

Rapport du Comité de Mission 2023

04 juin 2024



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

SOMMAIRE

ÉDITO ----- PAGE 3

01

LES ENGAGEMENTS DU GROUPE ROCHER ----- PAGE 4

La “société à mission”, de quoi s’agit-il ? ----- PAGE 4

La qualité de société à mission
Le rôle du comité de mission
Le contrôle par un organisme tiers indépendant

La raison d’être et les objectifs de la mission du Groupe Rocher ----- PAGE 5

Dates clés
Reconnecter les femmes et les hommes à la nature

02

LE COMITÉ DE MISSION GROUPE ROCHER ----- PAGE 8

La composition 2023 du Comité de Mission Groupe Rocher ----- PAGE 8

Les travaux 2023 du Comité de Mission Groupe Rocher ----- PAGE 8

Un exercice 2023 dans un contexte géopolitique et économique mouvementé
Une gouvernance dissociée pour faire face aux défis du groupe
La transformation des modèles d’affaires
La structuration entre la mission Groupe et la stratégie Groupe
Les déclinaisons de la mission Groupe au sein des différentes marques
Le plaidoyer Groupe pour l’Entreprise à Mission

L’organisation et la gouvernance 2023 du Comité de Mission Groupe Rocher ----- PAGE 13

Le fonctionnement actuel du Comité de Mission Groupe Rocher
Le besoin de stimuler l’innovation au sein du Comité de Mission Groupe Rocher
Le suivi de l’actualité du Groupe Rocher

03

LES OBJECTIFS ET LA FEUILLE DE ROUTE DE LA MISSION DU GROUPE ROCHE ----- PAGE 14

Des objectifs statutaires aux objectifs opérationnels ----- PAGE 14

Les nouveaux objectifs opérationnels 2023

Promouvoir et faire vivre des expériences de nature aux salarié(e)s ----- PAGE 16

Faire vivre des expériences de nature aux salarié(e)s et/ou les sensibiliser aux enjeux environnementaux
Déployer le programme Nature Academy

Promouvoir et faire vivre des expériences de nature aux parties prenantes externes ----- PAGE 18

Pour les réseaux de vente et client(e)s des marques du Groupe Rocher
Le plaidoyer environnemental Groupe

Former aux enjeux de la nature ----- PAGE 20

Former les salarié(e)s aux essentiels de la RSE
Former les expert(e)s métiers sur des sujets d’expertise RSE spécifique
Former les salarié(e)s pour transformer les modèles d’affaires

Agir en faveur de la nature ----- PAGE 24

Agir en faveur de la biodiversité via nos approvisionnements durables
Agir en faveur de la biodiversité sur nos territoires
Agir en faveur de la biodiversité dans nos métiers

CONCLUSION GÉNÉRALE ----- PAGE 30

ÉDITO

En 2023, peut-être plus que jamais, l'acronyme "VUCA" : *Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity*¹ semble s'être matérialisé et modeler désormais notre monde, notre quotidien. Les crises géopolitiques, les catastrophes naturelles et les défis économiques semblent se multiplier.

Dans ce contexte, un doute peut surgir : à quoi sert le fait d'être une entreprise à mission dans cet environnement particulièrement complexe ? Ne faudrait-il pas plutôt se focaliser sur les enjeux de performance économique ?

Face à ces doutes bien légitimes, je répondrais que la mission bien au contraire montre le chemin. Tenir le cap, c'est ce que s'attache à faire le Groupe Rocher, un groupe international au modèle unique dans son héritage familial et son ancrage local depuis 1959. Mais peut-être que dans un monde aussi *Volatile, Incertain, Complexe et Ambigu*, il est plus que jamais nécessaire d'inscrire ce cap, cette mission, dans les statuts, et dans la loi, comme c'est le cas depuis 2019 en France par le biais de la loi relative à la croissance et la transformation des entreprises².

Le fait que la mission du groupe soit de **reconnecter les femmes et les hommes à la nature** me fait penser à une valeur forte des Haudenosaunee³ : l'idée de prendre en compte la 7^{ème} génération à venir dans toute décision. Il s'agit donc de prendre en compte celles et ceux qui ne sont pas encore nés, mais qui vont hériter des décisions prises actuellement. C'est ce qui est à l'œuvre dans ce groupe familial et désormais inscrit dans les statuts de l'entreprise, à travers la qualité de *société à mission*.

Alors réconcilier la mission du groupe avec les enjeux économiques, c'est un peu comme tenter de faire en sorte que la génération actuelle donne la main à la 7^{ème} génération (celle qui sera là non pas dans 30 ans, ni même dans 200 ans mais bien dans 500 ans). Et ce n'est pas facile. La décision de Bris Rocher de déléguer ses fonctions exécutives à Jean-David Schwartz assure l'agilité et le pragmatisme nécessaires dans cet environnement complexe. L'engagement de Bris Rocher en tant que Président du Conseil d'Administration du Groupe Rocher, ainsi qu'au sein du Comité de Mission garantit la prise en compte de cette génération et vient déjà contribuer au meilleur fonctionnement du Comité de Mission.

En tant qu'entrepreneuse et membre du Comité de Mission du Groupe Rocher depuis sa mise en place, je terminerais par les mots de l'économiste Daniel Cohen qui résonnent particulièrement aujourd'hui il me semble, par rapport à la mission du groupe, et aux défis que nous traversons toutes et tous ensemble collectivement : *"Il ne faut pas distinguer la réflexion de l'action. C'est en faisant les choses qu'on transforme son imaginaire. Il faut commencer à vivre autrement, même si les gestes de départ sont symboliques, pour faire l'apprentissage d'un monde à inventer. Il faut ressentir non pas seulement de la tristesse face au monde qui se délite mais de la joie pour celui qui est possible⁴."*

Céline ORJUBIN
Membre du Comité de Mission Groupe Rocher
Présidente-Directrice Générale My Little Paris



¹ VUCA : Volatilité, Incertitude, Complexité, Ambiguïté - cf. *Leaders: Strategies for Taking Charge*, Burt Nanus & Warren Bennis, 1985.

² Loi PACTE promulguée le 22 mai 2019 - cf. <https://www.economie.gouv.fr/loi-pacte-croissance-transformation-entreprises>

³ Le principe de la 7^{ème} génération serait apparu à l'époque de la rédaction de la constitution de la confédération Haudenosaunee - le vrai nom indigène des Iroquois qui veut dire «le peuple des maisons longues» - entre le XIII^e et le XVI^e siècle en Amérique. La confédération iroquoise fut l'entité politique la plus puissante en Amérique du Nord pendant deux siècles avant Christophe Colomb, et pendant les deux siècles après. - cf. article *Donner de la voix et la voix aux générations futures*, Yves Mathieu <https://missionspubliques.org/donner-de-la-voix-et-la-voix-aux-generations-futures/>, 24 mai 2023.

⁴ Cf. *Une Brève Histoire de l'économie*, Daniel Cohen, février 2024.

LES ENGAGEMENTS DU GROUPE ROCHER

LA “SOCIÉTÉ À MISSION”, DE QUOI S’AGIT-IL ?

La qualité de société à mission

L'article 176 de la loi française du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises (loi PACTE) a introduit la qualité de *société à mission*. Au-delà de la seule recherche de la performance économique, une *société à mission* se donne pour finalité de contribuer positivement à la société et/ou à maîtriser ses impacts négatifs sur l'environnement. Toute société, quelle que soit sa forme, peut adopter volontairement la qualité de *société à mission*, sous réserve qu'elle respecte les conditions requises. La *société à mission* est une qualité et non une nouvelle catégorie juridique. Il n'est donc pas nécessaire de changer de forme juridique pour devenir une *société à mission*. Néanmoins, l'obtention de cette qualité implique de modifier les statuts de la société.



L'article 1835 du Code civil apporte donc la possibilité de modifier ses statuts d'entreprise et d'y insérer une "*Raison d'Être, constituée des principes dont la société se dote et pour le respect desquels elle entend affecter des moyens dans la réalisation de son activité*". À la différence de l'élargissement de l'intérêt social, se doter d'une *raison d'être* demande une démarche volontaire de la part de l'entreprise. Cela lui permet d'afficher et de définir les spécificités de son engagement sur le plan social et environnemental. La *raison d'être* est propre à l'entreprise, c'est l'objectif qui met la société en mouvement et l'amène à se dépasser. Elle a pour but de donner du sens à son existence et de manifester au public son utilité sociale. En se dotant d'une *raison d'être*, l'entreprise déclare officiellement son ambition et les principes qui vont guider ses décisions.

L'article L. 210-10 du Code de commerce précise la qualité de *société à mission*, qui doit être déclaré au greffe du tribunal du commerce et est plus contraignant que la *raison d'être*. En effet, les statuts de l'entreprise doivent non seulement préciser sa *raison d'être* mais aussi formuler sa mission et "un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux" ainsi que les modalités de suivi des ambitions de mission. Autre condition, les enjeux de la mission doivent être intégrés dans la gouvernance de l'entreprise, soit via un(e) référent(e) mission, soit par la création d'un comité de mission distinct composé d'au moins un(e) salarié(e). Enfin, un organe tiers et indépendant (OTI) doit contrôler l'exécution des objectifs de la mission.

Le rôle du comité de mission

Selon l'article 210-10 du Code de commerce, le comité de mission :

- Est "distinct des organes sociaux" de la société ;
- Doit "comporter au moins un(e) salarié(e)" ;
- "Est chargé exclusivement [du] suivi [de l'exécution de la mission]" ;
- "Présente annuellement un rapport joint au rapport de gestion [...] à l'assemblée chargée de l'approbation des comptes de la société" ;
- "Procède à toute vérification qu'il juge opportune et se fait communiquer tout document nécessaire au suivi de l'exécution de la mission".

Les statuts de la société peuvent renvoyer à un règlement intérieur destiné à préciser le fonctionnement du comité de mission (modalités de désignation des membres, nombre de réunions, règles de vote, durée du mandat, rémunération des membres, etc.)⁵.

⁵ Cf. <https://www.entreprisesamission.org/le-comite-de-mission/>

Le contrôle par un organisme tiers indépendant

Aux termes de l'article L210-10 du Code de commerce, la société à mission doit donc se soumettre au contrôle d'un organisme tiers indépendant (OTI) dans les 18 premiers mois⁶ après la déclaration de la qualité de *société à mission*. L'avis de l'organisme indique si la société respecte ou non les objectifs fixés. Pour rendre son avis, l'OTI peut accéder à tous les documents détenus par la société qu'il juge utiles. Il peut procéder à des vérifications sur place et doit notamment avoir accès au rapport annuel établi par le comité de mission. Le cas échéant, il mentionne les raisons pour lesquelles les objectifs n'ont pas été atteints ou pour lesquelles il lui a été impossible de parvenir à une conclusion. Cette vérification doit avoir lieu au moins tous les 2 ans⁷ pour les grandes entreprises.

LA RAISON D'ÊTRE ET LES OBJECTIFS DE LA MISSION DU GROUPE ROCHER

Dates clés

1930 Naissance de Monsieur Yves Rocher.

Années 40-50 À la suite de la mort de son père, Yves Rocher se réfugie dans les bois où il trouve du réconfort, il se rend compte que la nature a un impact positif sur notre bien-être.

1959 Depuis sa maison familiale, Yves Rocher crée son propre atelier, c'est le début de la Marque Yves Rocher. Avec la vente par correspondance, il réussit son pari d'apporter directement à des millions de femmes et d'hommes, sans intermédiaires, des soins naturels avec des actifs 100% végétaux, efficaces pour la peau, et sensoriels procurant du bien-être. Des soins engagés par nature, accessibles et distribués partout en France.

1975 La Gacilly, en Bretagne, est un véritable laboratoire à ciel ouvert imaginé par Yves Rocher. 1500 espèces végétales y sont préservées et étudiées par nos expert(e)s. Adhérent au BGCI (*Botanic Gardens Conservation International*), le Jardin Botanique Yves Rocher fait partie d'un réseau international de transfert de connaissances et de savoir-faire sur les plantes.

1979 Nous devenons botanistes, récoltant(e)s, fabricant(e)s et détaillant(e)s. Une chaîne de valeur sans intermédiaires, qui nous permet de maîtriser chaque étape de fabrication pour un impact environnemental réduit et une traçabilité parfaite, des champs à la peau.

1991 Poussé par la vision de son père, Jacques Rocher crée la Fondation Yves Rocher qui s'engage pour préserver la biodiversité. En 2001, la 1^{ère} édition du prix Terre de Femmes est lancé pour soutenir des femmes engagées dans la protection de la planète. En 2019, la Fondation Yves Rocher est reconnue d'utilité publique, vraie reconnaissance de ses 25 ans d'actions soutenues sur le terrain.

22 mai 2019 Loi PACTE française qui instaure la qualité de *société à mission*.

24 octobre 2019 Le Groupe Rocher devient Entreprise à Mission au sens de la loi PACTE française et se donne pour mission de *reconnecter les femmes et les hommes à la nature*. Cette mission exprime ainsi les 60 ans d'expertise du groupe pour rendre le meilleur de la nature accessible à toutes et tous, des plantes à la peau, dans une démarche de respect de la nature et de la biodiversité.

2020 Constitution du premier Comité de Mission Groupe Rocher – Baromètre Groupe Rocher Reconnect people to nature® en collaboration avec l'institut d'études BVA, premier baromètre international pour mesurer l'impact de la nature sur le bien-être des citoyennes et citoyens – Première session pilote de la Nature Academy – La Marque Petit Bateau se donne pour mission de *connecter les enfants à la nature*. – La Marque Arbonne se donne pour mission de *donner aux individus les moyens de s'épanouir grâce à un mode de vie sain et durable* et est certifiée B Corp.

3 novembre 2020 Le Groupe Rocher remporte le trophée "Développement de la Responsabilité Environnementale" pour sa mission et ses projets de transformation à 2030 à la 7^{ème} édition des Trophées LSA La Conso.

⁶ Pour les entreprises de plus de 50 salarié(e)s, les entreprises de moins de 50 salarié(e)s disposent d'un délai de 3 ans.

⁷ Cf. <https://www.economie.gouv.fr/cedef/societe-mission>

2021 1^{er} Rapport du Comité de Mission Groupe Rocher sur l'année 2020⁸ & 1^{er} audit par l'OTI EY France - Yves Rocher Italie⁹ et Stanhome Italie¹⁰ adoptent le statut de *Società Benefit* codifié par le droit italien et s'apparentant à la qualité de *société à mission* du droit français.

10 mai 2021 Bruno Le Maire, Ministre français de l'Économie, des Finances et de la Relance, et Olivia Grégoire, Secrétaire d'État française chargée de l'Économie sociale, solidaire et responsable confient une mission gouvernementale relative à la gouvernance durable des entreprises à Bris Rocher.

3-11 septembre 2021 Le Groupe Rocher intègre le Club des Partenaires et Mécènes du Ministère de la Transition Écologique français pour le Congrès de l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN) à Marseille, et contribue à son échelle au succès de cet évènement clé pour préserver la nature & la biodiversité.

16 septembre 2021 Le Groupe Rocher reçoit le prix "Entreprise à Mission" 2021 lors du 4^{ème} Grand Prix de la Responsabilité Sociétale de la Marque (RSM®) Produrable & LinkUp Factory (premier prix décerné car prix créé sur l'édition 2021).

19 octobre 2021 Bris Rocher, remet son rapport ministériel, le Rapport Rocher¹¹ *Repenser la place des entreprises dans la société : bilan et perspectives deux ans après la loi PACTE* à Bruno Le Maire et Olivia Grégoire à Bercy.

18 novembre 2021 Le Groupe Rocher reçoit "L'Award RSE" en tant que pionnier de l'Entreprise à Mission lors de la 32^{ème} cérémonie des Cosmétiquemag Awards 2021.

9 décembre 2021 Le Groupe Rocher reçoit la distinction Or de la catégorie "Entreprise engagée" des Ekopo Awards 2021.

2022 2^{ème} Rapport du Comité de Mission Groupe Rocher sur l'année 2021¹² - La Marque Sabon se donne pour mission d'*apporter et révéler les merveilles de la nature pour insuffler de la joie dans la vie de ses communautés.*

23 juin 2022 Le Groupe Rocher reçoit pour la deuxième fois "L'Award RSE" en tant que pionnier de l'Entreprise à Mission lors de la 33^{ème} cérémonie des Cosmétiquemag Awards 2022.

Fin 2022 Retravail des objectifs statutaires de la mission définis en 2019 pour mieux répondre aux enjeux de la mission, les intégrer dans le plan stratégique du groupe et les démarches RSE opérationnelles, et pour générer in fine un impact positif plus fort de la mission.

2023 3^{ème} Rapport du Comité de Mission Groupe Rocher sur l'année 2022¹³ & 2^{ème} audit par l'OTI EY France - Bris Rocher est élu au Conseil d'Administration de la Communauté des Entreprises à Mission - La Marque Yves Rocher se donne pour mission de *révéler, protéger et transmettre le pouvoir des plantes.*

2024 Nouveau Comité de Mission Groupe Rocher - Intégration du Cercle des managers, du Cercle des ETI¹⁴/GE¹⁵ et du Cercle des membres et/ou président(e)s de la Communauté des Entreprises à Mission.

À NOTER

Le Rapport du Comité de Mission de l'année dernière publié le 23 mai 2023 par voie numérique a été vu 4 900 fois pour un total de 51 000 pages vues. Ces statistiques sont en très nette progression versus les années précédentes et en comparaison avec les autres types de rapports traitant de la performance extra-financière, démontrent ainsi que le Rapport du Comité de Mission Groupe Rocher est un document suscitant un vif intérêt de la part de nos parties prenantes.



8 <https://bit.ly/Rapport-Mission-2020-Groupe-Rocher-FR-EN>

9 <https://www.yves-rocher.it/societa-benefit>

10 <https://www.stanhome.it/flexible-page/benefitnew>

11 https://www.economie.gouv.fr/files/files/2021/RAPPORT_ROCHER_EXE_PL.pdf

12 <https://bit.ly/Rapport-Mission-2021-Groupe-Rocher-FR>

13 <https://bit.ly/Rapport-Mission-2022-Groupe-Rocher-FR>

14 ETI : Entreprises de Taille Intermédiaire

15 GE : Grandes Entreprises

Reconnecter les femmes et les hommes à la nature

Pour obtenir la qualité de *société à mission* au sens de la loi PACTE française, le Groupe Rocher se doit donc de respecter les 3 conditions suivantes :

- **Ses statuts précisent une *raison d'être*, c'est-à-dire un engagement destiné à guider la société dans son orientation économique.** Cela regroupe les principes dont la société se dote et pour le respect desquels elle entend affecter des moyens dans la réalisation de son activité ;
- **Ses statuts précisent un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux que la société se donne pour mission de poursuivre dans le cadre de son activité.** Ces objectifs doivent être suffisamment précis pour être évalués et contrôlés par un OTI ;
- **Ses statuts précisent les modalités du suivi de l'exécution de sa mission.** À ce titre, la société doit mettre en place un comité de mission, distinct des organes sociaux.

Depuis le 24 octobre 2019, le Groupe Rocher est ainsi devenu Société à Mission ou Entreprise à Mission, au sens de la loi PACTE française. Au-delà de sa rentabilité 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 du Comité de Mission Groupe Rocher 2022*).

OBJECTIFS STATUTAIRES DE LA MISSION DU GROUPE ROCHER

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.

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 ses 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.

LE COMITÉ DE MISSION GROUPE ROCHER

LA COMPOSITION 2023 DU COMITÉ DE MISSION GROUPE ROCHER

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

MEMBRES INTERNES MEMBRES EXTERNES

Jeanne RENARD

Engagement des parties prenantes et transformation des modèles d'affaires

Directrice People & Mission
Groupe Rocher



Sophie CHASSAT

Philosophie de projets et modèles durables

Philosophe & Senior VP
Sustainability Accuracy

Éric MESMEUR

Vision opérationnelle et internationale

Directeur Ressources Humaines
Yves Rocher



Céline ORJUBIN

Entrepreneuriat engagé

Présidente-Directrice Générale
My Little Paris

À noter qu'en juillet 2023, Jeanne Renard a été nommée Présidente du Comité de Mission Groupe Rocher à la place de Jean-Michel Garrigues qui a depuis quitté le Groupe Rocher.

Dans les autres évolutions de la composition du comité en 2023, Aurélie Guimard, membre interne depuis janvier 2023, a quitté le Groupe Rocher au cours de l'année et n'a pas été remplacée.

Deux nouveaux membres viendront renforcer le Comité de Mission Groupe Rocher suite à leur validation par le Conseil d'Administration du Groupe Rocher le 4 avril 2024.

Le Comité de Mission Groupe Rocher, constitué depuis décembre 2019, s'est réuni à trois reprises en 2023, les 16 mars, 6 septembre et 12 décembre. Le présent document concrétise son 4^{ème} rapport du Comité de Mission après quatre ans d'exercice.

LES TRAVAUX 2023 DU COMITÉ DE MISSION GROUPE ROCHER

Le contexte économique, géopolitique et environnemental est en grand bouleversement. Le choix de porter une mission pour le groupe et pour ses marques est donc significatif et oriente ses actions non seulement au regard de la conjoncture actuelle, mais l'aide à préparer le futur.

Durant l'année 2023, le Comité de Mission Groupe Rocher a pu suivre les propositions mises en œuvre par le groupe ainsi que les actions en cours et les résultats associés.

Le travail de l'année 2023 a porté sur :

- L'actualisation des objectifs opérationnels ;
- La déclinaison en projets des nouveaux objectifs statutaires votés en 2022 ;
- La prise de connaissance du nouveau plan stratégique à 3 ans du Groupe Rocher ;
- La préparation du plan de travail 2024 du Comité de Mission, avec notamment de nouvelles interactions avec les instances de gouvernance de l'entreprise et plus d'ouverture vers d'autres organisations engagées.

Un exercice 2023 dans un contexte géopolitique et économique mouvementé

Le Comité de Mission Groupe Rocher a exercé son devoir de questionnement sur la stratégie du Groupe Rocher face :

- **aux tensions géopolitiques** qui affectent certains de ses sites comme en Israël (Sabon) et certains de ses marchés internationaux comme en Russie et en Ukraine (Yves Rocher) ;
- **aux défis économiques majeurs** d'inflation croissante, de raréfaction des matières premières et de baisse de volumes de ses activités (France & International) ;
- **aux catastrophes naturelles** causant de nombreuses pertes humaines et matérielles notamment les séismes en Turquie (Yves Rocher & Flormar) et au Maroc (Yves Rocher & Petit Bateau).

Le Groupe Rocher a ainsi fait le choix de réorganiser sa gouvernance et sa stratégie à court et moyen terme afin de maintenir sa compétitivité, de renforcer sa résilience, d'intensifier ses efforts en termes de responsabilité et durabilité et de s'adapter à une conjoncture complexe.

“Malgré un contexte opérationnel et économique complexe, l’engagement du groupe envers sa mission n’a pas failli. Les salarié(e)s continuent d’être sensibilisés, d’être formés et à agir pour la nature dans leurs quotidiens professionnels. Et c’est là toute l’identité d’une entreprise à mission, de maintenir le cap quand la houle est forte, de rester crédibles et engagés dans nos métiers, sans compromis.”



**Éric
MESMEUR**

Une gouvernance dissociée pour faire face aux défis du groupe

Bris Rocher, Président-Directeur Général du Groupe Rocher depuis 2009, a pris la décision en 2023, en ligne avec les meilleures pratiques de gouvernance en vigueur dans les groupes internationaux, de déléguer ses fonctions exécutives à un Directeur Général Exécutif.

Alors que le groupe s’est fortement internationalisé ces dix dernières années, et qu’il fait face à des défis majeurs, Bris Rocher met en place cette nouvelle gouvernance pour mieux adapter le groupe à l’évolution du marché et maximiser son développement futur.

La délégation de ses fonctions exécutives à Jean-David Schwartz, Directeur Général Exécutif, et son Comité Exécutif, permet de développer l’agilité et le pragmatisme, indispensables à toute navigation en environnement complexe de l’entreprise.

PRÉSIDENT & MISSION

Dans le cadre de la dissociation de ces deux fonctions, en tant que Président du Conseil d’Administration Groupe, Bris Rocher est en charge de définir et porter la vision stratégique du groupe sur le long terme, et son positionnement singulier d’entreprise à mission.



DIRECTION GÉNÉRALE EXÉCUTIVE

Il appartient à la Direction Générale Exécutive Groupe d’assurer la conduite opérationnelle des affaires, et le déploiement de la stratégie du groupe à court et moyen terme. Le Comité Exécutif s’attache à piloter, décider et agir selon les priorités données par la Présidence.



Des échanges entre les membres du Comité de Mission et la nouvelle gouvernance du groupe, effective depuis juillet 2023, ont donné lieu à une présentation détaillée du nouveau plan stratégique à court et moyen terme incarné par la Direction Générale Exécutive, lors de la réunion du Comité de Mission du 12 décembre 2023.



**Sophie
CHASSAT**

“Au cours de l’année 2023, le Président, Bris Rocher, a assisté à l’ensemble des réunions du Comité de Mission et le nouveau Directeur Général Exécutif, Jean-David Schwartz, a pris le temps de venir présenter aux membres du Comité de Mission les grands enjeux et orientations stratégiques du Groupe Rocher, ce qui témoigne de l’importance portée par le groupe à sa mission et du travail collaboratif qui en découle.”

La transformation des modèles d’affaires

La transformation des modèles d’affaires est essentielle pour assurer la pertinence et la viabilité à long terme de l’entreprise dans un environnement en constante évolution. Ce processus nécessite une gouvernance solide avec une vision stratégique définie, ainsi qu’un engagement envers l’innovation et une transition sociale et environnementale juste.

LA MÉTHODE OKR

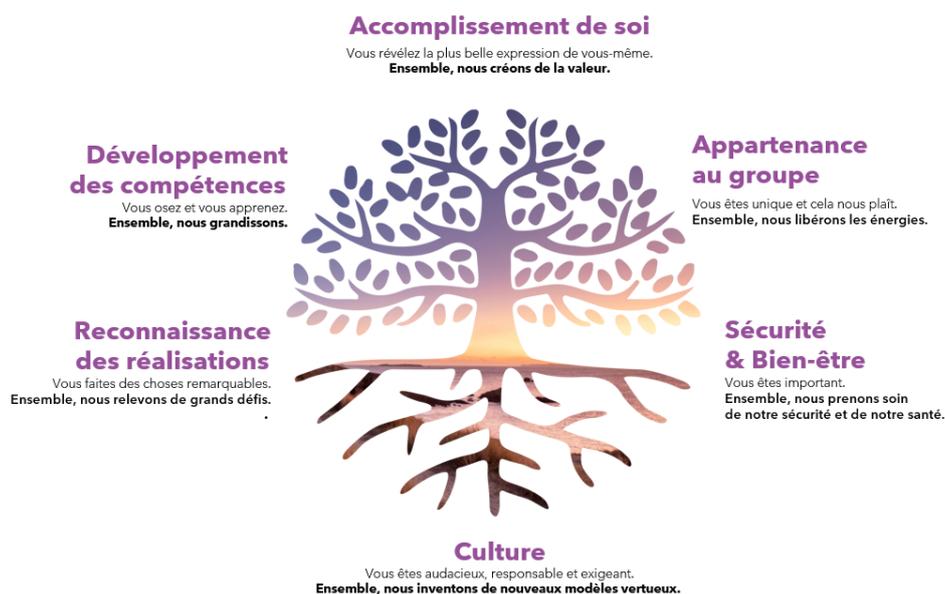
La méthode OKR (*Objectives and Key Results*) est un cadre de gestion de la performance et de planification stratégique qui aide les organisations à définir et à atteindre des objectifs ambitieux de manière transparente, mesurable et alignée.

Cette méthode, déployée par la Direction Générale Exécutive Groupe à l’ensemble des équipes opérationnelles, permet d’assurer une grande cohérence de l’action, une mobilisation de toutes les énergies sur les trois priorités du plan stratégique du groupe 2023-2026 (rentabilité, désirabilité, engagement), et l’ancrage d’une culture du résultat au service de ses parties prenantes, client(e)s, salarié(e)s, partenaires, et de sa mission.

Depuis le début de l’été 2023, cette méthode est en cours de déploiement au sein des différentes entités du groupe. Chaque direction décline ainsi avec ses équipes les trois objectifs (*Objectives*) ambitieux de transformation du groupe pour les années à venir : rentabilité, désirabilité, engagement. Chaque objectif (*Objective*) est ensuite traduit en résultats clés chiffrés (*Key Results*) à atteindre, qui permettent de piloter les progrès accomplis tout au long de l’année (maille trimestrielle).

LE MODÈLE SOCIAL “GROUPE ROCHER PEOPLE”

Le Groupe Rocher a réinventé en 2023 son modèle social. Ce nouveau modèle RH (Ressources Humaines), appelé *Groupe Rocher People*, vise à développer la meilleure version de chacune et chacun, au bénéfice de la performance collective. Le modèle s’appuie sur les besoins humains et les leviers d’engagement salarié(e) :



Conçu à partir des différents besoins de la pyramide de Maslow¹⁶, chaque dimension *Groupe Rocher People* sera ajustée et/ou impulsée par les politiques RH et actions de déploiement des équipes RH, afin de développer l'employabilité des salarié(e)s du groupe et la pérennité de l'entreprise. Ce programme unique s'inscrit donc dans la durée, calé sur le plan stratégique du groupe.

En 2023, le point focal s'est fait sur le bien-être et l'accompagnement des risques psychosociaux, afin de soutenir les transformations du groupe.

En 2024, les actions phares porteront sur le *management way* (voir ci-dessous), c'est-à-dire les modes de gestion des équipes, le programme Diversité & Inclusion ou encore l'efficacité des organisations pour plus d'agilité et d'autonomie.

LE "GROUPE ROCHER MANAGEMENT WAY"

Dès 2024, le Groupe Rocher va déployer un référentiel commun de comportements attendus pour l'ensemble de ses responsables d'équipes. Ces comportements s'articuleront autour de trois grands rôles *Leader, Pilote* et *Coach*, et visent à accompagner le plan stratégique du groupe, et à développer des pratiques de "management responsable"¹⁷. Le groupe proposera aux 2 000 managers un parcours de formation, ainsi que de nouveaux outils et des changements de pratiques, afin d'ancrer ces nouveaux comportements dans le quotidien des équipes pour les années à venir (OKR, évaluation de la performance, feedback 360¹⁸, management visuel pour faciliter la prise de décision, etc.).

"La mission connecte les équipes du Groupe Rocher et donne un sens commun, celui d'agir en faveur de la nature. Elle pousse l'entreprise à transformer ses modèles d'affaires. L'ensemble de nos métiers se mobilisent sur ces sujets, déclinés à tous les niveaux du groupe."



**Jeanne
RENARD**

La structuration entre la mission Groupe et la stratégie Groupe

L'articulation entre raison d'être et mission est plus claire à la suite de la restructuration des objectifs statutaires ayant eu lieu en 2022. Les marques et les départements corporate se sont ainsi mieux approprié la mission en 2023 et leur contribution nourrit désormais les dimensions des objectifs statutaires de façon plus évidente, ce qui améliore la performance durable de l'entreprise.

Les OKR du Groupe Rocher ont l'ambition de "développer des modèles d'affaires durables qui nourrissent la mission" sous le prisme donc de trois objectifs (O pour *Objectives*) : la rentabilité (O1), la désirabilité (O2) et l'engagement (O3). L'Objectif 3 "engagement" souhaite conduire l'ensemble des marques et départements corporate à travailler ensemble et de façon cohérente pour "inspirer un désir profond d'agir en faveur de la nature" via les résultats clés (KR pour *Key Results*) suivis ci-après :

- 1. KR1 : Augmenter la part des ventes des produits responsables et éco-conçus ;**
- 2. KR2 : Réduire nos émissions de gaz à effet de serre (GES) ;**
- 3. KR3 : Agir en tant que salarié(e) en faveur de la mission dans chacune de nos activités.**

La mission Groupe et la stratégie Groupe évoluent désormais conjointement à travers ces indicateurs mesurables adoptés au plus haut niveau de gouvernance de l'entreprise.

¹⁶ La pyramide de Maslow est une méthode utilisée dans la gestion des ressources humaines afin de comprendre les besoins des salarié(e)s et de mettre en place une stratégie adaptée. Les études d'Abraham Maslow dans les années 50 ont permis de classer les besoins de l'être humain par ordre d'importance, besoins présentés en 5 niveaux : besoins physiologiques, besoins de sécurité, besoins d'appartenance, besoins d'estime, besoin d'accomplissement.

¹⁷ Un management responsable compose avec la triple contrainte sociale, économique et environnementale du développement durable. Son déploiement n'est possible que par la transformation des personnes, des entreprises et de la société dans son ensemble.

¹⁸ Le feedback 360 ou feedback à 360 degrés est une méthode de diagnostic qui vise à évaluer le savoir-faire et/ou le savoir-être d'un individu dans un contexte professionnel. C'est donc un outil d'évaluation et de développement professionnel, utile aussi bien à l'entreprise qu'à l'employé qui le reçoit. Sa spécificité tient dans le fait que, pour mener cette évaluation, elle fait appel à une diversité de parties prenantes.

Les déclinaisons de la mission Groupe au sein des différentes marques

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 ses spécificités : 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 externes puisqu'elle permet une projection de la marque dans un futur collectif et positif. A ce titre, la mission Marque concrétise la valeur ajoutée sociale et environnementale de la marque, au-delà de son activité commerciale, de ses produits et de ses services. La mission Marque se distingue de la stratégie RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) par le fait qu'elle défend une vision sociale et environnementale en faveur du bien commun, dépassant les seuls enjeux financiers. Elle est conduite par la marque en plus de la prise en compte des facteurs commerciaux externes ou des changements organisationnels internes.

Ce travail de définition claire est actuellement mené par l'ensemble des marques du groupe.

Mission Arbonne

 arbonne.

Donner aux individus
les moyens de s'épanouir
grâce à un mode de vie
sain et durable

Mission Petit Bateau



Connecter
les enfants
à la nature

Mission Sabon



Apporter et révéler
les merveilles de la nature
pour insuffler de la joie dans
la vie de nos communautés

Mission Yves Rocher



Révéler, protéger
et transmettre
le pouvoir des plantes



Céline
ORJUBIN

“Dans un contexte où près de 75% des marques pourraient disparaître dans l'indifférence des consommatrices et consommateurs¹⁹, la contribution positive des marques à la société n'est plus une option. 9 Français(e)s sur 10 attendent des marques qu'elles contribuent au bien commun²⁰. La mission du Groupe Rocher renforce clairement l'attachement et le lien aux marques du groupe.”

Le plaidoyer Groupe pour l'Entreprise à Mission

Le Groupe Rocher poursuit par ailleurs son plaidoyer en tant que pionnier de l'Entreprise à Mission et partage son expérience pour inciter d'autres structures et entreprises à adopter ce statut :

- **en témoignant lors de conférences ou tables rondes** : Bris Rocher est intervenu par exemple lors d'un débat portant sur “Les rôles pour les entreprises dans la société” aux Rencontres Economiques d'Aix-en-Provence le 8 juillet 2023 organisées par Le Cercle des économistes (cercle de réflexions fondé en 1992 réunissant une trentaine d'économistes et universitaires pour organiser et promouvoir le débat économique) ;
- **en s'engageant aux côtés de parties prenantes externes** : Bris Rocher a ainsi été élu administrateur de la Communauté des Entreprises à Mission (collectif d'actrices et acteurs engagés pour transformer les entreprises) lors de l'Assemblée Générale de l'association du 20 juin 2023.

“Le fait d'être société à mission, nous a donné de nouvelles occasions pour échanger avec nos pair(e)s. En 2023, nous avons rencontré la MAIF et le Groupe Bayard au sein du Comité de Mission, afin de partager nos expériences mutuelles, nos défis et nos meilleures pratiques au sujet de la mission. Ces temps d'échanges en faveur de la transformation des entreprises sont précieux pour faire avancer tous les acteurs.”



Éric
MESMEUR

¹⁹ Étude Meaningful Brands® 2023, Havas Media Network : <https://meaningful-brands.com/reports/2023report/>
²⁰ 7^{ème} édition du baromètre BrandGagement®, Kéa & Partners, juin 2023 : <https://hub.kea-partners.com/hubfs/BrandGagement.pdf>

L'ORGANISATION ET LA GOUVERNANCE 2023 DU COMITÉ DE MISSION GROUPE ROCHER

Le fonctionnement actuel du Comité de Mission Groupe Rocher

Les membres du Comité de Mission Groupe Rocher ont démontré une capacité à travailler ensemble de manière collaborative et partageant des idées de façon ouverte et en prenant des décisions collectives. Les discussions sont constructives entre les membres et les décisions prises ont été généralement bien informées, basées sur des données et des analyses pertinentes. Bien que le Comité de Mission Groupe Rocher ait jusqu'à présent bien fonctionné, il lui est nécessaire de rester attentif aux domaines où des améliorations pourraient être apportées, ce qui nécessite un examen régulier et une volonté constante d'évoluer pour répondre aux besoins changeants de l'organisation et de son environnement. Afin de suivre les ambitions de mobilisation en faveur de la nature et l'avancée de la mission, le Comité de Mission Groupe Rocher se réunit à minima trois fois par an pour échanger sur les projets et indicateurs de performance liés aux objectifs ci-dessus.

D'autre part, c'est le cabinet d'audit et de conseil EY France qui a été sélectionné pour vérifier les progrès du Groupe Rocher dans l'accomplissement de sa mission. Depuis 2002, EY est l'un des commissaires aux comptes du Groupe Rocher, et depuis près de 10 ans également, l'OTI assurant le contrôle légal de la Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF) du Groupe Rocher, annexée au rapport de gestion du groupe. Le dernier audit du Rapport du Comité de Mission Groupe Rocher ayant été réalisé en 2023, le prochain sera effectué en 2025.



**Sophie
CHASSAT**

“Le format resserré du Comité de Mission Groupe Rocher le rend agile pour fréquemment se réunir et échanger librement sur l'ensemble des enjeux du groupe, et ce même en dehors de nos instances de rencontres.”

Le besoin de stimuler l'innovation au sein du Comité de Mission Groupe Rocher

Le Comité de Mission Groupe Rocher a pointé début 2023 le besoin d'échanger avec d'autres Comités de Mission pour se nourrir d'autres bonnes pratiques et apporter un éclairage sur l'actuel fonctionnement du Comité de Mission. Deux échanges ont donc été organisés :

- **Mission MAIF** : avec Franck Carnero, Directeur Mission & Impact, et Sylvain Hermange, Responsable Développement Durable ;
- **Mission Groupe Bayard** : avec Florence Guémy, Directrice Générale et Membre du Directoire.

Une discussion concernant l'intégration de nouveaux membres sera d'autre part ouverte en 2024 suite aux départs de ces deux dernières années et afin d'avoir un Comité de Mission pour le Groupe Rocher avec une représentation adéquate en termes de diversité des membres, tant en termes d'expériences que de perspectives, et ce avec différents points de vue. Le comité pourrait être également encouragé à explorer de nouvelles approches et à échanger de façon plus régulière en dehors des instances de réunions du Comité de Mission.

“Le Comité de Mission Groupe Rocher s'est réuni plusieurs fois dans les territoires du groupe, notamment en Bretagne à La Gacilly. Ces moments d'échange sur le terrain permettent de stimuler les interactions entre les membres et de maintenir les liens entre la mission du groupe et ses territoires locaux.”



**Sophie
CHASSAT**

Le suivi de l'actualité du Groupe Rocher

Les recommandations du Comité de Mission Groupe Rocher sur son propre rôle et son fonctionnement à la fin de l'exercice 2022 ont été prises en compte, à savoir :

- **un partage plus régulier de l'actualité de l'entreprise** : Jean-David Schwartz est ainsi venu présenter la nouvelle Direction Générale Exécutive Groupe et les orientations stratégiques 2023-2026, ainsi que faire un point à date sur la situation financière du groupe et de chaque marque lors de la réunion du Comité de Mission du 15 décembre 2023 ;
- **des échanges avec les membres du Conseil d'Administration du groupe** : un échange a été organisé en amont du Conseil d'Administration d'avril 2023 avec les administratrices et administrateurs lors duquel le Président du Comité de Mission Groupe Rocher de l'époque Jean-Michel Garrigues, a présenté les conclusions du Rapport du Comité de Mission 2022 ;
- **des présentations annuelles aux représentants du personnel (IRP)** : le Président du Comité de Mission Groupe Rocher de l'époque, Jean-Michel Garrigues, a présenté les conclusions du Rapport du Comité de Mission 2022 aux représentant(e)s du personnel du groupe au premier semestre 2023.

Ces bonnes pratiques mises en place sont d'ores et déjà prévues sur l'exercice 2024.

À NOTER

À noter également que Bris Rocher et Marie Marache, Directrice Mission & Impact du Groupe Rocher, ont participé à une ou plusieurs réunions du Comité de Mission Groupe Rocher au cours de l'année 2023, en tant que membres invités afin d'apporter leurs éclairages sur la vision long terme du groupe et la conduite opérationnelle de projets en lien avec les objectifs statutaires de la mission.

LES OBJECTIFS ET LA FEUILLE DE ROUTE DE LA MISSION DU GROUPE ROCHER

DES OBJECTIFS STATUTAIRES AUX OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Les nouveaux objectifs opérationnels 2023

En 2022, le Groupe Rocher a revu ses objectifs statutaires de mission afin de les centrer sur la spécificité de sa mission environnementale - *mobiliser ses parties prenantes internes et externes en les sensibilisant via des expériences de reconnexion à la nature et en les formant afin qu'elles puissent passer à l'action en faveur de la nature* - et ainsi mieux travailler son articulation avec la vision stratégique du groupe et ses démarches opérationnelles RSE. Cet alignement est facilité par une dynamique qui fait des marques les premières contributrices de la mission.

Les ambitions RSE à horizon 2030 du Groupe Rocher ont été déclinées sur la base de ses enjeux matériels détaillées dans la DPEF du Groupe Rocher²¹. Le plan stratégique du Groupe Rocher (*cf. pages 10-11*) s'appuie sur ces ambitions RSE à 2030 comme un des moteurs de la transformation du groupe et sur les objectifs opérationnels de mission reformulés en 2023 (*voir tableau récapitulatif ci-dessous*) et ce en fonction de type de partie prenante, interne ou externe, pour réaffirmer la conviction du groupe que la nature a un impact positif sur le bien-être des personnes, et donc sur leur envie d'agir pour la planète.

²¹ <https://bit.ly/DPEF-2023-Groupe-Rocher-FR>

TABLEAU RÉCAPITULATIF DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE MISSION

OBJECTIF STATUTAIRE	OBJECTIF OPÉRATIONNEL
1. Promouvoir et faire vivre des expériences de nature	Faire vivre des expériences de nature aux salarié(e)s et/ou les sensibiliser aux enjeux environnementaux
	 Déployer le programme Nature Academy
2. Former aux enjeux de la nature	Former nos salarié(e)s aux essentiels de la RSE
	Former nos expert(e)s métiers sur des sujets d'expertise RSE spécifique
3. Agir en faveur de la nature	Agir en faveur de la biodiversité via nos approvisionnements durables
	Agir en faveur de la biodiversité sur nos territoires
	Agir en faveur de la biodiversité dans nos métiers



PROMOUVOIR ET FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES DE NATURE AUX SALARIÉ(E)S

La mission du Groupe Rocher s'articule autour de trois objectifs statutaires dont le premier engage le groupe à 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 pour ressentir les liens avec la nature.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL	OBJECTIF 2023	RÉSULTATS 2023 ²²	OBJECTIF 2024	HORIZON 2025
Faire vivre des expériences de nature aux salarié(e)s²³ et/ou les sensibiliser aux enjeux environnementaux	100% des salarié(e)s ont eu accès à une expérience de nature et/ou une activité de sensibilisation environnementale	84% des salarié(e)s de nos sites* ont eu accès à une expérience de nature et/ou une activité de sensibilisation environnementale soit 6 974 salarié(e)s sur 43 sites 	100% des salarié(e)s de nos sites* ont eu accès une expérience de nature et/ou une activité de sensibilisation environnementale au cours des deux dernières années	100% des salarié(e)s de nos sites* ont eu accès une expérience de nature et/ou une activité de sensibilisation environnementale au cours des deux dernières années
 Déployer le programme Nature Academy	2 000 salarié(e)s sensibilisés	2 348 salarié(e)s sensibilisés 	3 000 salarié(e)s sensibilisés	4 000 salarié(e)s sensibilisés

Faire vivre des expériences de nature aux salarié(e)s et/ou les sensibiliser aux enjeux environnementaux

Le Groupe Rocher propose ainsi chaque année à ses salarié(e)s de vivre des expériences de nature et/ou de participer à des activités de sensibilisation aux enjeux environnementaux. Quelques exemples d'animations ci-dessous organisées en 2023 sur les différents sites du groupe dans le monde par les équipes locales :

EXPÉRIENCES DE NATURE

- **Journées de plantation, de maraîchage ou de permaculture** en France chez Stanhome, Kiotis et Yves Rocher ou en Israël, en Roumanie, au Japon et aux États-Unis chez Sabon ou en Turquie chez Flormar ;
- **Formations auprès d'apicultrices et d'apiculteurs** comme en Belgique chez Yves Rocher avec Terre@Air ou au Mexique chez Stanhome ou en France chez Yves Rocher et pour le Groupe Rocher (sites de Bretagne et d'Issy-les-Moulineaux) **ou auprès d'associations** comme la LPO²⁴ en France chez Yves Rocher, Dr. Pierre Ricaud et pour le Groupe Rocher (sites de Bretagne et de Cap Connect à Issy-les-Moulineaux) ;
- **Pratiques sportives en milieux naturels** en France sur le site de Cap Connect à Issy-les-Moulineaux pour l'ensemble des marques ou en Suède et en Belgique chez Yves Rocher ou aux États-Unis chez Arbonne ;
- **Constructions de nichoirs et d'hôtels à insectes** en France chez Yves Rocher ou en Turquie chez Flormar ou en Italie, au Mexique et en France chez Stanhome ;
- **Marches en forêt** aux États-Unis chez Sabon ou en Italie chez Yves Rocher ;
- **Récoltes de déchets dans la nature** en France chez Stanhome, Dr Pierre Ricaud ou en Israël et au Japon chez Sabon.

²² Cf. DPEF 2023.

²³ Hors personnel magasins.

²⁴ LPO : Ligue pour la protection des oiseaux, association représentante officiel de *BirdLife International* en France.

ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION ENVIRONNEMENTALE

- **Fresques du Climat**²⁵ avec 163 salarié(e)s fresqués en 2023 sur l'ensemble des sites français du groupe (Petit Bateau, Yves Rocher, Dr. Pierre Ricaud, Stanhome, Kiotis, Groupe Rocher) ;
- **Fresques de la Biodiversité**²⁶ pour les équipes Achats Groupe Rocher Opérations en Bretagne ;
- **Conférences sur les grands enjeux environnementaux** comme pour l'ensemble des réseaux RSE internes sur le carbone organisée chaque année par la Direction Mission & Impact Groupe avec cette année 2023 plus d'une centaine de personnes conviées ou la sobriété des usages animée par la militante écologiste et podcasteuse Victoria Guillomon ou l'économie régénératrice en partenariat avec Decathlon Perspectives, sur l'eau au Groupe Rocher et chez Stanhome, sur l'économie circulaire chez Petit Bateau, sur la biodiversité par la Fondation Yves Rocher lors d'une rencontre sur le site de Cap Connect à Issy-les-Moulineaux avec les femmes du peuple Kichwa de Sarayaku (Equateur) pour parler de la protection de la forêt amazonienne ;
- **Webinaires sur les grands enjeux environnementaux** comme sur le biomimétisme pour Flormar en Turquie ou sur le gâchis alimentaire chez Stanhome en Italie ;
- **Ateliers ludiques** sur la végétalisation de son alimentation sur les sites de Cap Connect à Issy-les-Moulineaux pour toutes les marques et sur le site de Yves Rocher à Rennes.

À NOTER



La semaine de la mobilisation

Reconnect people to nature

Le site de Cap Connect à Issy-les-Moulineaux a organisé pour la première fois en 2023, conjointement avec les sites bretons du groupe à Rennes et à La Gacilly, une grande "Semaine de mobilisation *Reconnect people to nature*" autour de la mission du groupe lancée à l'occasion de la Journée de l'Environnement le lundi 5 juin 2023.

Sur une semaine, une quinzaine d'animations pour sensibiliser l'ensemble des équipes rattachées au site ont été proposées par la Direction Mission & Impact Groupe et ont mobilisé au total plus de 1 200 collaboratrices et collaborateurs.

Déployer le programme Nature Academy

Le Groupe Rocher a créé en 2020 une expérience unique appelé la "Nature Academy", un programme de sensibilisation pédagogique à la fois immersif et théorique, à destination de l'ensemble de ses salarié(e)s dans le monde qui comprend 2 étapes :

- **Une marche de la reconnexion** dans un milieu naturel en collaboration avec la *Deep Time Walk*²⁷ pour faire l'expérience de la nature et s'y immerger ;
- **Un atelier d'intelligence collective sur les crises de la biodiversité** pour en comprendre les enjeux et réfléchir de manière collaborative puis individuelle sur les solutions pour la préserver.



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. Le taux de satisfaction mesuré sur le nouveau format 2023 est de 4,7/5²⁸. Le programme a été lancé en 2023 sur de nouveaux pays comme le Japon pour les équipes Petit Bateau & Sabon ou les États-Unis, le Royaume-Uni, la Pologne et l'Australie pour les équipes Arbonne, pour un total de 667 personnes sensibilisées en 2023. L'ambition du groupe est de proposer à chaque salarié(e) entrant(e) la possibilité de s'inscrire à une session de Nature Academy l'année de son arrivée dans le groupe d'ici à 2025.

²⁵ Fresque du Climat : atelier d'intelligence collective pour comprendre les enjeux climatiques créé en 2018 par Cédric Ringenbach.

²⁶ Fresque de la Biodiversité : atelier d'intelligence collective créé en 2019 en coopération avec l'Office français de la Biodiversité (OFB).

²⁷ La *Deep Time Walk*, ou Marche du Temps Profond, est une expérience pédagogique d'écologie profonde co-créée par Stephan Harding et Sergio Maraschin en 2007 au Schumacher College (Royaume-Uni). Elle est basée sur les théories scientifiques et est composée de 22 étapes contées en l'espace de 3 heures lors d'une ballade pour parcourir les 4,6 milliards de l'histoire de la Terre en 4,6km (1 mètre = 1 million d'années).

²⁸ Enquête de satisfaction menée sur 117 répondant(e) sensibilisés.

PROMOUVOIR ET FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES DE NATURE AUX PARTIES PRENANTES EXTERNES

La mission du groupe vise un intérêt collectif et souhaite explicitement s'engager auprès de ses parties prenantes externes.

Pour les réseaux de vente et client(e)s des marques du Groupe Rocher

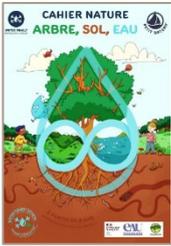
YVES ROCHER



- **Sensibilisation RSE** : La Marque Yves Rocher a lancé il y a déjà quelques années sa communauté d'ambassadrices *Green Leaders*, qui sont désormais 390 en 2023, animées via des *Green Classes* virtuelles et interactives, au cours desquelles des sujets tels que dérèglement climatique, l'écoconception des produits cosmétiques, l'économie circulaire, ou encore la gestion des déchets sont partagés. Ces *Green Classes* sont complétées par des newsletters trimestrielles, *GreenLeaf* ou *GreenLetter*, 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.
- **Plantations** : La Fondation Yves Rocher a lancé son programme *PlantForLife* de plantation d'arbres il y a plus de 30 ans, aux côtés de 60 ONG²⁹ partenaires qui œuvrent localement dans 40 pays. Avec ce grand collectif de milliers de passionné(e)s, qui mettent les mains dans la terre il s'agit de restaurer les forêts, développer l'agroforesterie et encourager l'engagement citoyen(ne). Dans ce cadre, de nombreuses *Beauty Advisors* Yves Rocher (conseillères de beauté Yves Rocher) sont invitées chaque année à venir planter sur le terrain avec la Fondation Yves Rocher et plusieurs client(e)s de la Marque Yves Rocher ont été tirées au sort en 2023 pour participer à des plantations ou passer une journée en immersion à La Gacilly. En 2024, des client(e)s vont aussi être invitées lors de la cérémonie de remise des Prix Terre de Femmes organisés par la Fondation Yves Rocher en région parisienne.
- **Programme de fidélité** : Dès leur adhésion au programme de fidélité Yves Rocher, les client(e)s ont la possibilité de planter un arbre via la Fondation Yves Rocher. Elles sont de plus en plus nombreuses également à choisir de planter un arbre plutôt qu'une autre récompense comme un cadeau ou une remise monétaire, ce qui représente 6% des récompenses fidélités en 2023.

PETIT BATEAU



- **Distribution de cahiers nature** : la Marque Petit Bateau en collaboration avec l'ONG Water Family qui sensibilise en classe et en entreprise autour de l'éducation à l'écologie et la préservation de l'eau, a imprimé 200 000 carnets de vacances en papier recyclé à distribuer l'été 2023. Petit Bateau France a distribué également ce "*Cahier Nature Arbre, Sol, Eau*"³⁰ dans ses boutiques et lors des événements salarié(e)s organisés le 8 juin 2023 à l'occasion de la journée mondiale des océans.
- 
- **Mécénat de compétences** : Petit Bateau France a lancé en 2023 son programme de mécénat de compétences pour donner la possibilité à ses salarié(e)s de participer activement à la mission Petit Bateau. Dans ce cadre, cinq sessions de formation ont été animées de juin à septembre 2023, durant lesquelles ont été formés 50 salarié(e)s Petit Bateau volontaires. Pour l'année

29 ONG : Organisation non-gouvernementale.

30 <https://www.petit-bateau.fr/le-cahier-nature-arbre-sol-eau-2023/download-water-family.html>

2023, dix interventions ont ensuite été animées dans le milieu scolaire pour des élèves du CP à la 5^{ème}, en partenariat avec Water Family, soit 339 enfants sensibilisés³¹.

Le plaidoyer environnemental Groupe

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

- **Interactions avec les parties prenantes pour évaluer nos démarches et innover conjointement sur des projets déclinables opérationnellement**, c'est par exemple la raison pour laquelle le Groupe Rocher est membre du Consortium Green Impact Index³² aux côtés d'entreprises du même secteur comme le groupe Laboratoires Pierre Fabre ou le groupe Léa Nature pour mieux mesurer l'impact environnemental et social des produits cosmétiques, de bien-être et de santé familiale ;
- **Participations actives aux côtés des parties prenantes à des groupes de travail pour construire ensemble un cadre plus durable et partager des bonnes pratiques dans un cadre d'amélioration continue**, le Groupe Rocher est par exemple membre de plusieurs instances de la FEBEA (Fédération française des Entreprises de la Beauté) sur les sujets d'affaires environnementales, de l'eau ou de la biodiversité, aux côtés d'autres acteurs du secteur comme le groupe L'Oréal ou le Groupe L'Occitane, et s'engage via la rédaction de guides de bonnes pratiques communes ;
- **Engagements de plaidoyer dans des initiatives pour affirmer nos convictions et fédérer d'autres parties prenantes autour des enjeux du groupe et de ses marques**, la Directrice Mission & Impact du Groupe Rocher Marie Marache et la Directrice RSE Petit Bateau Delphine Lebas sont membres du Collège des Directeurs du Développement Durable (C3D) qui crée des synergies pour accélérer le changement et maximiser notre impact collectif ou autre exemple, la Directrice Impact & Transformation RSE Yves Rocher Alexandra Ferré est marraine des Pépites Vertes, un club qui fédère de jeunes salarié(e)s et les forme aux compétences de la transition écologique.

Le Groupe Rocher s'engage à participer à la transformation durable des entreprises et se challenger sur ses ambitions en termes d'impact environnemental et social :

- L'engagement du Groupe Rocher au sein de la **chaire de comptabilité écologique (Chaire CARE)** des universités de Paris Dauphine et Reims Champagne-Ardenne ainsi que d'AgroParisTech s'est prolongé pour la troisième année ;
- Le Groupe Rocher est toujours **membre de l'initiative "Entreprises engagées pour la nature" portée par l'Office Français de la Biodiversité (OFB)**, sous la tutelle des Ministères de la Transition écologique et de l'Agriculture et de l'Alimentation, ainsi que du volet international par l'initiative act4nature portée par l'association française des Entreprises pour l'Environnement (EpE) ;
- Le Groupe Rocher est **mécène du groupe de travail "Économie et Biodiversité marine" de l'association RespectOcean** lancé en janvier 2022 ;
- 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.



**Éric
MESMEUR**

"Le déploiement de la sensibilisation des salarié(e)s aux enjeux de la nature est fort au sein du Groupe Rocher. Il doit se poursuivre dans les années à venir, auprès de nos partenaires externes."

³¹ Cf. DPEF 2023.

³² <https://www.greenimpactindex.com/>

CONCLUSION DU COMITÉ DE MISSION GROUPE ROCHER
Objectif statutaire 1 : Promouvoir et faire vivre des expériences de nature



POINTS FORTS

L'antériorité de la mobilisation lui donne une légitimité réelle, suscitant une vraie fierté des salarié(e)s. La mobilisation est ainsi largement déployée sur les sites du groupe.

AXES D'AMÉLIORATION

Le Comité de Mission Groupe Rocher suggère de redonner une liberté d'action aux salarié(e)s pour déployer sur leurs sites des actions de sensibilisation aux enjeux de la nature à leur initiative. Par ailleurs, le déploiement vers les cibles externes doit être initié pour toutes les marques.

FORMER AUX ENJEUX DE LA NATURE

La mission du Groupe Rocher s'articule autour de trois objectifs statutaires dont le deuxième engage le groupe à 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 ses parties prenantes et nourrissant leur capacité d'agir en faveur de la nature.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL	OBJECTIF 2023	RÉSULTATS 2023 ³³	OBJECTIF 2024	HORIZON 2025
Former nos salarié(e)s aux essentiels de la RSE	800 salarié(e)s formés aux modules RSE Groupe	2 306 salarié(e)s formés aux modules RSE Groupe ✓	4 000 salarié(e)s formés aux modules RSE Groupe	Chaque marque propose à ses salarié(e)s des module(s) de formation RSE en fonction de ses enjeux RSE spécifiques
Former nos expert(e)s métiers sur des sujets d'expertise RSE spécifique	100 salarié(e)s expert(e)s formés / an	114 salarié(e)s expert(e)s formés ✓	100 salarié(e)s expert(e)s formés / an	100 salarié(e)s expert(e)s formés / an

Former les salarié(e)s aux essentiels de la RSE

FORMATION RSE GROUPE

Le Groupe Rocher a ainsi développé un parcours de formation aux enjeux de la nature généraliste accessible à tous ses salarié(e)s. En effet, selon le baromètre RSE CEGOS de septembre 2021³⁴, 70%

³³ Cf. DPEF 2023.

³⁴ <https://info.cegos.fr/frs/675-BZO-542/images/Etude-Cegos-RSE-2021-web.pdf>

des collaboratrices et collaborateurs en entreprise connaissent la notion de RSE mais seulement 29% savent “précisément de quoi il s’agit”.

Le Groupe Rocher estime donc indispensable de former ses salarié(e)s pour leur donner les clefs de compréhension des enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux et leur permettre d’agir dans leur quotidien professionnel et en tant que citoyennes, citoyens sur leur lieu de travail.

A l’occasion de la semaine européenne du développement durable 2023, le Groupe Rocher a déployé deux modules de formation en ligne destinés à l’ensemble de ses collaboratrices et collaborateurs, sur les Essentiels de la RSE, pour qu’elles et ils aient toutes et tous le même socle de connaissances commun et agissent dans leur métier.

L’objectif fixé était de former 800 salarié(e)s d’ici à fin 2023 et 4 000 salarié(e)s d’ici à fin 2025. Grâce à un plan de déploiement global sur tous les canaux de communication internes ainsi qu’à la mobilisation des équipes RSE et RH pour diffuser ces modules de formation, plus de 2 000 salarié(e)s avaient déjà complété la formation début décembre 2023. Le groupe a ainsi revu son objectif et a désormais l’ambition de former 4 000 salarié(e)s d’ici à fin 2024 dont un plan spécifique pour les nouvelles personnes recrutées.



Un bilan sera réalisé en 2024 afin d’amender le contenu des deux modules groupe et le faire évoluer en fonction des besoins identifiés via les verbatims des collaboratrices et collaborateurs recueillis dans l’enquête de satisfaction en fin de parcours, avec un taux de satisfaction mesuré à 4,53/5³⁵ en 2023.

FORMATION RSE MARQUES

Les Marques du Groupe Rocher ont également l’ambition d’amender cette formation RSE Groupe avec une formation RSE spécifique aux engagements RSE de chaque marque.

La Marque Yves Rocher déploie par exemple depuis septembre 2023 sa formation RSE dédiée à son programme d’engagement *Act Beautiful* découlant de sa mission *révéler, protéger et transmettre le pouvoir des plantes*, pour une beauté plus naturelle et plus responsable, donnant à chacune et chacun le pouvoir de consommer la beauté autrement. Trois modules sont ainsi obligatoires pour l’ensemble des salarié(e)s Yves Rocher :

- Module 1 : Démocratiser la beauté responsable ;
- Module 2 : Transformer durablement la chaîne de valeur ;
- Module 3 : Agir avec le plus grand nombre.



Pour les sites Yves Rocher qui le souhaitent, chaque module de formation RSE Yves Rocher peut être accompagné d’une animation physique sous forme d’un jeu collectif.

35 Cf. DPEF 2023.

Former les expert(e)s métiers sur des sujets d'expertise RSE spécifique

Le Groupe Rocher a formalisé une politique de formation pour les expertises RSE métiers ainsi que le top management groupe & marques.

FORMATION RSE MÉTIERS

Afin de mettre en œuvre de façon collective la transformation durable de ses modèles d'affaires et de sa chaîne de valeur, le Groupe Rocher souhaite apporter aux expert(e)s de chaque métier les connaissances théoriques et les applications pratiques des enjeux de durabilité liés à leur périmètre métier pour créer de la valeur durable pour l'entreprise et leur donner capacité à agir. L'objectif fixé était de former une population de 100 salarié(e)s sur les expertises RSE métiers d'ici à fin 2025.

Sur la cible de 100 expert(e)s métiers formés en 2023, le Groupe Rocher est au-dessus de l'objectif :

- Le Département Achats Groupe a formé 48 collaboratrices et collaborateurs sur les achats responsables lors de 2 sessions animées le 24 mai et le 6 juin 2023 ce qui correspond à 84% de la population totale des acheteuses et acheteurs des entités Groupe Rocher Opérations et Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher³⁶ ;
- La Marque Petit Bateau a formé 10 de ses expert(e)s métiers à la recyclabilité des vêtements via un prestataire externe sur 2 jours ainsi que 56 salarié(e)s en 2023 aux enjeux d'éco-conception textile via un webinaire de 2 heures étendu ensuite à ses fournisseurs, ainsi qu'à certains partenaires internationaux.

À NOTER

Ce type de formations expertise RSE métiers 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. La Marque Yves Rocher prévoit ainsi de former en 2024 ses expert(e)s communication aux enjeux de la communication responsable et ses expert(e)s produits aux enjeux liés à l'affichage environnemental avec un focus notamment sur la méthodologie Green Impact Index.

FORMATION RÉSEAU RSE INTERNE



Après avoir formé l'ensemble des Sponsors et Leaders RSE Marques & Métiers en 2022 par le biais du programme *Executive Education Sustainable Transition Management* (STM) de HEC Paris (22 personnes avec environ 50 heures de cours en e-learning et de webinaires), le groupe a décidé de pérenniser le recours à une formation longue pour chaque nouvelle personne recrutée au sein du réseau de Sponsors et Leaders RSE internes : actuellement 2 Leaders RSE Corporate ont débuté la nouvelle version du programme STM HEC Paris et 2 Leaders RSE Yves Rocher suivent la Master Class Direction Durable dispensée par l'organisme EcoLearn (environ 100 heures de formation avec 10 jours en présentiel et 34 heures de cours en ligne complémentaires).

Afin de compléter ce parcours de formation aux enjeux RSE, la Direction Mission & Impact Groupe proposera dès 2024 des contenus vidéos complémentaires pour en apprendre plus sur le climat, l'énergie, la biodiversité, l'économie régénérative etc. développés par le média Youmatter pour le MOOC³⁷ du Collège des Directeurs du Développement Durable³⁸ (C3D) du Collectif Pour un Réveil Écologique, réalisé en partenariat avec 6 réseaux reconnus sur ces sujets : l'ADEME³⁹, le Collectif Génération Responsable, le Comité 21, le MEDEF⁴⁰, l'ORSE⁴¹ et le Global Compact France de l'Organisation des Nations unies⁴².

³⁶ Cf. DPEF 2023.

³⁷ MOOC : Massive Open Online Course.

³⁸ Collège des Directeurs du Développement Durable ou C3D.

³⁹ ADEME : Agence française de la transition écologique.

⁴⁰ MEDEF : Mouvement des entreprises de France.

⁴¹ ORSE : Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises.

⁴² ONU : Organisation des Nations unies.

Former les salarié(e)s pour transformer les modèles d'affaires

Le Groupe Rocher soutient des initiatives innovantes pour encourager ses salarié(e)s à transformer leurs métiers. De nombreux salarié(e)s ont ainsi pu participer en 2023 à des ateliers pédagogiques et ludiques de sensibilisation appelés fresques, sur le modèle de la Fresque du Climat créée en 2018, dont le concept s'est essaimé depuis sur d'autres thématiques de la transition écologique, notamment opérationnelles métiers ou secteurs :

- **Fresque de la Communication**⁴³ : 11 expertes communication RSE du Groupe Rocher et des Marques Yves Rocher, Stanhome, Dr. Pierre Ricaud et Petit Bateau ont pu tester en avant-première en septembre 2023 la Fresque de la Communication créée par 3 étudiantes du MBA Spécialisé Communication RSE & Développement Durable de l'EFAP Paris⁴⁴ lors d'une session pilote. L'atelier parcourt des sujets techniques comme l'écobranding, ou le greenwashing⁴⁵, directement applicables aux métiers de communicant(e) et explore les enjeux de la communication responsable, tout en mettant en lumière stratégies et outils de communication pour faire la différence et contribuer positivement à avenir plus durable et plus éthique ;
- **Fresque du Numérique**⁴⁶ : La Direction des Systèmes d'Information (DSI) Groupe a sensibilisé 65 salarié(e)s à la Fresque du Numérique en 2023. L'atelier vise à expliquer les grandes lignes des enjeux environnementaux du numérique et les actions à mettre en place (achats, utilisations, recyclages de matériels numériques, outils et services etc.) ;
- **Fresque de l'Entreprise Régénérative**⁴⁷ : une session de Fresque de l'entreprise régénérative⁴⁸ a été organisée en 2023 pour l'ensemble du Comité de Direction de la Marque Yves Rocher (12 personnes). L'atelier créé par le collectif OpenLande, propose de découvrir la chaîne de valeur d'une entreprise, identifier les dépendances et impacts de l'entreprise sur les écosystèmes et les êtres humains et proposer des inspirations et actions concrètes de régénération ;
- **Fresque du Management Responsable**⁴⁹ : Le Département Mission & Impact Groupe a prévu d'organiser une séquence test de la Fresque du Management Responsable en février 2024 pour une partie du réseau RSE interne (10 personnes) pour éventuel déploiement dès fin 2024 sur la cible managériale. Cet atelier porté par le collectif Here & Now engage les dirigeant(e)s et les managers dans la transformation durable de leur entreprise car elles et ils ont un rôle clé à jouer pour réussir cette mutation vers une économie plus écologique ;
- **Fresque de la Cosmétique** : Le Groupe Rocher participe activement en tant que mécène en allouant ressources financières et humaines au projet de développement de la Fresque de la Cosmétique par la FEBEA⁵⁰ et l'agence R3 qui devrait voir le jour pour fin 2024. La Marque Yves Rocher ambitionne ensuite d'intégrer cet atelier dans son parcours d'intégration sur le périmètre France dès 2025 en fonction du format finalisé.
- **Fresque du Climat** : 163 salarié(e)s fresqués en 2023 (*cf. page 17*) ;
- **Autres Fresques** : D'autres salarié(e)s ont enfin été fresqués individuellement à la Fresque des Nouveaux Imaginaires, la Fresque de l'Économie Circulaire, la Fresque de la Publicité, la Fresque du Textile, la Fresque Océane, la Fresque de la Forêt, La Fresque de l'Alimentation, la Fresque du Facteur Humain, la Fresque de la Mobilité ou encore l'atelier 2Tonnes. Le Groupe Rocher n'envisage à date pas de déploiement plus large de ces nombreuses Fresques pour prioriser le déploiement d'actions de sensibilisation liées à sa mission comme la Nature Academy.

43 Fresque de la Communication : <https://www.fresquedelacomunication.fr/>

44 EFAP : École des nouveaux métiers de la communication (anciennement École française des attachés de presse).

45 Greenwashing : écoblanchiment ou verdissage en français, communications utilisant l'argument écologique de manière trompeuse pour améliorer son image.

46 Fresque du Numérique : <https://www.fresquedunumerique.org/>

47 Fresque de l'Entreprise Régénérative : <https://openlande.co/la-fresque-entreprise-regenerative/>

48 Entreprise régénérative ou régénératrice : Entreprise qui recherche une utilité sociale, et met en œuvre pour cela des opérations équilibrées entre 4 points cardinaux : climat et décarbonation des chaînes de valeur, restauration de la biodiversité et développement des puits de carbone, circularisation forte des ressources non renouvelables, respect des droits humains et la création d'emplois porteurs de sens et de dignité.

49 Fresque du Management Responsable : <https://fresquedumanagementresponsable.org/>

50 FEBEA : La Fédération des Entreprises de la Beauté est le syndicat professionnel des fabricants de produits cosmétiques.

“L’enjeu de la reconnexion à la nature tel que porté par le Groupe Rocher est largement étayé par de nombreuses études scientifiques. Ce regard singulier se retrouve dans les formations à destination des salarié(e)s et est à conserver et à valoriser davantage. Les membres du Comité de Mission Groupe Rocher ont eu accès aux deux modules de formation RSE Groupe, au contenu riche et ambitieux.”



**Sophie
CHASSAT**

CONCLUSION DU COMITÉ DE MISSION GROUPE ROCHER

Objectif statutaire 2 : Former aux enjeux de la nature



POINTS FORTS

Les formations proposées permettent à chaque métier d’identifier sa contribution à la mission de l’entreprise. Le taux de satisfaction de plus de 4,5/5 de la formation RSE Groupe aux Essentiels de la RSE reflète la qualité des deux modules proposés.

AXES D’AMÉLIORATION

Le Groupe Rocher gagnerait à mettre ses outils de formation à disposition du plus grand nombre, y compris en dehors de l’entreprise.

AGIR EN FAVEUR DE LA NATURE

La mission du Groupe Rocher s’articule autour de trois objectifs statutaires dont le troisième engage le groupe à agir en faveur de la nature en visant à concilier activités humaines et réduction de l’impact sur les ressources naturelles.

Ce troisième objectif majeur de la mission a également été choisi suite aux résultats du Baromètre Groupe Rocher Reconnect people to nature® en collaboration avec l’institut d’études BVA en 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 leur connaissance 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.

Avec le recul acquis par le groupe vis-à-vis de sa mission après ces quatre dernières années, les objectifs opérationnels déclinant de ce troisième objectif statutaire de la mission ont été précisés fin 2023 afin de mieux correspondre aux attentes du Comité de Mission Groupe Rocher. En se concentrant sur les actions menées en faveur de la biodiversité, sur ses territoires et au cœur de ses modèles d’affaires, le Groupe Rocher réaffirme l’importance de relier tous les projets déployés en faveur de la nature à sa stratégie de performance durable. Ces objectifs opérationnels permettent également de mieux articuler la mission, le plan d’ambitions RSE à 2030 et le plan stratégique du groupe.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL	OBJECTIF 2023	RÉSULTATS 2023 ⁵¹	OBJECTIF 2024	HORIZON 2025-2030
Agir en faveur de la biodiversité via nos approvisionnements durables	Ingrédients botaniques issus à 45% de filières responsables dont 15% durables 9 plantes emblématiques à La Gacilly certifiées UEBT Tiaré Tahiti certifié UEBT ⁵²	Ingrédients botaniques issus à 31% de filières responsables et à 12% de filières durables⁵³  13 plantes emblématiques de la Marque Yves Rocher certifiées UEBT  Tiaré Tahiti non-certifié UEBT 	Ingrédients botaniques issus à 45% de filières responsables dont 15% durables Maintenir 13 plantes emblématiques à La Gacilly certifiées UEBT Tiaré Tahiti certifié UEBT	<i>Horizon 2030</i> 100% ingrédients botaniques issus de filières responsables et durables
Agir en faveur de la biodiversité sur nos territoires	Mise en fonctionnement du réseau de chaleur sur le site de La Croix des Archers à La Gacilly	Le réseau de chaleur est en fonctionnement en 2023 sur le site de la Croix des Archers (La Gacilly)  -35% d'émissions GES vs 2019 dont 38% d'énergies renouvelables 	-50% émissions GES vs 2019 (La Gacilly)	<i>Horizon 2025</i> -75% d'émissions GES vs 2019 dont 85% d'énergies renouvelables (La Gacilly)
Agir en faveur de la biodiversité dans nos métiers	Développement d'une gamme de produits favorisant les "gestes beauté engagés" pour la Marque Yves Rocher	Commercialisation de l'exfoliant visage solide Yves Rocher  4,1 millions de produits Yves Rocher favorisant les "gestes beauté engagés" vendus 	Lancement d'une gamme hygiène rechargeable recyclable et recyclé pour la Marque Yves Rocher	<i>Horizon 2025</i> Définition d'un objectif de chiffre d'affaires issu de la vente de produits responsables sur le périmètre de la Marque Yves Rocher

Agir en faveur de la biodiversité via nos approvisionnements durables

Le Groupe Rocher a formalisé sa première politique en faveur de la protection de la biodiversité en 2010, réactualisée en 2021. En 2023, le groupe agit de façon concrète, constructive et progressive sur ses activités et installations via les 3 axes de sa stratégie biodiversité présentés ci-dessous.

APPROVISIONNER DE FAÇON DURABLE LES MATIÈRES PREMIÈRES D'ORIGINE VÉGÉTALE

L'évaluation détaillée des filières botaniques (plantes) est essentielle pour analyser les pratiques économiques, sociales et environnementales des fournisseurs directs et de leurs propres filières d'approvisionnement. Cette démarche d'approvisionnement durable repose sur 3 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.

⁵¹ Cf. DPEF 2023.

⁵² UEBT : Union for Ethical Bioproducts.

⁵³ La baisse du nombre de filières responsables entre 2022 et 2023 s'explique par la mise à jour des définitions internes des filières responsables et durables, devenues plus exigeantes. Notamment les critères traçabilité et certification par des tiers des méthodes de production des plantes ont pris plus de poids dans la cotation.

Dans le cadre de sa 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 2023. 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 des consommatrices et consommateurs⁵⁴.

En 2023, le groupe recense plus de 480 filières végétales sur un ensemble de 225 origines botaniques différentes.

Le Groupe Rocher a conçu un programme de soutien à la filière Monoï de Tahiti en collaboration avec son fournisseur historique Pacifique Sud Ingrédients et la Maison Familiale Rurale (MFR) de Papara. Ce programme passe par le déploiement d’un 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 la MFR, en échec scolaire et/ou issus de milieux défavorisés, à travers cette formation agricole.

En parallèle, le Groupe Rocher accompagne ses partenaires en Polynésie française vers la certification UEFT de la filière Tiaré depuis 2023, ainsi qu’à l’amélioration de la filière coprah. Des études d’impact sur la biodiversité ont été initiées localement avec nos partenaires.

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 *Groupe Rocher Index for Soils Preservation* (GRISP), à partir du Coefficient de Biotope par Surface (CBS+) de l’ADEME, de l’Écopotential (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, le déploiement de l’index sur les sites en propre du groupe a été initié en 2022 et reconduite en 2023. En 2023, le GRISP s’élevait à 0,4, soit identique à sa performance 2022.

GÉRER LES SITES DE FAÇON RESPONSABLE

Chaque site 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.

En 2023, 17% des salarié(e)s appartiennent à un site ayant un plan de gestion biodiversité.

Agir en faveur de la biodiversité sur nos territoires

Profondément attaché à ses racines bretonnes, le groupe stimule la vitalité de tous les territoires où il est implanté, grâce à ses activités industrielles mais aussi grâce à son implication dans le développement du territoire, tout en réduisant continuellement son impact environnemental.

⁵⁴ Cf. DPEF 2023.

FILIÈRE BRETONNE BOIS BOCAGER DURABLE

Parce qu'il sait que la meilleure économie d'énergie est l'énergie qui n'est pas dépensée, le Groupe Rocher refuse d'utiliser des méthodes de compensation carbone et préfère se concentrer sur la réduction de son empreinte directe. Dans le cadre des ambitions bas carbone à La Gacilly en Bretagne, 14 infrastructures du groupe situées dans la ville et ses environs se sont engagées à réduire leur impact carbone de manière significative notamment par le passage à 100% d'énergie renouvelable. L'ambition est de faire de La Gacilly un territoire bas carbone d'ici à 2025 en réduisant de 75% ses émissions de gaz à effet de serre (GES) des scope 1 & 2 et en alimentant les structures du territoire avec 85% d'énergie renouvelable⁵⁵.

L'une des actions emblématiques de cette transition est la mise en place d'une filière bois locale et durable à majorité bocagère (Label Haie) pour alimenter les chaudières des sites industriels et logistiques du groupe à La Gacilly. En effet, le Groupe Rocher soutient la structuration d'une filière locale et engagée de plantation et d'entretien durable de haies (Label Haie), dont les coproduits d'élagage alimentent les chaudières à bois du groupe. En plus de favoriser l'accès à une ressource énergétique locale, cette filière permet de densifier le maillage bocager du territoire par la plantation d'arbre et d'arbustes, de promouvoir l'adaptation à des pratiques agricoles aux changements climatiques à venir et de préserver la biodiversité locale du territoire.

En complément, un réseau de chaleur a été installé depuis la chaudière à bois du site logistique de La Croix Des Archers vers le site des Villes Geffs permettant ainsi de passer de 4 à 46% la part de chaleur produite à partir d'énergie renouvelable utilisée par cette usine. Ce réseau de chaleur est fonctionnel depuis fin 2022.

Le groupe a par ailleurs choisi de s'approvisionner en biogaz pour deux de ses sites à La Gacilly.

MAINTIEN D'UN SAVOIR-FAIRE TEXTILE UNIQUE ET ÉCOLOGIQUE DANS L'AUBE

En 2023, la Marque Petit Bateau a obtenu le Label "Entreprise du Patrimoine Vivant" grâce à son patrimoine économique unique, sa reconnaissance comme une marque iconique dans le cœur des Français(e)s, la maîtrise des savoir-faire qui perdurent et maintiennent l'emploi sur le territoire de l'Aube et également une capacité d'innovation constante.

L'entreprise Petit Bateau est un des plus grands employeurs textiles en France avec près de 1 300 collaboratrices et collaborateurs dont 450 sur le site de Troyes et 180 sur la plateforme logistique de Buchères. Ouverte en 1893, l'usine Saint Joseph de Troyes est l'emblème de la marque qui y maîtrise toutes les étapes de production de la réception du fil à la confection, en passant par le tricotage, la teinture, l'impression et la coupe de la maille. Au vu de son ancrage territorial fort, le conseil municipal de Troyes a autorisé en 2023 l'entreprise Petit Bateau Fabricant, marque utilisée par Petit Bateau pour les fabrications à façon dans son usine troyenne, à utiliser la dénomination de la ville sur son logo.



Par ailleurs, la Marque Petit Bateau a engagé un grand chantier pour réduire les consommations d'énergie de son outil industriel à Troyes en France, intitulé *Mission 003*. La diminution des émissions de gaz à effet de serre repose à la fois sur des actions de sobriété énergétique et sur la transition vers des sources d'énergie renouvelable avec pour objectif à fin 2025 d'atteindre une baisse de 50% des émissions GES sur les scopes 1 & 2 vs 2019.

En juillet 2023, le site de production Petit Bateau Troyes s'est doté de nouvelles machines de teinture, qui permettent d'enclencher des économies d'énergie et d'eau. De plus, des actions de sensibilisation aux écogestes, la mise en place d'un outil de supervision énergétique, permettant de détecter les zones de forte consommation d'énergie afin d'ajuster les optimisations des procédures, sont également venues renforcer la politique de sobriété énergétique des sites Petit Bateau à Troyes.

Filière bois durable et locale

Densifier le maillage bocager du territoire par la plantation d'arbres et d'arbustes permettant d'avoir accès à une ressource énergétique locale et de promouvoir l'adaptation des pratiques agricoles aux changements climatiques à venir.

NOS OBJECTIFS À 2030



⁵⁵ Cf. DPEF 2023.

Agir en faveur de la biodiversité dans nos métiers

Ce volet d'action place la mission au cœur de l'entreprise et de son modèle d'affaires. Chaque marque développe une offre de produits responsables à travers une démarche d'écoconception. 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. Cette ambition est pleinement intégrée à la stratégie du groupe à travers l'Objectif 3 "engagement" (O3) et le KRI associé "augmenter la part des ventes des produits responsables et éco-conçus" (cf. page 11).

PROPOSER DES INNOVATIONS PRODUITS ET SERVICES EN VUE D'UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE

Afin d'embarquer l'ensemble des marques du groupe, une stratégie "Produits Responsables" sera travaillée en 2024 par la Direction Mission & Impact Groupe, avec pour objectif la rédaction de chartes communes par activité (cosmétique, textile, détergence, nutrition) et le croissement du chiffre d'affaires porté par ces produits.

En 2023, 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. A titre d'exemples :

La Marque Yves Rocher entend promouvoir ses produits les plus engagés, ayant un impact environnemental réduit comparativement à leur alternative classique. Les produits solides sont un exemple parlant de ces nouvelles gestuelles de beauté plus responsables et ont rencontré un succès commercial, hissant la marque en N°1 volume et valeur en France des shampoings solides, avec une satisfaction client(e)s de 4,2/5. En 2023, la marque s'est employée à développer une nouvelle gestuelle commercialisée dès 2024 : une recharge hygiène qui permet une réduction de 80% de plastique comparé au flacon actuel, entièrement recyclable et utilisant du plastique recyclé OBP⁵⁶.



La Marque Stanhome a conduit une analyse du cycle de vie (ACV) de son produit phare le liquide vaisselle *Degreaser*. L'objectif de cette analyse a été d'effectuer un bilan environnemental du produit afin de dégager des pistes d'éco-conception et de réduire son impact environnemental. Les résultats ont mis en avant le fait que la phase d'usage du produit par les client(e)s contribue très majoritairement à son impact environnemental global, principalement à travers l'énergie nécessaire pour chauffer l'eau. Pour agir sur cette étape de l'ACV, la Marque Stanhome a mis en œuvre des tests d'efficacité complémentaires afin de démontrer que le liquide vaisselle *Degreaser* dégraisse efficacement même en eau froide. La Marque Stanhome sensibilise ainsi ses client(e)s à utiliser la juste dose et à laver la vaisselle à froid pour une vaisselle toute aussi propre.

ACCOMPAGNER NOS CLIENT(E)S VERS L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Afin de réduire l'utilisation de ressources vierges et la destruction de produits finis, le Groupe Rocher est acteur de l'économie circulaire auprès des consommatrices et consommateurs, via la transformation de son offre de produits et de leurs usages, et via l'allongement de leur durée de vie.

En 2023, le développement de produits et services des marques du groupe qui s'inscrivent dans une démarche d'économie circulaire a continué :



Sur son site internet, Yves Rocher France a publié un *Guide du Tri* afin d'inciter ses client(e)s à effectuer plus de tri dans leur salle de bain. Conscientes de l'inexistence des filières de recyclage pour les packagings maquillage en France, les équipes Yves Rocher France ont poursuivi le projet RÉCOLTE en 2023 pour permettre à leurs client(e)s de les déposer en magasin, qui en doit assurer ainsi le recyclage. C'est désormais 650 boutiques qui ont mis en place ce dispositif, collectant 1 240 kg de packs maquillage sur l'année 2023, soit 2 512kg depuis 2021.

⁵⁶ OBP : Ocean Bound Plastic <https://www.obpcert.org/>

Afin de favoriser l'économie circulaire, la Marque Petit Bateau développe des offres de produits de seconde main. En 2022, Petit Bateau France a déployé son modèle de revente de produits de seconde main dans ses boutiques françaises. On compte aujourd'hui 30 points de ventes en France proposant l'achat de produits de seconde main. La marque a également lancé ses premiers tests de collecte et de revente de vêtements de seconde main au Japon. Depuis mars 2023, Petit Bateau France propose par ailleurs une offre de produits de seconde main sur son site e-commerce, avec une expérience unique permettant à ses client(e)s d'acheter facilement des produits issus de la collection Petit Bateau actuelle et des produits Petit Bateau de seconde main et rendant ainsi l'achat circulaire accessible à toutes et tous. Ainsi en 2023, 142 000 pièces ont été collectées dont 90 000 revendues en circuit de seconde main (boutiques et site e-commerce).



Dr. Pierre Ricaud Dr. Pierre Ricaud s'engage depuis de nombreuses années aux côtés de l'association française 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 de produits ou la confection de kits à destination de personnes en situation de précarité. En 2023, deux équipes se sont investies pendant une journée soit 70 heures de mobilisation salariée pour aider à reconditionner des palettes et à confectionner des kits de produits d'hygiène. Un partenariat riche qui permet de valoriser à la fois des actions solidaires et l'engagement des collaboratrices et collaborateurs de la marque.



**Jeanne
RENARD**

"Les transformations de nos produits et de nos modèles d'affaires continuent à s'observer concrètement sur le terrain, pour toutes nos marques. Nos objectifs sont ambitieux et donc parfois non-atteints car nous ne sommes pas prêt(e)s à faire des compromis sur notre exigence."

CONCLUSION DU COMITÉ DE MISSION GROUPE ROCHER

Objectif statutaire 3 : Agir en faveur de la nature



POINTS FORTS

Le Comité de Mission Groupe Rocher souligne les engagements de longue date en faveur de produits toujours plus responsables et des ambitions qui progressent années après années.

La stratégie biodiversité du groupe et la trajectoire de baisse de consommation d'eau et d'énergie depuis 2010 avec des objectifs tenus chaque année, illustrent concrètement l'action du groupe en faveur de la nature. Le Comité de Mission Groupe Rocher relève également la particularité du groupe qui porte une ambition aussi élevée sur la biodiversité que sur le climat.

AXES D'AMÉLIORATION

Le Comité de Mission Groupe Rocher cautionne la stratégie d'accélérer les travaux initiés sur la cosmétique anhydre et sur la démarche globale sur les produits plus responsables de façon générale. Il suggère de mettre l'accent sur la politique Achats Responsables de façon à embarquer les fournisseurs dans les ambitions du groupe et à travailler la traçabilité de ses approvisionnements.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Le Groupe Rocher est né d'une conviction vraie et profonde : la nature a un impact positif sur le bien-être des personnes. Depuis le premier jour, il n'a jamais dévié de sa mission, reconnecter les femmes et les hommes à la nature. Cet engagement singulier et précurseur à l'époque de la fondation de l'entreprise s'incarne à travers des actions qui sont menées par le Groupe Rocher depuis l'origine.

À titre d'exemple, dans les années 70, Monsieur Yves Rocher s'est opposé au remembrement des terres agricoles à la Gacilly en Bretagne pour préserver le bocage et la biodiversité du village. En 1975, c'est la création d'un Jardin Botanique Yves Rocher à La Gacilly, véritable conservatoire du végétal, haut lieu de biodiversité et de connaissance botanique. Depuis 1989, le groupe ne fait plus de tests sur les animaux et à part le miel et la cire d'abeille, aucune matière animale n'entre dans la composition des produits des marques du groupe. En 1997, les champs de culture de plantes et de fleurs à destination de la cosmétique sont cultivés en agriculture biologique afin d'éviter la pollution des sols et des eaux. Aujourd'hui, plus de 60 hectares de champs en Bretagne sont cultivés par les équipes du groupe selon les principes de l'agroécologie et ont obtenu la certification UE BT pour 13 plantes emblématiques afin de s'engager dans une démarche d'amélioration continue pour un approvisionnement plus responsable et plus durable. En 2007, La Fondation Yves Rocher s'engage à planter 1 million d'arbres et aujourd'hui c'est plus de 125 millions d'arbres plantés dans le monde.

Ces actions concrètes et pionnières, inscrivent l'engagement du groupe en faveur de la biodiversité dans le temps. Bien que l'entreprise soit, depuis plus de 65 ans, en perpétuel mouvement, quelques fondamentaux sont immuables et le groupe y est fidèle.

Ainsi, la dynamique initiée par Monsieur Yves Rocher se poursuit aujourd'hui, tels le lancement de la cosmétique solide pour la Marque Yves Rocher et le beau succès côté consommatrices et consommateurs du shampoing solide désormais leader de la catégorie en France, l'obtention de la certification B Corp pour la Marque Arbonne, entreprise la mieux notée dans l'industrie de la vente directe lors de sa recertification, le développement de l'offre de seconde main pour la Marque Petit Bateau pour encore plus de durabilité, ou enfin l'initiative locale *La Gacilly Territoire Bas Carbone* qui permet de développer une économie plus durable sur le territoire gacillien.

Ces enjeux sont clés pour un avenir meilleur, et le groupe bénéficie d'ailleurs d'un fort engagement de ses salarié(e)s grâce à ses actions pionnières en faveur de la nature. En 2023, la RSE et plus globalement l'activisme du groupe pour préserver la biodiversité, sont plébiscités par 84% de ses salarié(e)s comme un élément de fierté⁵⁷.

Le Comité de Mission Groupe Rocher est ainsi confiant quant à l'atteinte des ambitions portées par le groupe et juge que les éléments présentés pour l'année 2023 au travers de ce Rapport du Comité de Mission ainsi que les projets à venir continueront de contribuer à la bonne réalisation des objectifs statutaires de la mission du Groupe Rocher et contribuer à une performance plus durable.

Reconnect people to nature

⁵⁷ Enquête d'engagement annuelle du Groupe Rocher appelée *Tell Us*, cf. DPEF 2023.

