboratrices et collaborateurs du groupe. Depuis 2021, il est accessible depuis son smartphone et permet de favoriser encore davantage la mobilité, qu'elle soit géographique, fonctionnelle ou organisationnelle.

Initié courant 2022, un accord de Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels (GEPP) a été conclu avec les organisations syndicales de l'UES Rocher<sup>7</sup> le 16 janvier 2023. Signé pour une durée de 3 ans, ce dispositif s'adresse à l'ensemble des salarié(e)s volontaires en contrat à durée indéterminée de l'UES Rocher et permet d'anticiper les évolutions prévisibles de l'emploi, des métiers et des compétences, en accompagnant de manière responsable toutes les collaboratrices et collaborateurs volontaires.

#### **Performance**



#### **BONNE PRATIQUE**

Une démarche de cartographie des emplois a été initiée en France en 2022 au sein de l'UES Rocher. Cette démarche consiste à identifier :

- Les filières présentes dans le groupe ;
- Les métiers composant chaque filière ;
- Les emplois du groupe présents au sein de chaque métier. Ces emplois ont nécessairement un socle de compétences communs.

Cette cartographie est réalisée afin d'identifier les compétences clés, celles présentes au sein du groupe et les besoins en développement (formation, mobilité, recrutement) des collaboratrices et collaborateurs. L'objectif est de déployer cette cartographie progressivement partout dans le monde.

#### Développer une employabilité durable à travers la formation

La politique de développement des compétences s'emploie à fournir aux salarié(e)s les moyens

d'acquérir ou de maintenir leurs connaissances, savoir-faire et savoir-être nécessaires à une tenue

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Groupe Rocher Opérations, Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher, Yves Rocher France, Stanhome International

optimale de leurs fonctions et à l'exercice de leurs responsabilités de façon durable.

Chaque année, les collaboratrices et collaborateurs ont l'opportunité d'exprimer leurs souhaits de formation dans le cadre de leur entretien individuel d'évaluation de la performance.

L'outil digitalisé de Revue de Performance Globale (RPG) intègre ainsi depuis 2020 un catalogue de formation permettant de donner à chaque salarié(e) lors de son évaluation une vision globale des formations accessibles au sein du groupe.

#### **Performance**



#### **BONNE PRATIQUE**

Depuis 2019, l'équipe formation et les managers de la force de vente Stanhome France proposent un accompagnement personnalisé vers une certification professionnelle en vente directe à travers un titre de « Conseillère en Vente Directe » (équivalent au niveau baccalauréat (BAC)) et titre « d'Animatrice d'équipe en Vente Directe » (équivalent BAC+2). Pour la promotion 2022, 100% des candidates ont réalisé leur préparation avec un accompagnement personnalisé à distance, ont passé les différentes épreuves pour finir par la soutenance d'une problématique d'équipe devant un jury de professionnels. Le bilan est très positif avec 12 lauréates (11 titres équivalent BAC+2 et 1 titre équivalent BAC) couronnées de succès dont 2 avec la rare mention spéciale « Félicitations du Jury ».

#### Assurer l'équité et promouvoir la diversité

#### Promouvoir la diversité et l'inclusion

Accueillir le monde dans toute sa diversité et veiller à la préserver fait partie intégrante de l'ADN du Groupe Rocher, en cohérence avec sa mission. 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. Le groupe s'est donc engagé à travers ses 10 principes de responsabilité sociale à promouvoir la diversité inclusive.

En 2022, le groupe a entamé une démarche de structuration de sa politique de diversité et inclusion au niveau mondial. Dans le cadre de ce travail, le Groupe Rocher a souhaité mesurer les ressentis des collaboratrices et collaborateurs sur la diversité et l'inclusion dans le groupe. Via l'enquête annuelle d'engagement *Tell Us (cf. page* 21), les salarié(e)s ont pu exprimer leur ressenti concernant les chances d'être recruté(e) ou d'avoir des opportunités de se développer professionnellement selon 5 critères : l'âge, le genre, le handicap, les différences culturelles, et l'orientation sexuelle.

#### **BONNE PRATIQUE**

En octobre 2022, l'équipe recrutement groupe a adressé à l'ensemble des entités du groupe des guides de bonnes pratiques portant sur la diversité et l'inclusion au moment de l'étape du recrutement. Celles-ci encouragent notamment à rédiger des titres de poste et des annonces plus inclusifs. Depuis octobre 2022, sur l'ensemble des offres postées par le groupe, le paragraphe suivant peut être intégré : « Le Groupe Rocher accueille tous les talents et analyse chaque candidature avec la même attention sans distinction de genre, d'orientation sexuelle, d'âge, de culture, ou de handicap ».

# Partager nos valeurs d'inclusion à nos collaboratrices et collaborateurs

Le groupe et ses marques intègrent les problématiques de diversité et inclusion dans la gestion des ressources humaines depuis de nombreuses années.

Au-delà de l'idée de sensibilisation des collaboratrices et collaborateurs, la volonté du groupe et de ses marques est de les rendre ambassadeurs et acteurs de la promotion de la diversité et inclusion.

#### **Performance**

# Taux d'emploi moyen des personnes en situation de handicap dans le monde

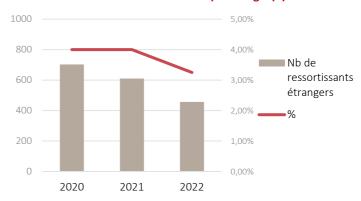


En France, le taux d'emploi des personnes en situation de handicap est de 5,28 %. Le Groupe France en 20222, hors Petit Bateau & Maille Souple, selon les méthodes de calcul françaises dans la DOETH (déclaration de l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés) est de 7,15%.

En 2022, le Groupe Rocher compte 457 ressortissant(e)s étranger(e)s. Ainsi en moyenne 3,25% des collaboratrices et collaborateurs travaillent dans un pays dont ils ne sont pas originaires. La dégradation de ce taux tient principalement au fait que certains périmètres ne sont plus inclus dans le cadre de cet indicateur en raison de règles locales de protection des données personnelles.

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

#### Taux de ressortissante)s étranger(e)s



#### **BONNE PRATIQUE**

Depuis 2022, des ateliers mensuels de sensibilisation aux biais cognitifs et management inclusif (avec un focus sur le handicap) sont déployés chez Stanhome. A horizon 2023, l'ensemble du personnel Stanhome International et France sera sensibilisé. Le déploiement de ces ateliers est prévu en 2023 en Italie et Espagne.

Dans le cadre de la Politique Handicap groupe en France, 82 salarié(e)s du groupe et de ses marques se sont portés volontaires à l'occasion de l'événement national Duodays 2022 pour accueillir une personne en situation de handicap, afin de lui faire découvrir leur métier.

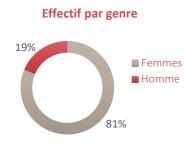
#### Garantir l'équité entre les genres

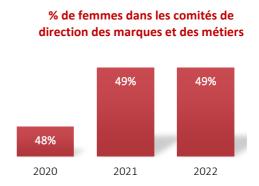
Le Groupe Rocher emploie très majoritairement des femmes et vise à une équivalence de rémunération et d'évolution professionnelle, à travail identique et ce quel que soit le genre.

Afin de renforcer le cadre de 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, 7 principes d'action qui permettent d'agir en faveur de l'égalité femmes/hommes au sein de l'entreprise.

Le groupe poursuit ses engagements en matière d'égalité entre les femmes et les hommes, en prenant pour la France des engagements supra-légaux. En effet, la Loi française impose d'ici à 2029 une représentativité des femmes dans les instances dirigeantes à hauteur de 40% dans les sociétés de plus de 1 000 salarié(e)s. Le groupe a pris l'engagement en 2022 d'atteindre une représentativité égale à 50% dans ce même cadre, d'ici 2030.

#### **Performance**





#### **BONNE PRATIQUE**

En 2022, la Marque Flormar en Turquie a obtenu le label *The Best Workplace For Women*. Ce label est attribué aux entreprises après une étude approfondie sur la culture et la confiance en milieu professionnel.

# Faire de nos collaboratrices et collaborateurs des ambassadeurs de la mission

#### S'assurer de l'engagement de toutes et tous

L'engagement des collaboratrices et collaborateurs est essentiel au succès du groupe et de sa mission.

Consciente de l'importance de maintenir l'engagement de toutes et tous, qui plus est dans un contexte complexe et fluctuant, les Directions groupe ont mis en place un suivi régulier de l'engagement de leurs collaboratrices et collaborateurs.

En 2022, l'enquête d'engagement *Tell Us* a été conduite pour la 6<sup>ème</sup> fois à l'échelle mondiale. Les résultats de cette enquête sont intégrés dans les *Business Reviews* des différents périmètres concernés afin d'orienter les plans d'actions au service de l'amélioration de l'engagement des collaboratrices et collaborateurs.

#### **Performance**

- Un taux de participation à l'enquête « Tell Us » de 88% en 2022,
- Un taux d'engagement global de 67% en 2022, soit 9 points au-dessus du benchmark international grâce au critère de la fierté d'appartenance à l'entreprise fortement porté par l'engagement social et environnemental du Groupe.

#### Sensibiliser et former aux enjeux mondiaux

Donner la capacité à ses collaboratrices et collaborateurs de répondre aux enjeux environnementaux et sociétaux tant dans leurs métiers que dans leur vie quotidienne en tant que citoyenne et citoyen est une préoccupation majeure du Groupe Rocher et passe par une meilleure connaissance de ceux-ci.

C'est la raison pour laquelle, fin 2022, le groupe a lancé un projet global de module de formation RSE visant à donner une vision de ces enjeux à ses équipes, avec pour objectif de proposer cette formation à l'ensemble de ses collaboratrices et collaborateurs d'ici 2025, avec un focus particulier sur les nouveaux entrants.

Pour les rendre actrices et acteurs de la mission du groupe « Reconnecter les femmes et les hommes à la nature », le programme Nature Academy a été créé en 2020. Ce programme vise à :

- Sensibiliser les salarié(e)s du groupe à l'importance de la nature pour la survie de l'humanité;
- Permettre aux salarié(e)s du groupe d'incarner un rôle de porte-parole de la reconnexion à la nature;
- Donner aux salarié(e)s du groupe l'envie d'agir et de prendre des initiatives en faveur de la nature.

Après une première phrase de lancement en 2021, un bilan d'étape a été établi fin 2022 de façon à ajuster les formats suivant les zones géographiques, les métiers et les cultures de l'entreprise, et avec l'objectif de proposer à terme ce programme dans le parcours d'intégration de chaque marque et métier du groupe. L'ambition du groupe est de proposer la possibilité de s'inscrire à une session de Nature Academy à son arrivée dans le groupe à tous les collaboratrices et collaborateurs d'ici 2025.

#### Performance

Depuis le lancement, 1693 collaboratrices et collaborateurs ont participé à une « marche de la reconnection » dans le cadre du programme Nature Academy. Ces marches et ateliers ont été animés par un ou plusieurs des 123 salarié(e)s, formé(e)s en tant que connecteurs du programme.



#### **Faciliter la mobilisation**

Conscient que le changement passe par l'engagement de toutes et tous, le groupe a mis en place un programme de mobilisation interne *We R Change* qui permet depuis 2016 aux collaboratrices et collaborateurs de s'engager sur leurs sites à travers des actions concrètes.

Au-delà des actions de mobilisation internes, les différentes marques du groupe développent également des actions de mécénat et de partenariat permettant à leurs collaboratrices et collaborateurs de participer sur leur temps de travail à des actions auprès d'associations ou d'organismes choisis par chacune des marques en résonnance avec la mission environnementale spécifique.

#### **Performance**

En 2022, plus de 48 sites représentant 73% des salarié(e)s du groupe ont répondu à l'appel pour faire vivre l'Entreprise à Mission, notamment :

- en faisant vivre à leurs équipes des expériences de nature : journées de plantation, de maraîchage ou de permaculture en Italie, au Maroc, en Turquie ou au Portugal ; formations auprès d'apiculteurs et activités pour découvrir la faune et la flore sauvage en Belgique et en France ; pratiques sportives en milieux naturels en Espagne et en Suède ; constructions de nichoirs et d'hôtels à insectes en Allemagne et en France ; marches en forêt en Chine et en Pologne ; récoltes de déchets au Mexique, en Thaïlande ou en Israël ;
- ou en organisant des activités de sensibilisation environnementale: Fresques du Climat chez Stanhome France, Italie, Espagne et Mexique et chez Petit Bateau France et Yves Rocher France; conférence sur la sobriété carbone pour plus de 150 collaboratrices et collaborateurs des sites France du groupe; webinars sur les bonnes pratiques en termes de numérique responsable en France, en Italie ou en Allemagne; exposition photos sur la nature en ville pour les salarié(e)s de la Marque Yves Rocher sur le site de Cap Connect à Issy-les-Moulineaux; ateliers ludiques avec l'association Water Family lors de la journée mondiale des océans le 8 juin 2022 pour sensibiliser tous les salarié(e)s Petit Bateau en Europe, au Japon et au Maroc à la préservation de la ressource eau.

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

Le Groupe Rocher développe des produits, services et modes de consommation plus respectueux de la nature dont chacune des marques s'inspire pour procurer du bien-être à ses clientes et client(e)s. Depuis la création de la Cosmétique Végétale® par Monsieur Yves Rocher en 1959, la naturalité dirige les équipes de recherche et développement 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.

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 toujours au service des client(e)s aussi bien en institut Yves Rocher, que pour les soins visage Dr. Pierre Ricaud, pour les 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 ses parties prenantes. Cet engagement s'illustre par une communication transparente avec sa clientèle, en l'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.

Le groupe facilite les actions pour consommer de façon plus responsable en intégrant cette démarche tout au long de la chaîne de valeur. Il cherche ainsi à réduire l'impact des produits sur les milieux naturels en amont grâce à l'écoconception 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 client(e)s finaux, cette stratégie porte déjà ses fruits.

#### Proposer des produits de qualité et éco conçus

Afin de proposer des produits toujours plus responsables, le groupe place l'éco-conception au cœur des processus de recherche et développement, de qualification, d'approvisionnement en matières premières et en actifs et assure la prise en compte de critères internes obligatoires (approvisionnement, renouvelabilité, naturalité, biodégradabilité, écotoxicité, transformation) à chaque étape de ces processus. Ainsi, les expert(e)s des Départements Recherche Innovation & Développement, Achats et Qualité sont impliqués dans la démarche d'éco-conception du groupe. Cette démarche permet de répondre aux enjeux de performance et durabilité des produits, de tension sur l'approvisionnement en matières premières et de conformité des produits identifiés dans la matrice de matérialité du groupe.

En 2022, des travaux ont été menés pour affiner les critères d'éco-conception des produits du groupe, sur les 3 domaines d'activités, cosmétique détergence et textile. Des outils d'aide à la décision sont en cours de finalisation et de déploiement — permettant d'accompagner les équipes de développement à prendre en compte les impacts environnementaux d'un produit sur l'ensemble de son cycle de vie dès la conception de celui-ci. Ces outils servent également à mesurer la performance en termes d'éco-conception des formules et des packaging en fin de conception.



#### STRATÉGIE ÉCO-CONCEPTION

RÉDACTION D'UNE CHARTE ET D'UNE STRATÉGIE ÉCO-CONCEPTION

Toutes les marques ont une stratégie éco-conception en 2022

MISE À DISPOSITION D'OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION

Tous les projets de développement ont été conçus en utilisant les outils d'aide à la décision en 2030

PILOTAGE DE LA STRATÉGIE

Les équipes en charge de la conception des produits ont un objectif lié à l'éco-conception en 2030

FORMATION DES ÉQUIPES

Les équipes en charge de la conception des produits sont régulièrement formées aux enjeux d'écoconception en 2030

En parallèle de ce travail en interne, le Groupe Rocher participe à l'initiative du Consortium Green Impact Index (ou GII) pour développer une méthodologie de notation de l'affichage de l'impact environnemental et social des produits de soin et de bien-être qui permettra aux consommatrices et consommateurs d'être informés de manière simple et transparente et faire donc un choix plus éclairé au moment de leur acte d'achat. AFNOR Normalisation accompagne le développement d'une AFNOR SPEC pour cette méthodologie, qui s'appuie sur divers outils de référence, dont le GII. Le déploiement de cette méthodologie par les entreprises membres du Consortium, auprès des consommatrices et consommateurs, se fera sous le nom Green Impact Index. Ainsi, au sein d'un collectif de 25 acteurs de la cosmétique, de la santé familiale et des compléments alimentaires représentant plus de 1000 entreprises renforcées par plusieurs bureaux d'études indépendants et une structure académique, le Groupe Rocher a décidé de mettre en commun son expertise avec ses pairs et d'autres parties prenantes pour proposer une méthodologie fiable, robuste et accessible qui intègre aussi bien les enjeux environnementaux et sociaux que sociétaux ou biodiversité et naturalité pour aller vers une offre de produits et services toujours plus durables pour ses marques, et pour encore plus de transparence envers ses client(e)s.

En 2022, les marques Yves Rocher, Stanhome, Kiotis et Petit Bateau ont mis à jour leur stratégie global d'écoconception produit.

#### Choix et qualification des matières premières

#### Cosmétique

Le Groupe Rocher défend pour l'ensemble de ses marques, une beauté, vraie, responsable et généreuse, plus respectueuse de la peau et de la planète.

C'est dans ce cadre qu'il a formalisé une Charte Ingrédients et une Charte Parfums regroupant :

- L'ensemble de ses engagements et des critères à respecter concernant le choix des ingrédients entrant dans ses formules et dans ses compositions parfumantes cosmétiques et non cosmétiques ;
- L'ensemble des substances qu'il interdit ou restreint ;

- Une liste positive de filtres et conservateurs ;
- La liste de tous les procédés d'obtention qu'il bannit.

L'homologation de nouveaux ingrédients et compositions parfumantes dans le groupe suit donc un processus strict d'évaluation, via des tests et des méthodes définis pour l'ensemble des expertises (analytiques, toxicologiques, microbiologiques, réglementaires...), afin de confirmer la conformité à ces chartes mais également d'assurer la sécurité de ses salarié(e)s et de ses produits, ainsi que le respect de la planète.

Aujourd'hui, 1 327 ingrédients références commerciales et 744 compositions parfumantes sont qualifiés et mis à disposition des formulatrices et formulateurs pour composer les formules cosmétiques du groupe.

D'un point de vue RSE, le Groupe Rocher évalue également l'impact de ses ingrédients et de ses compositions parfumantes. Cette évaluation est basée sur plusieurs piliers dits « RSE » :

- La naturalité et la renouvelabilité basée sur la norme ISO 16128
- Le sourcing (origine, traçabilité, pratiques agricoles)
- La conformité à la Politique Ingrédients groupe
- La localisation géographique des sites de production de ses fournisseurs
- L'évaluation des procédés de fabrication des ingrédients
- La biodégradabilité (facilement biodégradable ou pas) et l'écotoxicité (phrases de risques et pictogrammes associés).

Pour chaque pilier, des points sont attribués à l'ingrédient évalué en fonction de son niveau de conformité avec 3 niveaux « vert », « orange » et « rouge », le niveau « rouge » étant considéré comme alertant et nécessitant une évaluation plus approfondie et/ou un plan d'action ad hoc.

Chacun de ces « piliers RSE » permet également d'alimenter un outil mis à disposition des équipes de formulation pour 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.

En parallèle, le suivi de la progression de ces différents critères permet également d'alimenter un programme d'amélioration continue du portefeuille d'ingrédients et des compositions parfumantes (outil en cours de finalisation) avec des plans d'actions dédiés chaque année.

Une attention particulière est portée aux ingrédients d'origine naturelle, qui représentent la majorité du portefeuille du groupe, et notamment aux actifs d'origine végétale.

#### **Performance**

À fin 2022 8:

- 71% des ingrédients sont d'origine naturelle selon l'ISO 16128
- 68% des ingrédients sont d'origine renouvelable
- 70% sont conformes à la Politique Ingrédients groupe
- 56% des ingrédients cosmétiques sont facilement biodégradables <sup>9</sup> à plus de 50%.

#### Détergence

Pour le choix des ingrédients qui composent ses produits, la Marque Stanhome favorise l'utilisation d'ingrédients d'origine naturelle dans ses formules. La concentration des produits, un des engagements originels de la marque, est également recherchée lors de chaque développement produit. Des listes négatives, matières premières et parfums,

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Hors Arbonne, Sabon et Flormar

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Selon la définition de l'OCDE301

sont également respectées au moment du développement. La majorité des formules subit des tests supplémentaires déterminés selon l'utilisation finale du produit :

- Des tests d'usage sous contrôle dermatologique afin d'évaluer la tolérance cutanée ;
- Des tests de biodégradabilité sur la partie organique de la formule et 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 (label Air Label Score <sup>10</sup>).

Depuis 2021, Stanhome s'est engagé à obtenir la certification Ecolabel Européen <sup>11</sup> pour une sélection de produits de nettoyage les plus fréquemment utilisés et rentrant dans les catégories identifiées par la Commission Européenne.

Concernant les matières premières sensibles et plus particulièrement l'huile de palme et ses dérivés, Stanhome s'inscrit dans la Politique Sourcing Responsable groupe (cf. page 31).

#### **Performance**

#### À fin 2022 :

- 10 produits sont sur le marché avec la certification Ecolabel Européen (représentant 9 formules), correspondant à 13% du chiffre d'affaires 2022 de la gamme *Stanhome Home Care*;
- 17 formules ont passé le test d'évaluation des émissions d'aldéhydes et de composés organiques volatils de la labélisation Air Label Score. A la suite de ce test, 100% des formules ont obtenu les notes A+ ou A;
- Pour les formules des gammes engagées dans le programme Act For Green Home en 2022 (cuisine, linge, sol, salle de bain et gros travaux) :
  - > Le pourcentage moyen d'ingrédients d'origine naturelle dans les formules mises sur le marché est de 88%;
  - ➢ 89% des formules dites « rincées » (hors éditions limitées jusqu'en août 2022) sont facilement biodégradables sur la partie organique de la formule et selon les lignes directrices de l'OCDE 301F extrapolées à un mélange ;
  - > 93% des formules contiennent un amérisant afin de limiter le risque d'ingestion par les bébés et les enfants (hors aérosols, solides et formules contenant une autre matière première avec une odeur répulsive).

#### **Textile**

La Politique Achats 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.

En 2022, 46% des tricots sont réalisés en France et près de 80% sont confectionnés avec les fils achetés par Petit Bateau.

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

<sup>&</sup>lt;sup>10</sup> Air Label Score : premier label international indiquant clairement la non-toxicité des produits dans l'air intérieur. 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/

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> 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.

En 2022, 80% des fils de cotons achetés sont issus de l'agriculture biologique et certifiée, tout en répondant aux attentes de qualité des client(e)s.

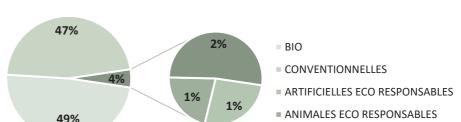
A 2025, 100% des matières au catalogue Petit Bateau seront dites éco-responsables, c'est-à-dire qu'elles comporteront un seuil minimum de fibres organiques et/ou recyclées permettant de répondre aux différents standards de certification retenus par la marque (GOTS, GRS, RWS, Master of Linen, European Flax, PEFC et FSC). Pour aller encore plus loin, Petit Bateau s'engage dans la circularité avec pour objectif d'intégrer du coton recyclé dans ses produits, à hauteur de 50%, si la tenue des critères qualité est bien respectée. Pour cela, Petit Bateau travaille conjointement avec des partenaires au travers de la Chaire Bali ou du projet européen SCIRT, ou encore avec des partenaires locaux français.

#### **BONNE PRATIQUE**

4ème sujet le plus cité lors de la Consultation Citoyenne (réalisée par le Collectif mené par Paris Good Fashion en octobre 2020), la transparence est au cœur des préoccupations des consommatrices et consommateurs. Une information correcte doit être fiable et garantie. C'est pourquoi la Marque Petit Bateau a décidé de mettre en place un outil de traçabilité permettant de centraliser les données depuis ses systèmes IT ou directement auprès de ses fournisseurs. Cet outil sera ensuite une base robuste pour réaliser les mesures d'impacts environnementaux des produits (qui seront adaptées aux futures réglementations d'affichage environnemental) et pour piloter les certifications. Un POC (proof of concept) a été réalisé en 2021 et a permis d'identifier l'outil à développer. En 2022, les systèmes d'informations de Petit Bateau ont évolué et un outil d'alimentation industrielle de la donnée a été déployé. Grâce à ces outils, plus de 1 500 références seront tracées et une trentaine de fournisseurs seront sollicités en 2023 sur ce projet de transparence.

#### **Performance**

En 2022, 53% des produits de la collection Petit Bateau sont confectionnés avec des matières éco-responsables (conçues avec au moins 50% de fibres éco-responsables et certifiées), contre 30% en 2021, selon la répartition cidessous :



■ RECYCLE

Répartition de la collection en matières chez Petit Bateau en 2022

En 2022, 75% du catalogue matières (hors accessoires) est composé de matières éco-responsables et 52% du catalogue matières accessoires (chaussettes, collants, gants, bonnets, casquettes...).

#### **Nutrition**

La Marque Arbonne suit une politique stricte en matière d'ingrédients pour toutes ses gammes de produits (produits de beauté, soins de la peau, soins du corps et des cheveux, nutrition). La liste des ingrédients non autorisés d'Arbonne, qui interdit plus de 2 000 ingrédients couramment utilisés, permet à la marque de donner la priorité à l'innovation basée sur des ingrédients à base de plantes dont l'utilisation est fondée sur la science, la recherche clinique et des normes de sécurité élevées. Cette liste est réévaluée régulièrement afin de s'assurer qu'elle est conforme aux normes de sécurité et aux recherches scientifiques les plus récentes. Cette politique en matière d'ingrédients vise à garantir :

- Un impact réduit sur l'environnement (en tant qu'entreprise certifiée B Corp, la marque s'engage à réduire l'utilisation de produits chimiques nocifs à l'environnement et à réduire la consommation de ressources pour la production et les opérations);
- Le respect de normes de sécurité et de qualité élevées (en s'appuyant sur les nouvelles réglementations en matière d'évaluation de la sécurité des ingrédients, en veillant à ce que les produits soient fabriqués sur des sites respectant les bonnes pratiques de fabrication et en améliorant les pratiques de santé et de sécurité environnementales au sein de la production et des opérations quotidiennes);
- Le respect d'exigences de certification (vegan, sans gluten, sans Organisme Génétiquement Modifié (OGM), sans cruauté vis-à-vis des animaux, sans arômes, sans couleurs et sans édulcorants artificiels).

#### Sourcing

Le Groupe Rocher définit des règles strictes à respecter par toutes les équipes internes et par tous ses partenaires concernant les ingrédients, avec une attention particulière portée au sourcing des ingrédients d'origine végétale. Ainsi, une Charte Plantes <sup>12</sup> a été établie afin de définir ces règles encadrant les filières d'approvisionnement. Cette démarche initiée de longue date par le groupe se met progressivement en place sur les marques acquises plus récemment <sup>13</sup>.

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 botanique, porteuse de valeur ajoutée pour les marques (en termes de revendication, d'efficacité, de spécificité, d'attentes consommatrice et consommateur, 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.

Sur ses filières botaniques, le Groupe Rocher mène depuis de nombreuses années une évaluation détaillée pour analyser les pratiques économiques, sociales et environnementales de ses fournisseurs directs et de leurs propres filières d'approvisionnement. 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...) a été mise en place. 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 reproductibilité), en privilégiant les labels et certifications et en limitant l'interdépendance entre le Groupe Rocher et ses fournisseurs;
- Protéger les femmes et hommes et la biodiversité en s'assurant du respect des droits des femmes et des hommes impliqués dans les filières, en cherchant à co-construire une rémunération juste des producteurs/ récoltants et en soutenant la préservation et la régénération de la biodiversité dans les 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. Sur ce point, le groupe respecte le Protocole de Nagoya issu de la Convention sur la Diversité Biologique de l'ONU pour lutter contre l'érosion de la biodiversité. De surcroît, le Groupe Rocher promeut un développement économique, social, scientifique et culturel commun en veillant à renforcer l'ancrage territorial de ses filières.

En 2022, le groupe recense plus de 500 filières végétales sur un ensemble de 230 origines botaniques (plantes) différentes.

Une **filière responsable** est une filière engagée dans une démarche d'amélioration continue, pour laquelle la gestion du risque est prise en compte et dont l'impact positif peut être démontré sur au moins un pilier du développement

-

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> Périmètre Groupe Rocher hors Arbonne, SABON, Flormar car en cours de déploiement.

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> Arbonne, Sabon et Flormar

durable, c'est-à-dire sur le plan environnemental, social et/ou économique (ex : lavande certifiée bio du Sud de la France).

Une **filière durable** est une filière engagée dans une démarche d'amélioration continue, pour laquelle la gestion du risque est prise en compte et dont l'impact positif doit pouvoir être démontré sur les 3 piliers du développement durable (ex : filière certifiée *Union for Ethical Biotrade* (UEBT) comme les ingrédients cultivés à la Gacilly ou filière certifiée bio & équitable comme le karité au Burkina Faso).

Dans le cadre de la démarche d'approvisionnement durable, le groupe s'est donné pour ambition de développer des filières d'approvisionnement responsables et durables. Dans une logique d'amélioration continue, le référentiel d'évaluation de la durabilité des filières a été mis à jour en 2022. Les critères des filières responsables et durables ont ainsi été précisés afin de rester en phase avec les évolutions du contexte réglementaire et les attentes consommatrices et consommateurs :

- Critères « gestion du risque » :
  - Origine botanique
  - Pays de provenance
  - > Evaluation du risque pays
  - > Un engagement contre la déforestation avec des preuves, comme les certifications palmes et bois
  - > Traçabilité
- Critères « à impact positif » :
  - > Engagement fournisseur dans une démarche collective
  - > Bonnes pratiques agricoles et de collecte
  - Actions de partage
  - Présence de certifications (Bio, Fair For Life, Fair Trade, UEBT, etc.)
  - > Filière responsable de co-produits.

Les équipes du groupe s'engagent et agissent également en faveur de la préservation, la régénération et la transmission de leur savoir-faire en matière de protection des femmes et hommes et de la biodiversité. Le groupe les soutient au travers d'actions de partage co-financées correspondant à leurs besoins en matière de structuration de leurs filières, en cohérence avec les engagements du groupe en termes de durabilité.

#### **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 les définitions internes de **filières responsables et durables**, les ingrédients botaniques sont issus à 43% (vs 82% en 2021) de filières responsables (78% pour les filières stratégiques) et à 13% de filières durables (39% des filières stratégiques) <sup>14</sup>. La baisse du nombre de filières responsables entre 2021 et 2022 s'explique par à la mise à jour des définitions des filières responsables et durables, devenues plus exigeantes ;
- 27% des ingrédients d'origine renouvelable répondent aux critères de filières responsables ;
- Les 9 plantes emblématiques de la Marque Yves Rocher, cultivées en agriculture biologique et en agroécologie à La Gacilly, ont renouvelé leur certification UEBT en juillet 2022 ;
- 98% des nouveaux ingrédients qualifiés en 2022 sont d'origine naturelle <sup>15</sup> portant à 71% la part des ingrédients qualifiés du portefeuille formulation d'origine naturelle (vs respectivement 98% et 68% en 2021);
- 44 ingrédients ont été supprimés du portefeuille en 2022, dont 57% n'étaient plus conformes avec la nouvelle Politique Ingrédients ;

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Périmètre Groupe Rocher hors Arbonne, SABON, Flormar

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Selon la norme ISO 16 128

- 99,4% des volumes actuels d'ingrédients <sup>16</sup> contenant de l'huile de palme ou des dérivés sont certifiés Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) « mass-balanced » (bilan de masse), « segregated » (ségrégation) ou « identity preserved » (identité préservée). Le pourcentage restant est en cours de transition ;
- Le pourcentage moyen d'ingrédients d'origine naturelle dans les formules mises sur le marché pour la Marque Yves Rocher est de 89%, 87% pour la Marque Kiotis, 80% pour la gamme Stanhome Family Care et 77% pour la Marque Dr. Pierre Ricaud;
- 75% des plantes cultivées des filières stratégiques sont cultivées en agriculture biologique ;
- 98% des filières stratégiques du groupe disposent d'une traçabilité complète, c'est-à-dire jusqu'aux producteurs ou récoltants impliqués ;

#### **BONNE PRATIQUE**

Le Groupe Rocher a conçu un programme de soutien à la filière Monoï de Tahiti en collaboration avec son fournisseur historique Pacifique Sud Ingrédients qui est en lien étroit depuis 2016 avec la Maison Familiale Rurale (MFR) de Papara. La MFR est une structure d'enseignement agricole accueillant une cinquantaine de jeunes en échec scolaire et/ou issus de milieux défavorisés. Ce programme passe par l'accompagnement à la sortie du nouveau Module d'Initiation Professionnelle (MIP) Tiare Tahiti visant à renforcer la pérennité de la filière aujourd'hui vieillissante (nombreux départs à la retraite de cultivatrices et cultivateurs de tiare), et ainsi de transmettre des connaissances techniques et pratiques (stages agricoles) à des jeunes de formation agricole.

#### Matières premières sensibles 17

Sur certaines matières dites « sensibles », le groupe s'engage également à travers un processus spécifique qui vise notamment à l'identification des filières concernées et la qualification du risque afin de déclencher les actions de réduction du risque adaptées (recherche d'alternatives technologiques ou géographiques, sourcing d'ingrédients certifiés couvrant les risques identifiés, 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 États-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 processus et des collectes 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 du Jharkhand en Inde.

Le groupe a également mis en place des critères de sélection de ses fournisseurs de cire de carnauba afin de répondre aux enjeux sociaux de cette filière.

Sur l'huile de palme et ses dérivés, le Groupe Rocher a établi une Politique Sourcing Responsable dédiée s'appuyant sur les principes directeurs « NDPE <sup>18</sup> » et visant à mettre en œuvre des leviers d'action multiples : le partage des engagements NDPE 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 « mass balanced », « segregated » et « identity preserved », les mécanismes d'alerte à disposition des acteurs de la chaîne d'approvisionnement, le soutien de programmes de transformation terrain dans les zones d'approvisionnement du groupe et la participation à une démarche collective d'animation des acteurs de la filière. Ainsi, le groupe soutient un programme auprès de la Fondation Earthworm et s'est rendu en 2022 dans la région de Sabah en Malaisie où ce programme est animé par cette fondation. Ce programme vise notamment à améliorer la traçabilité de la filière palme depuis cette région, à coordonner l'action des différentes parties prenantes (institutionnelles, privées, ONG...), à accompagner l'identification et l'éradication des pratiques relatives au travail des enfants, à accompagner l'évolution des pratiques

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> En pourcentage des volumes d'achat matières première Groupe Rocher Opérations

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> Matières présentant sur leur chaîne d'approvisionnement un risque identifié de non-conformité à l'une des 5 mesures de vigilance (voir Devoir de Vigilance Groupe Rocher)

 $<sup>^{\</sup>rm 18}$  No Deforestation, No Peat, and No Exploitation

des producteurs locaux (diversification des revenus, limitation des intrants chimiques dans les plantations etc.), à la protection des zones des forêts et de la biodiversité locale en particulier pour limiter les tensions liées à cohabitation des plantations avec les zones d'habitat des éléphants.

Une veille et une identification proactive des filières sensibles est par ailleurs conduite de manière plus globale pour permettre la mise en place d'actions spécifiques sur d'autres filières à forts enjeux environnementaux et sociaux.

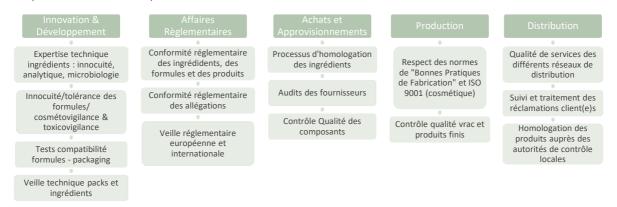
#### **Qualité**

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

Pour appuyer cette démarche, de nombreux outils et des guides de bonnes pratiques 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

Garantir la qualité est une préoccupation 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 selon une séquence de tests précise et définie à la fois par les expert(e)s du groupe (évaluatrices et évaluateurs sécurité, toxicologues, pharmaciennes et 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, etc.) 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 débuter un partenariat. Les audits sont régulièrement mis à jour afin de suivre les plans d'actions et d'amélioration définis avec les sous-traitants à la suite de l'audit qualité. Lors du développement d'un produit, chaque formule est analysée selon différents aspects. Pour identifier les risques de la formule et définir ainsi les conditions d'utilisation sûres du produit pour les client(e)s, une analyse réglementaire complète des risques des ingrédients est réalisée. Une veille réglementaire est également effectuée en France, en Italie et en Espagne mais également au niveau européen et au niveau international.

Afin de garantir la conformité à toutes les exigences qualité et réglementaire des produits cosmétiques et détergents, 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.

Fidèle à ses engagements, le Groupe Rocher ne teste pas et n'est jamais promoteur de tests sur animaux, ni pour ses produits finis ni pour 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) ;
- 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. Ces travaux portent par exemple sur de nouveaux modèles d'évaluation de l'allergie in vitro pour les ingrédients naturels.

#### **Nutrition**

La Politique Qualité d'Arbonne concernant ses compléments alimentaires est largement encadrée par la *Food and Drug Administration* (FDA) aux États-Unis. La marque, directement ou par l'intermédiaire de ses conseillères et conseillers de vente, s'engage à répondre à toutes les questions et préoccupations de ses client(e)s concernant l'information sur les produits, leur utilisation appropriée ou toute autre demande. Arbonne utilise plusieurs canaux pour recueillir les retours et les demandes client(e)s : les représentant(e)s du service client(e), les membres de l'équipe Arbonne BEST, le tiers *SafetyCall* et un Comité de Contrôle de la Qualité.

#### **Textile**

La Politique Qualité Petit Bateau, 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 100<sup>®</sup> <sup>19</sup>. 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. La marque associe ses fournisseurs à sa stratégie en s'assurant de la validité des certifications OEKO-TEX® STANDARD 100, gage de maîtrise de leur savoir-faire textile.

#### **Performance**

En 2022, 75% des produits Petit Bateau vendus sont certifiés par le label OEKO-TEX® STANDARD 100, qu'ils soient vendus à l'unité ou en lots.

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> OEKO-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.

#### Promouvoir des modes de consommation responsable

Conscient de son rôle en tant que fabricant et distributeur de produits, le Groupe Rocher entend accompagner ses client(e)s vers des modes de consommation plus responsable. Cette notion se définit et irrigue tous les aspects des propositions commerciales des marques du groupe. De l'offre produits disponibles, 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 client(e)s. Pour contribuer à cette transformation, le groupe s'appuie sur 4 leviers principaux permettant de répondre aux enjeux prioritaires « Produits et services à faible impact environnemental » et « Accompagnement proactif vers des nouveaux modes de consommation » identifiés dans la matrice de matérialité :

- 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 ses client(e)s 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 consommatrices et consommateurs.

#### Concevoir des produits et services durables

Chaque marque développe une offre de produits responsables en menant une démarche d'éco-conception. Cette démarche repose sur une approche globale de réduction de l'impact environnemental sur tout le cycle de vie des produits et services. La nature de l'offre de produits et services responsables varie selon la typologie de produit, du service et le modèle d'affaires de la marque mais sont régies par des critères obligatoires définis par le groupe (cf. *Proposer des produits et services de qualité et éco-conçus*).

Ces gammes de produits et services responsables permettent aux client(e)s de réaliser un acte d'achat engagé par rapport aux alternatives traditionnelles proposées par le reste de l'industrie.

#### **BONNE PRATIQUE**

Stanhome place le respect de l'environnement et des consommatrices et consommateurs au cœur de son modèle et de son programme Act for Green Home : une démarche innovante qui se traduit par de nouvelles formules contenant au minimum 75% d'ingrédients d'origine naturelle, des labels qui garantissent le respect des femmes et hommes et de l'environnement, de nouveaux packagings conçus pour réduire les déchets et la pollution plastique et un choix de partenaires alignés avec les engagements de marque.

Dans une démarche d'amélioration continue, la marque a enrichit ses produits pour la maison d'un nouveau label en 2022 : le Air Label Score. Ce label permet de garantir la qualité de l'air intérieur via des notes A et A+. Cette même année, la gamme Stanhome Home Care propose son premier produit solide détachant linge et la gamme Stanhome Family Care, son premier savon solide pour toute la famille. Dès 2023, la gamme Stanhome Family Care enrichira sa proposition d'offre responsable en lançant une recharge pour un de ses produits nettoyant mains et des déodorants compressés pour limiter les emballages plastiques.

#### Développer le réemploi

Afin de réduire les impacts environnementaux de la fin de vie des produits, chaque marque du groupe cherche à développer une stratégie de réemploi répondant à ses enjeux prioritaires, en vue de favoriser l'économie circulaire grâce à l'élaboration de solutions de récupération des packaging et de réemploi des produits finis.

#### **BONNE PRATIQUE**

Afin de favoriser l'économie circulaire, Petit Bateau développe des offres de produits de seconde main et a lancé une offre de location :

- En 2017, la marque a lancé une application de mise en relation des client(e)s pour la revente et l'achat de produits d'occasion Petit Bateau ;
- Depuis 2020, la marque collecte tous les vêtements Petit Bateau dans son réseau de magasins en France, en échange de bons d'achat ;
- En 2022, la revente des produits de seconde main s'est déployée dans plus de 14 points de ventes et la marque a également lancé ses premiers tests de collecte et de revente de vêtements seconde main au Japon. Au total, 110 000 pièces ont été collectées dont 84 600 revendues en circuit de seconde main. En 2023, Petit Bateau souhaite développer davantage et étendre son service de seconde main à l'Europe et proposer son service sur son site e-commerce français;
- En parallèle, la marque a lancé en novembre 2022 un service de location de vêtements de bébé proposant plus de 150 références et 3 500 pièces. Les client(e)s peuvent louer ces produits pour la durée de leur choix puis les retourner à la marque. Ils sont ensuite lavés, désinfectés, contrôlés et remis en location.

#### Promouvoir le marketing responsable

Le marketing responsable permet d'allier responsabilité de marque et efficience commerciale en veillant tout à la fois à la pertinence des messages véhiculés aux client(e)s 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 client(e)s.

#### Réduire l'impact des campagnes de marketing

La réduction de l'impact environnemental des campagnes marketing s'appuie sur 4 leviers :

- L'éco-conception des objets promotionnels à toutes les étapes de leur cycle de vie (approvisionnement, traçabilité, matériaux, production, distribution, usage et fin de vie);
- L'éco-conception des supports de communication (mailings, catalogues...) en particulier via le choix de papier certifié issu de forêt gérées durablement ou recyclé et d'encres et finitions ne perturbant pas le recyclage du support;
- L'éco-conception des outils et supports digitaux, via la réduction de l'empreinte environnementale des sites en ligne, campagnes d'emailings et l'optimisation des envois ;
- La récupération des objets promotionnels, cadeaux, et mailings (non recyclables dans les filières de recyclage classiques) dans les points de vente physiques ou auprès du réseau de vente afin de garantir un traitement approprié.

#### **BONNE PRATIQUE**

Conscient de l'impact environnemental de ses outils commerciaux et de l'inexistence des filières de recyclage pour les packaging maquillage en France, Yves Rocher France a déployé le projet RECOLTE en 2022 pour permettre à ses client(e)s de les déposer en magasin et qui en doit assurer ainsi le recyclage. 645 boutiques ont mis en place ce dispositif, collectant 72,2 tonnes de papier, 5,19 tonnes d'éléments merchandising et 1,04 tonnes de packs maquillage sur l'année 2022.

#### Promotion des engagements et de la « juste consommation »

Le marketing est un enjeu clé pour partager les engagements de la marque auprès de ses client(e)s et ainsi augmenter l'attachement à ces produits. Néanmoins et face aux dérives du *greenwashing*, le marketing est aussi source de fausses allégations sur les impacts environnementaux ou sociaux d'un produit ou d'un service. Chaque marque a la

responsabilité de s'assurer que les messages et engagements communiqués à ses client(e)s sont alignés avec ses valeurs mais également avec les enjeux RSE globaux. Il s'agit donc de définir une ligne éditoriale éthique, vérifiée et promouvant la « juste consommation ».

#### **BONNE PRATIQUE**



La concentration des formules est ancrée dans l'ADN des produits d'entretien de la Marque Stanhome. Pour cela, l'utilisation de la « juste » dose est essentielle pour éviter le gaspillage et minimiser l'impact sur l'environnement des produits. C'est pourquoi Stanhome s'engage à éduquer ses consommatrices consommateurs grâce à un réseau de conseillères et conseillers formés pour accompagner les client(e)s au quotidien dans l'utilisation raisonnée des produits et sur les bons gestes à adopter (ex : trier, jeter, recycler). La marque développe aussi des outils de communication digitaux pour informer et éduquer et met également l'accent sur l'usage raisonné des produits désinfectants au travers d'outils de communication délivrés aux client(e)s.

#### Concevoir des points de vente responsables

En tant que lieu d'interaction avec les client(e)s, les points de vente physiques ou digitaux du Groupe Rocher sont les étendards des engagements des marques. Ils doivent donc directement répondre à leurs objectifs RSE et impliquer les client(e)s tout au long du parcours marchand. Pour cette raison, l'éco-conception est la ligne directrice pour concevoir les points de vente, sélectionner les équipements et gérer leur cycle de vie complet.

#### Éco-conception des points de vente, du mobilier et des équipements

Certaines marques du groupe (Yves Rocher, Petit Bateau, SABON, Flormar, Stanhome) commercialisent leurs produits via un réseau international de points de vente physiques. Afin de réduire l'impact environnemental de ces derniers, un groupe de travail, animé par la Direction Mission & Impact groupe et regroupant les expert(e)s RSE et Retail de chaque marque, a été lancé en 2021 pour favoriser la synergie entre les marques.

La première phase d'état des lieux a permis d'identifier les principaux facteurs d'impact environnemental des magasins. Un Guide « Retail Responsable » a été diffusé à l'ensemble des marques impliquées dans le projet afin de les outiller pour la mise en place d'un Système de Management Environnemental (SME) des points de vente.

En 2022, les marques impliquées dans le projet ont travaillé à l'implémentation d'un SME permettant l'identification des impact environnementaux de leurs magasins (consommations d'énergie, déchets, consommations d'eau), la mesure de ces impacts, l'implémentation de plans d'action afin de les réduire et la fixation d'objectifs de réduction.

#### **BONNE PRATIQUE**

La Marque Yves Rocher s'est engagée depuis 2020 vers un modèle de retail responsable à travers 2 projets principaux :

- La collecte des présentoirs de mobiliers maquillage dans les 660 magasins français, soient 18 tonnes de matières collectées en 2021 et 2022 dont 6,5 tonnes ont été recyclées pour créer les nouveaux présentoirs maquillage;
- Le déploiement en 2023 de son projet « Magasin Engagé » dans ses 2 360 magasins à travers le monde. Ecodesigné à partir de matériaux recyclés et recyclables, ce modèle de point de vente sera équipé également de nouvelles vitrines moins consommatrices en énergie. Lors de l'installation, la marque accompagnera la récupération des anciens mobiliers et matériaux (43 tonnes de plastique et 1 500 mobiliers prévus pour la France, et un accompagnement stratégique à l'international).

#### Communication et participation aux engagements de marque

Afin de mobiliser sa clientèle et la sensibiliser à ses enjeux environnementaux et sociaux, chaque marque a à cœur de communiquer de manière pérenne ses engagements dans ses points de ventes physiques et digitaux. Ces

engagements sont intégrés dans le discours de vente, grâce à une formation spécifique pour le personnel de vente ; les client(e)s sont incités à s'engager aux côtés de la marque en faveur de sa mission ; les points de vente physiques et digitaux possèdent des visuels dédiés aux engagements de marque promouvant les engagements RSE tout au long de l'expérience utilisateur.

# 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 l'économie circulaire selon 2 axes principaux : le soutien à des filières de recyclage et l'allongement de la durée de vie des produits via le don de produits finis.

## Soutien à des filières de recyclage

Afin de réduire les impacts matériels de la fin de vie des produits et en complément de la démarche de réemploi, chaque marque déploie une stratégie de recyclage de ses produits et packaging via :

- La communication de consignes de recyclage appropriées pour chaque typologie de packaging, prenant en compte les spécificités des filières de recyclage locales ;
- La collecte des packaging et produits finis usagés (notamment textiles) dans le cas où aucune filière de recyclage appropriée n'existe. Ces programmes de récupération et de recyclage peuvent être mis en place dans les magasins ou via les réseaux de distribution.

## **BONNE PRATIQUE**

Depuis 2019, Arbonne s'est associée à TerraCycle™ pour collecter les emballages difficilement recyclables des produits de la marque. Après un programme pilote lancé aux États-Unis en 2021, le programme a été étendu à l'échelle mondiale (Canada, Royaume-Uni, Pologne, Australie, Nouvelle-Zélande). Depuis son lancement, ArbonneCycle a collecté plus de 1,66 million de pièces d'emballages Arbonne qui ont été détournées de la mise en décharge.

### **Dons produits**

Le Groupe Rocher entend œuvrer en faveur de la réduction de la précarité (physique, hygiénique et sanitaire) et de son impact environnemental, en donnant à des associations ses produits invendus. En application de la Loi française Anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC), le groupe et ses marques se sont ainsi associés à plusieurs ONG afin de faire don de produits neufs (en surstock et/ou avec une date limite d'utilisation proche).

En 2022, 2 321 213 produits cosmétiques et d'entretien et 25 286 produits Petit Bateau ont été donnés à diverses associations <sup>20</sup>.

## **BONNE PRATIQUE**

Dr. Pierre Ricaud s'engage depuis de nombreuses années aux côtés de Dons Solidaires. En plus du soutien régulier via le don produit, les équipes Dr. Pierre Ricaud se mobilisent plusieurs fois par an pour prêter main forte à l'entrepôt pour le reconditionnement de dons produit ou la confection de kits à destination des personnes en situation de précarité. En 2022, plus de 282 000 produits ont pu être reconditionnés grâce au soutien des salarié(s)s Dr. Pierre Ricaud. Un partenariat riche qui permet de valoriser à la fois des actions solidaires et l'engagement des collaboratrices et collaborateurs.

# Développer la transparence vis à vis des consommatrices et des consommateurs

Parce que les client(e)s sont au cœur du modèle économique des marques, le Groupe Rocher entend construire avec eux une relation de confiance basée sur une communication transparente. Ceci passe par la mise à disposition

<sup>&</sup>lt;sup>20</sup> Agence du Don en Nature, La Croix Rouge, Le Secours Populaire, Les Restos du Cœur, Dons Solidaires, Goods to Give etc.

d'informations sur les produits et services afin de permettre des choix de consommation éclairés, mais aussi une écoute attentive et un dialogue ouvert à travers la réponse aux questions et interrogations des client(e)s.

# Informer sur les produits et services

Les consommatrices et consommateurs sont de plus en plus demandeurs d'informations sur les produits et services qu'ils achètent. Soucieuses de répondre à leurs attentes, les marques du Groupe Rocher s'engagent vers une communication plus transparente répondant à leurs attentes (traçabilité des ingrédients, composition des produits, fournisseurs et sous-traitants, lieu de fabrication des produits, certifications/labels, emballage, usage et fin de vie des produit, etc.).

# **Dialoguer avec les parties prenantes**

Le Groupe Rocher entretient un dialogue ouvert, constructif et permanent avec ses client(e)s afin de développer et renforcer les liens avec elles et eux, en écoutant leurs attentes et en ayant toujours la capacité de se transformer pour mieux y répondre.

Afin d'être parfaitement à l'écoute des client(e)s, 3 procédures sont effectives dans le groupe :

- 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 étudié par des équipes dédiées 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 client(e)s et si besoin, retirer un produit du marché, le reformuler ou arrêter sa commercialisation ;
- Le « process questions sensibles » : dans chaque territoire, des interlocutrices et interlocuteurs sont identifiés et remontent à des équipes dédiées les questions des client(e)s requérant une réponse spécifique ;
- La gestion des réclamations client(e)s (cosmétiques et détergence): les réclamations associées à un produit fini sont consolidées via les différents réseaux de distribution et pays. L'objectif est double: apporter une réponse appropriée aux réseaux de distribution et client(e)s 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 indicateur majeur du processus qualité global.

# **BONNE PRATIQUE**

Dr. Pierre Ricaud est engagé auprès de ses client(e)s pour instaurer avec elles et eux une relation étroite, durable et de qualité. Ainsi la marque a été Élu Service Client de l'Année dans la catégorie Cosmétique <sup>21</sup> pour la 3<sup>ème</sup> année consécutive. Chez Dr. Pierre Ricaud, le service client(e) a le rôle fondamental de créer un lien de proximité et d'écoute auprès des femmes et des hommes.

Au-delà de ces procédures groupe, chaque marque est tenue de mettre en place un espace d'échange (processus de réponse aux questions sensibles, FAQ<sup>22</sup>...) avec ses consommatrices et consommateurs afin de répondre à leurs questions et interrogations, en portant une attention particulière aux questions les plus fréquentes.

### **BONNE PRATIQUE**

En 2022, SABON a commencé à calculer le Net Promoter Score (NPS) pour mesurer la fidélité de ses client(e)s. Le NPS a été déployé sur 7 marchés différents dont la Roumanie qui a par exemple obtenu plus de 9 points sur 10 de satisfaction client(e).

SABON a également déployé une page FAQ en ligne dédiée aux personnes visitant son site web afin de mieux communiquer avec ses client(e)s et d'enrichir l'expérience client(e) en tant que marque premium.

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> Étude BVA – Viséo CI - https://escda.fr/

<sup>22</sup> Foire aux questions

# **Communiquer sur les engagements**

Le groupe et ses marques communiquent leurs engagements auprès de leurs parties prenantes via leurs différents canaux de communications. Cette communication vise à informer les parties prenantes sur la mission du groupe, celle des marques, les stratégies RSE, les plans d'actions lancés et la performance. Chaque marque vise à terme la publication annuelle d'un Rapport de Responsabilité et d'Engagements rendu accessible à ses parties prenantes et en particulier à ses client(e)s.

## **BONNE PRATIQUE**

Afin de communiquer de manière transparente à ses consommatrices et consommateurs du monde entier, la Marque Arbonne met à leur disposition plusieurs ressources, notamment :

- Un Rapport de développement durable annuel : ce rapport témoigne des engagements sociaux et environnementaux de la marque et des progrès réalisés par rapport aux attentes des parties prenantes. Ce rapport est disponible en anglais, espagnol, polonais et français<sup>23</sup>;
- Un Rapport de certification B Corp : ce rapport de transparence basé sur les résultats de l'audit de recertification B Corp est publié tous les 3 ans par le B Lab et est disponible sur le site B Lab US<sup>24</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> https://www.arbonne.com/us/en/our-story/sustainability

<sup>&</sup>lt;sup>24</sup> https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/arbonne

# AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ POUR PROTÉGER LE VIVANT

En tant qu'acteur industriel utilisateur de matières premières naturelles, le Groupe Rocher dépend grandement des milieux naturels et de leur biodiversité. Plusieurs enjeux liés à la préservation de ces derniers apparaissent d'ailleurs comme prioritaires dans la matrice de matérialité du groupe : préservation des sols vivants, tension sur l'approvisionnement en matières premières, adaptation et atténuation du changement climatique, tension sur l'approvisionnement en énergie, disponibilité et qualité de la ressource en eau.

Depuis sa création, le groupe défend une approche respectueuse des milieux naturels et économe en ressources. Convaincu que la performance de l'entreprise est liée à sa capacité à relier les enjeux d'économie et de nature et à agir au service de la régénération des espaces naturels dans une démarche proactive, le groupe agit en faveur de la biodiversité et participe à son échelle à la lutte contre le changement climatique.

# Agir en faveur de la biodiversité sur ses territoires

Le Groupe Rocher a formalisé sa première politique en faveur de la protection de la biodiversité sur ses territoires et tout au long de sa chaîne de valeur en 2010. En 2021, cette Politique Biodiversité a été actualisée afin de garantir la continuité de la vision du groupe mais aussi d'aller encore plus loin dans la préservation de la biodiversité. Cette politique s'articule autour des 2 dimensions suivantes :

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

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

Le Groupe Rocher s'attache à renforcer le rapport au vivant en développant avec ses différentes parties prenantes des manières d'agir plus frugales vis-à-vis des milieux naturels. A cette fin, le groupe engage des programmes de recherche appliquée à travers le soutien au monde académique, mais aussi des programmes d'expérimentation prospective de pratiques de terrain. Les thématiques ciblées sont de différentes typologies : recherches sur les espèces, les écosystèmes, les sols, les dynamiques du vivant jusqu'aux dimensions de comptabilité intégrée et de finance durable.

Le soutien apporté par le Groupe Rocher aux travaux de recherches scientifiques et d'expérimentations prend les formes suivantes :

- Partenariat et adhésion à diverses organisations ;
- Appui financier et humain aux Écoles Doctorales ;
- Soutien financier et humain de thèses ;
- Participation à des concours, des bourses ou prix ;
- Aide à la publication d'ouvrages scientifiques et de guides de bonnes pratiques ;
- Participation à la recherche menée dans le cadre de chaires universitaires ;
- Expérimentation de pratiques agroécologiques sur les territoires sur lesquels le groupe est engagé.

# **BONNE PRATIQUE**

Fortement engagé sur l'ODD <sup>25</sup> 14 « Vie Aquatique » (*cf. page 66*), le Groupe Rocher est ainsi membre depuis 2021 du réseau RespectOcean pour protéger, préserver et restaurer la biodiversité marine.

Au cours de l'année 2022, plusieurs initiatives portées par l'association RespectOcean ont permis au groupe d'adresser ces questions en interne et en externe :

- Les équipes de recherche groupe ont participé activement au groupe de travail de l'association « Beauté, hygiène et protection de l'océan » qui structure un club d'entreprises et acteurs économiques de l'océan pour développer des outils et retours d'expérience qui aideront les acteurs économiques à appréhender l'impact de leurs activités, à valoriser leurs solutions et à porter leurs voix collectivement dans des instances décisionnelles;
- Claude Fromageot, Directeur Mission & Impact groupe et Président de l'association, s'est rendu en février 2022 au One Ocean Summit organisé par le gouvernement français à Brest et en juin 2022 à la Conférence des Nations Unies sur les océans à Lisbonne pour échanger sur des actions concrètes face aux grands défis qui menacent l'avenir des océans ;
- Le Groupe Rocher est co-signataire de la « Déclaration des acteurs de l'Océan » aux côtés de 126 acteurs de l'écosystème maritime français, appel collectif publié par l'association en tant que point focal France du Global Partnership for Business & Biodiversity (GPBB). Son objectif est de porter la nécessité de prendre en compte les sujets de l'océan et de la préservation de sa biodiversité en amont de la COP15 de la Convention sur la Diversité Biologique (CDB) qui s'est tenue en décembre 2022 à Montréal.

Le Groupe Rocher souhaite également jouer un rôle d'ambassadeur sur les questions de biodiversité à travers une prise de responsabilité et de parole prenant les formes suivantes :

- Partenariat avec des organisations ;
- Participation à des événements et congrès ;
- Signature de tribunes et d'engagements ;
- Participation à des formations, webinaires et groupes de travail sur la biodiversité.

# Agir de façon plus responsable en prenant en compte la biodiversité

Le groupe engage ses activités vers des formes souhaitables de sobriété et d'exigence vis-à-vis de la biodiversité. Pour cela, il agit de façon concrète, constructive et progressive sur ses propres activités et installations via des programmes long terme sur 3 thématiques principales, listées ci-dessous.

## L'approvisionnement en matières premières d'origine végétale

Le Groupe Rocher définit des règles strictes encadrant les filières d'approvisionnement en matières végétales afin d'en limiter les impacts environnementaux et sociaux (cf. page 28).

# La préservation des sols vivants

Conscient de l'impact que peut avoir son patrimoine foncier sur les sols et les milieux vivants qu'il occupe, le Groupe Rocher cherche à limiter le plus possible l'artificialisation des sols sur ses sites. Un index de préservation des sols a ainsi été développé en interne en s'inspirant du CBS+ (Coefficient de Biotope par Surface) de l'ADEME et de l'Écopotentiel (le Coefficient de potentiel de biodiversité) développé par « Bruxelles Environnement ». Cet index est calculé à partir d'une échelle d'artificialisation permettant de déterminer les différents niveaux d'artificialisation d'un site. Il a une double vocation : connaître l'impact sur les sols du foncier du groupe et éclairer les choix futurs en servant d'outil d'aide à la décision lors du choix des implantations futures du foncier et des déménagements.

<sup>&</sup>lt;sup>25</sup> Objectifs de Développement Durable des Nations Unies

Après une première phase de développement et de test, le déploiement de l'index sur les sites en propre du groupe a été initié en 2022.

# La gestion responsable des sites

Chaque site du groupe ayant un rôle à jouer dans l'engagement du groupe pour préserver la biodiversité, des plans de gestion de la biodiversité sont élaborés et déployés progressivement sur chaque site industriel, agricole et tertiaire géré par le groupe. Ces plans de gestion de la biodiversité visent à définir une feuille de route adaptée aux spécificités des sites pour réduire leur impact sur la biodiversité. Afin de faciliter l'élaboration et la mise en œuvre des plans de gestion de la biodiversité, les sites du groupe sont en train de se doter de référents biodiversité.

#### **Performance**

En 2022, 24% des salarié(e)s appartiennent à un site ayant un plan de gestion biodiversité

## **BONNE PRATIQUE**

Afin d'évaluer et d'améliorer leur impact sur la biodiversité, 6 sites du Groupe Rocher en Bretagne (France) prennent part à un programme IQER (Indice de Qualité Ecologique adapté aux Refuges LPO <sup>26</sup>) réalisé tous les 5 ans : Villeneuve, Rieux, Ploërmel, La Bergerie, Les Primevères et La Grée des Landes. Ce programme permet de sensibiliser à la biodiversité, mettre en place une gestion des espaces respectueuse de la biodiversité et mieux intégrer les sites sur leur territoire à travers un diagnostic suivi d'un plan d'actions.

# Lutter contre 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 en ce sens 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, le GIEC <sup>27</sup> estime qu'il faut réduire drastiquement les émissions anthropiques annuelles d'ici 2030 par rapport à 2010.

Afin de contribuer à son échelle à ces objectifs de réduction et à l'atténuation des effets du changement climatique, le Groupe Rocher a construit une stratégie bas carbone autour des principes de la sobriété carbone.

Par ailleurs, le Groupe Rocher a choisi de devenir, fin janvier 2021, membre de la *Task Force on Climate-related Financial Disclosure* (TCFD) <sup>28</sup> 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 ce chapitre et la TCFD a été réalisée (*cf. page 49*).

# Mettre en œuvre une gouvernance des enjeux climat

La gouvernance des enjeux climat est pleinement intégrée à la gouvernance RSE Groupe 12(cf. page 14). La Direction Mission & Impact groupe 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 biannuelle des progrès réalisés dans l'atteinte des ambitions bas carbone du groupe. Le Comité Exécutif revoit également annuellement la stratégie bas

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> Un Refuge LPO (Ligue pour la Protection des Oiseaux – BirdLife France) est un terrain public (espace vert, parc communal) ou privé (jardin, cour, terrasse, balcon...) sur lequel le propriétaire s'engage à préserver et protéger la nature au sens large : la faune, la flore sauvages, le sol, l'environnement. Pour en savoir plus : https://www.lpo.fr/la-lpo-en-actions/mobilisation-citoyenne/refuges-lpo

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> 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.

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> Groupe de travail sur l'information financière relative au changement climatique.

carbone afin de s'assurer de sa pertinence et de sa cohérence au regard des enjeux climatiques 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, Mission & Impact groupe ainsi que des Sponsors RSE des différentes marques et métiers. Ce comité se réunit une fois par an pour partager les avancées des marques et métiers sur la stratégie bas carbone et s'assurer de la bonne progression vers l'atteinte des objectifs groupe.

Le Groupe Rocher prévoit par ailleurs la mise en place d'un collectif chargé de l'élaboration de scénarios prospectifs prenant en considération les différentes hypothèses relatives au climat, y compris un scénario à +2°C ou plus.



# STRATÉGIE BAS CARBONE



# **MAITRISER LES 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 CO₂eq des scopes 1 & 2 de 50% versus 2010

## **RÉDUIRE LES 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



ACCROITRE LA RÉSILIENCE FACE AUX EFFETS DU CHANGEMENT CLIMATIQUE



# CONTRIBUER À PRESERVER ET DÉVELOPPER LES PUITS DE CARBONE NATURELS

## \*Émissions scope 1 / 2 / 3<sup>29</sup>

Dans une démarche d'adaptation au changement climatique, le Groupe Rocher a fait le choix de la **sobriété carbone** et de la **transition énergétique**. La sobriété carbone consiste d'abord à diminuer sa consommation énergétique et à améliorer ses processus pour réduire son impact carbone. La stratégie bas carbone du Groupe Rocher s'appuie donc sur 2 leviers principaux : la maitrise des émissions directes et la réduction des émissions indirectes. En complément de ces 2 axes de travail, le Groupe Rocher s'attache à accroître la résilience face aux effets du changement climatique des territoires sur lesquels il opère, des chaînes de valeur sur lesquelles reposent ses différents modèles d'affaires,

<sup>&</sup>lt;sup>29</sup> Émissions 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.).

Émissions 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).

Émissions 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 Rocher.

mais aussi à contribuer à préserver et développer les puits de carbone naturels au sein de sa chaîne de valeur afin de maximiser sa contribution à l'atteinte de la neutralité carbone mondiale.

Le Groupe 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 a travaillé à la définition d'objectifs chiffrés de réduction sur son scope 3. Afin de valider la pertinence de ces objectifs, le Groupe Rocher prévoit également de rejoindre la *Science-Based Targets initiative* (SBTi) <sup>30</sup>.

Par ailleurs, un projet doté d'une ambition spécifique a été lancé sur le territoire emblématique de La Gacilly qui regroupe des sites majeurs du groupe : La Gacilly Territoire Bas Carbone. L'ambition est de faire de La Gacilly un territoire bas carbone d'ici 2024 en réduisant de 75% ses émissions de gaz à effet de serre des scope 1&2 et en alimentant les structures du territoire avec 100% d'énergie renouvelable.

# Maîtriser les émissions directes

Le Groupe Rocher entend agir directement sur ses émissions scopes 1 et 2 à travers les 2 leviers principaux de réduction de ses émissions décrits ci-après.

### Réduire sa dépendance aux énergies fossiles

Dans une démarche d'adaptation et d'atténuation des effets du changement climatique, le groupe cherche à déployer des programmes de maîtrise de ses consommations énergétiques et d'utilisation de solutions plus efficientes en énergie. Ainsi, chaque site du groupe (sites industriels, sites tertiaires, magasins) déploie un Système de Management Environnemental (cf. page 36) lui permettant d'identifier et de déployer des leviers de réduction de ses consommations énergétiques.

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.

En 2022, au regard du contexte international, le groupe a décidé d'accélérer la baisse de ses consommations d'énergie partout dans le monde et de limiter l'impact des hausses importantes des coûts de l'énergie. Pour cela, un certain nombre de mesures de sobriété énergétique complémentaires aux plans d'économie d'énergie déjà existants ont été définies et rendues applicables dans l'ensemble des sites du groupe à l'international (industriels, logistiques, tertiaires, points de vente) :

- Consignes de chauffage à 19°C maximum pour les bureaux & points de vente ;
- Consignes limitant la climatisation;
- Consignes de chauffage dans les ateliers, les centres logistiques et les quais de chargement ;
- Extinction des lumières intérieures et extérieures dès la fermeture des sites industriels et tertiaires ;
- Extinction des enseignes lumineuses et des vitrines dès la fermeture des points de vente;
- Fermeture des portes des points de vente dès lors que le chauffage ou la climatisation est en marche ;
- Sensibilisation des collaboratrices et collaborateurs à l'importance de la sobriété énergétique.

### **Performance**

• Le Groupe Rocher a consommé sur l'ensemble de son périmètre 76 964 MWh d'énergie en 2022 contre 91 942 MWh en 2021, soit une baisse 16% de sa consommation.

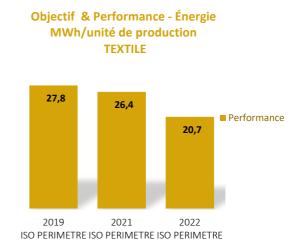
• A isopérimètre, le groupe a réduit sa consommation de 17% par rapport à 2019. Cette baisse est liée à deux facteurs principaux : tout d'abord la baisse d'activité du groupe qui s'est poursuivie en 2022, le nombre de produits fabriqués dans les usines du groupe a ainsi baissé de 26% par rapport à 2019, baisse qui s'est faite principalement ressentir dans les usines cosmétiques. Par ailleurs, le plan de sobriété énergétique mené par le

<sup>&</sup>lt;sup>30</sup> Initiative regroupant des partenaires de la sphère publique (programme *Global Compact* des Nations-Unies) et privée (World Wildlife Fund (WWF), World Resources Institute, Carbon Disclosure Project) en charge de la validation d'objectifs basés sur la science et des trajectoires climat des entreprises.

groupe depuis 2019 et renforcé en 2022 a également porté ses fruits et se fait ressentir sur la baisse de la consommation globale d'énergie des sites.

• 71% des véhicules de société sont hybrides ou électriques en France en 2022, soit 13% de plus qu'en 2021.





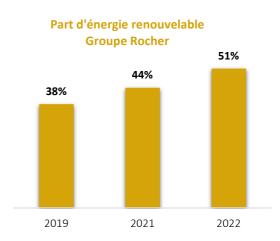
L'activité cosmétique et détergence (qui représente 70% de la consommation du groupe) a dégradé de 10% en 2022 son ratio de performance énergétique, du fait des périodes d'arrêts de production et de l'importante baisse des volumes produits depuis 2019.

L'activité textile a, quant à elle, amélioré son ratio de 26% par rapport à 2019 (MWh/tonnes de tricot traité), grâce aux nombreuses actions de sobriété énergétiques menées.

### Augmenter la part d'énergie provenant d'énergie d'origine renouvelable

En complément des programmes de sobriété énergétique, le Groupe Rocher choisit d'accompagner la transition énergétique en investissant dans les énergies renouvelables, selon une stratégie propre à chacun de ses sites en fonction de leurs territoires d'implantation. Plusieurs options sont encouragées pour favoriser le recours aux énergies d'origine renouvelable :

- Contractualisation avec des fournisseurs d'énergie d'origine renouvelable (certificats de garantie d'origine);
- Installation d'équipements de production d'énergie d'origine renouvelable sur site (panneaux solaires ou photovoltaïques, chaudière à bois, etc.).



Ainsi, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2017, 100% de l'électricité consommée par les sites du groupe en France est d'origine renouvelable, couverte par des certificats d'origine.

Au-delà des 14 sites français, 7 autres sites du périmètre environnement à l'international ont une démarche d'achat volontaire d'électricité verte. Ainsi, 85% de l'électricité consommée par le groupe est d'origine renouvelable.

De plus, les 2 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 2022, ces chaudières ont permis d'éviter l'émission de 1 222 tCO<sub>2</sub>eq, et 15 561 tCO<sub>2</sub>eq depuis leurs installations.

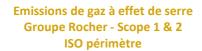
# **BONNE PRATIQUE**

Dans le cadre de ses ambitions bas carbone, 14 infrastructures du groupe situées à La Gacilly et ses environs se sont engagées collectivement à réduire leur impact carbone de manière significative notamment par le passage à 100% d'énergie renouvelable.

L'une des actions emblématiques de cette transition est la mise en place d'un réseau de chaleur depuis la chaudière à bois du site logistique de La Croix Des Archers vers le site des Villes Geffs permettant ainsi d'augmenter de 45% la part de chaleur produite à partir d'énergie renouvelable utilisée par cette usine. Ce réseau de chaleur est fonctionnel depuis janvier 2023.

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

Afin de piloter son engagement carbone, le Groupe Rocher suit 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 à partir des données reportées par ses filiales. Ce bilan GES permet d'identifier les plans d'actions afin de réduire l'empreinte carbone du groupe. Entre 2010 et 2019, les émissions ont déjà été réduites de 20%.





Les émissions de gaz à effet de serre du Groupe Rocher représentent  $16\,881\,t\,CO_2q$  en  $2022\,sur$  les scopes 1 et 2 (incluant les consommations de l'ensemble de ses magasins en fonds propres dans le monde).

A isopérimètre, le Groupe Rocher a réduit de 31% ses émissions par rapport 2019 (et de 21% vs 2021).

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 accentuées en 2022 (réduction des consommations d'énergie) et sur la transition vers des sources d'énergie renouvelables. Par ailleurs, la vente de l'usine Petit Bateau Tenmar Tricotage Teinture (Tenmar TT) au Maroc courant 2021 a impacté à la baisse les consommations d'énergie de Petit Bateau en 2022.

### Réduire les émissions indirectes

Les émissions indirectes représentent la grande majorité des émissions du Groupe Rocher, c'est pourquoi leur réduction constitue un axe majeur de la stratégie bas carbone. Les émissions scope 3 sont estimées annuellement et se veulent, pour toutes les entreprises, la meilleure estimation possible (marge d'erreur estimée de 20 à 30%). Cette estimation annuelle a permis d'identifier 5 principaux postes d'émissions sur lesquels agir afin de réduire les émissions associées au scope 3. Sur chacun d'eux, des groupes de travail ont été formés afin d'identifier et de déployer des plans concrets de réduction des émissions détaillé ci-après.

En 2022, le Groupe Rocher a travaillé à la définition d'objectifs de réduction des émissions scope 3 sur ses principaux postes dans l'optique de faire valider leur niveau d'ambition et leur compatibilité avec les objectifs de l'Accord de Paris par la SBTi.

### Réduire l'impact des produits proposés par le groupe

Cf. Diminuer notre empreinte environnementale et favoriser l'économie circulaire (page 50).

## L'éco-conception, la naturalité des formules cosmétiques

Cf. Proposer des produits de qualité et éco-conçus (page 23).

### Réduire l'impact du transport

Le transport est un poste d'émissions de gaz à effet de serre majeur du groupe. Un groupe de travail réunissant les équipes Transport, Achats et RSE des différentes marques du groupe s'est ainsi organisé en 2022 avec un double objectif: travailler avec les transporteurs afin de mesurer l'empreinte carbone des transports (amont, inter-sites et aval) et identifier des leviers d'amélioration de cette empreinte carbone. Après une 1ère phase d'état des lieux en 2022, le projet se poursuivra les années suivantes afin de suivre l'implémentation des leviers d'amélioration, mesurer la performance et favoriser les synergies au sein du groupe.

## **BONNE PRATIQUE**

En 2022, le Groupe Rocher a poursuivi en France ses engagements vers une réduction de 6% sur 3 ans de l'impact environnemental de ses transports aval Europe et inter-sites locaux pour ses activités cosmétiques dans le cadre de la démarche FRET 21 en partenariat avec l'ADEME 31. A fin 2022, l'ensemble des actions menées dans le cadre de la démarche FRET 21 a permis de réduire de 3 544 tCO<sub>2</sub>eq. Ce bilan est soumis en 2023 à vérification par une partie tierce indépendante dans le cadre du dispositif.

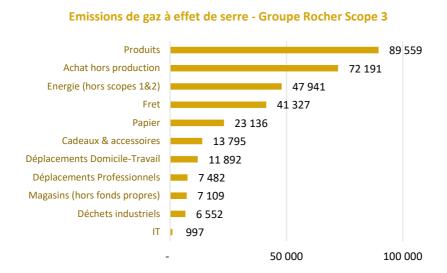
### Réduire l'impact des activités Retail

En 2022, le projet inter-marques visant à déployer un Système de Management Environnemental sur le réseau retail international a été poursuivi (*cf. page 36*). La première phase d'état des lieux réalisée en 2021 a permis d'identifier les principaux facteurs impactant les consommations d'énergie des magasins. En se basant sur cet état des lieux, les marques impliquées dans le projet ont pu formaliser leur propre SME et démarrer son implémentation. En complément des actions menées dans la cadre du plan de sobriété énergétique groupe, des actions concrètes de réduction des consommations d'énergie ont été poursuivies en 2022, notamment le déploiement des éclairages LED. A fin 2022, 81% des magasins du groupe étaient ainsi équipés de cette technologie.

## Réduire l'impact des activités digitales

Cf. Assurer une transition vers un numérique plus responsable (page 56).

# 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 321 865 tCO2eq pour l'année 2022. Ces émissions sont générées principalement par les produits (industries de production matières premières consommées par le groupe et emballages), les consommations d'énergie hors scopes 1&2 (consommations d'énergie des sous-traitant en particulier) et le transport.

<sup>31</sup> Agence française de la transition écologique

En 2021, le Groupe Rocher a fait valider sa méthodologie de calcul des émissions scope 3 par un cabinet de conseil externe spécialisé dans les enjeux de décarbonation et d'efficacité énergétique. Ce travail a permis de renforcer et préciser le calcul des émissions scope 3 afin de se fixer des objectifs de réduction des émissions. En 2022, la méthodologie a été affinée sur différents postes d'émissions comme précisé en note méthodologique.

# Contribuer à préserver mais aussi à développer les puits de carbone naturels au sein de nos chaînes de valeur

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 ».

Néanmoins, le Groupe Rocher s'attache à être dans une démarche de contribution à la neutralité carbone planétaire en préservant les puits de carbone naturels :

- Au travers de sa Politique Biodiversité visant à développer les filières d'approvisionnement responsables et durables et à favoriser la biodiversité sur ses sites et à limiter l'artificialisation des sols (cf. page 40) ;
- Plus largement, le Groupe Rocher est un des principaux mécènes de la Fondation Yves Rocher, ayant le statut de Fondation reconnue d'utilité publique (FRUP). La Fondation Yves Rocher s'engage dans la préservation de la biodiversité via 3 leviers d'actions complémentaires :
  - ➤ le développement de l'agroforesterie en partenariat notamment en France avec la Fédération nationale Afac-Agroforesteries ;
  - la restauration des forêts et la régénération naturelle des espaces naturels ;
  - > la promotion de l'engagement citoyen via des actions de sensibilisation.

En particulier, le programme Plant for Life engagé dans la plantation d'arbres depuis 30 ans, dans 40 pays, aux côtés de 60 ONG partenaires qui œuvrent localement sur leurs territoires, a permis la plantation de plus de 120 millions d'arbres dont plus de 5 millions en France.

# **Gestion des risques climat**

Le processus d'analyse des risques climat a été intégré à l'analyse des risques RSE groupe. Ainsi, la mise à jour de la matrice de matérialité en 2022 a permis d'identifier 4 enjeux majeurs liés au climat : adaptation et atténuation du changement climatique, tension sur l'approvisionnement en matières premières, tension sur l'approvisionnement en énergie et préservation des sols vivants. Dans le cadre de cet exercice de matérialité, un travail d'analyse spécifique des sous-risques climat a été mené, permettant d'identifier et de qualifier les risques physiques, leur horizon temporel, leur impact financier potentiel et leur impact sur la stratégie et la planification financière.

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

Thématique	Recommandations de la TCFD	Source de l'information	Avancement	Perspectives 2023
GOUVERNANCE				
Décrire la	a) Décrire la supervision des	Gouvernance des		
gouvernance de	risques et opportunités relatifs	enjeux climat		/
'organisation	au climat par le Conseil			,
concernant les	d'Administration			
risques et	b) Décrire le rôle du	Gouvernance des		
opportunités	management dans l'évaluation	enjeux climat		/
relatifs au climat	et la gestion des risques et			1
	opportunités relatifs au climat			
STRATÉGIE	) 5 ( · · · · · · · · · · · · · · · · · ·			
	a) Décrire les risques et	Stratégie bas carbone		
Décrire les impacts	opportunités relatifs au climat			,
existants et	que l'organisation a identifiés			/
potentiels des	pour le court, moyen et long			
risques et	terme	C++4-:-		F.,
opportunités relatifs au climat	b) Décrire les impacts des risques et opportunités relatifs	Stratégie bas carbone		Evaluation de l'impact financier
sur les activités de	au climat sur les activités de			des risques climat
				des risques ciimai
l'organisation, sa stratégie et sa	l'organisation, sa stratégie et sa planification financière			
planification	c) Décrire la résilience de la	Stratégie bas carbone		Adhésion à la SBT
financière, dans la	stratégie de l'organisation, en	Strategie bas carbone		et réflexion sur la
mesure	prenant en considération			définition de
où l'information est	différents scénarios relatifs au			scénarii climat
pertinente	climat, y compris un scénario à			Scenarii ciiinat
	2°C ou moins			
GESTION DES RISQUE	S			
	a) Décrire les processus de	Gestion des risques		
	l'organisation pour identifier et	climat		
	évaluer les risques relatifs au			
	climat			
Décrire comment	b) Décrire les processus de	Gestion des risques		
l'organisation	l'organisation pour gérer les	climat		
identifie, évalue	risques relatifs au climat			/
et gère les risques relatifs au climat				/
	c) Décrire comment les	Gestion des risques		
	processus pour identifier,	climat		
	évaluer et gérer les risques			
	relatifs au climat sont intégrés			
	dans le management des			
INDICATELIBS ET OBI	risques de l'organisation			
NDICATEURS ET OBJ	a) Décrire les indicateurs utilisés	Bilan GES scope 1 & 2		
	par l'organisation pour évaluer	bilaii GE3 scope 1 & 2		
	les risques et opportunités	Bilan GES scope 3		
Décrire les	relatifs au climat, en liaison avec			/
indicateurs et	sa stratégie et son processus de			
objectifs utilisés	management des risques			
pour évaluer et	b) Publier les émissions GES	Bilan des émissions GES		
gérer les risques et	scope 1, scope 2 et, si c'est			,
opportunités	pertinent, de scope 3, et les	Performance scope 3		/
relatifs au climat,	risques correspondants			
dans la mesure où	c) Décrire les objectifs utilisés	Maîtriser les émissions		Validation des
l'information est pertinente	par l'organisation pour gérer les	directes		objectifs de
	risques et opportunités relatifs			réduction des
	au climat, et sa performance	Réduire les émissions		émissions scope 3
	par rapport aux objectifs	indirectes		par la SBTi
				1

# Diminuer notre empreinte environnementale et favoriser l'économie circulaire

Dans le cadre de sa démarche d'éco-conception, le groupe a formalisé une stratégie plastique, une stratégie de préservation de la ressource en eau et des démarches de réduction des déchets.

# 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 PLASTIOUE**



# 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

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%

Intégrer dans les emballages en plastique du recyclé au maximum des possibilités techniques (en particulier dans les flacons)



# LANCER DES STRATÉGIES DE 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

<sup>\*(</sup>en g plastique/ml formule en 2030 versus 2019)

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 <sup>32</sup> 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 ayant eu pour résultat une baisse significative <sup>33</sup> 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 guides de bonnes pratiques, définition d'indicateurs sur les différents axes RSE).

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

- Analyse des portefeuilles produits et bilan de leur performance environnementale au regard de 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 concurrence);
- Plan de transformation technique établi avec dates et plan de mises en œuvre ;
- 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 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 2022 de faire l'objet de revues de performance, avec pour ambition d'animer une gouvernance au niveau du groupe et de permettre la capitalisation des actions et bonnes pratiques des différentes entités afin de gagner en efficacité et performance.

<sup>&</sup>lt;sup>32</sup> Key Indicator Performance : indicateurs d'une entreprise qui permettent de mesurer une performance.

<sup>33</sup> Entre 2010 et 2019 – environ 20% de réduction de poids de plastique par litre vendu pour les emballages de la Marque Yves Rocher

#### **Performance**

- Le groupe a mis 7 617 tonnes de plastique sur le marché en 2022, dont 2 609 tonnes de plastique recyclé, soit 34% du plastique utilisé, soit 5% de plus qu'en 2021;
- Le poids de plastique moyen (en gramme de plastique par millilitre de formule) à l'échelle du groupe diminue d'environ 7,61% par rapport à 2019 ; L'ensemble des marques du groupe a amélioré sa performance entre 2021 et 2022 à l'exception de Stanhome sur son périmètre Mexique.
- 76% du papier et du carton utilisé à destination des emballages sont certifiés issus de forêts gérées durablement (labélisation FSC<sup>34</sup> et/ou PEFC<sup>35</sup>).

# **BONNE PRATIQUE**

Afin de poursuivre son objectif de réduction de l'utilisation de plastique, la Marque Yves Rocher a généralisé le retrait des films plastiques autour des produits sur ses gammes de parfum en 2022. Cela représente une économie de 14 tonnes de plastique par an\* mais surtout un changement de code de marché sur cette typologie de produit. Pour aller plus loin sur le parfum, Yves Rocher prévoit également de supprimer les calages sur les deux ans à venir avec une économie estimée de 91 tonnes de carton par an<sup>36</sup> à terme.

En 2022, le Groupe Rocher continue de prendre part à 2 engagements externes forts pour agir aux côtés d'autres acteurs industriels :

- Le Groupe Rocher est signataire du Pacte National sur les emballages plastiques <sup>37</sup> 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 FEBEA <sup>38</sup> aux côtés de ses pairs, un plan d'actions pour réduire l'empreinte plastique du secteur cosmétique.

# 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, logistiques et tertiaires mais également chez client(e)s des marques du groupe ;
- Sensibiliser les salarié(e)s au tri ;
- Limiter les destructions de produits finis (cf. pages 36-37).

#### **Performance**

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

Le groupe a généré 11 377 tonnes de déchets en 2022 sur l'ensemble des sites dont 89% sont valorisés, recyclés ou réutilisés vs 12 315 tonnes en 2021, soit une baisse de 8%.

A isopérimètre, le groupe a réduit ses déchets de 26% par rapport à 2019 et de 9% par rapport à 2021, majoritairement dû à une baisse de production depuis la pandémie de COVID-19.

<sup>34</sup> Forest Stewardship Council

<sup>35</sup> Programme de reconnaissance des certifications forestières

<sup>36</sup> Selon production 2022

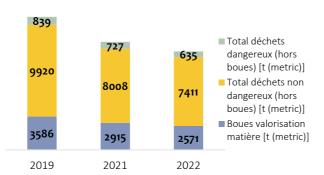
 $<sup>^{\</sup>rm 37}$  https://pacte-national-emballages-plastiques.fr/

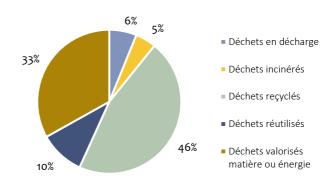
<sup>&</sup>lt;sup>38</sup> Fédération des Entreprises de la Beauté (parfum, soin, maquillage, hygiène et capillaire)

Les sites cherchent à minimiser la part de leurs déchets mis en décharge. Ainsi en 2022, 6% des déchets ont été mis en décharge, et 80% des sites n'ont envoyé aucun déchet en décharge.

# Répartition par type de déchets ISO périmètre (tonnes)

# Part des déchets par filières d'élimination





## **BONNE PRATIQUE**

Le projet Zéro Déchet initié par la Marque Flormar en 2022 a mobilisé toutes les équipes du service Qualité Sécurité et Environnement afin d'identifier, suivre, contrôler, trier et réduire les déchets générés par leurs activités industrielles. Ce projet a permis de réduire de 54 % les déchets plastiques et de 28 % les déchets contaminés en 2022. Un succès qui a permis à l'usine de production et au centre logistique de Flormar d'obtenir une certification Zéro Déchet décernée par le ministère de l'Environnement turc.

# Protéger la ressource en cau



# STRATÉGIE EAU



# COLLABORER AVEC NOS FOURNISSEURS ET SOUS-TRAITANTS

- Prise en compte l'empreinte eau dans le choix des matières premières notamment végétales
- Accompagnement des sous-traitants et principaux fournisseurs dans la gestion de leurs consommations d'eau et de la qualité de leurs rejets



# AVOIR UNE GESTION RESPONSABLE DE L'EAU DANS NOS SITES DE PRODUCTION

- Usage efficient de l'eau et recyclage interne des eaux usées
- Adaptation des systèmes en zone de stress hydrique
- Qualité des rejets

Objectif 2030 : réduction des consommations d'eau industrielle de 30% versus 2019 (m³/t de produit)



# COMMERCIALISER DES PRODUITS QUI RESPECTENT LA RESSOURCE EN EAU

- Développement de produits sans rinçage ou facilement rinçables
- Développement de formules cosmétiques et détergence rincées biodégradables
- Impact réduit des textiles sur les eaux usées de lavage

Objectifs 2030 : 100% des formules cosmétiques et détergentes rincées biodégradables

100% de produits textiles certifiés OEKO-TEX® STANDARD 100 ou GOTS

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 etc. 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 groupe est ainsi construite autour de 3 axes d'action:

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

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.

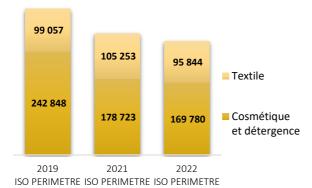
## **BONNE PRATIQUE**

Dans une démarche de réduction des consommations d'eau, l'usine de production de Flormar a réalisé des analyses de qualité des eaux usées afin d'évaluer leur potentiel de réutilisation. Ces tests ont conclu que la qualité de ces eaux était similaire à celle des eaux désionisées et un système de récupération d'eaux usées a ainsi été mis en place. Grâce à ce système, ce sont 90m³ d'eau qui sont économisés chaque mois.

Situés en Californie, une région frappée par une forte sécheresse, l'usine de fabrication de produits de soins pour la peau, le siège social et le centre de distribution d'Arbonne ont installé des systèmes d'irrigation et des équipements sanitaires à faible débit. De plus, l'usine de fabrication a mis en place des technologies novatrices de recyclage de l'eau dans les processus de nettoyage des réservoirs par lots, permettant une économie de plus de 210 m³ d'eau en 2022. La formation de la main-d'œuvre a également permis d'économiser 450 m³ d'eau supplémentaires. En 2022, Arbonne a rénové son site de fabrication pour optimiser l'eau de refroidissement à passage unique. Cette amélioration devrait permettre de réduire de 28 % la quantité totale d'eau consommée sur le site dès 2023, soit une économie d'eau de 2 460m³ par an.

#### **Performance**

Consommation d'eau Groupe Rocher - (m3/an) ISO périmètre



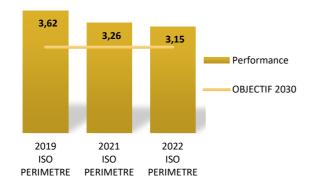
Le groupe a consommé 265 701 m3 d'eau en 2022 sur l'ensemble des sites pour alimenter les processus de production (78% de la consommation totale d'eau) et répondre aux besoins sanitaires des salarié(e)s vs 480 187 m³ d'eau en 2019.

A isopérimètre, le groupe a réduit ses consommations de 22% versus 2019 en valeur absolue.

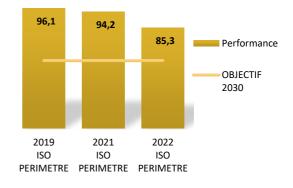
L'industrie textile consomme environ 39% de l'eau industrielle utilisée par le groupe principalement pour les bains de teinture, l'impression numérique textile et les procédés de thermo-fixation.

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 intense <sup>39</sup>.

Performance EAU - COSMÉTIQUE m3/unité de production



Performance EAU - TEXTILE m3/unité de production



<sup>&</sup>lt;sup>39</sup> https://www.wri.org – NATIONAL WATER STRESS RANKINGS

La production cosmétique et détergence a réduit ses besoins en eau industrielle de 13% entre 2019 et 2022 (m³/tonne de vrac produite). La production textile a quant à elle réduit ses besoins en eau industrielle de 11% entre 2019 et 2022 (m³/tonne de tricot traité). L

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 eau de 11%.

# Assurer une transition vers un numérique plus responsable

Chaque année, près de 4% des émissions mondiales de gaz à effet de serre sont générées par le numérique <sup>40</sup>. Les tendances observées à l'échelle mondiale présagent(e) un fort accroissement de cette empreinte dans les prochaines années. Dans ce contexte, la maîtrise des impacts environnementaux et sociaux générés par les activités numériques du groupe est indispensable pour limiter le changement climatique.

Dans cette optique, la Direction des Services Informatiques (DSI) du Groupe Rocher a défini en 2020 une démarche de responsabilité numérique. Elle est portée par une équipe en charge du « Numérique Responsable » et s'appuie sur un réseau d'ambassadrices et d'ambassadeurs au sein du Groupe Rocher formés et mobilisés pour faire vivre la démarche au quotidien et faciliter l'avancement des actions identifiées.

La stratégie numérique responsable du Groupe Rocher repose sur 4 piliers décrits ci-après : Green IT<sup>41</sup>, 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 2020, la DSI a réalisé une estimation de l'impact environnemental de ses activités. Cette estimation a permis d'identifier 2 principales sources d'émissions sur son périmètre :

- Les équipements utilisateurs (smartphones, PC, écrans, accessoires...) et leur consommation énergétique ;
- Les centres de données et leur consommation énergétique.

## **BONNE PRATIQUE**

Des décisions fortes ont été prises en janvier 2022 sur le périmètre des équipements utilisatrices et utilisateurs par Groupe Rocher Technology Solutions (GRTS) :

- GRTS équipe progressivement les employé(e)s en smartphones reconditionnés : 10% du parc de smartphones est concerné à fin 2022, avec un objectif de 40% à fin 2023 ;
- GRTS favorise la réparation et l'économie circulaire au lieu du recyclage systématique. Par exemple, en 2021, 84% des ordinateurs ont été réparés et revendus en seconde main.

# Conception responsable des systèmes d'information

Le Groupe Rocher s'est fixé pour ambition d'éco-concevoir 100% des nouveaux produits et services numériques d'ici à 2030.

<sup>&</sup>lt;sup>40</sup> Source : ADEME

<sup>&</sup>lt;sup>41</sup> Information Technology

Pour y parvenir, la DSI sensibilise régulièrement ses équipes à l'éco-conception et a mis à disposition des outils d'aide à la décision afin d'être en mesure de faire les bons choix en termes de technologies, d'infrastructures, de partenaires et de développement des systèmes d'informations :

- Une grille CSR Technology Scorecard <sup>42</sup>, dont l'objectif est de décliner opérationnellement les engagements Numérique Responsable avant de lancer tout nouveau projet IT;
- Un référentiel contenant les orientations pour une architecture IT responsable.

## **BONNE PRATIQUE**

28 des 34 projets informatiques lancés en 2022 par GRTS, soit 82%, ont eu une évaluation Numérique Responsable via la grille *CSR Technology Scorecard*.

Il est nécessaire également que l'ensemble des marques et directions des fonctions support du groupe s'engagent à adapter leurs méthodes, processus et outils de travail, en vue de favoriser la prise en compte des impacts environnementaux et sociaux susceptibles d'être générés tout au long du cycle de vie d'un produit ou service numérique.

# Sobriété des usages numériques

Le Groupe Rocher - et par extension les marques et Directions des fonctions support qui le composent - s'engage à agir en faveur d'une utilisation frugale du numérique. Le Groupe Rocher a pour ambition que :

- 100% des collaboratrices et collaborateurs de la DSI soient sensibilisés tous les ans et ce depuis 2020;
- 100% des marques aient identifié un ou plusieurs référents Numérique Responsable et aient décliné cette démarche en plan d'actions.

Afin de servir ces ambitions, le groupe continue de faire grandir son réseau d'ambassadrices et ambassadeurs du Numérique Responsable. Le réseau composé de la DSI groupe et de 15 personnes ambassadrices du Numérique Responsable en 2022 s'est enrichi de 7 nouveaux membres en 2022 au sein des équipes Innovation & Développement (I&D) et Direction Industrie & Supply Chain (DISC) et des Marques Yves Rocher et Stanhome. La DSI souhaite identifier des ambassadrices et ambassadeurs au sein de 3 nouvelles directions en 2023.

### **BONNE PRATIQUE**

La 3<sup>ème</sup> édition de la Semaine du Numérique Responsable a réuni plus de 210 participant(e)s autour de 16 ateliers en 2022. Une nouvelle occasion d'informer, sensibiliser et former les collaboratrices et collaborateurs de la DSI aux enjeux du Numérique Responsable.

Par ailleurs, en septembre 2022, une trentaine de sessions de sensibilisation ont été organisées auprès de 798 personnes dans le cadre du projet « La Gacilly Bas Carbone ».

# 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.

<sup>&</sup>lt;sup>42</sup> Tableau de bord technologique RSE

# COLLABORER AVEC NOS PARTIES PRENANTES POUR LES ENGAGER DANS LA MISSION

Le Groupe Rocher coopère avec des parties prenantes diverses (entreprises, entités professionnelles, associations, organisations gouvernementales et non-gouvernementales, organismes internationaux, réseaux locaux, systèmes éducatifs et universitaires, conventions, manifestes, labels et certifications, etc.), dont l'engagement en faveur de sa raison d'être est fondamental. Le groupe s'engage ainsi à entretenir un dialogue avec ces parties prenantes pour innover et se transformer, mais aussi à développer des relations responsables et durables avec ses partenaires externes tout au long de sa chaîne de valeur.

Ainsi, et grâce à sa position au sein de l'écosystème interne et externe, l'équipe Achats du Groupe Rocher construit des relations de collaboration :

- Avec les parties prenantes internes (ses marques et ses différents métiers) définissant les besoins de l'entreprise ;
- Avec ses fournisseurs rigoureusement sélectionnés sur la base de critères objectifs et de valeurs partagées.

En complément, le groupe endosse le rôle de mécène et encourage ses marques à construire une stratégie de philanthropie liée à leur raison d'être spécifique.

# Développer des achats durables au sein des chaînes d'approvisionnement

Le groupe s'inscrit dans un modèle d'achats durables avec la volonté de développer des relations pérennes et responsables avec ses fournisseurs, qui fait écho par ailleurs à la notion de « relation équilibrée avec les fournisseurs » définit dans la matrice de matérialité du Groupe Rocher.

En considérant les parties prenantes internes et externes, le partage et la volonté de pérennité et de responsabilité sociétale, les équipes Achats groupe sont un pivot pour :

- Accompagner les ambitions des marques et métiers en les guidant vers des choix éclairés et ceci dès la phase de l'expression du besoin et jusqu'à la sélection des fournisseurs ;
- Sécuriser grâce à :
  - L'innovation RSE : en mobilisant l'écosystème fournisseurs pour créer de la valeur pour les consommatrices et consommateurs tout en apportant des solutions durables ;
  - ➤ La conformité et la gestion des risques : en gérant la chaîne d'approvisionnement du groupe tout en construisant une relation respectueuse et éthique ;
- Délivrer les meilleurs solutions produit/service grâce aux fournisseurs qualifiés et engagés afin de développer des impacts sociétaux et environnementaux positifs.

Dans le contexte actuel et face aux enjeux de raréfaction des ressources, de fragilisation et de complexification des filières d'approvisionnement, d'accélération des tendances de consommation et des réglementations vers plus de responsabilité, le sourcing, la sélection des fournisseurs, et la gestion des panels fournisseurs s'imposent comme des leviers importants en faveur des engagements RSE du Groupe Rocher.

Inscrite dans la continuité des engagements RSE pris par le Groupe, la Direction des Achats du Groupe Rocher a formalisé en 2021 une politique et un programme d'achats durables nommé SOURCE. Elle permet d'engager pour les années à venir une approche holistique et durable.



# Politique & Programme d'Achats Durables du Groupe Rocher



# PROMOUVOIR DES ÉCOSYSTEMES ENGAGÉS

Définir et partager avec les fournisseurs les critères de sélection

Favoriser le développement de nos fournisseurs

Apprendre mutuellement et améliorer la performance RSE

KPI 1 : Améliorer la performance RSE du panel fournisseurs\*

Objectif : 50% de la dépense évaluée par EcoVadis d'ici 2025



# DÉVELOPPER DES CHAINES D'APPROVISIONNEMENT RESPONSABLES

Mettre en place des pratiques éthiques au sein de nos chaînes d'approvisionnement

Assurer la conformité de nos chaînes d'approvisionnement

Gérer et prévenir des risques au sein de nos chaînes d'approvisionnement et notamment au sein de nos filières sensibles

KPI 1: Sécuriser le panel fournisseur par le processus de gestion des risques du Devoir de Vigilance\*

Objectif: 100% du panel couvert par les mesures du Devoir de Vigilance d'ici 2023

KPI 2: Déployer le Code de Conduite Fournisseurs\*

Objectif: 80% de la dépense achats couverte par la signature du Code de Conduite Fournisseurs d'ici 2025



# FAIRE GRANDIR L'EXPERTISE RSE

Développer et accroître l'expertise RSE au sein de nos équipes achats Inspirer et partager l'expertise RSE avec nos fournisseurs



# INTÉGRER LA DURABILITÉ DANS NOS MODÈLES D'AFFAIRES VIA LES ACHATS

Sourcer des produits et des services attractifs favorisant la frugalité, la circularité et la naturalité Sensibiliser et encourager la réduction de l'utilisation des matières premières vierges Encourager nos fournisseurs à reduire leur impact et préserver l'environnement

Chacun de ces axes se déclinent en actions spécifiques pour atteindre les objectifs dans les délais définis.

\*Périmètre : achats directs et indirects, toutes marques et entités

# Promouvoir des écosystèmes engagés

Un des objectifs de la Direction des Achats groupe est de mettre à disposition des marques et des entités du groupe un panel de fournisseurs qualifiés, conformes aux exigences et performants.

Ainsi, dès la phase d'homologation des nouveaux fournisseurs, en passant par la phase d'attribution des marchés et de pilotage des fournisseurs, les critères de sélection incluent une dimension RSE.

- Phase d'homologation : l'équipe Achats s'assure de la conformité minimum du fournisseur en matière de RSE au moyen de la notation EcoVadis ou de certifications considérées comme acceptables par le groupe si la notations EcoVadis n'est pas disponible;
- Phase d'appel d'offres : l'équipe Achats définit des critères RSE (parmi d'autres critères) permettant une comparaison objective des offres fournisseurs au moyen de leur notation EcoVadis et de critères matériels spécifiques à leur catégorie et leur produit/service (ex : transports, mobilier etc.);
- Phase pilotage : l'équipe Achats définit et partage lors des *Business Reviews* fournisseurs le cap à tenir en matière de RSE en fonction de la notation et des recommandations EcoVadis ainsi que des enjeux matériels spécifiques à la catégorie et autre sujet focus/innovation responsable.

Les critères RSE font partie intégrante des critères de sélection lors des appels d'offres au sein du groupe. A ce titre, les la Direction des Achats groupe utilisent un outil appelé Daisy.

Cet outil permet de définir des critères de sélection des fournisseurs en 6 axes : la relation fournisseur, la RSE, le service, la qualité, l'innovation et les coûts.

Cet outil a été mis en place afin de répondre aux objectifs suivants :

- 1. Établir des critères de sélection clairs et partagés entre les prescriptrices et prescripteurs et les équipes Achats ;
- 2. Donner la possibilité d'accorder un poids pondéré aux critères en fonction du cahier des charges, des enjeux et des priorités du projet ;
- 3. Faciliter l'évaluation des propositions et des fournisseurs grâce à des critères communs ;
- 4. Apporter des éléments clairs pour des discussions constructives avec les fournisseurs et les parties prenantes.

Le groupe vise à ce que 50% des projets stratégiques soient couverts par au moins un critère RSE en 2025 et 100% en 2030.

Par ailleurs, le groupe favorise la diversité des structures parmi ses fournisseurs depuis plusieurs années. Une attention particulière est donnée à l'intégration d'entreprises du secteur adapté et protégé. Un indicateur relatif au montant d'achats réalisés auprès d'entreprises adaptées et d'établissements de service d'aide par le travail sur les activités d'assemblage continue d'être suivi avec un objectif plancher de 75%.

## **BONNE PRATIQUE**

En 2022, le groupe a commencé à travailler avec un nouveau prestataire pour la réalisation de ses traductions, APF Entreprise 64, une entreprise adaptée du réseau APF <sup>43</sup> France Handicap.

Enfin, le groupe organise régulièrement des journées de co-construction avec ses partenaires privilégiés afin de partager les attentes des consommatrices et consommateurs, des innovations des marchés fournisseurs, de réfléchir



<sup>&</sup>lt;sup>43</sup> Association des paralysés de France

aux stratégies de recherche et de développement, aux pratiques commerciales et industrielles et de définir ensemble les nouvelles voies de développement des produits et services du groupe.

# **BONNE PRATIQUE**

Fin 2021, une « journée d'open innovation <sup>44</sup> » sur la catégorie maquillage a été organisée avec une vingtaine de fournisseurs et prospects dans la catégorie sous-traitance. Elle s'est prolongée sur 2022 par plusieurs sessions de travail collaboratives multi-métiers.

#### **Performance**

A fin décembre 2022, 46 % de la dépense 2021 a été évaluée par EcoVadis.

# 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 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 Fournisseurs.

# **Devoir de Vigilance**

Depuis 2017, le groupe a beaucoup investi dans la mise en œuvre d'un système de conformité à la Loi sur le Devoir de Vigilance. Les détails du système mis en place ainsi que les résultats associés sont présentés dans le Plan de Vigilance <sup>45</sup> du Groupe Rocher et son compte-rendu d'application, disponibles sur le site internet du groupe <sup>46</sup>.

Dans ce paragraphe, sont présentés les résultats issus de la politique d'évaluation définie en 2019 et déployée à partir de 2020 jusqu'à la fin de l'année 2022. Cette politique a pour objectifs d'effectuer les audits documentaires et terrains issus de l'analyse des risques effectuée sur les fournisseurs, et de suivre l'évolution de leurs pratiques RSE. Ce processus de conformité est déployé sur toutes les filiales du groupe.

Les résultats sont les suivants :

- Toutes les filiales du groupe ont mis en place le processus de conformité au Devoir de vigilance;
- Au 31 décembre 2022, 89% des audits terrains et documentaires prévus sur la période 2020-2022 ont été réalisés. Une gouvernance ad hoc a été mise en place afin de statuer systématiquement sur le cas des fournisseurs non conformes;
- En 2022, 67% des fournisseurs du groupe évalués via EcoVadis ont amélioré leur note à la suite d'une réévaluation, soit 355 fournisseurs. Cette progression témoigne de l'amélioration progressive de la performance des panels du groupe sur les sujets environnementaux et sociétaux ;

Sur ces bases, l'année 2023 s'inscrira dans la continuité de l'année 2022 avec pour objectifs majeurs :

- La poursuite des audits terrain et documentaires sur les mêmes bases volumétriques qu'en 2022;
- La continuité de la gouvernance mise en place pour traiter des cas de non-conformités ;
- L'augmentation du spectre de couverture des actions mises en place à la suite des audits, pour passer d'une dynamique de correction des non-conformités à une dynamique plus globale d'amélioration des pratiques sociales et environnementales des fournisseurs de rang 1;

<sup>&</sup>lt;sup>44</sup> L'open innovation (innovation ouverte) est composée de modes d'innovations fondés sur le partage et la collaboration. En effet, elle prouve qu'il est plus efficace et rapide, dans un esprit collaboratif, de ne plus s'appuyer, principalement, sur sa propre expertise uniquement pour innover. <sup>45</sup> Le Plan de Vigilance est un document émis conformément aux articles de la Loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre.

<sup>46</sup> https://groupe-rocher.com/strategie-rse

• La poursuite des actions initiées sur les fournisseurs au-delà du rang 1 pour renforcer la gestion des risques sur les filières les plus à risques.

# Déploiement d'un Code de Conduite Fournisseurs

Afin de garantir un engagement des fournisseurs du groupe en faveur de pratiques éthiques et responsables, le Code de Conduite Fournisseurs, 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, de préservation de l'environnement et de responsabilité sociétale, tant sur des aspects de conformité aux réglementations que d'engagements RSE volontaires.

Ce Code de Conduite est soumis à la signature des fournisseurs du groupe, afin de s'assurer de sa bonne compréhension et de sa prise en compte. L'objectif est de couvrir 80% des dépenses fournisseurs du groupe d'ici 2025.

## **BONNE PRATIQUE**

Un programme de communication a été déployé courant 2022 afin de sensibiliser à l'importance des sujets abordés dans le Code de Conduite Fournisseurs et d'accompagner la campagne de déploiement.

Ainsi, la quasi-totalité des équipes Achats de toutes les entités du groupe a participé aux sessions de formation. Aussi, plus de 600 fournisseurs ont été conviés au webinar dédié au Code de Conduite Fournisseurs du Groupe Rocher.

Grâce à la campagne de sensibilisation et une forte mobilisation des acheteurs et des fournisseurs, les objectifs de l'année 2022 ont été atteints.

#### **Performance**

- 100% de la dépense achats 2021 est couverte par le processus de gestion des risques du Devoir de Vigilance ;
- 76% de la dépense achats 2021 couverte par la signature du Code de Conduite Fournisseurs.

# Faire grandir l'expertise RSE

Le développement de pratiques responsables en matière d'achats passe nécessairement par une montée en compétences des actrices et acteurs de l'écosystème, tant en interne auprès de la communauté achats qu'en externe auprès des fournisseurs.

### **BONNE PRATIQUE**

En décembre 2022, l'ensemble des équipes Achats basées en France, soit environ 50% de la totalité de la communauté des Achats interne au groupe, ont bénéficié d'une sensibilisation aux enjeux de la biodiversité en participant à un atelier d'intelligence collective « Fresque de la Biodiversité ». L'objectif de cet atelier était de faire prendre conscience des impacts des activités humaines sur la biodiversité, et de réfléchir de manière collective aux actions à mettre en place pour sa préservation.

Par ailleurs, un programme de formation RSE spécifique en cours de préparation devrait permettre de former, d'ici 2025, 100% des équipes Achats aux enjeux RSE de leur métier. Cette démarche de formation a déjà été initiée avec le déploiement d'une formation sur l'axe « développer des chaînes d'approvisionnement responsables » et notamment le Devoir de Vigilance, le Code de Conduite Fournisseurs et la prévention de la corruption.

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 de l'écosystème.

# 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 pour répondre aux besoins de ces derniers en s'appuyant sur les différentes politiques du groupe (éco-conception, ingrédients, biodiversité, carbone, plastique, eau, numérique responsable). Les achats doivent en effet garantir auprès des métiers la disponibilité de l'offre et contribuer à l'amélioration de la transparence des chaînes d'approvisionnement.

Au-delà de cette garantie, les équipes Achats contribuent largement au développement de l'économie circulaire en mettant en place des partenariats avec des fournisseurs ou en travaillant en interne avec les différents métiers du groupe sur des thématiques variées (packaging, matériel informatique, matières premières, sourcing, énergie, etc.)

## **BONNE PRATIQUE**

Les équipes Achats et I&D du Groupe ont réuni en octobre 2022 les 6 premiers parfumeurs du groupe pour partager les résultats de l'étude sur les parfums de la Marque Yves Rocher sur les piliers écotoxicité, Politique Ingrédient groupe, localisation, frugalité et sourcing avec un focus particulier sur le sourcing végétal. Cette étude est soutenue par la stratégie parfum mise en place il y a 2 ans et a pour objectif de faire progresser les parfums dans le domaine de durabilité.

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).

De plus, le projet de certification B Corp a permis de challenger les ambitions en matière d'achats responsables et de renforcer les liens de partage de bonnes pratiques entre les différentes entités Achats du groupe.

Grâce à 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'exigence dans le processus de sélection des fournisseurs, l'équité de la relation fournisseur, la gestion et la prévention des risques, le partage de connaissance, le développement mutuel ou encore l'amélioration de la connaissance RSE des acteurs de la chaîne de valeurs achats.

# Engager les communautés autour d'enjeux liés à la raison d'être du groupe

# S'engager par la philanthropie et le mécénat

Afin de porter collectivement la mission du Groupe Rocher de reconnecter ses communautés à la nature, chacune des marques du groupe définit sa mission singulière contribuant à la mission groupe.

La mission environnementale de chaque marque est en lien direct avec les spécificités de la marque : son identité, son modèle d'affaires, ses enjeux matériels, ses pays d'implantation. Elle est fédératrice pour les salarié(e)s et les parties prenantes puisqu'elle permet une projection dans un futur collectif positif. A ce titre, elle concrétise la valeur ajoutée sociale et environnementale de la marque, au-delà des produits et services commercialisés. La mission se distingue de la stratégie RSE par sa pérennité et le fait qu'elle défende une vision sociale et environnementale, en faveur du bien commun et dépassant les seuls enjeux financiers. Elle est conduite par la marque, en dépit des facteurs commerciaux externes ou des changements organisationnels internes. Ce travail de définition claire est actuellement mené par l'ensemble des marques du groupe.

# **BONNE PRATIQUE**

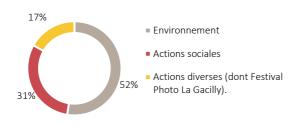
Convaincu que la connexion à la nature est source de joie et de bonheur, la Marque SABON s'est donné la mission de favoriser ce lien auprès de ses communautés, en particulier ceux qui y ont le moins accès. Ainsi, SABON s'engage à créer des « Jardins des Merveilles » dans des lieux où la connexion à la nature des femmes et des hommes manque. En 2022, 3 jardins ont été aménagés :

- 2 en Israël en partenariat avec l'association VeNatata : à Kfar Idud, un complexe de logements pour adultes autistes, et à Hallenberg Center à Barzilai, un centre de rééducation pour les personnes accidentées de la vie ;
- 1 dans le parc Hibiya, à Tokyo au Japon.

L'ambition de SABON est d'étendre ce programme de mobilisation à tous ses sites à travers le monde et d'accorder à tous ses salarié(e)s un jour de volontariat par an pour participer à ces actions.

Le Groupe Rocher a consacré 8,56 millions d'euros de dons de mécénat en 2022 dans le cadre de sa mission de reconnecter ses communautés à la nature et des missions spécifiques des différentes marques. 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.petit-bateau.fr/water-family-fr/water-family-fr.html https://www.ricaud.com/fr-fr/femmesenchoeur/ https://www.stanhome.com/fr/engagement-social http://www.festivalphoto-lagacilly.com/ etc.

# **Entretenir des liens avec les parties prenantes**

Le Groupe Rocher mesure sa contribution aux 17 Objectifs de Développement Durable (ODD ou Agenda 2030) des Nations Unies et communique annuellement sur ses avancées dans le cadre de sa Déclaration de Performance Extra-Financière. A la fois boussole et dénominateur commun de la durabilité pour le Groupe Rocher et ses partenaires, les ODD facilitent le partage de bonnes pratiques et une dynamique collective. Ils permettent au groupe de se projeter dans l'avenir, de mieux jouer son rôle aux côtés des différents politiques ou associatifs, d'organisations non-gouvernementales et de s'engager à contribuer à leur réalisation.



Le Groupe Rocher et ses marques développent et renforcent en effet des liens permanents avec de nombreuses parties prenantes internes et externes afin d'avoir continuellement la capacité à se transformer. Ces liens prennent notamment les formes suivantes :

- Interaction avec les parties prenantes pour évaluer et partager les contributions dans un cadre d'amélioration continue ;
- Participation active à des groupes de travail aux côtés des parties prenantes pour construire ensemble un cadre plus durable ;
- Engagement dans des initiatives pour affirmer les convictions et fédérer d'autres parties prenantes autour des enjeux du groupe et de ses marques.

# Panorama des parties prenantes externes du Groupe Rocher<sup>47</sup>

Développement durable	B Lab, Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)		
Gouvernance &	Plateforme Impact, Clear Fashion, Union for Ethical BioTrade (UEBT), Consortium Green Impact Index (GII), The		
transparence			
Entreprise à Mission	Communauté des Entreprises à Mission, ministère 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 et de l'alimentation, 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 BALL Biarritz Active Lifestyle Industry, Sedex		
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, 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, Chaire CARE (Université Paris-Dauphine AgroParisTech et l'Université de Reims), Agence Régionale de la Biodiversité de Bretagne, Syndicat Mixte du Granc Bassin de l'Oust (SMGBO), Afac-Agroforesteries (Fonds pour l'Arbre), Fondation Yves Rocher, Chaire Globa 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), VeNatata		
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)		
Carbone	Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), Club des entrepreneurs pour le climat, Énergie citoyennes en Pays de Vilaine (EPV)		

<sup>&</sup>lt;sup>47</sup> Liste non exhaustive

# Panorama des récompenses et prix décernées au Groupe Rocher<sup>48</sup>

Groupe Rocher	Award de la RSE comme pionnier de l'Entreprise à Mission - Cosmétiquemag Awards 2022 - France
	<ul> <li>Prix pour Sérum Elixir Botanique - Santé Magazine - Catégorie Beauté Santé - France</li> <li>Prix pour Sérum Elixir Botanique - Experts de la rédaction Parents - Libélulle - France</li> <li>Prix pour Shampooing solide Nutrition - Experts de la rédaction Parents - Libélulle - France</li> <li>Médaille d'or pour Sérum Récupérateur Nuit effet mélatonine - Cosmétiquemag Awards 2022 - France</li> <li>Prix franchiseur de l'année 2022 - Belgique</li> <li>1er prix "soin visage" pour Hydra Végétal - Cosmopolitan Beauty Awards 2022 - République Tchèque</li> <li>1 er prix "eco/planet friendly" pour Gel Douche concentré Olive - Cosmopolitan Beauty Awards 2022 - République Tchèque</li> <li>Emballage le plus vert pour Shampooing solide - Prix de la Beauté Marie Claire 2022 - Hongrie</li> <li>Meilleur parfum féminin semi-niche pour Comme Une Évidence - Prix de la Beauté Marie Claire 2022 - Hongrie</li> <li>Prix de la Beauté Elle 2022 pour le soin capillaire pour Shampooing solide - Elle - Italie</li> <li>Prix d'excellence de la beauté "catégorie écologique" pour Elixir Botanique - Marie Claire - Italie</li> <li>Médaille d'argent Meilleure expérience client - Hammers 2022 Awards - Turquie</li> <li>Top 1 Happiest place to work - Capital Magazine - Turquie</li> <li>Médaille d'argent Marketing - Brandverse Awards - Turquie</li> </ul>
Bateau	<ul> <li>Prix de l'équipe Supply Chain de l'année - Republik Supply - France</li> <li>Médaille d'or pour Eau Soilogne - Catégorie Parfums Enfants Distribution Sélective - Cosmétiquemag Awards 2022 - France</li> <li>Trophée d'honneur Grande Entreprise - Les Trophées européens de la mode circulaire - France</li> <li>Prix « changement de cap » - Trophées RSE Grand Est organisés Initiatives Durables [ID] - France</li> <li>Personnalité E-commerce 2022 pour Guillaume Darrousez - 1er prix - Ecommerce Magazine - France</li> </ul>
	<ul> <li>Prix de durabilité - UK ASD - US</li> <li>Meilleure entreprise à impact social 2022 - Women's Choice Award - US</li> <li>Meilleure entreprise à impact pour l'environnement 2022 - Women's Choice Award - US</li> <li>Meilleur produit vegan pour la peau 2022 - Médaille d'or - Global Green Beauty Awards - US</li> <li>Entreprise la plus responsable de l'environnement de l'année 2022 - Médaille d'or - Best in Business Award - US</li> <li>Entreprise la plus respectueuse de l'environnement de l'année 2022 - Médaille d'or - Best in Business Award - US</li> <li>Meilleur Buzz social - DSA Digital Marketing Awards - US</li> </ul>
	<ul> <li>Great Place To Work - Turquie</li> <li>Nominés dans les Meilleurs lieux de travail pour les femmes - Best Workplaces For Women™ 2022 - Turquie</li> <li>Certification Zéro Déchet - Ministère de l'environnement - Turquie</li> <li>Leader de l'industrie cosmétique - Reputation Academy 2022 - Turquie</li> <li>Prix Social Media 2022 - Brandverse Awards - Turquie</li> <li>Best social media Team - Hammers 2022 Awards - Turquie</li> <li>Marque de l'industrie cosmétique - Catégorie "Diamant" - Economic Benefit İndex 2022 - Turquie</li> <li>Marque symbole - Catégorie "Diamant" - Economic Benefit İndex 2022 - Turquie</li> </ul>
Dr. Pierre Ricaud	<ul> <li>Service client de l'année 2022 dans la catégorie cosmétiques - ESDA - France</li> <li>Prix Santé Magazine pour Crème Lifting à la niacinamide - Santé Magazine - France</li> </ul>

# Garantir des pratiques éthiques et lutter contre la corruption

La mise en œuvre de pratiques éthiques et la lutte contre la corruption nécessitent un cadre explicite et partagé pour être efficientes : le groupe s'est doté d'un dispositif et de règles de conduite communes et connues de ses membres. Il se place à l'écoute de signalements de manquement grave en provenance des parties prenantes internes et externes.

# Opérer selon des règles claires et respecter des principes communs

Afin de garantir que toutes ses entités juridiques, ses collaboratrices et collaborateurs ainsi que les parties prenantes opèrent dans le cadre de règles de bonne conduite et d'éthique communes, le Groupe Rocher revoit régulièrement et met à disposition de toutes et tous son Code de Conduite des Affaires. Les 12 principes fondamentaux sont

\_

<sup>48</sup> Liste non exhaustive

complétés par 2 guides pratiques, relatifs à l'éthique et à la prévention & détection des conflits d'intérêts. L'ensemble de ces documents est consultable dans l'intranet du groupe et disponible en 11 langues.

Pour promouvoir ces mêmes pratiques en amont dans sa chaine de valeur, le groupe a également formalisé en 2021 un Code de Conduite Fournisseurs sur les mêmes bases éthiques. Afin de garantir un engagement actif de leur part, le Code de Conduite Fournisseurs est soumis à signature des fournisseurs et partenaires du groupe et des objectifs de déploiement ont été fixés dans le cadre de la mise en place de chaines d'approvisionnement responsables (*cf. page 62*).

# Recueillir les alertes et les signalements

Parce qu'il est attentif à son environnement d'affaires, le Groupe Rocher s'est également doté depuis 2012 d'un dispositif d'alerte. Il permet de signaler des manquements graves ou violations aux règles et procédures internes ou à la loi. Il est accessible :

- aux collaboratrices et collaborateurs du groupe : internes, externes ou occasionnels ;
- aux parties prenantes du groupe, dont les client(e)s, fournisseurs, sous-traitants, partenaires, organisations, syndicats, collectivités locales etc.

Toute collaboratrice, collaborateur ou tiers du groupe qui aurait connaissance ou suspecterait en toute bonne foi une irrégularité ou une infraction dans le domaine économique et financier (écritures comptables, actes relevant de la corruption, pratiques anti-concurrentielles etc.) dans les domaines des droits humains et libertés fondamentales, de la santé et sécurité, de l'environnement, dans celui de la protection des données personnelles, ou tout acte ou comportement contraire aux règles éthiques du groupe est encouragé à actionner la ligne éthique en écrivant à : ethics@yrnet.com.

Ce dispositif unique de recueil des signalements s'inscrit en outre dans le cadre des obligations des Lois françaises Sapin 2 et Devoir de Vigilance auxquelles le groupe et ses filiales sont soumis.

Ce mécanisme d'alerte, - ou « ligne éthique » -, est directement diffusé sur le site internet du groupe. Il l'est aussi dans le Plan de Vigilance, le Code de Conduite des Affaires et ses guides pratiques, le guide des 10 principes de responsabilité sociale, ainsi que le Code de Conduite Fournisseurs, documents accessibles en ligne également.

Il existe en outre dans certaines filiales des lignes éthiques qui complètent le dispositif global du groupe. C'est le cas des Marques Arbonne et Flormar : toute personne souhaitant émettre une alerte pour ces filiales est libre d'actionner le dispositif de la marque ou le dispositif groupe.

Au titre de l'année 2022, le groupe a reçu 25 alertes, dont la majeure partie en lien avec la thématique des Ressources Humaines, et il s'est avéré qu'aucune ne constituait une violation des droits humains.

# Former régulièrement les collaboratrices et collaborateurs et sensibiliser les parties prenantes

Afin de s'assurer de la bonne appropriation des règles éthiques au sein du groupe et ses filiales, plusieurs formations sont régulièrement proposées aux collaboratrices et collaborateurs selon un plan pluriannuel.

D'une manière générale, dans le cadre des responsabilités exercées et du poste occupé, chaque membre du groupe est invité à acquérir et entretenir, au travers de modules d'apprentissage en ligne, une connaissance suffisante des règles de droit et obligations applicables à ses activités professionnelles et à les observer de bonne foi.

Concernant le Code de Conduite des Affaires, précédemment déployé pour toutes les collaboratrices et collaborateurs, une formation e-learning a été mise en place en 2021 auprès de la population des acheteuses et acheteurs. Sur la thématique du Devoir de Vigilance, la formation a été réitérée auprès des nouvelles acheteuses et nouveaux acheteurs du groupe en 2022. De plus, 4 sessions de formation relatives à la lutte contre la corruption et à la prévention des conflits d'intérêts ont été proposées aux salarié(e)s du groupe.

En complément, dans le cadre du déploiement du Code de Conduite Fournisseurs, un programme de communication et de formation dédié est en place (cf. pages 63-64).

# Contrôler et auditer régulièrement les pratiques

Au travers de sa Direction de l'Audit et du Contrôle Interne, le groupe réalise 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.

# Assurer la conformité, la protection et la sécurité des données personnelles des client(e)s et salarié(e)s

Le Groupe Rocher met tout en œuvre pour traiter les données personnelles de façon transparente, responsable et sécurisée afin de renforcer la protection et la confidentialité de la vie privée des client(e)s et des employé(e)s. L'évolution de l'industrie cosmétique vers de l'hyperpersonnalisation crée intrinsèquement de l'hyper-identification. Par ailleurs, l'augmentation et l'évolution constante des technologies proposant des services innovants, la cybersécurité est encore davantage un élément structurant pour défendre le groupe contre des attaques et menaces externes qui évoluent aussi rapidement. De ce fait, le *Privacy by Design* et la *Security by Design* sont des processus clés dans la conception de la transformation numérique.

Aujourd'hui, la relation numérique avec les client(e)s repose sur la confiance. Les facteurs majeurs de cette confiance numérique sont la transparence dans l'information que le groupe leur fournit, ainsi que la confidentialité, la protection et la sécurité de leurs données personnelles.

En 2022, les actions suivantes ont été menées, permettant de consolider cette confiance :

- Le Groupe Rocher a mené une enquête avec Kantar auprès de 1 000 personnes représentatives de la population, hommes et femmes de tous âges, pour mieux comprendre leurs attentes, leurs besoins et leurs leviers de confiance en matière de protection et de sécurité de leurs données. Les résultats de cette étude ont été présentés au Comité Exécutif et à l'ensemble des Data Protection Officers (DPO) de toutes les marques et entités afin de s'appuyer et capitaliser sur ces leviers de confiance ;
- Le groupe média Leaders League et le magazine Les Décideurs Juridiques ont décerné le trophée d'or « *Data Privacy* » au Groupe Rocher pour récompenser l'entreprise pour son approche mondiale de conformité des données personnelles adaptée localement aux besoins culturels de chaque pays, ainsi qu'à son approche UX <sup>49</sup> intégrant davantage de transparence dans les plateformes e-commerce grâce à la simplification des textes juridiques et à des icônes « privacy ».

Afin de se protéger contre les cybermenaces pouvant entraîner un risque sur les données personnelles, des pertes financières, une atteinte à sa réputation, la modification ou la destruction de ses actifs numériques, le Groupe Rocher a mis en place une politique de sécurité informatique rigoureuse autour de 5 axes :

- L'implémentation de contrôle et de protection de l'information dans tout son écosystème informatique ;
- L'intégration de la sécurité dans les projets afin de s'assurer que toute nouvelle application mise en œuvre au sein du système d'information est conforme aux exigences de sécurité ;
- L'acquisition d'une plateforme de gestions des identités permettant d'assurer la sécurité des accès applicatifs des salarié(e)s au niveau mondial ;

<sup>&</sup>lt;sup>49</sup> User eXperience = expérience utilisateur

- La mise en place d'un Centre de Supervision de la sécurité (*Cyber Security Operation Center*), afin de détecter et bloquer différentes menaces et incidents, telles que l'usurpation d'identité, ransomware <sup>50</sup>, fuite d'information, attaque par déni de service ou phishing <sup>51</sup>;
- L'adoption des bonnes pratiques de protection des données au quotidien, au travers de campagne de simulation de phishing tout au long de l'année.

Début 2022, le Groupe Rocher a également fortement augmenté son niveau de protection cyber, via le lancement des projets suivants :

- Mise en place de l'authentification forte afin d'empêcher toute tentative d'usurpation d'identité ;
- Déploiement d'un EDR (*Endpoint Detection & Response*) sur l'ensemble des postes de travail et serveurs, afin de renforcer ses capacités de protection et de réponse à incident ;
- Monitoring accru des boîtes courriels des collaboratrices et collaborateurs sensibles (Comité Exécutif, assistant(e)s de direction, membres de la Direction Générale), ceci afin de détecter toutes tentatives de fraudes sur leur compte;
- Communication régulière sur le réseau social interne sur les réflexes sécurité et conformité à la protection des données à adopter et organisation de sessions de sensibilisation accessibles toute l'année pour toutes les utilisatrices et tous les utilisateurs.

Les équipes DPO et cybersécurité du Groupe Rocher se préparent également à de nouveaux défis réglementaires sous l'impulsion de l'Union Européenne, notamment liés à de nouveaux textes tels que l'Acte sur l'intelligence artificielle, l'Acte sur les marchés numériques, l'Acte sur la gouvernance des données et l'Acte sur la cyber-résilience. Néanmoins, la vision du Groupe Rocher sur la gouvernance, la protection et la sécurité des données personnelles évolue continuellement pour être toujours en harmonie avec les attentes dynamiques et innovantes de la société et de ses communautés. Cette vision prend en compte les règlementations applicables, mais au-delà, elle se concentre sur la confiance de ses client(e)s et salarié(e)s ainsi que sur la responsabilité du Groupe Rocher en tant que protecteur des informations personnelles qu'ils lui partagent et des données d'affaires. Plus que jamais, les DPO et les experts en cybersécurité groupe sont là pour faire le pont entre l'innovation, la conformité et la sécurité.

# 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 2022, en conformité avec cette vision, le Groupe Rocher a adopté une Charte Fiscale qui définit les principes de Politique Fiscale responsable et transparente que le groupe applique. La Charte Fiscale du Groupe Rocher est annexée au présent rapport.

La Politique Fiscale du Groupe Rocher s'appuie sur les 3 principes clés suivants :

- Accompagner le développement des activités du groupe en s'assurant de leur juste imposition;
- Compliance fiscale dans le respect des règles nationales et internationales ;
- Agir en transparence et dans un souci de dialogue permanent avec l'ensemble des parties prenantes de la sphère fiscale.

La Politique Fiscale relève du Conseil d'Administration, qui l'approuve. La stratégie fiscale du groupe fait l'objet d'une information annuelle au Comité d'Audit.

<sup>&</sup>lt;sup>50</sup> Un ransomware est un logiciel rançonneur, logiciel de rançon ou logiciel d'extorsion, c'est-à-dire un logiciel malveillant prenant en otage des données personnelles.

<sup>&</sup>lt;sup>51</sup> Le phishing ou le hameçonnage, est une technique utilisée par des fraudeurs pour obtenir des renseignements personnels dans le but de perpétrer une usurpation d'identité.

## L'approche du Groupe Rocher en matière fiscale

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 opérationnelles et opérationnels ou les administrations. Elle permet de s'assurer que chacune des filiales du groupe supporte la charge cohérente d'impôt due.

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 du 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 fichier principal groupe, rédaction de fichiers 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. Comme les années précédentes, en 2022, le groupe a échangé à de multiples reprises avec l'administration fiscale française dans le cadre du partenariat fiscal conclu 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 règlementations fiscales, le groupe peut envisager des voies de recours, y compris contentieuses, ou l'accès aux voies de résolutions internationales.

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 intervenant(e)s en fiscalité du groupe sont assistés par des conseils externes. Toutes les intervenantes et tous les intervenants en fiscalité du groupe travaillent en étroite collaboration avec les opérationnelles et opérationnels du groupe.

## Performance

Compte-tenu des résultats 2022, aucune charge d'impôts sur les sociétés au niveau du groupe n'a été enregistrée.

Le Groupe Rocher a contribué en France à hauteur de 23,4 millions d'euros au titre des prélèvements obligatoires (taxes sur les salaires, taxes locales, droits de douanes, autres taxes diverses).



# NOTE DE MÉTHODOLOGIE

# Périmètre global

Par « Groupe Rocher » est entendu l'ensemble des sociétés détenues directement ou indirectement par la sociétémère Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher, comme présenté dans les Comptes Consolidés au 31 Décembre 2022.

# DES SALARIÉ(E)S ENGAGÉS AU SERVICE DE LA MISSION

Le périmètre de consolidation pour la partie « des salarié(e)s engagé(e)s au service de la mission » est basé sur la moyenne annuelle des effectifs fin de mois des filiales du Groupe Rocher ayant eu des salarié(e)s durant l'année 2022.

Les effectifs totaux incluent tous les salariés quels que soit leur contrat (CDI, CDD, Contrat de professionnalisation et alternants. 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, hors alternants.

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

Les indicateurs « Taux de Fréquence » et « Taux de Gravité » sont calculés sur le périmètre Groupe, à l'exception des entités non encore intégrées dans l'outil de collecte de données quantitatives et de Arbonne USA.

## Protocole de reporting

Les données quantitatives sont calculées directement au niveau central sur la base des données individuelles de chaque collaboratrice et collaborateur local(e) collectées chaque mois via interface automatisée (ou semi automatisée), et dans le respect des règles de protection des données personnelles. Lorsque la législation locale interdit le monitorage d'une donnée, le périmètre concerné est exclu du calcul de l'indicateur au niveau du Groupe. Lorsque seul le transfert de la donnée est interdit par la législation locale, la donnée est collectée de manière consolidée au niveau du périmètre local et agrégée à l'indicateur groupe

La Direction des Ressources Humaines vérifie avec les contributrices et contributeurs locaux leur cohérence et leur exactitude. Les données sur les effectifs sont des moyennes sur l'année 2022.

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 s'assurer de l'engagement de tous, page 21, l'enquête Tell us a été déployée sur le périmètre groupe (14116 personnes invitées à répondre).

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

### Définitions d'indicateurs :

<u>Effectifs</u>: 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

<u>Mobilité</u>: 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.

<u>Taux de Fréquence</u>: Nombre des accidents de travail avec arrêt d'un jour au moins rapporté au nombre d'heures travaillées x 1 000 000. Seuls les jours d'arrêt de travail relatifs à des accidents intervenus en 2022 sont pris en compte. Etant ici précisé, que le jour de l'accident n'est pas pris en compte dans le calcul des jours d'absence. Sont en outre prises en compte les heures théoriquement travaillées, ce qui constitue un changement de méthode par rapport aux années précédentes mais ce justifie par un besoin accru de se comparer aux meilleures pratiques de place.

<u>Taux de Gravité</u>: Nombre de journées perdues par incapacité temporaire rapporté au nombre d'heures tr availlées x 1000. Sont prises en compte les heures théoriquement travaillées.

Seuls les jours d'arrêt de travail relatifs à des accidents intervenus en 2022 sont pris en compte. Etant ici précisé, que le jour de l'accident n'est pas pris en compte dans le calcul des jours d'absence. Sont en outre prises en compte les heures théoriquement travaillées, ce qui constitue un changement de méthode par rapport aux années précédentes mais ce justifie par un besoin accru de se comparer aux meilleures pratiques de place.

<u>Accident du travail</u>: 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). Nombre d'accidents de travail dont la date de début est comprise entre le 1<sup>er</sup> et le dernier jour du mois. En 2022, seuls sont comptabilisés les accidents du travail avec arrêt.

<u>Nombre de jour d'absence</u>: Nombre de jours d'absence du travail (= différence entre la date du début de l'absence et la date de la fin de l'absence (retour)), en jours calendaires. Le jour de l'accident de travail n'est pas pris en compte.

<u>Handicap</u>: 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. Lorsque l'information n'est pas communicable par la filiale pour des raisons de protection des données personnelles (législation locale et/ou non consetement de la personne), les salarié(e)s sont exclu(e)s du scope de calcul de l'indicateurs.

Taux de ressortissants étrangers : les ressortissants étrangers sont les salarié(e) travaillant dans un pays dont elles ou ils ne portent pas la nationalité. Lorsque l'information n'est pas communicable par la filiale pour des raisons de protection des données personnelles (législation locale et/ou non consetement de la personne), les salarié(e)s sont exclu(e)s du scope de calcul de l'indicateurs.

# DÉVELOPPER DES PRODUITS, DES SERVICES ET DES MODES DE CONSOMMATION PLUS 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, Innovation & Développement. Les informations portant sur l'activité cosmétique ne couvrent pas les Marques Flormar, SABON et Arbonne.

### AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ POUR PROTÉGER LE VIVANT

#### Périmètre environnemental

### Reporting 2022:

Au total, les données de 31 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).

Les changements majeurs en 2022, à noter le site Petit Bateau Réaumur n'est plus comptabilisé en 2022 car les équipes ont rejoint le siège de Cap Connect dès début 2022, ainsi que le site de distribution Arbonne Addison au Texas qui a fermé fin 2021.

- 8 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 ;
- 12 sites logistiques: Les sites de La Croix des Archers, La Villouet, Stanhome les Lauriers Verts, 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: 5 sites situés en France (Yves Rocher Rennes, Les Gâtinais, Cap Connect, L'Atelier des Primevères, L'Eco-Hôtel Spa La Grée des Landes), 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 Mississauga Canada et Arbonne Sydney Australie; Les sites tertiaires inclus dans le reporting environnemental sont pris en compte à partir de 250 employés, estimant que l'impact environnement du site devient significatif à partir de ce seuil.

<u>Pour les indicateurs de consommations d'énergie</u> 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. À ISO périmètre 4 ans est exclu Petit Bateau Tenmar Teinture Tricot, Petit Bateau Réaumur et Arbonne Addison Texas. Sont affichés les données 2019 (baseline), 2021 et 2022.

L'indicateur de performance énergie (ratio énergie par unité de production Cosmétiques) est calculé sur le périmètre industriel et logistique.

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

<u>Pour les indicateurs de performance eau</u> les consommations d'eau concernées sont les eaux à usage industriel pour les 8 sites de production et les 12 sites de logistiques du groupe à ISO périmètre 3 ans ce qui exclut Petit Bateau Tenmar Teinture Tricot présent dans le groupe jusqu'au premier trimestre 2021.

<u>Pour les indicateurs déchets</u> 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 Gâtinais sont comptabilisés dans les déchets du site des Villes Geffs et que les déchets du site SABON Logistique sont comptabilisés dans les déchets du site SABON Production. A ISO périmètre 4 ans sont exclus Petit Bateau Tenmar Teinture Tricot et Confection, Petit Bateau Réaumur, SABON Production et Logistique, Yves Rocher Madrid, Arbonne Mississauga, Canada et Arbonne Northampton UK. Sont affichés les données 2019 (baseline), 2021 et 2022.

## Pour les indicateurs « émissions de gaz à effet de serre » :

- Sont comprises dans le scope 1 les émissions liées aux consommations de combustibles de l'ensemble des sites du périmètre global environnemental ainsi que les émissions liées aux consommations de carburants des 414 véhicules de fonction et de service du groupe ;
- Sont comprises dans le scope 2 les émissions liées aux consommations d'électricité et de chauffage urbain de l'ensemble des sites du périmètre global environnemental ainsi que les émissions liées aux consommations d'électricité et de chauffage urbain du parc de 1 135 magasins exploités directement par les marques du Groupe Rocher (fonds propres et succursales) dans le monde ;
- Sont comprises dans le scope 3 les émissions liées aux consommations d'électricité et de chauffage urbain des 1 245 points de ventes exploités sous les enseignes des marques du groupe en franchise, gérance libre, location gérance, concession de surface et en commission-affiliation dans le monde ;
- Sont exclus de l'ensemble des indicateurs les 5 500 points de vente multimarques et exploités par des agents groupe.

Les émissions de gaz à effet de serre des magasins sont constituées à 58% de données réelles et à 42% de données extrapolées.

## 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 Mission & Impact groupe. Chaque site doit ensuite valider les données consolidées qui lui sont communiquées.

Le périmètre opérationnel des émissions GES comprend les scopes 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) pour les pays de l'Union Européenne et des données de l'IEA (https://www.iea.org/data-and-statistics/data-product/electricity-information) pour les pays hors Union Européenne. Lorsqu'un contrat spécifique est passé avec un fournisseur d'électricité proposant une offre d'énergie renouvelable supérieur au mix moyen du pays, les facteurs d'émissions pour l'électricité et la part de l'électricité d'origine renouvelable sont issus directement des documentations 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'émissions sont issus soit de la donnée spécifique du fournisseur, soit de la base de l'US EPA (U.S. Environmental Protection Agency).

Les émissions du scope 3 couvrent les postes suivants pour l'ensemble des marques du groupe : énergie hors scopes 1&2 (amont de l'énergie consommée, consommation d'énergie des sous-traitants, consommation d'énergie des centres de préparation de commande - CPC - non détenus), produits (matières premières, emballages), cadeaux et accessoires (matières, déchets), magasins hors fonds propres (consommation d'énergie, déchets), déchets industriels, papier, fret, déplacements professionnels, déplacements domicile travail, IT, achats hors production.

En 2022, la méthodologie de comptabilisation des émissions scope 3 a évolué comme suit : liées au fret, aux matières premières textiles et au retail a évolué.

- Fret: les émissions sont calculées directement à partir des données transmises par les transporteurs. Les émissions directement calculées par les transporteurs à l'aide d'une méthodologie répondant aux exigences du Groupe Rocher sont intégrées telles quelles au bilan carbone. Si la méthodologie de calcul des émissions du transporteur ne répond pas aux exigences du groupe ou si le transporteur n'est pas en mesure de fournir des émissions calculées, celles-ci sont calculées par le groupe à partir des données d'activité des transporteurs.
- Matières premières : la base de données des facteurs d'émissions des matières premières textiles a été mise à jour pour utiliser les bases Ecobalyse et PEF 3.1.
- Magasins (hors fonds propres): le périmètre a été étendu aux 24 Stancasas de la Marque Stanhome (magasins dédiés aux agents de vente). Par ailleurs, la fiabilité de l'estimation des émissions liées aux déchets des magasins a été renforcée grâce à la collecte de données réelles sur les marques Petit Bateau et Flormar.
- Consommations d'énergie des sous-traitants : la méthodologie a été affinée en prenant en considération l'implantation géographique des sous-traitants (utilisation du facteur d'émissions du pays d'implantation).

### 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.

### COLLABORER AVEC NOS PARTIES PRENANTES POUR LES ENGAGER DANS LA MISSION

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 groupe. Les informations portent sur le périmètre production de Groupe Rocher Opérations.

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



EY & Associés Tour First TSA 14444 92037 Paris-La Défense cedex Tél.: +33 (0) 1 46 93 60 00 www.ey.com/fr

# Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher

Exercice clos le 31 décembre 2022

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière

A l'Assemblée Générale,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC (Accréditation COFRAC Inspection, n°3-1681, portée disponible sur <a href="www.cofrac.fr">www.cofrac.fr</a>) et membre du réseau de l'un des commissaires aux comptes de votre société (ci-après « Entité »), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur la conformité de la déclaration consolidée de performance extra-financière, pour l'exercice clos le 31 décembre 2022 (ci-après la « Déclaration ») aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du Code de commerce et sur la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3° du l et du ll de l'article R. 225-105 du Code de commerce (ci-après les « Informations ») préparées selon les procédures de l'Entité (ci-après le « Référentiel »), présentées dans le rapport de gestion en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du Code de commerce.

## Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration consolidée de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

### Préparation de la déclaration de performance extra-financière

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration (ou disponibles au siège de l'Entité).



# Limites inhérentes à la préparation des Informations

Les informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration.

## Responsabilité de l'Entité

Il appartient au conseil d'administration :

- de sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance;
- ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie en appliquant le Référentiel de l'Entité tel que mentionné ci-avant.

### Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du Code de commerce;
- la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du Code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'Entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale);
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.



## Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du Code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention tenant lieu de programme de vérification et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée)<sup>1</sup>.

## Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du Code de commerce et le Code de déontologie de la profession. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle.

## Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de quatre personnes et se sont déroulés entre décembre 2022 et mars 2023 pour une durée totale d'intervention de douze semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration représentant notamment les directions Ressources humaines, Mission & Impact Groupe, Impact & Sustainable Transformation d'Yves Rocher et Recherche, Innovation & Développement.

### Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce en matière sociale et environnementale;

 $<sup>^{1}</sup>$  ISAE 3000 (révisée) - Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information



- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 du Code de commerce lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2<sup>e</sup> alinéa du III de l'article L. 225-102-1 du même code;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
  - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés, et
  - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe 1. Pour certains risques (diminuer l'usage du plastique, proposer des produits de qualité et éco-conçus, développer des achats durables au sein des chaînes d'approvisionnement), nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante, pour les autres risques, des travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et dans une sélection d'entités listées ci-après : Villes Geffs (France), Yves Rocher France (France), Yves Rocher Retail (France), Standyr (France), Sabon Offices (Israël), Sabon Retail (Israël), Sabon Production (Israël), Sabon Logistics (Israël), Sabon Japan (Japon);
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 du Code de commerce avec les limites précisées dans la Déclaration;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'Entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations;
- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe 1, nous avons mis en œuvre :
  - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
  - des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices listées ci-dessus et couvrent entre 10 % et 36 % des données consolidées sélectionnées pour ces tests (10 % des effectifs, 22 % des consommations d'énergie, 36 % des déchets générés, 36 % des consommations d'eau);
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.



Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Paris-La Défense, le 22 mars 2023

L'Organisme tiers indépendant EY & Associés

Thomas Gault Associé, Développement Durable

Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher



















