Rapport du Comité de Mission 2022

23 mai 2023

GROUPE ROCHER

reconnect people to nature



TABLE DES MATIÈRES

ORGANISATION & GOUVERNANCE DE LA MISSION 6

La raison d'être et la mission du Groupe Rocher 6

Reconnecter les femmes et les hommes à la nature 6

Objectifs statutaires de la mission Groupe Rocher 8

Actions du Comité de Mission en 2022 10

Recommandations du Comité de Mission à l'issue de l'exercice 2022 12

Le rôle de l'organisme tiers indépendant 14

PROGRESSION 2022 DES OBJECTIFS STATUTAIRES 15

Promouvoir et faire vivre des expériences de nature 15

Promouvoir et faire vivre des expériences de nature aux collaboratrices et collaborateurs du Groupe Rocher 15

Promouvoir et faire vivre des expériences de nature aux parties prenantes externes et publics divers 19

Former aux enjeux de la nature 22

Développer un parcours de formation aux enjeux de la nature 22

Agir en faveur de la nature 24

Protéger la biodiversité 24

Lutter contre le dérèglement climatique par une Politique Énergie et Carbone 29

Protéger la ressource en eau 32

Diminuer l'usage du plastique 35

Agir en faveur de la nature avec les réseaux de vente et les consommatrices et consommateurs 36

CONCLUSION 38

ANNEXE 39

© RMN



© Emmanuel Berthier



Être membre du Comité de Mission du Groupe Rocher,

c'est participer à l'aventure d'une gouvernance innovante qui fait ses preuves.

Car, par-delà son rôle légal de suivi de la bonne exécution de la mission, le Comité de Mission a aussi pour fonction de challenger l'existant lorsqu'il est sollicité pour donner des avis consultatifs éclairés.

Ainsi, en 2022, le comité a été appelé à passer au crible les cinq objectifs statutaires initialement définis. Étaient-ils pertinents ? réalistes ? ambitieux ? suffisants ? La dynamique collégiale du Comité de Mission a joué son rôle pleinement pour aboutir à une reformulation des objectifs de mission au nombre de trois : Promouvoir et faire vivre des expériences de nature, Former aux enjeux de la nature, Agir en faveur de la nature.

La finalité de ce recentrement autour d'objectifs resserrés est claire : il s'agit de prioriser le territoire d'impact propre à la mission *Reconnect people to nature* (1). D'autres engagements RSE (2) plus vastes sont pris par le Groupe Rocher, mais à trop les intégrer dans les objectifs de mission, on perd en clarté d'impact. Ce focus autour d'une "zone d'impact" mieux ciblée permet d'être plus ambitieux sur les indicateurs, de porter des initiatives innovantes (comme l'outil GRISP (3) pour accélérer la désartificialisation des sols), de mieux expliciter les moyens à disposition comme les résultats obtenus. La zone d'impact de la mission est le cœur de la contribution d'une Société à Mission. C'est elle qui crée sa différenciation et son apport contributif propre et unique. Il était essentiel de la réaffirmer.

Ce cœur de mission était d'autant plus important à revaloriser que l'enjeu de la reconnexion à la nature est plus urgent que jamais. En effet, nos expériences de nature se raréfient de plus en plus. Une récente étude synthétisant les publications scientifiques consacrées à ce sujet le montre (4). Nous habitons de plus en plus loin des zones naturelles. Nous consacrons moins de temps et moins de loisirs à aller dans la nature. Nous intégrons de moins en moins celle-ci dans nos représentations symboliques et culturelles. Tout cela conduit à une distanciation croissante entre humains et nature.

Ce n'est pas juste dommage, car ces moindres interactions non seulement atténuent notre désir d'agir pour préserver la nature, mais ont aussi une implication sur notre qualité de vie : nous vivons tous simplement moins bien sans la nature. Cela est vrai de notre bien-être physique, psychique, émotionnel, et aussi spirituel. Le cœur de mission du Groupe Rocher est de remettre la nature au cœur de nos vies. Un engagement qui fait plus que jamais sens.

SOPHIE CHASSAT

Membre du Comité de Mission Groupe Rocher
Philosophe, Associée du cabinet WEMEAN

(1) Reconnecter les femmes et les hommes à la nature
(2) Responsabilité Sociétale des Entreprises
(3) Voir Déclaration de Performance Extra-Financière 2022
(4) "A global synthesis of trends in human experiences of nature", Victor Cazalis, Michel Loreau, Gladys Barragan-Jason, in. rontiers in Ecology and the Environment published by Wiley Periodicals LLC on behalf of The Ecological Society of America, 2022

Organisation
& gouvernance de la mission

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 française (Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises). Au-delà 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 raison d'être 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.





Après deux ans d'exercice du Comité de Mission, les objectifs statutaires ont été revus, afin de les centrer sur la spécificité de la mission *Reconnect people to nature* et ainsi de mieux articuler mission et stratégie opérationnelle RSE. La réécriture vise à disposer d'un cadre plus spécifique, identitaire et centré. Elle vise aussi une lisibilité claire pour une mission sociale et sociétale en faveur d'une cause environnementale. Elle réaffirme la conviction que la nature a un impact positif sur le bien-être des personnes, et donc sur leur envie d'agir pour la planète.

La réflexion conduite aligne aussi plus directement les objectifs de la mission avec l'action même des marques sur leurs propres modèles d'affaires. En particulier, les équipes disposent à fin 2022 d'un corpus cohérent comprenant à la fois le plan RSE à horizon 2030 (c'est le cadre des 12 ambitions RSE 2030 [1]) et aussi un corpus d'actions pour construire et suivre les objectifs de la mission.

Ainsi, toutes les marques sont mobilisées pour incarner la mission du Groupe Rocher à travers une raison d'être et une mission singulière avec le double objectif de respecter pour chacune sa propre histoire et identité de marque tout en s'inscrivant bien sûr dans les ambitions RSE et la mission du Groupe Rocher.



(1) Voir Déclaration de Performance Extra-Financière 2022

Objectifs statutaires de la mission Groupe Rocher

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 se donne les objectifs suivants :

1

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.


© Emmanuel Berthier

2

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.



3

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 régulièrement les projets et indicateurs de performance clés liés à ces objectifs.

Actions du Comité de Mission en 2022

Le Comité de Mission constitué depuis décembre 2019 s'est réuni à deux reprises en 2022, les 15 juin et 18 octobre. Le présent document représente son troisième rapport de mission après deux ans d'exercice.



Durant l'année, le Comité de Mission a pu suivre les propositions mises en œuvre par le groupe ainsi que les actions et résultats en cours. Des échanges et présentations plus détaillées ont été réalisés sur les dimensions formation, à propos de la Nature Academy, et sur le volet biodiversité.

Le travail de fond de l'année 2022 a été l'approfondissement des propositions d'évolution des objectifs statutaires en lien avec les enseignements du premier Baromètre Groupe Rocher *Reconnect People to Nature* ©. Enfin, le Comité de Mission a apprécié la mise en place par les marques de leurs propres raisons d'être, objectifs de mission et cause philanthropique. Toutes les marques ayant réalisé l'exercice, l'ensemble des sociétés du groupe est donc en ordre de marche pour contribuer de façon cohérente et complémentaire à la mission du groupe.

Pour finir, le Comité de Mission a pu valider la proposition de regroupement des objectifs statutaires en trois piliers ainsi que les dimensions principales d'actions et de mesures associées.

Les signataires du présent rapport sont les membres internes et externes du Comité de Mission Groupe Rocher, constitué en 2022 de :

Membres internes



Jean-Michel Garrigue



Eric Mesmeur



Aurélie Guimard

Membres externes



Allain Bougrain-Dubourg



Sophie Chassat



Céline Orjubin

Remerciements à Claude Fromageot, Marie Marache – Le Gall, et Emmanuel Letellier qui ont contribué à l'animation du Comité de Mission et à la rédaction de ce présent rapport.

À noter qu'en janvier 2022, Jean-Michel Garrigue a été nommé Président du Comité de Mission en lieu et place de Jean-David Schwartz. Dans les évolutions de la composition du comité, à noter aussi qu'un membre interne, Claire Goudet, présente en 2022 a démissionné et a été remplacée par Aurélie Guimard, et qu'un membre externe, Allain Bougrain-Dubourg, est démissionnaire du Comité de Mission à l'heure de la rédaction de ce rapport. La composition du comité sera revue par le conseil d'administration du Groupe Rocher courant 2023.

Recommandations du Comité de Mission à l'issue de l'exercice 2022

Le fonctionnement du Comité de Mission est apprécié et permet d'exercer un rôle positif.

Les membres du comité se félicitent de la qualité des échanges, de l'ouverture aux discussions et des présentations. Les conversations, appels complémentaires et échanges de documents divers hors séances permettent aussi de nourrir le questionnement et d'enrichir l'éclairage du groupe.

Le comité évoque deux pistes complémentaires : la première est qu'il y ait un partage plus régulier de l'actualité du groupe, la seconde est d'organiser des échanges avec les membres du Conseil d'Administration du groupe, de façon à partager de façon plus collégiale les enjeux de la mission (un échange est prévu avec les administrateurs en amont du Conseil d'Administration d'avril 2023 pendant lequel le Comité de Mission présentera son avis).



La structuration entre politique d'impact du groupe et objectifs statutaires de la mission est pertinente.

L'articulation entre raison d'être et objectifs de mission est plus claire à la suite de la restructuration des objectifs statutaires du groupe. Le comité note qu'ainsi, ce qui est proposé par les marques est mieux approprié par chacune et nourrit les dimensions groupe de façon plus évidente, ce qui est une bonne chose en termes de compréhension par chaque partie prenante.

Le comité évoque alors deux points : tout d'abord, l'année 2022 présente déjà des résultats et des indicateurs intéressants qui démontrent l'impact de la mission ; pour les années à venir, les indicateurs quantitatifs et les index qualitatifs de mesure de la maturité sont à renforcer. Ensuite, le comité pense que la mobilisation des marques peut amener progressivement à un déploiement des actions au-delà des collaboratrices et collaborateurs internes, révélant ainsi de façon plus globale un "engagement pour le monde" et la mutation vers une nouvelle économie.

Les modèles d'affaires seront à terme impactés par les effets d'une orientation vers les missions.

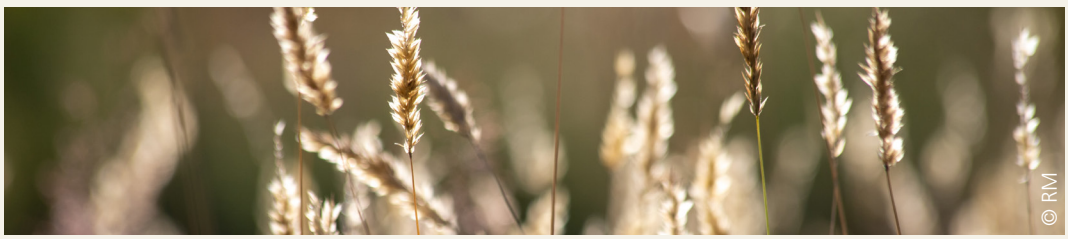
Le contexte externe sociologique et planétaire est en grand bouleversement. Il est donc très significatif que le choix de porter une mission pour le groupe et pour ses marques oriente non seulement dans le contexte actuel, mais prépare le futur.
Le comité évoque deux points : tout d'abord la Politique Ressources Humaines renouvelée en 2023 du groupe sera très importante pour une intégration et un alignement des actions de la mission sur le pilier 3 "Agir". Par ailleurs, la prise en compte des évolutions les plus pertinentes d'acteurs extérieurs, autres entreprises, autres organisations, autres institutions et réglementations, seront toujours plus à considérer pour soutenir la dynamique de transformation.

La singularité de la mission Groupe Rocher est à nouveau soulignée.

Le comité a insisté sur l'originalité des dispositifs de sensibilisation qui existent au sein du Groupe Rocher et qui semblent bien inscrits dans la manière historique du groupe de mobiliser ses salarié(e)s. Cela est vrai pour les animations réalisées avec la Fondation Yves Rocher pour planter des arbres. Cela est aussi très remarquable avec les dimensions de sensibilisation de la marche de reconnexion pour la Nature Academy.

Au regard de cette réelle singularité, le comité insiste sur la pertinence d'un dispositif de communication responsable associé et sur le développement d'un "faire savoir". Il le souligne d'autant plus que le modèle d'affaires du groupe a une vraie capacité à essaimer et donc à toucher directement les consommatrices, consommateurs - citoyen(ne)s. De cette façon, l'impact de la mission sera démultiplié.

Le comité a pu prendre connaissance des premières données relatives aux pays ayant lancé les animations Nature Academy, les marches, aux personnes qui ont suivi ces événements, en nombre de participant(e)s, et aussi au nombre de connectrices et connecteurs qui ont été formés pour assurer la transmission localement. Le comité a pu aussi être informé et a agréé le lancement d'une phase de diagnostic, après lancement, du dispositif de la Nature Academy. Ce diagnostic permettra d'ajuster les formats aux publics et aux cultures locales, ainsi qu'au contexte des marques, et ce dès 2023. Enfin, le comité prend note du report de lancement d'une nouvelle édition du Baromètre Groupe Rocher *Reconnect people to nature* ©, initialement prévue en 2022.



La fonction de résilience et d'étoile polaire que représente le choix d'une mission.

En 2022, le Groupe Rocher poursuit son plaidoyer pour dire que le passage en Société à Mission est à la fois fédérateur en interne et aussi essentiel pour créer une perspective à moyen et long termes pour les modèles d'affaires. Le groupe a ainsi reçu par exemple la distinction Cosmétiquemag RSE 2022, pour son engagement en tant que pionnier de l'Entreprise à Mission.

Le groupe continue de partager d'autre part son expérience pour convaincre d'autres structures et d'autres entreprises à adopter ce statut lors de conférences et tables rondes listées ci-dessous :

- Comme évoqué ci-dessus, 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 (OFB)
- Aux Assises Nationales de la Biodiversité en août 2022 à Besançon, en intervention de plénière d'ouverture
- Au colloque de la Ligue de Protection des Oiseaux "Biodiversité et climat" en décembre 2022 à l'Académie du climat à Paris.

Un exercice 2022 dans un contexte géopolitique mouvementé.

Le comité a exercé sa mission de questionnements et de débats sur les choix du Groupe Rocher concernant le maintien de ses activités en Ukraine et en Russie. Cette opportunité du débat et de l'éclairage par le Comité de Mission est essentielle et a nourri le groupe sur ses choix et postures.

Le rôle de l'organisme tiers indépendant

Aux termes de l'article L210-10 du Code de commerce, la réalisation des objectifs sociaux et environnementaux d'une entreprise ayant adopté la qualité de Société à Mission doit faire l'objet d'une vérification par un organisme tiers indépendant (OTI). Le cabinet EY a été sélectionné pour vérifier les progrès du Groupe Rocher dans l'accomplissement de sa mission.

EY est, depuis 2002, l'un des commissaires aux comptes du Groupe Rocher. Il est également l'OTI depuis près de 10 ans assurant le contrôle légal de la Déclaration de Performance Extra-Financière [1], annexée au rapport de gestion du groupe.

(1) Ou DPEF

Progression 2022
des objectifs statutaires

En 2022, le Groupe Rocher aligne plus directement raison d'être, objectifs de mission et transformation de ses modèles d'affaires. Cet alignement est facilité par une dynamique qui fait des marques les premières contributrices de la mission. La progression des dimensions contributives de la mission est ainsi rendue plus claire.

PROMOUVOIR ET FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES DE NATURE

Promouvoir et faire vivre des expériences de nature aux collaboratrices et collaborateurs du Groupe Rocher

La priorité est donnée à la cible interne en 2022. Les collaboratrices et collaborateurs sont en effet le premier socle d'une activation de la mission.

Pour évaluer de manière globale la dynamique impulsée par le groupe, une enquête d'engagement appelée *Tell Us* est conduite de façon annuelle. En 2022, pour cette 6ème édition à l'échelle mondiale, les résultats sont intégrés dans les business reviews (1) des différents périmètres concernés afin d'orienter les plans d'actions au service de l'amélioration de l'engagement des collaboratrices et collaborateurs.


© Emmanuel Berthier

(1) Rapports d'activité

Les actions de sensibilisation à la nature à destination des collaboratrices et collaborateurs

Conscient que le changement passe par l'engagement de toutes et tous, le groupe a mis en place un programme de mobilisation interne 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 résonance avec leur mission environnementale spécifique.

Concernant la **Nature Academy**, le programme 2022 comprend la marche de reconnexion et un atelier complémentaire d'échanges entre les participant(e)s autour des enjeux de 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 marque dans l'entreprise. L'objectif est de proposer à terme ce programme dans le parcours d'intégration de chaque marque et métier du groupe, c'est-à-dire de proposer à chaque collaboratrice et chaque collaborateur la possibilité de s'inscrire à une session de Nature Academy à son arrivée dans le groupe, et ce d'ici 2025.

Au-delà de ce programme, **différentes actions de sensibilisation ont été menées en 2022** auprès des collaboratrices et collaborateurs :

- **faire vivre des expériences de nature :**
  - journées de plantation, de maraîchage ou de permaculture en Italie, au Maroc, en Turquie ou au Portugal chez Flormar, Yves Rocher et Stanhome ;
  - formations auprès d'apiculteurs et activités pour découvrir la faune et la flore sauvage en Belgique, en France et aux Etats-Unis chez Arbonne ;
  - pratiques sportives en milieux naturels chez Yves Rocher en Espagne et en Suède et en France chez Dr Pierre Ricaud ;
  - constructions de nichoirs et d'hôtels à insectes chez Yves Rocher en Allemagne et en France ;
  - marches en forêt en Chine et en Pologne chez Yves Rocher ;
  - récoltes de déchets au Mexique chez Yves Rocher et Stanhome ;
  - Autre exemple pour la Marque Sabon, aménagements végétaux pour des jardins dans des centres de santé en Israël et dans un espace public au Japon ; récolte de déchets en Israël.
- **organiser 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 français d'Issy-les-Moulineaux, Rennes et La Gacilly ;
  - webinaires 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.

Objectifs opérationnels et résultats

OBJECTIFS 2022	RÉSULTATS 2022	OBJECTIFS 2023	HORIZON
Plus de 50% 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 dans le cadre professionnel.	En 2022, plus de 45 sites représentant **73% des salarié(e)s** du groupe ont répondu à l'appel pour faire vivre l'Entreprise à Mission en organisant des actions de sensibilisation et/ou des expériences de nature. **Parmi ces actions :** 97 différentes actions ont été organisées permettant à plus de 4 800 salarié(e)s de vivre une expérience de nature dans le cadre professionnel.	**100% des salarié(e)s** (hors personnel magasin) ont eu accès à une action de sensibilisation environnementale et/ou une expérience de nature sur leur site au cours de la dernière année.	**2025** **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.
Déployer le programme Nature Academy • 100 connectrices et connecteurs formés. • 1 000 participant(e)s.	**Depuis le lancement :** • 123 salarié(e)s, formé(e)s en tant que connectrices et connecteurs du programme. • 1 693 collaboratrices et collaborateurs ont participé à une "marche de la reconnexion" dans le cadre du programme Nature Academy.	**Depuis le lancement :** • 150 connectrices, connecteurs formé(e)s. • 2 000 participant(e)s avec un focus sur la participation des nouveaux entrants dans le groupe.	**2025** **Depuis le lancement :** • 4 000 salarié(e)s dont tous les nouveaux entrants dans le groupe ont eu l'opportunité de participer à la Nature Academy.

Il est à noter que le taux de participation à l'enquête *Tell Us* est de 88% en 2022. Cette étude a permis de mesurer un taux d'engagement global de 67%, soit 9 points au-dessus du benchmark international Opensquare, grâce au critère de la fierté d'appartenance à l'entreprise (80%), dont le score est de 19 points supérieurs au benchmark. De plus, 84% de salarié(e)s plébiscitent l'engagement environnemental du Groupe Rocher soit 26% de plus que le benchmark international.





BONNE PRATIQUE



En 2022, les Marques Petit Bateau et Stanhome ont organisé pour leur comité de direction et pour des équipes plusieurs sessions de sensibilisation via les Fresques du Climat. Des collaboratrices ont été formées pour animer ces sessions. L'intérêt généré amène ces marques à penser la poursuite de ces fresques, non seulement pour le climat mais probablement, dès 2023, pour la biodiversité.

LA FRESQUE DU CL!MAT



Promouvoir et faire vivre des expériences de nature aux parties prenantes externes et publics divers

Les actions de sensibilisation à la nature déployées auprès des réseaux de vente et des client(e)s de nos marques

La mission du groupe vise un intérêt collectif et souhaite explicitement s'engager auprès de ses parties prenantes externes que sont avant tout les partenaires de vente des différentes marques du groupe, mais également les client(e)s.

Objectifs opérationnels et résultats

En 2023, chacune des marques du groupe prévoit de définir ses objectifs opérationnels de sensibilisation à la nature de ses réseaux de ventes et de ses client(e)s.

Yves Rocher

La marque a déjà sensibilisé via les ateliers pédagogiques du vivant à La Gacilly **plus de 15 000 personnes** au cours des 10 dernières années.

Pour accompagner ses partenaires au sein de son réseau de vente, la marque propose des modalités concrètes via des projets pilotes :

- Programme de sensibilisation **Green Leaders** (1), animés via des Green Classes (2) virtuelles et interactives, au cours desquelles des sujets tels que dérèglement climatique, éco-conception, économie circulaire, ou encore gestion des déchets sont partagés. Ces Green Classes sont complétées par des newsletters trimestrielles, GreenLeaf (3) ou GreenLetters (4) dont le contenu répond aux questionnements des Green Leaders, apporte des compléments d'information sur la stratégie d'Impact de la marque ou des exemples d'actions engagées mises en place par les équipes des boutiques ;
- De nombreuses Beauty Advisors (5) sont invitées à venir planter sur le terrain lors des animations organisées avec la Fondation Yves Rocher.

Stanhome

Autre exemple, Stanhome s'engage à éduquer ses consommatrices et 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 digitale pour informer et éduquer et met également l'accent sur l'usage des produits désinfectants au travers de supports de communication délivrés à ses client(e)s.



(1) Ambassadrices et Ambassadeurs Vert(e)s
(2) Formations Vertes
(3) Feuille Verte
(4) Lettres Vertes
(5) Conseillères de Beauté

Promotion du lien entre biodiversité et économie au-delà de l'enceinte de l'entreprise



En 2022, le Groupe Rocher a encore été actif pour témoigner par sa présence et ses travaux externes du rôle territorial, sociétal et économique qu'ont les entreprises ; notons en particulier :

- L'engagement du Groupe Rocher au sein de la chaire de comptabilité écologique des universités de Paris Dauphine et Reims Champagne-Ardennes ainsi que d'AgroParisTech qui s'est prolongé pour la deuxième année ;
- Le Groupe Rocher est toujours membre de l'initiative "Entreprises engagées pour la nature" portée par l'OFB, sous la tutelle des Ministères de la Transition écologique et de l'Agriculture et de l'Alimentation, ainsi que du volet international par l'initiative act4nature portée par l'association française des Entreprises pour l'Environnement (EpE) ;
- Au travers de la Fondation Yves Rocher, le groupe a été sollicité par l'UICN [1] pour intervenir en ouverture des Assises Nationales de la Biodiversité en août 2022 à Besançon ;
- Le Groupe Rocher est cosignataire de la "Déclaration des acteurs de l'Océan" aux côtés de 126 acteurs de l'écosystème maritime français. 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 (Conférence des Parties) de la Convention sur la Diversité Biologique (CDB) qui s'est tenue en décembre 2022 à Montréal ;
- Le Global Partnership for Business and Biodiversity (GPBB) de la Convention sur la Diversité Biologique des Nations Unies (ONU) a accueilli dans son board [2] l'association RespectOcean, dont Claude Fromageot, Directeur Mission et Impact du Groupe Rocher, est le nouveau Président depuis janvier 2022. Des interventions autour des thèmes Économie et Biodiversité marine, préparatoires à la COP15, ont ainsi été réalisées ;
- Sur ce même thème océanique, toujours par son engagement dans l'association RespectOcean, le Groupe Rocher a été présent au One Ocean Summit de Brest de février 2022, sommet mondial organisé par la France, ainsi qu'à Lisbonne en juin 2022 pour la Conférence des Nations Unies pour les océans ;
- En France, le Groupe Rocher est intervenu en plénière aux Assises de l'Economie de la Mer de novembre 2022 pour signifier aux côtés de l'OFB l'importance de la prise en compte de la biodiversité ;

(1) Union Internationale pour la Conservation de la Nature
(2) Conseil

- Le Groupe Rocher, représenté par Claude Fromageot, Vice-Président du Conseil d'orientation stratégique (COS) de la Fondation pour la Recherche sur la Biodiversité (FRB), a apporté sa contribution aux réunions du COS ainsi qu'aux réunions communes de la FRB, y compris lors des rencontres de Montpellier de 2022 au CESAB (Centre d'Etudes de Synthèse et d'Analyse sur la Biodiversité) ;
- Le Groupe Rocher est mécène du groupe de travail "Economie et Biodiversité marine" lancé en janvier 2022 par l'association RespectOcean ;
- Le Groupe Rocher est présent auprès de la LPO (Ligue de Protection des Oiseaux) pour le MOOC (Massive Open Online Course) "mooc-entreprise-biodiversité.fr" déployé en 2022, en collaboration avec l'OFB et le MEDEF (Mouvement des entreprises de France), sur les entreprises et la biodiversité ;
- En janvier 2022, l'expérience du Groupe Rocher et de son engagement pour la mission a été présentée auprès des étudiants d'AgroParisTech au cours du séminaire "Evaluation des services écosystémiques : des politiques publiques au secteur privé" ;
- Enfin, le Groupe Rocher est signataire de l'engagement *Business for Nature* aux côtés d'une centaine d'entreprises pour encourager les gouvernements à adopter des politiques qui luttent contre l'érosion de la biodiversité pendant la décennie 2020-2030.



À NOTER

En 2022, le Rapport du Comité de Mission 2021 publié le 8 juin 2022 par voie numérique a été vu 1 500 fois en version française et 400 fois en version anglaise. Le nombre de ces vues est cohérent avec les autres types de rapports traitant de la performance extra-financière, démontrant ainsi que le rapport de mission fait partie d'un corpus d'identité du groupe.

FORMER AUX ENJEUX DE LA NATURE

Les trois nouveaux objectifs de la mission du Groupe Rocher clarifient ce qui relève de la sensibilisation et ce qui relève de la formation. En particulier, le programme Nature Academy initial a été redéfini comme venant soutenir le déploiement de l'objectif statutaire 1.

Développer un parcours de formation aux enjeux de la nature

Objectifs opérationnels et résultats

OBJECTIFS 2022	RÉSULTATS 2022	OBJECTIFS 2023	HORIZON
Avoir une Politique Formation aux enjeux de la nature formalisée : • **Généraliste accessible à tous les salarié(e)s,** • **Expertise RSE métier.**	**Conception de deux modules de formation RSE généralistes ; Constitution d'un corpus (8h) de modules digitaux de formation aux enjeux liés à la nature :** limites planétaires, énergie, biodiversité, océan, les plastiques. Pour chaque thème : des modules vidéo, des questionnaires et des séquences de rappel ont été produits et testés en utilisation. Le groupe a été appuyé par des experts en formation, ainsi que par des professionnels des outils de e-learning (formation à distance).	Former 800 collaboratrices, collaborateurs sur les deux modules RSE généralistes ; Mise à disposition des collaboratrices et collaborateurs connectés des modules digitaux de formation aux enjeux de nature pour ceux qui le souhaitent.	**2025** Former 4 000 collaboratrices, collaborateurs sur les premiers modules RSE généralistes ; **2030** Tous les nouveaux entrants sont formés aux enjeux de la nature.
	Formation expertise RSE : L'ensemble des Sponsors et Leaders RSE Marques et Métiers du Groupe Rocher a été inscrit à la formation Sustainable transition management du programme Executive Education de HEC Paris. Il s'agit d'une formation complète d'une durée d'un an, avec 7 modules en e-learning et une quinzaine de sessions d'échange. En 2022, 22 Sponsors et Leaders RSE ont été formés via 50 heures de e-learning soit un ensemble de 1500 heures dédiées. **Formation expertise finance durable :** 37% des personnes cibles (directrices et directeurs financiers & contrôleuses et contrôleurs de gestion) ont été formés en 2022.	Mettre à disposition un catalogue Expertise RSE métier plus large (éco-conception, achats durables etc.).	**2025** Cibler une population de 100 personnes/an et la former via un parcours certifiant aux enjeux de la nature.

À date, il a été décidé de concentrer le travail sur le développement de la formation interne. Pour ce qui est de l'externe, le groupe reporte la planification d'un dispositif après la période 2023. L'enjeu est en effet de réaliser un déploiement interne comme base d'un futur rayonnement sur ces dimensions.

BONNE PRATIQUE

En 2022, les départements Achats et Finance Groupe ont renouvelé des formations spécifiques à leurs métiers (achats durables et comptabilité écologique). Ce type de formations se poursuivra et sera étendue à d'autres métiers pour adapter les pratiques aux évolutions réglementaires, aux enjeux matériels et aux ambitions du groupe spécifiques à ces métiers.



AGIR EN FAVEUR DE LA NATURE

Ce troisième objectif majeur de la mission est lui aussi issu des résultats du Baromètre *Reconnect People to Nature*© Groupe Rocher de 2020. En effet, c'est parce que les personnes sont sensibilisées par des expériences de nature – premier objectif, qu'elles ont aussi la possibilité de renforcer leurs connaissances des enjeux liées aux limites planétaires et aux questions d'impact – deuxième objectif, qu'elles peuvent alors agir et modifier leurs pratiques, tant professionnelles que personnelles, leurs conduites, décisions et attitudes personnelles et collectives – troisième objectif.
Sont ciblées les actions liées à la biodiversité, à la maîtrise énergétique, à la consommation et aux impacts sur l'eau, et enfin à la dépendance aux plastiques. Ces actions sont détaillées dans la **Déclaration de Performance Extra-Financière du Groupe Rocher** (DPEF) [1] à laquelle il est possible de se référer pour trouver des informations détaillées.


© RM

Protéger la biodiversité

Le Groupe Rocher a formalisé sa première politique en faveur de la protection de la biodiversité en 2010, réactualisée en 2021. Pour 2022, deux axes de cette politique ont été suivis :

- 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.

La dimension d'ambassadeur s'est confirmée, qualitativement évoquées en pages 20 et 21 du présent document, puisque pour 2022 la promotion de l'Entreprise à Mission a été particulièrement centrée sur le lien entre entreprise et biodiversité.
En ce qui concerne l'action, 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 trois thématiques principales, listées ci-dessous.

(1) Document consultable sur https://groupe-rocher.com

Approvisionner de façon durable et responsable les matières premières d'origine végétale

L'évaluation détaillée des filières d'origine végétale est essentielle pour analyser les pratiques économiques, sociales et environnementales des fournisseurs directs et de leurs propres filières d'approvisionnement en matières premières d'origine végétale. Cette démarche d'approvisionnement durable repose sur trois piliers majeurs :

- S'approvisionner en quantité et en qualité pour un usage industriel responsable ;
- Protéger les femmes et hommes et la biodiversité ;
- Partager de manière juste et équitable les avantages tirés de la biodiversité.

En 2022, pour les cosmétiques et la détergence, le groupe recense plus de 500 filières végétales sur un ensemble de 230 origines botaniques (plantes) différentes.

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 du marché.


© RM

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.

En ce qui concerne le textile, la Politique Achats des matières premières de Petit Bateau est conduite selon trois axes :

- Qualité des fils et des fibres utilisés pour garantir la durabilité des produits de la collection ;
- Relations équilibrées avec les fournisseurs pour garantir la pérennité des partenariats ;
- 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.

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

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, la marque travaille conjointement avec des partenaires au travers de la chaire BALI (Biarritz Active Lifestyle Industry) ou du projet européen de mode circulaire SCIRT (System Circularity and Innovative Recycling of Textiles) ou encore avec des partenaires locaux français.

La synthèse des résultats est résumée dans le tableau ci-dessous, hors Arbonne, Sabon et Flormar, qui sont en cours d'intégration dans cette politique avec un déploiement progressif jusqu'à 2030.

Préserver les 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, le GRISP (Groupe Rocher Index for Soils Preservation), à partir du CBS+ (Coefficient de Biotope par Surface) de l'ADEME [(1)], de l'Écopotentiel (le coefficient de potentiel de biodiversité) développé par "Bruxelles Environnement" et de l'indicateur de gradient de naturalité et d'échelle d'artificialisation du Club Infrastructures Linéaires & Biodiversité (CIL&B).

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.
Après une première phase de développement et de test en 2021, le déploiement de l'index sur les sites en propre du groupe a été réalisé en 2022 avec de premiers résultats qui serviront de base pour un pilotage du foncier sur ce plan de l'artificialisation dès 2023.



Gérer les sites de façon responsable

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 la fois à définir une feuille de route adaptée aux spécificités des sites pour réduire leur impact sur la biodiversité, mais aussi à organiser la mobilisation et l'animation des collaboratrices et collaborateurs autour des questions de 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 référent(e)s biodiversité.

(1) Agence de la transition écologique

Objectifs opérationnels et résultats

OBJECTIFS 2022	RÉSULTATS 2022	OBJECTIFS 2023	HORIZON
ENJEUX D'APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE POUR LES FILIÈRES VÉGÉTALES COSMÉTIQUES ET TEXTILES			
Mise à jour des définitions des filières responsables et durables pour les ingrédients botaniques.	Les ingrédients botaniques sont issus à 43% de filières responsables (78% pour les filières stratégiques) dont 13% de filières durables (39% des filières stratégiques). • Les 9 plantes emblématiques de la Marque Yves Rocher ont renouvelé leur certification UEBT en juillet 2022. • 53% de produits de la collection Petit Bateau conçus majoritairement à partir de matières éco-responsables.	45% de filières responsables, dont 15% durables et 9 plantes emblématiques à La Gacilly et le Tiaré de Tahiti certifiées UEBT (1). Plus de 53% de produits de la collection Petit Bateau conçus majoritairement à partir de matières éco-responsables.	**2030** 100% ses ingrédients botaniques sont issus de filières responsables et durables. **2025** 100% de produits de la collection Petit Bateau conçus majoritairement à partir de matières éco-responsables.
ZÉRO ARTIFICIALISATION DES SOLS			
Mise en place de l'Index GRISP et première collecte de données.	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. Cet index ressort à 66% d'artificialisation des sols pour une emprise foncière de 132 ha.	À définir sur la base des résultats à fin 2022.	À définir sur la base des résultats à fin 2022.
ANCRER UNE DÉMARCHE DE GESTION DE LA BIODIVERSITÉ SUR LES SITES DU GROUPE			
Tous Les sites du groupe en France sont "refuges biodiversité" en partenariat avec la LPO*.	En 2022, 24% des salarié(e)s du groupe à l'échelle internationale appartiennent à un site ayant un plan de gestion biodiversité.	Tous les sites du groupe accueillant plus de 250 personnes ont lancé une démarche de gestion de la biodiversité.	**2030** Tous les sites du groupe accueillant plus de 50 personnes ont lancé une démarche de gestion de la biodiversité.

(1) Agence de la transition écologique
** Union for Ethical Biotrade*

BONNES PRATIQUES

1 PÉRENNISER LA FILIÈRE MONOÏ DE TAHITI TOUT EN ACCOMPAGNANT DES JEUNES À LA FORMATION AGRICOLE

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) Tiaré Tahiti visant à renforcer la pérennité de la filière aujourd'hui vieillissante (nombreux départs à la retraite de cultivatrices et cultivateurs de tiaré), et ainsi transmettre des connaissances techniques et pratiques (stages agricoles) à des jeunes de formation agricole.

2 IMPACT SUR LA BIODIVERSITÉ DES SITES BRETONS

Afin d'évaluer et d'améliorer leur impact sur la biodiversité, 6 sites du Groupe Rocher en Bretagne prennent part à un programme IQER (Indice de Qualité Ecologique adapté aux Refuges LPO) 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 le dérèglement climatique par une Politique Énergie et Carbone

La gouvernance des enjeux climat est pleinement intégrée à la gouvernance RSE 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 représentant(e)s des directions Opérations, Retail, IT (Information Technology), 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.


© Emmanuel Berthier

Maîtriser les émissions directes

Le Groupe Rocher entend agir directement sur ses émissions scopes 1 et 2 à travers les deux 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 et tertiaires, magasins) déploie un Système de Management Environnemental 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 en énergie, ou pour adapter les processus industriels en vue d'optimiser leur consommation.

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.

Gouverner à l'aide de bilans réguliers 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.

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 renouvelable.

Réduire les émissions indirectes

Les émissions indirectes représentent la grande majorité (+ de 95% en 2022) des émissions du Groupe Rocher, c'est pourquoi leur réduction constitue un axe majeur de la stratégie bas carbone.
En 2022, le Groupe Rocher a travaillé à la définition d'objectifs de réduction des émissions du scope 3 sur ses 5 principaux postes d'émissions dans l'optique de faire valider leur niveau d'ambition et leur compatibilité avec les objectifs de l'Accord de Paris par la SBTi (Science Based Target initiative). Des groupes de travail dédiés ont été formés afin d'identifier et de déployer des plans concrets de réduction.

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 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. DPEF) ;
- 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).

Objectifs opérationnels et résultats

OBJECTIFS 2022	RÉSULTATS 2022	OBJECTIFS 2023	HORIZON
Baisse de 16% des émissions de gaz à effet de serre pour les scopes 1 et 2 vs 2019 en valeur absolue.	À périmètre comparable, le Groupe Rocher a réduit de 31% ses émissions par rapport 2019 (et de 21% vs 2021).	Baisse de 6% des émissions de gaz à effet de serre pour les scopes 1 et 2 vs 2022 en valeur absolue.	**2030** Baisse de 30% des émissions de gaz à effet de serre pour les scopes 1 et 2 vs 2019 en valeur absolue.
Se fixer un objectif de réduction sur le scope 3 à 2030 en ligne avec les recommandations de la SBTi.	En 2022, la méthodologie de calculs des émissions de scope 3 a été affinée sur différents postes d'émissions.		**2030** -27% tCO2eq vs 2019 au niveau du groupe sur le scope 3 en valeur absolue.



BONNES PRATIQUES

1 RÉDUCTION DES ÉMISSIONS FOSSILES GRÂCE À LA MISE EN PLACE D'UN RÉSEAU DE CHALEUR

Dans le cadre des ambitions bas carbone à La Gacilly, 14 infrastructures du groupe situées à La Gacilly et ses environs se sont engagées 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 "Les 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.



2 RÉDUCTION DE L'IMPACT DES TRANSPORTS "AVAL" EUROPE

En 2022, le Groupe Rocher a poursuivi en France ses engagements vers une réduction de 6% sur trois 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. A fin 2022, l'ensemble des actions menées dans le cadre de la démarche FRET 21 a permis de réduire les émissions des transports de 3 544 tCO_2eq. Ce bilan sera soumis à vérification par une partie tierce indépendante dans le cadre du dispositif SBTi.



Protéger la ressource en eau

Politique et plans d'action

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 du groupe est ainsi construite autour de trois 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 (m^3/t de produit) ;
- Travailler avec ses fournisseurs & sous-traitants.

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



Objectifs opérationnels et résultats

OBJECTIFS 2022	RÉSULTATS 2022	OBJECTIFS 2023	HORIZON
AVOIR UNE GESTION RESPONSABLE DE L'EAU DANS LES SITES DE PRODUCTION			
Réduire de 10% les consommations d'eau industrielle (m^3/t de produit) vs 2019.	À périmètre comparable, le groupe a réduit ses consommations d'eau industrielle (m^3/t de produit) de 11% vs 2019.	-15 % de consommation d'eau industrielle (m^3/t de produit) vs 2019.	**2030** -30% de consommation d'eau industrielle (m^3/t de produit) vs 2019.
COMMERCIALISER DES PRODUITS QUI RESPECTENT LA RESSOURCE EN EAU			
Se fixer un objectif sur le pourcentage des formules rincées biodégradables en cosmétique et détergence.	• 89% de nos formules détergentes rincées contiennent au moins 95% d'ingrédients biodégradables. • 56% des ingrédients cosmétiques sont facilement biodégradables à plus de 50%. • 75% des produits Petit Bateau vendus sont certifiés par le label OEKO-TEX® STANDARD 100, qu'ils soient vendus		**2030** • 100% des formules cosmétiques et détergentes rincées biodégradables. • 100% de produits textiles certifiés OEKO-TEX® STANDARD 100 ou GOTS [1].



(1) Global Organic Textile Standard

BONNES PRATIQUES

RÉDUCTION DES CONSOMMATIONS D'EAU EN PRIORITÉ POUR LES SITES INSTALLÉS EN ZONE DE STRESS HYDRIQUE

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 90 m^3 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 m^3 d'eau en 2022. La formation de la main-d'œuvre a également permis d'économiser 450 m^3 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 2 460 m^3 par an.

Diminuer l'usage du plastique

Politique et plan d'actions

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.

En 2022, le Groupe Rocher a pris d'autre part deux engagements externes forts pour agir aux côtés d'autres acteurs industriels :

- Être signataire du Pacte National sur les emballages plastiques qui a rejoint le réseau mondial des Pactes Plastiques de la Fondation Ellen MacArthur. Ce Pacte 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 ;
- Être également signataire du Plastic Act de la FEBEA [1] aux côtés de ses pairs, un plan d'actions pour réduire l'empreinte plastique du secteur cosmétique.



Objectifs opérationnels et résultats

OBJECTIFS 2022	RÉSULTATS 2022	OBJECTIFS 2023	HORIZON
RÉDUIRE L'UTILISATION DE PLASTIQUE			
-9% du plastique (g/ml) mis sur le marché.	-7,61% du plastique (g/ml) mis sur le marché.	-9% du plastique (g/ml) mis sur le marché.	**2030** -30% du plastique (g/ml) mis sur le marché vs 2019.
MAXIMISER L'UTILISATION DE PLASTIQUE RECYCLÉ			
30% du plastique utilisé est du plastique recyclé.	Le groupe a mis 7 617 tonnes de plastique sur le marché en 2022, dont 34% du plastique recyclé soit 5% de plus qu'en 2021.	40% du plastique utilisé par le groupe est du plastique recyclé.	**2025** 50% du plastique utilisé par le groupe est du plastique recyclé. **2030** 100% du plastique utilisé par le groupe est du plastique recyclé.

(1) Fédération française des Entreprises de la Beauté

Agir en faveur de la nature avec les réseaux de vente et les consommatrices et consommateurs

Ce volet d'action rejoint les modèles d'affaires et rend ainsi concrète la mission au cœur même de l'entreprise. La Déclaration de Performance Extra-Financière 2022 du Groupe Rocher rassemble les informations précises sur les dimensions évoquées ci-dessous.



Proposer des innovations produits et services en vue d'une consommation plus responsable

Les marques ont poursuivi le déploiement d'une transformation de leur portefeuille produits et services afin d'accompagner leurs client(e)s vers une consommation plus respectueuse et moins impactante sur l'environnement ; à titre d'exemples :

- La Marque Yves Rocher en France, consciente de l'impact environnemental de ses outils commerciaux et de l'inexistence des filières de recyclage pour les packagings de maquillage en France, a déployé sur 645 boutiques le projet RECOLTE en 2022 permettant ainsi à ses client(e)s de les déposer en magasin. Le projet organise alors le recyclage avec des professionnels de la filière.
- 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 déchets et pollution plastique et un choix de partenaires alignés avec les engagements de marque.
- Afin de favoriser l'économie circulaire, Petit Bateau développe des offres de produits de seconde main et a lancé une offre de location. En 2022, la revente des produits de seconde main s'est déployée dans plus de 14 points de vente en France 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 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.

Collaborer avec des partenaires philanthropiques

Chaque marque du groupe a entrepris un travail de définition de sa mission propre et a pu ainsi progresser dans le choix de sa cause et de partenaires pour les actions de mécénat ou de philanthropie. Ainsi par exemple :

- La Marque Yves Rocher a poursuivi son soutien à la Fondation Yves Rocher à la fois sur le programme "Plant For Life" pour les arbres et les haies en France et dans le monde et sur le programme Terre de Femmes, dans ce lien si majeur entre femmes, communautés et résilience des territoires. En 2022, le Fonds pour l'Arbre a été animé en particulier sur la France, permettant le regroupement d'une dizaine de mécènes mobilisés pour la cause de la haie. Le Concours Général Agricole (CGA) sur son volet agroécologique a ainsi été soutenu, avec présence de la Fondation au Jury et à la remise des prix lors du Salon de l'Agriculture 2022.
- La Marque Sabon a défini son programme philanthropique "Seed of Joy". Plusieurs projets de jardins et espaces végétaux ont été soutenus au sein d'établissements de santé (établissements pour personnes âgées, cliniques, jardins publics) en Israël et au Japon sur 2022.
- La Marque Petit Bateau soutient l'association Water Family - Du Flocon à la Vague. Cela a permis en 2022 de multiplier les actions de sensibilisation aux questions de la préservation de l'eau, de la biodiversité, auprès de plus de 250 000 enfants, et dans le même temps, de mobiliser les collaboratrices et collaborateurs de la marque. Une antenne de l'association a été créée sur le site troyen de la marque.



D'autres actions philanthropiques existent notamment chez Stanhome, Dr Pierre Ricaud ou Arbonne mais sont aujourd'hui davantage orientées vers la santé ou les causes sociales que directement liées à la mission du groupe.

À l'avenir, le Comité de Mission se propose de contribuer à la réflexion des marques en vue d'un meilleur alignement de ces actions avec la mission environnementale du Groupe Rocher *Reconnect People to Nature*.

Conclusion

L'exercice de conduite de la mission pour le Groupe Rocher est enrichi par la confrontation au réel de l'entreprise et au déploiement des politiques particulières concernant les grands objectifs. Le comité se félicite sur ce point de la nouvelle répartition en trois dimensions des objectifs de mission du Groupe Rocher, promouvoir – former – agir, parce qu'elles sont à la fois beaucoup plus cohérentes avec les enseignements du baromètre et aussi, plus simples à retenir donc à déployer.
La simplicité du dispositif global tient aussi à son intégration dans la stratégie RSE, aujourd'hui nommée impact. La mission a également orienté les choix du plan de transformation du groupe.
Ces clarifications n'ont pas empêché les actions et les efforts de se déployer et de donner des résultats qui montrent une évolution positive, alors même que le contexte économique du groupe est plus difficile.
La nouvelle stratégie de ressources humaines du groupe qui se déploie à partir de 2023 soutiendra très certainement les actions de la mission et donc l'atteinte des objectifs associés.
Les moyens alloués à la mission sont plus nettement visibles lors des comités de mission, grâce à un dispositif d'agrégation des indicateurs, de fixation progressive des objectifs particuliers qui permettent d'apprécier la maturité des sujets travaillés. Il devrait s'ensuivre, si la gestion de ces données se renforce encore, une capacité de gouvernance à la fois originale et efficiente.

Vus les éléments présentés dans ce rapport, le comité reconnaît les progrès accomplis par le Groupe Rocher sur les objectifs de sa mission. En 2022, la majorité des objectifs sont atteints voire dépassés. Le comité est confiant sur l'atteinte des trajectoires à 2030.

Annexe

Lettre d'Audit EY et Associés.

GROUPE ROCHER
reconnect people to nature

À l'attention de Thomas GAULT
EY & Associés
Tour First, TSA 14 444
92037 La Défense Cedex

Issy-les-Moulineaux, le 23 mai 2023

Cette lettre vous est adressée, en application de vos pratiques professionnelles, dans le cadre de l'émission de votre rapport sur les informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que notre entité s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission telles que présentées dans le rapport du comité de mission et relatives à la période allant du 31 décembre 2020 au 31 décembre 2022 joint au rapport de gestion en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce.

En tant que responsable de l'exécution de la mission, nous vous confirmons ci-après, en toute bonne foi et au mieux de notre connaissance, les informations et affirmations qui vous ont été fournies dans le cadre de vos travaux.

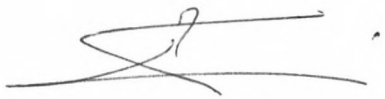
1. Les procédures que nous avons développées nous permettent de suivre de façon appropriée l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.
2. Tout tiers peut consulter, sur simple demande, les procédures auprès de l'équipe «Mission et Impact».
3. Les informations du rapport du comité de mission ont été publiées, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux procédures.
4. Nous avons mis en œuvre les contrôles nécessaires lors de la collecte et la consolidation des informations fournies au comité de mission afin d'alimenter son rapport.
5. A ce jour, nous n'avons connaissance d'aucun événement survenu depuis la date de clôture de l'exercice et qui nécessiterait un ajustement des informations.
6. Nous avons mis à votre disposition toute la documentation nécessaire à la réalisation de vos travaux, notamment les procédures internes et rapports internes, matrice de collecte et plan d'actions ainsi que toutes les informations

ayant ou pouvant avoir une incidence significative sur l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux.

7. Nous vous avons donné accès au travaux menés par le comité de mission en mettant à votre disposition la documentation nécessaire et en permettant la réalisation d'entretiens avec les membres du comité de mission.

8. Nous n'avons connaissance d'aucun rapport, avis ou position émanant d'organismes externes de contrôle dont le contenu pourrait avoir une incidence significative sur la présentation et les méthodes d'évaluation de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux.

Bris ROCHER
Président-Directeur Général



GROUPE ROCHER
7, chemin de Bretagne
92130 Issy-Les-Moulineaux
www.groupe-rocher.com

Laboratoire de Biologie Végétale Yves Rocher
S.A. au capital de **4 483 405 euros**
n° 876 580 077 R.C.S. Vannes
Siret 876 580 077 00017
APE 2042 Z

Photos ©Emmanuel Berthier / ©RM
Conception graphique : www.freefree.fr



GROUPE ROCHER

reconnect people to nature