# Déclaration de Performance Extra-Financière 2023

Annexe au Rapport de Gestion du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale

04 juin 2024





| Mesdames, Messieurs,<br>Conformément aux articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du Code de Commerce, nous vous<br>orésentons ci-après la Déclaration de Performance Extra-Financière de la société Laboratoires de<br>Biologie Végétale Yves Rocher et de ses filiales (ci-après "Groupe Rocher" ou "le groupe" ou<br>'Groupe" ou "groupe"). |
|---|
|   |
| LABORATOIRES DE BIOLOGIE VÉGÉTALE YVES ROCHER<br>Société anonyme au capital de 4 396 350,15 euros<br>Siège social : La Croix des Archers 56 200 La Gacilly<br>N°876 580 077 R.C.S. Vannes   |
|   |

#### ÉDITO

Chères lectrices, chers lecteurs,

En cette année 2023, marquée par l'envolée des prix de l'énergie et des matières premières, la baisse du pouvoir d'achat, l'extrême volatilité des taux de change, mais aussi par une regrettable première place des années les plus chaudes en France depuis le début du  $20^{\text{ème}}$  siècle, notre engagement en tant que Groupe Rocher demeure intact. Le Groupe Rocher a été pionnier dans l'intégration des enjeux environnementaux, en plaçant la nature au cœur de toutes ses préoccupations et de ses innovations depuis plusieurs décennies, pour preuve nos premières "Journées Vertes" de mobilisation de nos salariés(e) lancées dès 1991. L'accélération des mutations sur les marchés où il est présent et la démultiplication des acteurs imposent aujourd'hui à notre groupe de se transformer en profondeur pour retrouver toute sa place.

L'année 2023 a par ailleurs été une année charnière dans l'histoire de notre entreprise. La gouvernance du groupe a évolué au mois de septembre dernier avec une nouvelle équipe de direction, et de nouvelles orientations stratégiques ont été partagées autour de la rentabilité, la désirabilité et l'engagement. Ces trois axes aiguilleront notre transformation 2023-2026 pour parvenir à construire et consolider la performance durable du Groupe Rocher et de ses marques. Le cap est clair, mais nous sommes conscientes et conscients qu'il nécessite une adaptation constante aux événements et une réactivité sans faille.

Dans ce contexte, plus que jamais, notre mission revêt une importance capitale. Depuis toujours, notre lien avec la nature a été indissociable. Pendant des millénaires, elle a été notre refuge. Malgré cela, cette relation vitale s'est peu à peu effacée de notre quotidien. En repoussant les limites de l'urbanisation et de la technologie, nous avons affaibli nos fondations naturelles. Il est temps de rétablir cet équilibre perdu.

Aussi, chaque marque, chaque métier au sein du Groupe Rocher a pour vocation de contribuer à cette mission, reconnecter les femmes et les hommes à la nature, pour leur donner envie d'agir en faveur d'une meilleure prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux dans l'ensemble de leurs actions quotidiennes, professionnelles ou en tant que citoyennes et citoyens. Leur contribution passe aussi par des faits tangibles en faveur de la transformation vers des modèles d'affaires durables.

Je tiens à remercier tout particulièrement les collaboratrices et les collaborateurs qui, comme vous le verrez au travers de ces pages, ont agi en 2023 pour faire vivre les engagements pris par le groupe. En 2023, près de 2300 salarié(e)s se sont formées aux enjeux de la RSE¹, nous avons poursuivi nos trajectoires en réduisant significativement nos consommations d'eau et nos émissions de gaz à effet de serre (GES), nos marques ont travaillé à adapter leur portefeuille de produits, la Marque Yves Rocher a par exemple déployé de nouveaux produits plus écoconçus avec le beau succès de s'être rapidement hissé leader des ventes de shampoing solide en France.

Vous le voyez, notre singularité réside dans notre capacité à créer de la valeur pour nos clientes et clients, en proposant des produits désirables et durables, et en leur offrant des services personnalisés qui enrichissent leur expérience.

Ainsi, il nous incombe à toutes et tous d'agir avec détermination pour concevoir et mettre en œuvre des plans ambitieux qui relèveront les défis économiques à venir, afin de continuer à remplir cette mission essentielle pour notre entreprise et notre société. Ensemble, nous pouvons faire la différence. Merci de votre confiance.

#### Jean-David SCHWARTZ

Directeur Général Exécutif du Groupe Rocher



<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> RSE : Responsabilité Sociétale des Entreprises.

| ÉDITO  | 3  |
|--|----|
|  |    |
| MODÈLE D'AFFAIRES  | 5  |
|  |    |
| LA PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE 2023 DU GROUPE ROCHER  | 17 |
| DÉVELOPPER UN MODÈLE SOCIAL AU SERVICE DES SALARIÉ(E)S ET DE LA MISSION  |    |
| Culture : favoriser la responsabilité, l'orientation client(e) et l'audace   |    |
| Santé, sécurité et bien-être au travail : protéger les salarié(e)s   |    |
| Reconnaissance : valoriser les contributions et performances individuelles et collectives  |    |
| Développement : faire grandir les individus  |    |
| Appartenance : respecter et valoriser les différences et faire grandir le sentiment d'appartenance   | 24 |
| Accomplissement de soi : permettre aux collaboratrices et collaborateurs de trouver du sens dans leur métier et d'être des ambassadrices et ambassadeurs de la mission | 00 |
| metier et d'etre des ambassaurices et ambassadeurs de la mission   | 20 |
| DÉVELOPPER DES PRODUITS, DES SERVICES ET DES MODES DE CONSOMMATION PLUS RESPECTUEUX DE NATURE  | 32 |
| Promouvoir des modes de consommation plus responsable  |    |
| Développer la transparence vis-à-vis des consommatrices et des consommateurs   |    |
| AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE  | 50 |
| Agir en faveur de la biodiversité sur les territoires  |    |
| Lutter contre le changement climatique et s'adapter  |    |
| Diminuer l'empreinte environnementale et favoriser l'économie circulaire   | 61 |
| Préserver la ressource en eau  |    |
| Assurer une transition vers un numérique plus responsable  | 67 |
| COLLABORER AVEC LES PARTIES PRENANTES POUR LES ENGAGER DANS LA MISSION   | 69 |
| Développer des achats durables au sein des chaînes d'approvisionnement   | 69 |
| Engager les communautés autour d'enjeux liés à la raison d'être  | 74 |
|  | 00 |

#### **MODÈLE D'AFFAIRES**



#### Un groupe familial

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

# Recornect people to Nature

#### Entreprise à Mission depuis octobre 2019

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

#### NOS RESSOURCES

#### Humaines



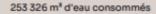
15 296 collaboratrices et collaborateurs dont 81% de femmes

Présence dans 118 pays

49% de femmes dans les comités de direction des marques et des métiers

#### **Environnementales**

75 759 MWh d'énergie consommés





58% des plantes de nos fillères stratégiques cultivées en agriculture biologique

225 ingrédients botaniques d'origine naturelle

480 filières végétales



#### **Financières**

Un actionnariat familial à 98,99%

#### Communautés

Une force de vente de plus d'un million

Près de 16 000 fournisseurs

## **NOTRE CHAÎNE DE**

#### **Fabrication**

79% de nos produits fabriqués dans les 8 sites de production du groupe.



#### Recherche et développement

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





#### Des marques engagées

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



l<sub>D</sub>)

Dr.Pierre Ricaud













### VALEUR INTÉGRÉE

# 243

#### Distribution

Distribution dans le monde entier via 12 sites logistiques en propre et des sites partenaires du groupe.



#### Commercialisation

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

#### Fin de vie

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

### **NOTRE CRÉATION DE VALEUR**

#### Humaine

Un taux d'engagement des collaboratrices et collaborateurs de 66%

52% des salarié(e)s ont eu accès à une expérience de nature et/ou une action de sensibilisation environnementale au cours de la dernière année



Moyenne de 8,49 h de formation par salarié(e)/an

#### **Environnementale**

-32% d'émissions GES vs 2019

25 800 MWh d'énergie renouvelable consommés

Plus de 108 000 m³ d'eau économisés vs 2019

31% de filières responsables

#### Client(e)s

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

50 millions de client(e)s



#### **Financière**

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



#### Communautés

1,2 millions de produits proposés au don

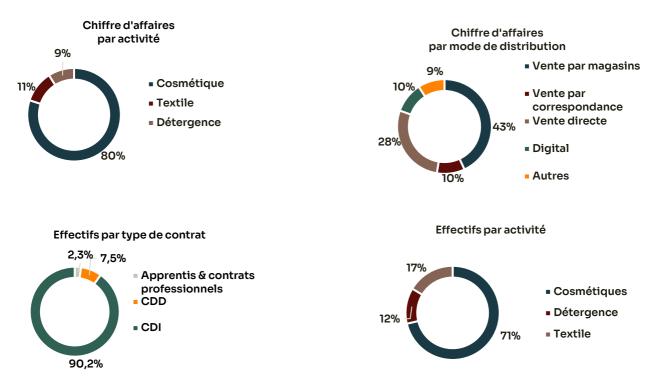
7,4 millions € donnés à des associations



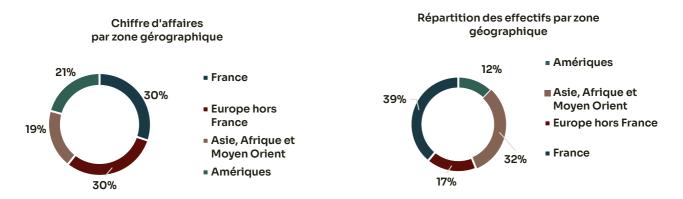
100% de la dépense achats couverte par le devoir de vigilance

#### Un groupe international et intégré

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



De la recherche à la production en passant par la commercialisation, chacune des marques du groupe est active sur l'ensemble de la chaîne de valeur de ses produits. La spécificité du groupe réside également dans la diversité des modes de distribution proposés par ses marques (vente par magasins, vente par internet, vente directe et vente par correspondance).



Profondément attaché à ses racines bretonnes, le groupe se tourne aussi vers l'international et 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 local.

#### Des marques engagées



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

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





Née à Troyes en 1893, la Marque Petit Bateau s'engage à être la marque la plus durable et inspirante de l'enfance, grâce à ses savoir-faire porteurs de qualité tout en laissant petit(e)s et grand(e)s libres de leurs mouvements dans leurs vêtements. Comment ? En transformant sa manière de fabriquer, pour proposer des produits éco-conçus issus majoritairement de son modèle intégré, référent RSE sur le marché.

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



#### STANHOME

Soin de la maison, de la famille ou de beauté, les produits des Marques Stanhome, reconnus pour leur qualité, sont dédiés au bien-être et au mieux-vivre. Engagée auprès de ses 220 000 conseillères passionnées, dans 5 pays, et auprès de ses client(e)s exigeant(e)s, la Marque Stanhome l'est aussi envers l'environnement en travaillant particulièrement sur la gestion des ressources pour limiter son impact.



La Marque Stanhome a été créée aux Etats-Unis en 1931 par Stanley Beveridge, pour prendre soin de la maison et de la famille. Concentration et efficacité restent son savoir-faire.



La Marque Kiotis utilise des huiles essentielles 100% pures et naturelles, des actifs puissants dans des soins sensoriels pour offrir une expérience unique de bien-être et d'apaisement.

Moments de beauté enchantés inspirés par les merveilles de la nature.

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





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

#### Une gouvernance au service des ambitions RSE

Afin d'incarner et déployer sa mission, le Groupe Rocher a mis en place une organisation adaptée pour répondre aux exigences de la Loi PACTE<sup>2</sup> française et intégrer plus en amont la RSE dans les stratégies des marques et métiers, garantissant coordination et cohérence globale via un pilotage central.

Responsable de la cohérence de la Stratégie RSE, la **Direction Mission & Impact** Groupe inspire le Comité Exécutif Groupe pour la définition de la visionStratégie RSE. Elle pilote le déploiement de la mission et nourrit le Comité de Mission. Elle coordonne, accompagne et pilote pour le groupe, le déploiement des ambitions RSE à 2030. Elle valide les stratégies RSE des marques et métiers ainsi que l'adéquation des plans d'actions identifiés. Elle consolide la performance RSE globale et publie la Déclaration de Performance Extra-Financière, le Rapport du Comité de Mission et le Rapport d'engagement annuel et est garante de l'ensemble des politiques RSE.

En se dotant depuis fin 2021 d'un Comité d'Audit et des Risques, le **Conseil d'Administration** s'attache notamment à questionner la bonne intégration des risques environnementaux et sociaux dans les politiques RSE mises en œuvre par le groupe.

Sous le contrôle du Conseil d'Administ ration,

le Comité Exécutif Groupe (Direction Générale Exécutive Groupe)

est
responsabl
e de la
définition
des
ambitions
RSE et la
validation
de la
Stratégie
RSE
Groupe.

Garant de l'avancement des objectifs statutaires de la mission, le **Comité de Mission** vérifie l'allocation effective de moyens au service de la mission et la cohérence des orientations du groupe par rapport à celle-ci. Ses conclusions sont publiées dans le Rapport du Comité de Mission annuellement et présentés au Conseil d'Administration ainsi qu'aux instances représentatives du personnel.

Ainsi, au sein de chaque marque ou métier, le Comité de Direction s'est doté d'un(e) **Sponsor RSE**, chargé(e) d'intégrer les sujets RSE au plus haut niveau de la stratégie des marques ou des départements. Ces Sponsors se réunissent tous les mois avec la Direction Mission & Impact Groupe à laquelle elles et ils sont rattachés fonctionnellement, afin de partager, suivre et challenger les avancées RSE des marques et départements. Ils sont responsables de la cohérence entre la Stratégie Globale et la Stratégie RSE de leur périmètre.

Afin d'animer la Stratégie RSE de chaque marque et chaque département sur le terrain, en cohérence avec les ambitions RSE à 2030, un(e) ou plusieurs **Leaders RSE** agissent au sein de chaque marque et département. Les Leaders RSE définissent et pilotent des plans d'actions opérationnels sur leur périmètre et garantissent la remontée des informations au niveau du groupe, sous la responsabilité des Sponsors RSE. Participant aux réunions thématiques RSE, elles et ils interagissent avec les autres Leaders RSE, les Sponsors RSE et la Direction Mission & Impact Groupe.

Des **comités ad hoc** sont également mis en place pour piloter collectivement des enjeux RSE transverses, par exemple le carbone, la biodiversité ou la CSRD<sup>3</sup>. Ils favorisent la synergie, la cohérence et la coopération entre les marques et les métiers.

Afin de faire vivre la RSE et la mission du Groupe Rocher dans tous les sites, les Sponsors et Leaders RSE collaborent avec un réseau de **correspondant(e)s RSE locaux**. Celles-ci et ceux-ci collectent des données, relayent les informations et créent des animations auprès des collaboratrices et collaborateurs pour sensibiliser aux problématiques environnementales et sociales. Elles et ils collectent localement les données nécessaires aux différents reporting<sup>4</sup> de leur périmètre avec les expert(e)s métiers locaux.

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

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> CSRD: Corporate Sustainability Reporting Directive, directive européenne applicable depuis le 1er janvier 2024 qui fixe de nouvelles normes et obligations de reporting extra-financier et qui concerne les grandes entreprises et les petites et moyennes entreprises cotées en bourse.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Reporting : collecte de données à partir de différentes sources avec présentation de la manière la plus claire et visuelle possible pour qu'elles soient prêtes à être analysées.

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

Depuis le 24 octobre 2019, le Groupe Rocher est devenu Société à Mission, au sens de la Loi PACTE française. Au-delà de sa profitabilité économique, la raison d'être du groupe prend racine dans ses valeurs historiques et projette toutes les parties prenantes dans un futur collectif, liant les humains et la nature. La raison d'être de la société, conformément à 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 bienêtre 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.

# Reconnect people to nature

Cette raison d'être reflète 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 finalement 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 2022)*.

# 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.

Afin de suivre cette ambition de mobilisation et l'avancée de la mission, le Comité de Mission se réunit a minima trois fois par an afin d'échanger sur les projets et indicateurs de performance clés liés à ces objectifs.

Le Groupe Rocher poursuit par ailleurs son engagement comme 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<sup>5</sup>;
- en s'engageant aux côtés de parties prenantes externes: Bris Rocher a ainsi été élu administrateur de la Communauté des Entreprises à Mission<sup>6</sup> lors de l'Assemblée Générale de l'association du 20 juin 2023.

En 2021, Yves Rocher Italie<sup>7</sup> et Stanhome Italie<sup>8</sup> ont également adopté le statut de *Societa Benefita* codifié par le droit italien et s'apparentant au statut de Société à Mission français. Dans le cadre de ce changement de statut, Yves Rocher Italie et Stanhome Italie publient chaque année leur Rapport d'Impact Annuel fixant les objectifs à poursuivre au cours de l'année et visant à mesurer l'impact généré sur la gouvernance, les salarié(e)s les parties prenantes locales et l'environnement<sup>9</sup>.

#### Un plan stratégique à horizon 2030

#### Un contexte économique en mutation

Depuis 2022, pour s'adapter au contexte conjoncturel, améliorer sa rentabilité, respecter ses engagements financiers et préparer l'avenir, le groupe a initié une phase de transformation impliquant un travail d'adaptation de ses organisations. Des réorganisations ont été entamées en 2023 dans plusieurs filiales à l'international et se poursuivront sur 2024, notamment sur les opérations en Bretagne et plus globalement en France. Pour mener à bien les transformations nécessaires, le groupe promeut une logique de co-construction avec les Comités de Direction, les représentants du personnel, ainsi que les syndicats et les salarié(e)s pour mettre en œuvre ces actions d'adaptation.

#### Une gouvernance et une stratégie adaptées

En accord avec les meilleures pratiques de gouvernance en vigueur dans les groupes internationaux et pour mieux s'adapter à l'évolution du marché, pérenniser son développement futur, tout en permettant l'agilité et le pragmatisme indispensables à une navigation en environnement complexe, le Groupe Rocher s'est doté d'une nouvelle gouvernance en séparant les fonctions de Président du Conseil d'Administration et celle de Directeur Général Exécutif Groupe depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2023.

Dans ce cadre, le rôle de la Présidence est de définir et porter la vision stratégique du groupe sur le long terme, et son statut d'Entreprise à Mission et il appartient à la Direction Générale Exécutive d'assurer la conduite opérationnelle des affaires, et le déploiement de la stratégie à court et moyen terme.

La Direction Générale Exécutive Groupe s'attache donc à piloter, décider et agir dans le respect des priorités données par la Présidence. Ces priorités pour les trois années à venir sont les suivantes :

- 1. Améliorer la rentabilité du groupe,
- 2. Respecter ses engagements financiers,
- 3. Préparer l'avenir, en adressant les enjeux environnementaux et sociaux au cœur de sa mission.

Il appartient à la Direction Générale Exécutive Groupe de coordonner et d'allouer le capital, les talents et les ressources pour maximiser le développement futur du groupe. Enfin, pour accompagner cette

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Cercle des économistes : cercle de réflexions fondé en 1992 réunissant une trentaine d'économistes et universitaires pour organiser et promouvoir le débat économique.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Communauté des Entreprises à Mission : collectif d'actrices et acteurs engagés pour transformer les entreprises.

https://www.yves-rocher.it/societa-benefit

<sup>8</sup> https://www.stanhome.it/flexible-page/benefitnew

<sup>9</sup> Rapport d'impact 2022 Yves Rocher Italia : https://album.yvesrocher.it/2023/report-societa-benefit/Rapport d'impact 2022 Stanhome Italia : https://viewer.ipaper.io/stanhome-italy/relazione-dimpatto-2022/-

transformation et favoriser l'évolution de l'état d'esprit de chacun(e), la Direction Générale Exécutive Groupe promeut une nouvelle dynamique reposant sur les principes suivants :

- un équilibre entre droits et devoirs, qui s'inscrit dans la confiance, la libération des énergies, un supplément d'autonomie et une responsabilisation renforcée notamment sur l'exigence de résultats;
- une orientation produits et client(e)s, afin d'apporter le meilleur niveau de satisfaction et de bien-être;
- un esprit collectif, avec un Comité Exécutif réactif, en prise avec le réel et dont les membres sont unis par la même volonté de réussir ensemble.

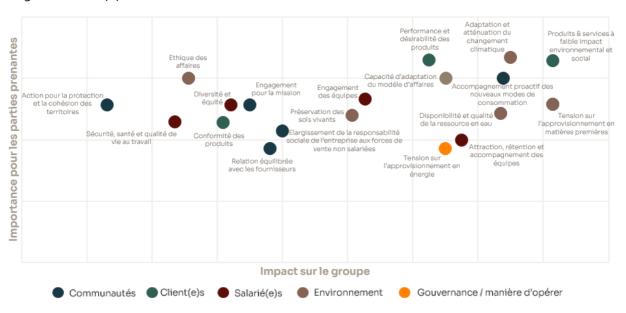
Le plan stratégique global du Groupe Rocher s'appuie sur la RSE comme un des moteurs de la transformation du groupe. Les ambitions 2023-2026 de ce plan stratégique ont été déclinées sur les différents enjeux RSE du groupe sur la base de ses enjeux matériels.

#### Matrice de matérialité

En 2022, une mise à jour de la matrice de matérialité du Groupe Rocher a été réalisée afin de réévaluer les priorités au regard du contexte économique évolutif, de mieux intégrer les enjeux spécifiques des marques liés au climat et à la biodiversité, et d'anticiper les futures exigences réglementaires. Cet exercice a mobilisé des parties prenantes internes (Direction Risques Groupe, Direction Controlling Groupe, Direction Ressources Humaines (RH) Groupe, Groupe Rocher Opérations, Directions Mission & Impact Groupe et marques, collaboratrices et collaborateurs identifiés), ainsi que des parties prenantes externes (Organisations Non Gouvernementales (ONG), fournisseurs, client(e)s, membres externes du Conseil d'Administration, partenaires sociaux, autres partenaires, agent(e)s et consultant(e)s). Au total, ce sont plus d'une vingtaine de parties prenantes qui ont été mobilisées via des entretiens, des enquêtes et des ateliers participatifs.

Cet exercice a permis de mettre à jour la liste des enjeux matériels du groupe et de les prioriser, en fonction de leur importance pour les parties prenantes et de leur impact potentiel sur les activités du groupe. Dix-neuf enjeux matériels ont ainsi été identifiés et répartis-en cinq catégories : environnement, salarié(e)s, communautés, client(e)s, gouvernance/manière d'opérer, salarié(e)s, environnement, client(e)s communautés. Ces résultats ont par ailleurs fait l'objet d'une validation par le Comité Exécutif Groupe.

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



#### Plan d'ambitions RSE à 2030

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

Pour chaque ambition, des objectifs spécifiques à horizon 2025 et 2030 sont construits et partagés avec les marques et les départements concernés afin de garantir leur intégration dans les plans stratégiques et RSE des marques et des métiers. Ces objectifs ont été construits en s'appuyant sur des études de marché et sur les retours des expert(e)s internes afin d'évaluer la justesse des niveaux d'ambitions.

#### SALARIÉ(E)S

# Accompagner nos équipes comme actrices de notre mission

- Accomplissement de soi
- Appartenance au groupe
- Développement des compétences
- Santé, sécurité et bien-être
- Reconnaissance des réalisations
- Culture

#### **ENVIRONNEMENT**

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

- Biodiversité
- Carbone / Plastique / Eau
- Numérique responsable



#### CLIENT(E)S

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

- Écoconception
- Transparence
- Consommation responsable

#### **COMMUNAUTÉS**

Collaborer avec nos parties prenantes pour les engager dans notre mission

- Impact sur les communautés
- Achats responsables
- Ancrage territorial

**OBJECTIF GROUPE ROCHER** 2019 2022 2023 **AVANCEMENT** SALARIÉ(E)S **Appartenance** Taux d'engagement Tell Us parmi le top Oui Oui quartile du panel de référence\* (\*cf. page 23) **Diversité & Inclusion** 50% de femmes dans les Comités de Direction 49% 49% 49% Marques & Métiers d'ici 2030 Épanouissement personnel 4000 personnes formées 2 2 9 2 aux Essentiels de la RSE à fin 2024 CLIENT(E)S Écoconception Augmenter significativement la part des ventes ₩. réalisées avec des produits responsables Consommation responsable 100% de l'impact environnemental matériel des 100% 100% 0% points de vente est monitoré via le reporting environnemental Groupe en 2023 **Transparence** Score environnemental rendu disponible pour 20% des produits (représentant environ 80% 24 ø du chiffre d'affaires) Yves Rocher France et Dr. produits Pierre Ricaud France d'ici 2025

✓ Objectif atteint ● En bonne voie ● En retard ② En construction

# ENVIRONNEMENT

**OBJECTIF GROUPE ROCHER** 

| Biodiversité  |         |        |       |          |  |  |  |
|---|---------|--------|-------|----------|--|--|--|
| Tous les salarié(e)s appartiennent à un site ayant un plan de gestion biodiversité d'ici 2030                     | -       | 24%    | 17%   | •        |  |  |  |
| 100% d'ingrédients botaniques issus de filières<br>responsables et durables d'ici 2030                            | -       | 43%    | 31%   | •        |  |  |  |
| Carbone   |         |        |       |          |  |  |  |
| -67% tCO₂eq en 2030 vs 2019 au niveau groupe<br>sur les scopes 1 & 2  | 23 864  | -28%   | -32%  | •        |  |  |  |
| -44% tCO₂eq en 2030 vs 2019 au niveau du<br>groupe sur le scope 3   | 434 152 | -26%   | -28%  | •        |  |  |  |
| Plastique   |         |        |       |          |  |  |  |
| -30% de plastique (g/ml) mis sur le marché<br>en 2030 vs 2019   | 0,1368  | -7,61% | -4,2% | •        |  |  |  |
| 100% de plastique recyclé d'ici à 2030  | -       | 34%    | 38,5% | •        |  |  |  |
| Eau   |         |        |       |          |  |  |  |
| -30% de consommation d'eau industrielle (m³/t<br>de produit) d'ici 2030 vs 2019                                   | 39,9    | -11%   | -37%  | <b>~</b> |  |  |  |
| 100% de nos formules détergentes rinçables<br>contiennent au moins 95% d'ingrédients<br>biodégradables d'ici 2030 | -       | 89%    | 88%   | •        |  |  |  |

# COMMUNAUTÉS

| Achats responsables   |                 |      |      |   |  |  |  |
|---|-----------------|------|------|---|--|--|--|
| 80% des montants d'achats couverts par le<br>Code de Conduite Fournisseurs Groupe en 2023     | -               | 76%  | 82%  | ~ |  |  |  |
| 100% des montants d'achats couverts par le<br>Devoir de Vigilance en 2023                     | -               | 100% | 100% | ~ |  |  |  |
| Ancrage territorial   |                 |      |      |   |  |  |  |
| -75% tCO₂eq sur les 14 établissements Groupe<br>à La Gacilly, Rieux & Ploërmel à 2025 vs 2019 | 3 948<br>tCO₂eq | -32% | -35% | • |  |  |  |

#### L'arrêt du projet de certification B Corp

B Corp est un label international qui distingue les entreprises qui s'inscrivent dans une démarche de progrès et répondent à des exigences sociales et environnementales élevées.

Depuis 2021, B Corp est donc un outil au service des ambitions RSE du Groupe Rocher, qui permet d'avoir une vision consolidée de la performance RSE de l'entreprise et d'avancer collectivement sur des sujets transverses grâce un référentiel commun à toutes les marques.

En s'appuyant sur l'expertise de la Direction Mission & Impact Groupe, le réseau des Leaders et Sponsors RSE Marques & Métiers et leurs référent(e)s locaux présent(e)s dans chaque filiale, a mené depuis deux ans des évaluations annuelles (B Impact Assessments) pour couvrir l'intégralité des activités groupe et identifier les priorités et axes d'amélioration déployés dans des plans d'actions. Les résultats 2022, puis 2023, ont démontré une progression nette de la prise en compte des impacts environnementaux et sociétaux au sein de l'ensemble des périmètres groupe.

Néanmoins, B Lab, l'organisme en charge de déployer la certification B Corp, a fait évoluer ses règles d'éligibilité en mai 2023 et a suspendu l'accès à la certification pour certains modèles d'affaires, en attente de redéfinition de ses cahiers des charges. Ces nouvelles règles concernant une partie des modèles d'affaires du Groupe Rocher (le *social selling* apparenté au marketing de réseau ), elles gèlent ainsi l'accès à la certification pour les marques concernées, et de fait pour le groupe, sur une période de 18 à 24 mois. Pour les marques en dehors de ce champ restrictif ou ayant déjà été certifiées, il reste possible de chercher à obtenir cette certification.

Dans ce nouveau contexte qui bloque l'éligibilité du Groupe Rocher à la certification B Corp, il a été décidé de poursuivre les efforts engagés sur l'ensemble des projets RSE lancés et d'adapter les outils d'évaluation de la performance RSE du groupe. L'objectif collectif 2023 lié à la démarche de certification B Corp a donc par exemple été évalué sur la base d'un niveau d'atteinte de différents projets RSE qui contribuaient à obtenir les 80 points nécessaires à la certification.

La certification B Corp n'est ainsi plus envisagée au niveau du groupe à date, mais les marques restent autonomes et libres de faire le choix d'être certifiées à leur niveau, en allouant leurs propres ressources en conséquence et selon les critères d'éligibilité de B Lab, ainsi que leurs chantiers RSE prioritaires. Certifiée B Corp depuis 2019, la Marque Arbonne a été recertifiée en janvier 2023 avec un très haut score de 119,9 points (vs 83,8 en 2020). Elle poursuit ainsi son chemin d'amélioration continue concernant son impact environnemental et social. La décision de ne pas être certifié B Corp au niveau du groupe n'affecte pas directement la Marque Arbonne et le Comité de Direction Arbonne fera le choix d'entamer son processus de recertification d'ici à trois ans.

Le manque de visibilité sur la publication du cahier des charges de B Lab spécifique au modèle d'affaires de la vente directe ne permet pas d'envisager une certification B Corp du Groupe Rocher, ou pour les marques concernées, dans les trois prochaines années. Cependant, le Groupe Rocher se laisse la liberté de relancer la démarche en temps voulu. En effet, faire labelliser sa stratégie RSE permet de la crédibiliser et de la valoriser auprès de ses parties prenantes.

#### Le Groupe Rocher médaille d'or EcoVadis 2023

Le Groupe Rocher a poursuivi en 2023 l'évaluation régulière de ses fournisseurs sur la base du référentiel EcoVadis. Toujours soucieux de se faire évaluer selon ce même standard, une nouvelle évaluation EcoVadis du groupe a été conduite en 2023 et montre une progression de 10 points versus 2021. Avec un score de 75/100 le groupe intègre donc le top 3% des entreprises les mieux notées de son secteur et se voit décerner la médaille d'Or pour ses pratiques RSE avancées.

 $<sup>10 \</sup> Le \ social \ selling \ consiste \ \grave{a} \ utiliser \ les \ r\'eseaux \ sociaux \ dans \ les \ diff\'erentes \ \acute{e} tapes \ d'un \ processus \ de \ vente.$ 

<sup>11</sup> Le marketing de réseau ou multi-level marketing (MLM) désigne un modèle de vente directe où vendeuses et vendeurs sont rémunérés sur leurs ventes réalisées, et peuvent percevoir une commission sur celles réalisées par les vendeuses et vendeurs qu'elles et ils ont recrutés.

#### LA PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE 2023 DU GROUPE ROCHER

#### DÉVELOPPER UN MODÈLE SOCIAL AU SERVICE DES SALARIÉ(E)S ET DE LA MISSION

Dans un contexte économique, social et environnemental qui se transforme rapidement, le Groupe Rocher se renouvelle et réinvente son modèle de fonctionnement, et en particulier son modèle social. Ce nouveau modèle social, appelé Groupe Rocher People, vise à répondre aux besoins des salarié(e)s et de l'entreprise, pour développer plus d'employabilité, de bien-être et de performance collective. C'est une vision long terme qui trace les axes de travail pour les prochaines années, et cela sur six dimensions clés:

- La culture : faire évoluer la culture d'entreprise et les comportements attendus au sein du groupe pour atteindre les objectifs stratégiques fixés ;
- La sécurité, la santé et le bien-être au travail : mettre en place des actions de prévention, de mesure et d'action en matière d'accidentologie, de risques psychosociaux (RPS) ;
- La reconnaissance: développer un cadre et des pratiques de reconnaissance communs (monétaires et non-monétaires) au sein du groupe via les modes de management <sup>12</sup>, de rémunération, de communication;
- L'appartenance: respecter les différences et développer le sentiment de communauté et d'appartenance au groupe;
- Le développement : augmenter l'employabilité des personnes via le développement des compétences, les parcours de carrières, le mentoring, les mises en situation ;
- L'accomplissement de soi : donner du sens à l'action pour chacun(e) dans son travail au quotidien, pour avoir de l'impact sur les résultats de l'entreprise, comprendre et agir en faveur de la mission du groupe et de ses marques.



**DPEF 2023 Groupe Rocher** 

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> Management : ensemble des techniques d'organisation et de gestion pour conduire, piloter l'action des individus.

En 2021, le Groupe Rocher a mis en place **dix principes de responsabilité sociale**, formant un premier socle de conformité applicable au niveau mondial *(cf. ci-dessous)*. En 2023, un travail collaboratif complémentaire a été mené pour construire le modèle social *Groupe Rocher People*, et permettant ainsi d'intégrer les nouvelles exigences de la stratégie d'entreprise, le développement des salarié(e)s et l'innovation sociale.

- **Droits Humains:** prohiber le travail forcé et des enfants ;
- Sécurité: assurer la sécurité au travail;
- Santé & bien-être : veiller au bien-être et à l'équilibre vie professionnelle et vie personnelle ;
- Intégrité des personnes: prévenir toute forme de harcèlement et de discrimination;
- Protection des données: assurer le respect de la vie privée et la protection des données;
- Relations et respect : veiller au développement de relations de travail saines ;
- Dialogue social: favoriser le dialogue social;
- **Diversité & inclusion :** promouvoir la diversité inclusive ;
- Compensation & bénéfices: veiller à une politique de rémunération et d'avantages sociaux adaptée;
- **Développement professionnel:** développer une employabilité durable et favoriser l'évolution professionnelle.

#### Culture: favoriser la responsabilité, l'orientation client(e) et l'audace

Le Groupe Rocher développe des outils pour aborder les problématiques sociales et managériales afin d'encourager un climat de confiance mutuelle, de responsabilité individuelle et d'autonomie. Ces principes, comme base de la culture d'entreprise, visent une durabilité à long terme et des performances optimales pour ses salarié(e)s, ses client(e)s et la planète.

#### Développer une culture d'entreprise fondée sur l'éthique et le respect des droits humains

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

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

Ainsi, quel que soit le rôle des collaboratrices et collaborateurs dans le groupe, chacun(e) se doit de respecter les dix principes de responsabilité sociale du groupe. Le Groupe Rocher prohibe toute forme de travail des enfants et de travail forcé ou obligatoire en son sein.

Au-delà des audits des filiales du groupe, dans le cadre du Plan de Vigilance<sup>13</sup> et des audits de contrôle interne <sup>14</sup>, les collaboratrices et collaborateurs sont sensibilisés sur le sujet via non seulement la diffusion du Code de Conduite des Affaires mais également via le déploiement d'un dispositif d'apprentissage en ligne (ou *e-learning*).

#### Développer une culture managériale au service des client(e)s, des salarié(e)s, et de la planète

Le Groupe Rocher doit proposer de nouvelles solutions pour répondre aux nouvelles attentes sociétales, au contexte économique qui évolue et pour atteindre ses objectifs. Les managers occupent un rôle essentiel dans cette transformation et l'atteinte des ambitions stratégiques du groupe. Le

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> Le Plan de Vigilance est un document émis conformément aux articles de la Loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre.

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Sur un cycle d'audit de cinq à six ans.

Groupe Rocher les accompagne dans l'adoption de nouveaux comportements et nouvelles méthodologies pour mieux appréhender les défis auxquels ils sont confrontés.

Cet accompagnement passe d'abord par le déploiement, débuté à l'été 2023, de la méthode OKR (Objectives and Key Results). Cette méthode permet à chaque direction de définir avec son équipe trois objectifs clés ambitieux de transformation pour les deux à trois années à venir (2023-2026). Chaque objectif est ensuite complété par des indicateurs chiffrés de mesure intermédiaire (les Key Results) qui permettent de piloter les progrès accomplis tout au long de l'année. Cette méthode, déployée depuis la Direction Générale Exécutive de l'entreprise à l'ensemble des équipes opérationnelles, permet d'assurer une grande cohérence de l'action, une mobilisation de toutes les énergies sur les sujets les plus importants, et l'ancrage d'une culture du résultat au service des client(e)s, des salarié(e)s et de la mission.

Dans un second temps, à partir de 2024, le Groupe Rocher va déployer un référentiel commun de comportements attendus pour l'ensemble de ses managers (le *Groupe Rocher Management Way*). Ces comportements s'articuleront autour de trois grands rôles : "Leader", "Pilote" et "Coach". Le Groupe Rocher proposera non seulement un parcours de formation et développement, mais aussi de nouveaux outils et des changements de pratiques afin d'ancrer ces nouveaux comportements dans les trois à quatre années à venir.

#### Bonne pratique

En 2023, 86 personnes ont été impliquées et accompagnées dans le dispositif de déploiement de la méthode OKR du groupe (sur un total de 108 personnes visées par cet accompagnement au sein du *top management*). Ce dispositif sera étendu en 2024 pour toucher l'ensemble des managers (environ 2000 personnes) afin d'aligner leurs objectifs individuels sur les OKR de leur équipe de rattachement.

#### Santé, sécurité et bien-être au travail : protéger les salarié(e)s

Le Groupe Rocher accorde une importance primordiale à la sécurité, à la santé et au bien-être de ses collaboratrices et collaborateurs. Son premier engagement consiste ainsi à créer sur le long terme un collectif fort, une équipe où chaque membre se sent en sécurité, propice à l'épanouissement personnel et à l'atteinte quotidienne des objectifs professionnels de chacun(e).

Dans cette perspective, le Groupe Rocher s'emploie à répondre aux besoins fondamentaux de ses salarié(e)s sur le lieu de travail. Cela se traduit par la protection de leurs droits, avec une attention particulière portée à la sécurité, à la santé, et à la définition et mise en œuvre de politiques visant à promouvoir leur bien-être.

En 2023, le Groupe Rocher exerçant notamment des activités dans certains pays impactés par des catastrophes naturelles ou touchés par des conflits locaux, a continué de soutenir et accompagner la sécurité et la santé des collaboratrices et collaborateurs dans les pays concernés. Les actions du groupe à ce titre en 2023 sont détaillées dans son Plan de Vigilance<sup>15</sup>.

#### Sécurité

Afin de renforcer la sécurité, aussi bien sur le plan physique que psychologique, le Groupe Rocher met en œuvre des outils de détection des risques et de prévention appropriée afin de garantir un environnement de travail sécurisé.

En amont de ces démarches, une sensibilisation individuelle et collective aux risques spécifiques à chaque poste est déployée. Celle-ci vise à instaurer une compréhension approfondie des exigences

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Le Plan de Vigilance est un document émis conformément aux articles de la Loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre.

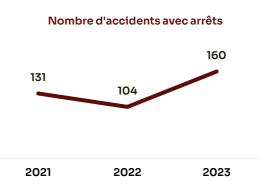
sécuritaires propres à chaque fonction, insistant sur le respect intransigeant de ces normes par l'ensemble du personnel.

Chaque année, des initiatives spécifiques sont déployées à l'échelle des sites, qu'ils soient en France ou à l'international. Ces actions ciblent l'amélioration de l'ergonomie des postes de travail, se traduisant par des mesures variées telles que la réduction de la pénibilité, la réalisation d'audits ergonomiques, l'optimisation du matériel, ainsi que des ajustements collectifs ou individuels des postes, avec pour objectifs de garantir la sécurité, d'accroître le confort et d'améliorer la productivité. Ces mesures revêtent une importance particulière pour assurer le maintien dans l'emploi de salarié(e)s reconnus comme travailleurs en situation de handicap.

#### **Performance**

160 accidents de travail avec arrêt ont été recensés en 2023 sur les différents sites du Groupe Rocher dans le monde, soit une augmentation de 54% par rapport à 2022. Les effectifs du groupe couverts par cet indicateur ont augmentés de 4,8 points.

En 2023, le taux de fréquence du Groupe Rocher s'établit à 6,32 en 2023 soit une hausse de 57% par rapport à 2022. Le taux de gravité du groupe s'établit quant à lui à 0,18, soit une hausse de 19% par rapport à 2022<sup>16</sup>.



En 2023, le nombre d'accidents a augmenté sur les sites de production en particulier. En effet, dans un contexte de volatilité des volumes de production, l'ajustement de la charge de travail implique une adaptation rapide des procédures et de la main d'œuvre. En complément pour les sites bretons, le contexte de transformation a pu générer un sentiment d'incertitude et d'inquiétude chez les salarié(e)s et diminué leur attention à l'égard de la sécurité. Malgré le maintien des efforts liés à la formation, aux temps d'échange et de vérification des acquis, une augmentation des accidents a été constatée. Fort de ces constats, les dispositifs de prévention et d'accompagnement seront repensés en 2024 pour mieux accompagner le contexte de transformation.



#### Santé et bien-être au travail

Au-delà de l'engagement envers la sécurité et la préservation de l'intégrité physique, le Groupe Rocher demeure déterminé à améliorer continuellement les conditions de travail de ses collaboratrices et collaborateurs, en mettant un accent particulier sur la préservation de leur santé mentale.

Ainsi, depuis 2022, les entretiens annuels incluent une évaluation de la satisfaction des salarié(e)s visà-vis de leurs conditions de travail et de leur santé mentale. En 2023, le Groupe Rocher a poursuivi cette lancée en mettant en œuvre un programme de formation managériale dédié à la protection de la santé

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Les taux du groupe couvrent 89% des effectifs.

mentale. Ces initiatives s'avèrent particulièrement nécessaires dans le contexte conjoncturel et économique du Groupe Rocher.

En 2023, l'enquête d'engagement *Tell Us* <sup>17</sup> a été conduite à l'échelle mondiale de manière anonyme grâce à l'accompagnement d'un cabinet externe spécialisé. Les résultats de cette enquête vont donner lieu à des plans d'action et l'ensemble des marques et directions du groupe partagent désormais une cible de progrès sur le taux d'engagement à 2024 au travers des OKR.

#### **Performance**

D'après l'enquête salarié(e)s annuelle *Tell Us* 2023 : 78% des salarié(e)s sont positifs à l'égard de la sécurité au travail, en légère dégradation de l point par rapport à 2022.

#### **Bonne pratique**

660 managers, représentant différentes entités au sein du groupe en France, ont été formés à "Manager dans l'incertitude", un module de formation dédié à la détection des signaux de détérioration du bien-être au travail, la promotion d'une prévention rapide en collaboration avec le réseau de santé, et l'encouragement à adopter des pratiques d'autoprotection dans un contexte organisationnel en constante évolution. Ce programme a reçu un accueil positif généralisé (NPS 18 supérieure à 4,2/5), consolidant ainsi une base de connaissances et de pratiques uniforme à tous les niveaux hiérarchiques et au sein de toutes les marques du groupe. Le Groupe Rocher envisage de déployer ce programme de formation à l'international fin 2024.

#### Reconnaissance: valoriser les contributions et performances individuelles et collectives

Le système de reconnaissance au sein du groupe est en cours de transformation. Il implique différentes dimensions qui continueront à évoluer en 2024 : la politique de rémunération, les pratiques managériales, les outils RH d'évaluation de performance, mais aussi la communication interne et externe sur les expertises et les succès, ou encore les célébrations.

En 2023, dans une démarche d'objectivisation de la rémunération au sein du groupe, les équipes *Compensation & Benefits*<sup>19</sup> ont lancé un projet de revue globale de la méthodologie de cotation des postes (*job grading*) en se focalisant sur l'attendu des rôles. La méthode utilisée pour évaluer les postes intègre la qualification de la contribution à la performance extra-financière du groupe.

#### **Performance**

En 2023, 26 expert(e)s de la Direction RH Groupe ont ainsi été formés et plus de 200 postes ont été cotés. Ces évaluations permettront notamment de vérifier la pertinence des rémunérations pratiquées en comparaison avec le marché ainsi que d'identifier et résoudre les écarts salariaux non justifiés.

#### Bonne pratique

En 2023, la Marque Flormar a lancé un outil digital de reconnaissance nommé *THANKBOX* permettant d'animer différentes formes de reconnaissance tout au long de l'année.

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> *Tell Us*: enquête d'engagement interne du Groupe Rocher, opéré en septembre 2023 par Opensquare et administré auprès de l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs du groupe dans le monde.

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup> NPS : Net Promoter Score ou mesure de la satisfaction des personnes ciblées.

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> Compensation & Benefits: Rémunération et avantages sociaux.

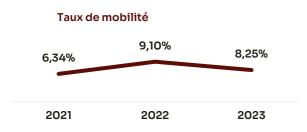
#### Développement : faire grandir les individus

La réussite du groupe repose sur celle de ses salarié(e)s. Dès le premier jour de l'intégration et tout au long de la carrière de ses salarié(e)s, le Groupe Rocher propose des opportunités adaptées aux besoins individuels et aux besoins de l'organisation, en développant les expériences, compétences et capacités d'apprentissage. Le Groupe Rocher vise notamment à perfectionner les procédures de recrutement, le développement des compétences pour toutes et tous, la mobilité professionnelle interne, la formation en situation, l'intégration des nouvelles collaboratrices et des nouveaux collaborateurs et le management par expertise.

#### Encourager l'évolution professionnelle

Les salarié(e)s sont actrices et acteurs de leur parcours professionnel et ce, dès la phase d'intégration et tout au long de leur carrière au sein du Groupe Rocher.

#### **Performance**



Le taux de mobilité s'établit à 8,25% en 2023, soit une baisse de 9% par rapport à 2022. Cette baisse s'explique notamment par la fermeture de certaines filiales et la réduction des effectifs du groupe associée à moins de créations des postes en 2023.

Cependant, dans un contexte de contraction des effectifs, le Groupe Rocher a continué de favoriser

les mobilités internes. Ainsi, 30% des postes ouverts en France (sites industriels, logistiques, tertiaires) ont été affectés à des salarié(e)s du groupe en mobilité interne en 2023.

Dans le cadre de l'enquête d'engagement *Tell Us* 2023, différents items<sup>20</sup> sont interrogés, notamment la formation et le développement. Le taux de satisfaction des salarié(e)s du groupe, collecté au travers de cette enquête, démontre une stabilité du taux de satisfaction sur les enjeux d'accompagnement de carrière versus 2022 et reste un item plébiscité par les salarié(e)s (47% de réponses positives en 2023, soit 1 point de plus que le panel de référence<sup>21</sup>).



#### **Bonnes pratiques**

Depuis fin 2023, l'outil d'évaluation individuelle *Feedback - 360°* est mis à disposition des collaboratrices et collaborateurs du groupe pour les accompagner dans leurs plans de développement individuel. L'outil est intégré dans la plateforme de gestion des talents du groupe *Success Factors* et disponible dans les huit langues proposées par cette plateforme (anglais, français, turc, italien, espagnol, hébreu, russe et japonais). Par principe d'inclusivité, les collaboratrices et collaborateurs non-connectés à la plateforme peuvent bénéficier du même outil en faisant appel à un organisme externe identifié.

En 2023, la Marque Flormar a développé un programme de développement des capacités du leadership<sup>22</sup> à destination des équipes de différents horizons professionnels (bureaux, usines...), 110 personnes ont ainsi pu participer à ce programme.

<sup>20</sup> Item: élément d'un ensemble, considéré isolément. Par exemple, les items d'un questionnaire correspondent aux questions posées.

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> Panel de référence *Tell Us* : le panel de référence permet au Groupe Rocher de comparer ses résultats avec le marché. Ce panel est construit et mis à jour par Opensquare.

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> Leadership: définit la capacité d'un individu à mener ou conduire d'autres individus ou organisations dans le but d'atteindre certains objectifs. On dira alors qu'un leader est quelqu'un qui est capable de guider, d'influencer et d'inspirer.

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

La politique de développement des compétences a pour objectif de fournir aux salarié(e)s les moyens d'acquérir ou de maintenir leurs connaissances, savoir-faire et savoir-être nécessaires à une tenue optimale de leurs fonctions et à l'exercice de leurs responsabilités de façon durable.

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

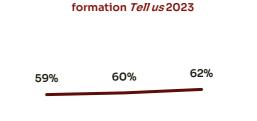
L'outil digitalisé de Revue de Performance Globale (RPG) intègre ainsi depuis 2020 un catalogue de formation permettant de donner à chaque salarié(e) du groupe en France lors de son évaluation une vision globale des formations accessibles au sein du groupe. Depuis 2023, des modules de *e-learning* en français et en anglais permettent à toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs du groupe connectés à l'outil *Talent You* de *SuccessFactors* de découvrir la méthodologie de la RPG et se préparer à cet entretien annuel.

#### **Performance**

Le nombre d'heure moyen de formation par personne est de 8,49 en 2023, soit une baisse de 24% par rapport à 2022. Les effectifs couverts par cet indicateur ont augmenté de 16,3 points.

Une attention a été apportée en 2023 sur l'efficacité des programmes de formation du groupe afin d'améliorer le ratio temps/impact de ces modules. Ainsi les modules d'intégration du groupe et la Nature Academy ont été réduits en durée, ce qui impacte la durée totale de formation par personne au niveau groupe. Une mesure de satisfaction est mise en place pour évaluer la satisfaction à l'issue de ces programmes et ainsi garantir leur impact et permettre une adaptation éventuelle des contenus et formats au besoin. Par ailleurs, la baisse de l'indicateur s'explique aussi par le fait que les nouveaux périmètres couverts ont déclaré peu d'heures de formation pour cette première année. La mise en place des reportings locaux permettant la bonne collecte des informations va se poursuivre en 2024.





2022

2023

2021

% de répondants positifs sur les offres de

Le taux de satisfaction des salarié(e)s du groupe en 2023, collecté au travers de l'enquête d'engagement *Tell Us*, démontre une amélioration du taux de satisfaction sur les enjeux de formation versus 2022 et reste un item plébiscité par les salarié(e)s (+2 points versus 2022) et supérieur au panel de référence (+7 points).

#### **Bonnes pratiques**

Une "Semaine du développement RH" a été organisée sur le site de Cap Connect<sup>23</sup> en octobre 2023 pour familiariser les collaboratrices et collaborateurs avec l'offre de formation du groupe, programmes de formation phares, dispositifs de formation (CPF <sup>24</sup>, bilan des compétences), découverte des tendances dans le domaine du développement des compétences, conférences apprenantes, ateliers

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> Siège du groupe situé à Issy-les-Moulineaux (France).

<sup>&</sup>lt;sup>24</sup> CPF : Compte Personnel de Formation.

sur développement personnel – plus de 14 thématiques ont été proposées avec une inscription ouverte à toutes et tous (indépendamment du type de contrat, métier ou marques). Organisée en mode hybride, avec plusieurs créneaux horaires par thématique et différent(e)s interlocutrices et interlocuteurs, l'événement a reçu l'inscription de 289 personnes et un taux de satisfaction de 4,7/5.

Une formation à la pratique de l'utilisation des intelligences artificielles (IA) génératives ou *prompting* sur l'outil *ChatGPT* a été initiée en 2023 en France et vise à former plus de 500 collaboratrices et collaborateurs sur l'usage de cet outil.

#### Développer les talents

Avec son nouveau modèle social, le Groupe Rocher cherche à identifier et créer les conditions du développement des talents pour chacune de ses collaboratrices et chacun de ses collaborateurs. L'année 2023 a initié la redéfinition de la stratégie et des outils du développement RH pour les années à venir. Ce travail se terminera courant 2025. Le succès de ces évolutions sera notamment mesuré par le niveau de satisfaction des collaboratrices et collaborateurs concernant l'offre de formation et développement des carrières au sein du groupe.

#### **Bonne pratique**

En 2023, différentes communautés professionnelles internes ont été mises en place pour favoriser la reconnaissance et la mise en valeur des savoir-faire et des expertises internes en matière d'accompagnement des collaboratrices et collaborateurs à la nouvelle culture du travail que souhaite promouvoir le nouveau modèle social, par exemple la communauté des facilitatrices et facilitateurs à l'intelligence collective (20 personnes) et, la communauté des coachs internes certifiés à la méthodologie *Insight*<sup>25</sup> (12 personnes).

# Appartenance : respecter et valoriser les différences et faire grandir le sentiment d'appartenance au groupe

Au sein du groupe, les équipes RH visent la promotion de la diversité et l'inclusion, le dialogue et la communication transparente, l'innovation participative et des relations de travail fructueuses où chacun(e) trouve sa place individuellement et au sein du collectif.

#### Ecouter l'ensemble des salarié(e)s et faire grandir l'engagement

L'engagement des collaboratrices et collaborateurs est essentiel au succès du groupe et de sa mission. Conscients de l'importance de maintenir l'engagement de toutes et tous, particulièrement dans un contexte complexe et fluctuant, les différents départements du groupe ont mis en place un suivi régulier de l'engagement de leurs collaboratrices et collaborateurs. Au sein du Groupe Rocher, l'enquête d'engagement *Tell Us* déployée annuellement est l'outil permettant de récupérer les avis et ressentis des salarié(e)s sur leur expérience de travail au sein du groupe.

<sup>&</sup>lt;sup>25</sup> Méthodologie Insight : méthode permettant de développer la connaissance de soi et d'aider aux interactions au sein d'un collectif.

#### **Performance**

- Un taux de participation Tell Us 2023 de 88%, soit le même taux qu'en 2022;
- Un taux d'engagement global *Tell Us* 2023 de 66%, soit 1 points de moins par rapport à 2022 mais 6 points au-dessus du benchmark <sup>26</sup>. Les items prioritairement exprimés par les salarié(e)s en 2023 étaient la reconnaissance, la stratégie et l'innovation ainsi que les conditions de travail. Ces priorités ont donné lieu à des plans d'action dédiés.

#### **Bonne pratique**

En 2023, un module de vote a été intégré à l'enquête d'engagement *Tell Us* pour permettre à l'ensemble des salarié(e)s de voter sur les actions qui leur semblaient prioritaires à mettre en œuvre dans le cadre du nouveau modèle social *Groupe Rocher People*.

#### Favoriser le dialogue social

Le Groupe Rocher souhaite favoriser un dialogue social constructif dans le respect de chacun(e), ainsi que la libre expression des collaboratrices et collaborateurs. Le Groupe Rocher s'assure du respect de l'exercice des libertés syndicales dans le cadre des différentes législations nationales applicables.

En 2023, à l'occasion des élections professionnelles sur l'Unité Economique et Sociale (UES) en France les équipes RH ont souhaité engager une démarche proactive de sensibilisation et d'information auprès de l'ensemble des salarié(e)s pour les intéresser au dialogue social et dynamiser la représentativité à l'occasion de ces élections.

#### **Bonne pratique**

En 2023, trois sessions de sensibilisation et information auprès de l'ensemble de la communauté RH ont été réalisées. Quatre webinaires ayant rassemblé 213 salarié(e)s ont été menés en complément d'une animation en présentiel sur le site de Cap Connect et des communications ont été déployées sur les autres sites à travers des communication spécifiques (affichages complémentaires, déploiement des supports de présentation au sein des réunions d'équipe etc.). En complément, un accompagnement a été mené en 2023 au bénéfice des nouveaux membres élus pour permettre une bonne appréhension des prérogatives et fonctionnement des instances (fonctionnement du Comité Social et Économique (CSE), modalités pratiques, rôles etc.).

#### Favoriser la diversité au sein des équipes & promouvoir des pratiques inclusives

Le sentiment d'appartenance, d'être accueilli et respecté au sein d'un collectif, contribue au bien-être des salarié(e)s et à leur participation à la transformation et à la mission du groupe. Le Groupe Rocher promeut une culture d'inclusion et de respect des différences, afin de permettre à chacun(e) de s'exprimer, d'être entendu et d'accéder à des opportunités de développement personnel et d'évolution de carrière de manière juste et équitable. Afin de répondre à ces attentes individuelles et collectives de diversité et d'inclusion, tout en garantissant la fierté d'appartenance au collectif, le Direction RH Groupe a rédigé une politique dédiée aux enjeux de diversité et d'inclusion.

#### Diversité et inclusion

Le Groupe Rocher et ses marques intègrent les enjeux de diversité et inclusion dans la gestion des ressources humaines au niveau local et central depuis de nombreuses années. Au-delà de sensibiliser

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> Le benchmark, ou panel de référence, est construit par le prestataire externe en charge de la collecte et consolidation des données (Opensquare). Ce panel repose à la fois sur des données client(e)s et des panels représentatifs.

ses équipes, la volonté du groupe et de ses marques est de rendre chaque collaboratrice ambassadrice et chaque collaborateur ambassadeur de la promotion de la diversité et inclusion.

En 2021, le Groupe Rocher a intégré la notion de diversité et inclusion dans ses dix principes de responsabilité sociale (cf. page 18).

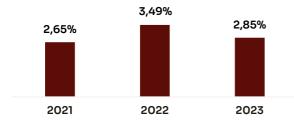
En 2023, un comité de pilotage dédié et composé de membres de différents pays, marques et profils, a été mis en place avec pour vocation de structurer les actions et la démarche de progrès spécifique aux enjeux de diversité et d'inclusion au sein du groupe. Afin de construire la démarche, 11 entretiens managériaux ont été menés auprès des différentes marques, métiers et pays d'implantation du groupe. Les intentions du groupe ont été orientées par rapport aux résultats de l'enquête et attentes des parties prenantes interne. Les équipes RH France ont été sensibilisées à la thématique diversité et inclusion en fin d'année avant un déploiement prévu au niveau international en 2024 et permettant d'impliquer ensuite les salarié(e)s et managers du groupe.

Une politique a ainsi été formulée et soumise au Comité Exécutif Groupe afin de donner un cadre stratégique d'action autour des enjeux de diversité et d'inclusion pour les actrices et les acteurs internes du programme qui se poursuivra en 2024.

#### **Performance**

• 74% des salarié(e)s selon l'enquête d'engagement *Tell Us* 2023 sont positifs à l'égard du respect de la diversité et des différences au sein du groupe, soit plus 10 points par rapport au benchmark.

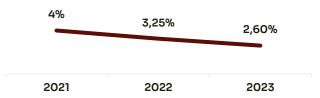




Dans le monde, le taux d'emploi des personnes en situation de handicap est de 2,85%, en 2023 soit une baisse de 18%. Les effectifs couverts par cet indicateur ont augmenté de 5,48 points par rapport à 2022.

En 2023, le pourcentage de ressortissant(e)s étranger(e)s <sup>27</sup> est de 2,60% soit une baisse de 20% par rapport à 2022. Les effectifs couverts par cet indicateur ont augmenté de 10,9 points par rapport à 2022.

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



<sup>&</sup>lt;sup>27</sup>Ressortissant(e)s étranger(e)s : collaboratrices et collaborateurs ayant une fait une mobilité internationale et travaillant dans un pays dont ils ne sont pas originaires.

#### **Bonne pratique**

Depuis de nombreuses années les sites français du groupe animent des ateliers de sensibilisation autour du handicap à l'occasion de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes en situation de Handicap (SEEPH), 300 personnes ont été sensibilisées en 2023.

En 2023, la Marque Stanhome a formé l'ensemble de ses managers au management inclusif, soit 398 personnes formées, au travers d'atelier interactifs animés par les équipes RH et RSE Stanhome.

#### Égalité des genres

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

Afin de renforcer le cadre de son engagement en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes, le Groupe Rocher s'est engagé auprès de l'Organisation des Nations Unies (ONU) Femmes et a signé en avril 2016 les *United Nations Women Empowerment Principles*, sept principes d'action qui permettent d'agir en faveur de l'égalité femmes/hommes au sein de l'entreprise. Des engagements locaux seront pris en 2024, comme au travers de la démarche française #StOpE<sup>28</sup> qui lutte contre les agissements sexistes au travail, dont l'acte d'engagement a été signé par les Directions Groupe Rocher Opérations (GRO) et Yves Rocher France.

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

A partir de 2024, un parcours de développement de l'impact et leadership féminin sera lancé à destination de 22 salariées du groupe (France et l'international).

#### **Performance**

En 2023 le périmètre d'analyse a été élargi pour intégrer les fonctions transverses du groupe dans le calcul du % de femmes dans les Comités de Direction.



#### **Bonnes pratiques**

En 2023, trois femmes ont rejoint le Comité Exécutif Groupe permettant d'atteindre 27% de femmes dans cette instance.

En 2023, une action de revalorisation salariale des femmes en France a été menée afin de corriger un écart identifié pendant l'année 2023 et afin d'améliorer l'index femme/homme. A ce titre, une enveloppe d'augmentation exceptionnelle a été dédiée à l'équité de traitement en matière de salaires en 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> #StOpE: Stop au sexisme ordinaire en entreprise.

# Accomplissement de soi : permettre aux collaboratrices et collaborateurs de trouver du sens dans leur métier et d'être des ambassadrices et ambassadeurs de la mission

Comprendre le sens de son action quotidienne et pouvoir agir positivement sur l'évolution de son l'entreprise favorise l'estime de soi et crée du plaisir au travail. Le Groupe Rocher considère ainsi l'accomplissement de soi comme le plus fort levier d'engagement de ses collaboratrices et collaborateurs et a lancé, en ce sens, des actions de mobilisation dès 1991 avec les "Journées Vertes" sur ses sites en France et à l'international : une démarche pionnière pour informer sur les grands enjeux de la planète et leur impact sur l'entreprise (sorties pédagogiques, conférences, expositions ou encore animations ludiques).

#### Sensibiliser les salarié(e)s aux enjeux environnementaux

La mission du Groupe Rocher, reconnecter les femmes et les hommes à la nature, s'articule autour de trois objectifs statutaires dont le premier engage le Groupe Rocher à **promouvoir et faire vivre des expériences de nature** à ses parties prenantes, à travers un ensemble d'animations leur permettant de prendre conscience des enjeux de la nature et des opportunités à expérimenter pour ressentir les liens avec la nature *(cf. page 10)*.

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 sites du groupe 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 Etats-Unis chez Sabon ou en Turquie chez Flormar;
- Formations auprès d'apicultrices et d'apiculteurs 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 de Cap Connect) ou auprès d'associations comme la LPO<sup>29</sup> en France chez Yves Rocher, Dr. Pierre Ricaud et pour le Groupe Rocher (sites de Bretagne et de Cap Connect);
- **Pratiques sportives en milieux naturels** en France sur le site de Cap Connect pour l'ensemble des marques ou en Suède et en Belgique chez Yves Rocher ou aux Etats-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 Etats-Unis chez Sabon ou en Italie chez Yves Rocher;
- **Récoltes de déchets** en France chez Stanhome, Dr. Pierre Ricaud ou en Israël et au Japon chez Sabon.

#### Activités de sensibilisation environnementale

- Fresque du Climat<sup>30</sup> avec 163 salarié(e)s fresqué(e)s en 2023 sur l'ensemble des sites français du groupe (Petit Bateau, Yves Rocher, Dr. Pierre Ricaud, Stanhome, Kiotis, Groupe Rocher);
- Fresque de l'Entreprise Régénérative<sup>31</sup> pour le Comité de Direction de la Marque Yves Rocher (12 personnes) :
- Conférences sur les grands enjeux environnementaux comme pour l'ensemble des réseaux RSE internes sur le carbone organisées chaque année par la Direction Mission & Impact Groupe avec en 2023 plus d'une centaine de personnes conviées; la sobriété des usages animée par la militante écologiste et podcasteuse Victoria Guillomon; l'économie régénératrice en

<sup>&</sup>lt;sup>29</sup> LPO : Ligue pour la protection des oiseaux, association représentante officiel de *BirdLife International* en France.

<sup>&</sup>lt;sup>30</sup> Fresque du Climat: atelier d'intelligence collective pour comprendre les enjeux climatiques créé en 2018 par Cédric Ringenbach (Ingénieur, conférencier et consultant en transition énergétique - a dirigé The Shift Project de 2010 à 2016 - et enseignant sur les problématiques énergieclimat Grandes Ecoles comme Ecoles Centrales, Sciences Po, HEC).

<sup>31</sup> https://openlande.co/la-fresque-entreprise-regenerative/

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 avec les femmes du peuple Kichwa de Sarayaku (Equateur) pour informer sur 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 pour toutes les marques et sur le site Yves Rocher Rennes ;
- Challenges et jeux concours comme sur la mobilité responsable sur les sites bretons du groupe avec une compétition inter-sites de co-voiturage organisé par les équipes de Groupe Rocher Opérations.

#### **Performance**

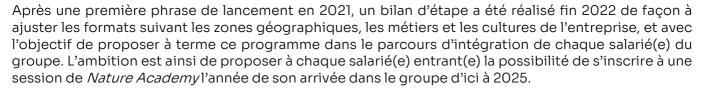
En 2023, 7 965 collaboratrices et collaborateurs ont fait l'expérience de la nature et/ou ont participé à des actions de sensibilisation environnementale sur 43 sites, c'est-à-dire 52% des effectifs<sup>32</sup>.

#### Bonne pratique

Le site de Cap Connect a pour la première fois organisée en 2023, conjointement avec les sites bretons du groupe à Rennes et à La Gacilly, une "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, 16 animations pour sensibiliser l'ensemble des équipes rattachées à ces sites ont été proposées par la Direction Mission & Impact Groupe et les équipes RSE de chaque site et ont mobilisé au total plus de 2 320 collaboratrices et collaborateurs sur 5 jours.

Le Groupe Rocher a également déployé en 2020 un programme inédit appelé la *Nature Academy,* une demi-journée de sensibilisation pédagogique à la fois immersive et théorique, à destination de l'ensemble de ses salarié(e)s dans le monde, qui comprend deux étapes :

- Une marche de la reconnexion dans un milieu naturel en collaboration avec la Deep Time Walk pour faire l'expérience de la nature et s'y immerger<sup>33</sup>,
- 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.



#### **Performance**

Depuis 2020, 2 348 collaboratrices et collaborateurs du groupe ont été sensibilisée(e)s à la *Nature Academy* (dont 667 personnes en 2023 notamment sur de nouveaux pays comme le Japon pour Petit Bateau & Sabon ou les États-Unis, le Royaume-Uni, la Pologne et l'Australie pour Arbonne) avec un taux de satisfaction mesuré sur le nouveau format lancé en 2023 de 4,7/5 <sup>34</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>32</sup> Périmètre total : 15 296 salarié(e)s en CDI/CDD/alternance.

<sup>33</sup> https://www.deeptimewalk.org/

<sup>34</sup> Enquête de satisfaction menée sur 117 répondant (e) sensibilisés.

#### Former les salarié(e)s aux enjeux environnementaux

Les trois nouveaux objectifs statutaires de la mission du Groupe Rocher clarifient ce qui relève de la sensibilisation et ce qui relève de la formation *(cf. Rapport du Comité de Mission 2022).* En particulier, le programme *Nature Academy* a été redéfini comme venant soutenir le déploiement de l'objectif statutaire n°1 sensibiliser les salarié(e)s aux enjeux environnementaux.

Le Groupe Rocher s'engage selon son objectif statutaire n°2 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.

Le Groupe Rocher a ainsi développé un parcours de formation aux enjeux de la nature généraliste accessible à l'ensemble de ses salarié(e)s et a formalisé une politique de formation pour les expertises RSE métiers ainsi que le top management Groupe & Marques.

#### Modules de formation "Les Essentiels de la RSE"

Selon le baromètre RSE CEGOS de septembre 2021, 70 % des collaboratrices et collaborateurs en entreprise connaissent la notion de RSE mais seulement 29 % savent "précisément de quoi il s'agit"<sup>35</sup>.

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 (SEDD) de septembre 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 agir.

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 des équipes RH pour diffuser ces deux modules de formation, plus de 2 000 salarié(e)s avaient déjà réalisé la formation début décembre 2023. Le Groupe Rocher 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 premier bilan sera réalisé en avril 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.

#### <u>Performance</u>

Depuis son lancement en septembre 2023, 2 306 collaboratrices et collaborateurs ont complété les deux modules Groupe "Essentiels RSE" avec un taux de satisfaction mesuré de 4,53/5<sup>36</sup>.

#### Bonne pratique

Afin de compléter ce parcours de formation aux enjeux RSE, la Direction Mission & Impact Groupe propose depuis 2023 aux salarié(e)s qui font la demande auprès de leurs managers d'une formation RSE plus approfondie, de compléter le MOOC <sup>37</sup> "Comprendre la crise écologique pour réinventer l'entreprise" développé par le média Youmatter pour le Collège des Directeurs du Développement Durable (C3D) et du Collectif Pour un Réveil Écologique (PRE), en partenariat avec six réseaux reconnus sur ces sujets : l'ADEME<sup>38</sup>, le Collectif Génération Responsable, le Comité 21, le MEDEF<sup>39</sup>, l'ORSE<sup>40</sup> et le Global Compact France (Pacte Mondial) de l'ONU.

<sup>35</sup> https://info.cegos.fr/rs/675-BZO-542/images/Etude-Cegos-RSE-2021-web.pdf

<sup>&</sup>lt;sup>36</sup> Enquête de satisfaction menée sur 1 748 personnes formées (hors Arbonne).

<sup>&</sup>lt;sup>37</sup> MOOC : *Massive Open Online Course*, c'est-à-dire une formation en ligne ouverte à toutes et tous gratuitement.

<sup>&</sup>lt;sup>38</sup> ADEME : Agence française de la transition écologique.

<sup>&</sup>lt;sup>39</sup> MEDEF: Mouvement des entreprises de France

<sup>&</sup>lt;sup>40</sup> ORSE : Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises.

#### Formations expertises 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.

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 cosmétique avec un focus sur le *Green Impact Index (cf. pages 33 et 47)*.

#### **Performance**

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 aux "Achats Responsables" lors de deux 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 Rocher<sup>41</sup> (cf. page 74);
- La Marque Petit Bateau a formé en 2023 10 expert(e)s métiers à la recyclabilité des vêtements via un prestataire externe sur deux jours ainsi que 56 salarié(e)s aux enjeux d'écoconception textile via un webinaire de deux heures étendu ensuite à ses fournisseurs, ainsi qu'à certains partenaires internationaux;
- La Marque Stanhome a formé 398 managers au management inclusif, au travers d'atelier interactifs animés par les équipes RH et RSE Stanhome (*cf. page 27*).

#### **Bonne pratique**

Après avoir formé l'ensemble des Sponsors et Leaders RSE Marques & Métiers en 2022 au 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 Rocher 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 deux Leaders RSE Groupe ont débuté la nouvelle version du programme STM HEC Paris et deux 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 *e-learning* complémentaires).

<sup>&</sup>lt;sup>41</sup> Périmètre total : 57 acheteuses et acheteurs en juin 2023.

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

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

Aligné avec cette vision, le Groupe Rocher promeut une innovation toujours au service de ses client(e)s des instituts Yves Rocher, aux soins visage Dr. Pierre Ricaud ou pour les bébés portant des bodies Petit Bateau en coton.

Engagé sur un chemin de transformation à long terme, le Groupe Rocher communique régulièrement ses progrès et ses difficultés auprès de toutes ses parties prenantes. Cet engagement s'illustre par une communication transparente avec ses client(e)s, en l'informant sur la composition de ses produits et de leurs origines mais également avec ses fournisseurs et sous-traitants afin de s'assurer du respect des engagements pris par chaque marque.

Le Groupe Rocher facilite les actions pour consommer de façon plus responsable en intégrant cette démarche tout au long de sa chaîne de valeur. Il cherche ainsi à réduire l'impact des produits sur les milieux naturels en amont grâce à l'écoconception et en aval par une stratégie claire sur leur fin de vie. Grâce à une mobilisation des partenaires externes, des collaboratrices et collaborateurs et des client(e)s finaux, cette stratégie porte déjà ses fruits.

#### Proposer des produits de qualité et écoconçus

L'écoconception, au cœur des processus de développement

#### STRATÉGIE ÉCOCONCEPTION

#### Rédaction d'une charte et d'une stratégie écoconception

Toutes les marques ont une stratégie d'écoconception en 2022

#### Mise à disposition d'outils d'aide à la décision

Tous les projets de développement produits sont conçus en utilisant des outils d'aide à la décision en 2030

#### Pilotage de la stratégie

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

#### Formation des expert(e)s produits

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

Afin de proposer des produits ayant de moins en moins d'impact sur l'environnement, le Groupe Rocher place l'écoconception au cœur des processus de recherche et développement, de qualification et d'approvisionnement en matières premières et en actifs. A chaque étape de ces processus, le Groupe Rocher assure la prise en compte de critères internes obligatoires (approvisionnement, renouvelabilité, naturalité, biodégradabilité, écotoxicité, transformation). Ainsi, les expert(e)s des Direction Recherche Innovation & Développement (RI&D) Groupe et Direction Opérations Groupe sont impliqués tout au long de la démarche d'écoconception du groupe. Cette démarche permet de répondre aux enjeux de performance et durabilité des produits, de tension sur l'approvisionnement en matières premières et de conformité des produits identifiés dans la matrice de matérialité du groupe.

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

#### Le Green Impact Index, un outil d'amélioration continue au service de la stratégie d'écoconception

En parallèle de ce travail en interne, le Groupe Rocher participe à l'initiative du Consortium *Green Impact Index* <sup>42</sup> (ou GII), un collectif de 120 participant(e)s issus de 26 organisations différentes représentant plus de 1000 entreprises, des TPE <sup>43</sup> aux grands groupes internationaux, incluant des fournisseurs, des bureaux d'études indépendants et une structure académique. Toutes ces organisations ont décidé de mettre en commun leurs expertises respectives pour proposer une méthodologie fiable, robuste et accessible sur l'affichage de l'impact environnemental et sociétal des produits cosmétiques, des compléments alimentaires et des produits de santé familiale et de bien-être.

AFNOR Normalisation accompagne le Consortium GII dans le développement d'une AFNOR SPEC pour cette méthodologie, qui s'appuie sur divers outils de référence, dont le GII. Dans le cadre de cet outil d'affichage environnemental, des partis pris forts ont été définis, comme le fait de baser la méthodologie sur des référentiels, labels et normes pour crédibiliser et uniformiser la démarche (normes ISO 16 128<sup>44</sup>, écolabel européen<sup>45</sup>, normes OCDE 301 liées à la biodégradabilité...). Le fait aussi d'aller au-delà de l'Analyse du Cycle de Vie (ACV) en introduisant des critères tels que la biodiversité, la spécificité des produits d'origine naturelle et biologiques et les aspects sociétaux. Ces choix stratégiques permettent à toute entreprise de structurer et capitaliser sur les efforts déjà engagés, de prendre en compte les législations françaises et européennes en cours et à venir et de chercher le meilleur compromis entre le prisme impact environnemental de l'ACV et l'ensemble des enjeux RSE.

Cet outil d'affichage intègre aussi bien les enjeux environnementaux, comme le climat ou la biodiversité, que sociaux et sociétaux, comme le bien-être animal, pour aller vers une offre de produits et services toujours plus durables et responsables. Il sera exposé auprès du grand public sur les canaux de communication des marques des entreprises membres du Consortium *Green Impact Index*.

#### Choix et qualification des matières premières

#### Cosmétique

Le Groupe Rocher défend pour l'ensemble de ses marques, une beauté naturelle, responsable et sensorielle, et respectueuse de la peau et de la planète. C'est dans ce cadre qu'il a formalisé une Charte Ingrédients et une Charte Parfums regroupant :

- L'ensemble de ses engagements et critères à respecter concernant le choix des ingrédients entrant dans ses formules et dans ses compositions parfumantes cosmétiques et non cosmétiques;
- L'ensemble des substances interdites ou restreintes ;
- Une liste positive de filtres et conservateurs ;
- Une liste de tous les procédés d'obtention bannis.

L'homologation de nouveaux ingrédients et nouvelles compositions parfumantes dans le groupe suit un processus strict d'évaluation, via des tests et des méthodes définis pour l'ensemble des expertises (analytiques, toxicologiques, microbiologiques, réglementaires...), afin de confirmer la conformité à

<sup>42</sup> https://www.greenimpactindex.com/

<sup>&</sup>lt;sup>43</sup> TPE : très petites entreprises.

<sup>&</sup>lt;sup>44</sup> Norme ISO 16 128 : Lignes directrices relatives aux définitions techniques et aux critères applicables aux ingrédients et produits cosmétiques naturels et biologiques.

<sup>45</sup> https://www.ecologie.gouv.fr/lecolabel-europeen

ces chartes mais également d'assurer la sécurité de ses salarié(e)s et de ses produits pour ses client(e)s, ainsi que le respect de la planète.

Aujourd'hui, 1 304 ingrédients références commerciales et 811 compositions parfumantes sont qualifiés et mis à disposition des formulatrices et formulateurs pour composer les formules cosmétiques des marques du groupe.

Le Groupe Rocher évalue également l'impact de ses ingrédients et de ses compositions parfumantes selon des critères RSE. Cette évaluation est basée sur plusieurs piliers RSE :

- La naturalité et la renouvelabilité basée sur la norme ISO 16 128;
- Le sourcing (origine, traçabilité et pratiques agricoles);
- La conformité à la Politique Ingrédients Groupe ;
- La localisation géographique des sites de production de ses fournisseurs;
- L'évaluation des procédés de fabrication des ingrédients ;
- La biodégradabilité (facilement biodégradable ou pas) et l'écotoxicité (phrases de risques et pictogrammes associés).

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

Chacun de ces piliers RSE permet également d'alimenter un outil mis à disposition des équipes de formulation pour sélectionner les matières premières avec le meilleur profil RSE pour composer leurs formulations. Cet outil peut être utilisé pour analyser une seule matière première, comparer plusieurs matières premières entre elles ou analyser une formule complète.

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

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

#### **Performance**

#### À fin 2023 46 :

- 71,8% (+1,4% vs 2022) des ingrédients sont d'origine naturelle selon la norme ISO 16 128 ;
- 69,4% (+2,1% vs 2022) des ingrédients sont d'origine renouvelable 47;
- 72,8% (+3,9% vs 2022) sont conformes à la Politique Ingrédients Groupe;
- 57,5% (+3,4% vs 2022) des ingrédients cosmétiques sont facilement biodégradables<sup>48</sup> à plus de 50%.

#### Détergence

Pour le choix des ingrédients qui composent ses produits, la Marque Stanhome favorise l'utilisation d'ingrédients d'origine naturelle dans ses formules. La concentration des produits, un des engagements originels de la marque, est également recherchée lors de chaque développement produit. Des listes négatives, de matières premières et parfums, sont également respectées au moment du développement. La majorité des formules subit des tests supplémentaires déterminés selon l'utilisation finale du produit :

48 Selon la définition des normes OCDE 301

<sup>&</sup>lt;sup>46</sup> Périmètre Groupe Rocher Opérations - Arbonne, Sabon et Flormar en cours de déploiement.

<sup>&</sup>lt;sup>47</sup> Une ressource renouvelable peut être définie comme une ressource naturelle qui peut se reconstituer ou se régénérer à un rythme égal ou supérieur à celui de son utilisation par les êtres humains. Cela inclut des ressources telles que les plantes, les arbres, les microorganismes, les ressources animales, ainsi que d'autres matériaux biologiques.

- Des tests d'usage sous contrôle dermatologique afin d'évaluer la tolérance cutanée;
- Des tests de biodégradabilité sur la partie organique de la formule et selon les lignes directrices de la norme OCDE 301F extrapolées pour des produits formulés ;
- Des tests d'évaluation des émissions d'aldéhydes et de composés organiques volatils (label Air Label Score<sup>49</sup>).

Depuis 2021, la Marque Stanhome s'est engagée à obtenir la certification écolabel européen pour une sélection de produits de nettoyage les plus fréquemment utilisés et rentrant dans les catégories identifiées par la Commission Européenne.

Concernant les matières premières sensibles, et plus particulièrement l'huile de palme et ses dérivés, la Marque Stanhome s'inscrit dans la Politique Sourcing Responsable Groupe (cf. page 40).

#### **Performance**

À fin 2023 pour la Marque Stanhome :

- 10 produits sont sur le marché avec la certification écolabel européen (représentant 9 formules), correspondant à 16% du chiffre d'affaires 2023 de Stanhome Home Care;
- 24 formules ont passé le test d'évaluation des émissions d'aldéhydes et de composés organiques volatils du Air Label Score et toutes ont obtenu les notes A+ ou A;

Pour les formules revisitées suivant le programme d'engagements en 2023 (cuisine, linge, sol, salle de bain, gros travaux, aircare et vitres):

- Le pourcentage moyen d'ingrédients d'origine naturelle dans les formules mises sur le marché est de 91%;
- 88% des formules dites "rincées" sont facilement biodégradables sur la partie organique de la formule et selon les lignes directrices de la norme OCDE 301F extrapolées à un mélange;
- 75% des formules contiennent un amérisant afin de limiter le risque d'ingestion par les bébés et les enfants (hors aérosols, solides et formules contenant une autre matière première avec une odeur répulsive).

**DPEF 2023 Groupe Rocher** 

<sup>&</sup>lt;sup>49</sup> Air Label Score: premier label international indiquant clairement la non-toxicité des produits dans l'air intérieur. Des tests, réalisés dans un laboratoire indépendant, attribuent à chaque produit un indice de pollution allant de A+ (très faibles émissions) à C (fortes émissions). Il représente le risque de toxicité par inhalation des polluants détectés. Des contrôles aléatoires sont ensuite réalisés tous les ans afin de contrôler que les produits labellisés n'ont subi aucune modification volontaire ou involontaire. Pour en savoir plus: https://air-label.com/

#### **Textile**

La Politique Achats Matières Premières Petit Bateau est conduite selon trois axes :

- Qualité des fils utilisés pour garantir la durabilité des produits de la collection Petit Bateau;
- Relations équilibrées avec les fournisseurs pour garantir la pérennité des partenariats Petit Bateau ;
- Traçabilité: les documents d'achats de matières premières (filés) précisent l'origine des fibres.
   Le cahier des charges et les fiches techniques permettent à Petit Bateau de contrôler et garantir la qualité des filés achetés.

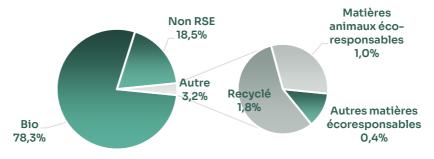
Les filateurs de ses matières de rang 1 sont des partenaires connus et les autres matières pour les produits Petit Bateau achetés répondent aux mêmes exigences qualité et passent systématiquement par un contrôle laboratoire (interne ou externe).

À 2025, 100% des matières de la collection Petit Bateau seront dites écoresponsables, c'est-à-dire qu'elles comporteront un seuil minimum de fibres organiques et/ou recyclées permettant de répondre aux différents standards de certification retenus par la marque (GOTS 50, GRS 51, RWS 52, Master of Linen® 53, European Flax™ 54, PEFC 55 et FSC 56). Pour aller plus loin, la Marque Petit Bateau s'engage dans pour toujours plus de circularité avec pour objectif d'intégrer un maximum de coton recyclé dans ses produits, à hauteur de 50%, si la tenue des critères qualité est bien respectée. Pour cela, la Marque Petit Bateau travaille conjointement avec des partenaires au travers de la Chaire BALI 57 ou du projet européen SCIRT, ou encore avec d'autres partenaires européens.

#### **Performance**

- En 2023, 51% des tricots sont réalisés en France et 80% sont confectionnés avec les fils achetés par la Marque Petit Bateau.
- En 2023, 96% des fils de cotons achetés sont issus de l'agriculture biologique et certifiée, tout en répondant aux attentes de qualité des client(e)s.
- En 2023, 78 % du catalogue matières (hors accessoires) est composé de matières écoresponsables et 52% du catalogue matières accessoires (chaussettes, collants, gants, bonnets, casquettes...).
- En 2023, 81% des produits de la collection Petit Bateau sont confectionnés avec des matières écoresponsables (conçues avec au moins 50% de fibres écoresponsables et certifiées), contre 53% en 2022, selon la répartition ci-dessous :

#### Répartition de la collection par typologie de matières RSE chez Petit Bateau en 2023 (à la pièce)



<sup>&</sup>lt;sup>50</sup> GOTS: Global Organic Textile Standard.

<sup>&</sup>lt;sup>51</sup> GRS : Global Recyled Standard.

<sup>&</sup>lt;sup>52</sup> RWS : Responsible Wool Standard.

<sup>53</sup> Master of Linen® : certification qui garantit la production d'un lin de qualité, traçable, écologique et 100% européen.

<sup>54</sup> European Flax™: garantie de traçabilité pour la fibre de Lin premium cultivée en Europe de l'Ouest pour tous ses débouchés.

<sup>55</sup> PEFC: Pan European Forest Certification, programme de reconnaissance des certifications forestières.

<sup>&</sup>lt;sup>56</sup> FSC : Forest Stewardship Council, certification qui garantit la légalité du bois et la gestion durable de l'exploitation.

<sup>&</sup>lt;sup>57</sup> Chaire BALI: *Biarritz Active Lifestyle Industry*, programme qui vise à développer et étendre massivement à l'échelle industrielle des offres et modèles d'affaires circulaires dans le secteur textile afin d'augmenter son niveau de résilience, favoriser la frugalité et la sobriété en se questionnant sur la traçabilité, la durabilité, l'extension des usages des produits et services, privilégier la réparation, la fabrication à la demande et les circuit-courts au service des territoires.

#### Nutrition

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

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

## Sourcing responsable des matières premières d'origine naturelle

Le Groupe Rocher définit des règles strictes à respecter par toutes les équipes internes et par tous ses partenaires concernant les ingrédients, avec une attention particulière portée au sourcing des ingrédients naturels d'origine végétale. Ainsi, une Charte Plantes sa été établie afin de définir ces règles encadrant les filières d'approvisionnement. Cette démarche initiée de longue date pour les Marques Yves Rocher ou Dr. Pierre Ricaud se met progressivement en place sur les marques du groupe plus récentes.

Pour ses filières botaniques, le Groupe Rocher mène depuis de nombreuses années une évaluation détaillée pour analyser les pratiques économiques, sociales et environnementales de ses fournisseurs directs et de leurs propres filières d'approvisionnement. Une stratégie de mise en œuvre claire et explicite en matière d'approvisionnement, véritable fil conducteur pour les équipes opérationnelles en charge de l'approvisionnement des matières (RI&D, Achats, Qualité, RSE etc.) a été mise en place. Cette démarche d'approvisionnement durable repose sur trois piliers majeurs :

- S'approvisionner en quantité et en qualité pour un usage industriel responsable en assurant une traçabilité jusqu'à la parcelle, en évaluant la fiabilité des approvisionnements (sécurisation, renouvelabilité et reproductibilité), en privilégiant les labels et certifications et en limitant l'interdépendance entre le Groupe Rocher et ses fournisseurs;
- Protéger les êtres humains et la biodiversité en s'assurant du respect des droits des femmes et des hommes impliqués dans les filières, en cherchant à co-construire une rémunération juste des productrices et producteurs/récoltant(e)s et en soutenant la préservation et la régénération de la biodiversité dans les filières via de bonnes pratiques agricoles et de collecte;
- Partager de manière juste et équitable les avantages tirés de la biodiversité, conservant le savoir-faire des communautés locales. Sur ce point, le Groupe Rocher respecte le Protocole de Nagoya issu de la Convention sur la Diversité Biologique de l'ONU pour lutter contre l'érosion de la biodiversité. De surcroît, le Groupe Rocher promeut un développement économique, social, scientifique et culturel commun en veillant à renforcer l'ancrage territorial de ses filières.

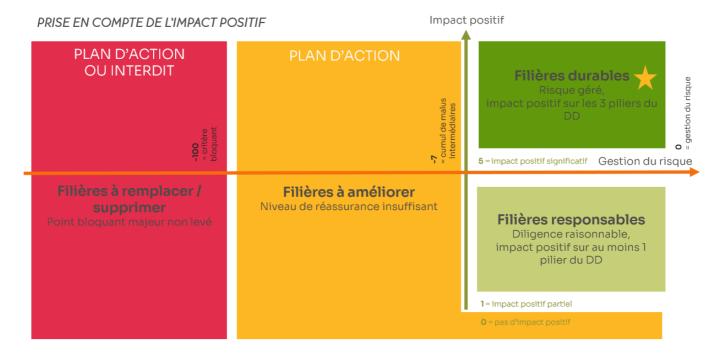
**DPEF 2023 Groupe Rocher** 

<sup>&</sup>lt;sup>58</sup> Périmètre Groupe Rocher Opérations hors Arbonne, Sabon, Flormar car en cours de déploiement.

En 2023, le Groupe Rocher recense plus de 480 filières botaniques sur un ensemble de 225 origines botaniques (plantes) différentes.

Dans le cadre de sa démarche d'approvisionnement durable, le Groupe Rocher s'est donné pour ambition de développer des filières d'approvisionnement responsables et durables. Pour affiner cette démarche, 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 consommateurs :

- **Critères "gestion du risque":** Origine botanique / Pays de provenance / Evaluation du risque pays / Un engagement contre la déforestation avec des preuves, comme les certifications palme (RSPO<sup>59</sup>) et bois (PEFC & FSC) / Traçabilité;
- **Critères "à impact positif":** Engagement fournisseur dans une démarche collective / Bonnes pratiques agricoles et de collecte / Actions de partage / Présence de certifications (Bio<sup>60</sup>, *Fair For Life* et/ou *Fair Trade* <sup>61</sup>, UEBT<sup>62</sup>, etc.) / Filière responsable de co-produits.



En 2022, le critère « traçabilité » était comptabilisé dans les "impacts positifs" potentiels. Ce critère est désormais comptabilisé en "gestion du risque". Par ailleurs depuis 2023, les documents de Politique Achats Responsables fournis par les fournisseurs ne suffisent plus à lever le risque du critère "évaluation du risque pays".

Le Groupe Rocher s'engage et agit également en faveur de la préservation, la régénération et la transmission des savoir-faire de ses expert(e)s en matière de protection des femmes et hommes et de la biodiversité. Le Groupe Rocher les soutient au travers d'actions de partage co-financées correspondant à leurs besoins en matière de structuration de leurs filières, en cohérence avec les engagements du groupe en termes de durabilité.

#### **Performance**

<sup>&</sup>lt;sup>59</sup> RSPO : *Roundtable on Sustainable Palm Oil.* La certification RSPO atteste du fait qu'une production d'huile de palme durable, c'est-à-dire économiquement viable, écologiquement appropriée et socialement bénéfique, est privilégiée.

<sup>60</sup> https://agriculture.gouv.fr/la-certification-en-agriculture-biologique

<sup>&</sup>lt;sup>61</sup> Programmes de labellisation de commerce équitable.

<sup>62</sup> UEBT : Union for Ethical BioTrade

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

- Selon les définitions internes du groupe de filières "responsables" et "durables", les ingrédients botaniques sont issus à 31% de filières dites responsables (vs 43% en 2022, du fait d'un durcissement des critères d'évaluation) dont 58% pour les filières stratégiques et à 12% de filières dites durables dont 29% pour les filières stratégiques<sup>63</sup>;
- 16% des ingrédients d'origine renouvelable répondent aux critères de filières responsables (vs 40% en 2022, du fait d'un durcissement des critères d'évaluation);
- Les 13 plantes emblématiques de la Marque Yves Rocher, cultivées en agriculture biologique et en agroécologie à La Gacilly, ont renouvelé leur certification UEBT en juillet 2023 ;
- 97% des nouveaux ingrédients qualifiés en 2023 sont d'origine naturelle<sup>64</sup> (vs 98% en 2022);
- 73% des ingrédients supprimés du portefeuille en 2023 l'ont été car n'étaient plus conformes avec la Politique Ingrédients Groupe;
- 99,6% des volumes actuels d'ingrédients<sup>65</sup> contenant de l'huile de palme ou des dérivés de l'huile de palme sont certifiés RSPO "mass-balanced" (bilan de masse), "segregated" (ségrégation) ou "identity preserved" (identité préservée) - le pourcentage restant est en cours de transition;
- Le pourcentage moyen d'ingrédients d'origine naturelle dans les formules mises sur le marché est de 89% pour la Marque Yves Rocher, 87% pour la Marque Kiotis, 77% pour la gamme Stanhome Family Care et 82% pour la Marque Dr. Pierre Ricaud;
- 58% des plantes cultivées dans les filières stratégiques sont cultivées en Agriculture Biologique (vs 75% en 2022, du fait d'une augmentation du nombre de filières qualifiées de stratégiques);
- 71% des filières stratégiques disposent d'une traçabilité complète, c'est-à-dire jusqu'aux productrices et producteurs ou récoltant(e)s impliqués (vs 98% en 2022, du fait d'une augmentation du nombre de filières dites stratégiques).

### Bonne pratique

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

# Matières premières sensibles 66

Sur certaines matières dites "sensibles", le Groupe Rocher s'engage à travers un processus spécifique qui vise notamment à l'identification des filières concernées et la qualification du risque afin de déclencher les actions de réduction du risque adaptées (recherche d'alternatives technologiques ou géographiques, sourcing d'ingrédients certifiés couvrant les risques identifiés, mise en œuvre d'actions de terrain grâce à des partenariats avec des parties tierces indépendantes, etc.).

<sup>&</sup>lt;sup>63</sup> Périmètre Groupe Rocher Opérations hors Arbonne, Sabon Israël, Flormar.

<sup>&</sup>lt;sup>64</sup> Selon la norme ISO 16 128.

<sup>65</sup> En pourcentage des volumes d'achat matières première Groupe Rocher Opérations.

<sup>66</sup> Matières présentant sur leur chaîne d'approvisionnement un risque identifié de non-conformité à l'une des 5 mesures de vigilance (voir Devoir de vigilance Groupe Rocher)

Plusieurs filières sont intégrées dans ce programme, dont les plus emblématiques sont les ingrédients issus de l'huile de palme ainsi que la filière mica en Inde. Voici quelques éléments plus précis sur ces deux filières :

- Filière mica: Le Groupe Rocher met en œuvre les différents leviers cités ci-dessus avec le développement d'un approvisionnement aux États-Unis, mais également à travers le partenariat Responsible Mica Initiative (RMI), afin de promouvoir la mise en place de pratiques sociales et environnementales responsables au niveau des collectes basées en Inde. Les actions coordonnées par la RMI visent également le déploiement d'actions auprès des populations locales pour aider à la mise en place de ces pratiques sociales et environnementales, et plus largement de conditions de vie acceptables pour les populations locales, dans les régions du Bihar et du Jharkhand en Inde;
- Filière huile de palme et ses dérivés: Le Groupe Rocher a établi une Politique Sourcing Responsable Groupe dédiée, s'appuyant sur les principes directeurs "NDPE 67" et visant à mettre en œuvre des leviers d'action multiples: le partage des engagements NDPE auprès de ses fournisseurs et leurs chaînes d'approvisionnement, l'amélioration de la traçabilité de l'huile de palme et ses dérivés, la certification des volumes en grades RSPO "mass balanced", "segregated" et "identity preserved", les mécanismes d'alerte à disposition des actrices et acteurs de la chaîne d'approvisionnement, le soutien de programmes de transformation terrain dans les zones d'approvisionnement du groupe et la participation à une démarche collective d'animation des actrices et acteurs de la filière.

Dans ce cadre, le Groupe Rocher soutient un programme auprès de la Fondation Earthworm et s'est rendu en 2022 dans la région de Sabah en Malaisie où ce programme est déployé. Ce programme vise notamment à améliorer la traçabilité de la filière huile de palme depuis cette région, à coordonner l'action des différentes parties prenantes (organisations publiques et privées, ONG...), à accompagner l'identification et l'éradication des pratiques relatives au travail des enfants, à accompagner l'évolution des pratiques des productrices et producteurs locaux (diversification des revenus, limitation des intrants chimiques dans les plantations etc.), à la protection des zones des forêts et de la biodiversité locale en particulier pour limiter les tensions liées à cohabitation des plantations avec les zones d'habitat des éléphants.

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

#### Qualité des produits et services

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

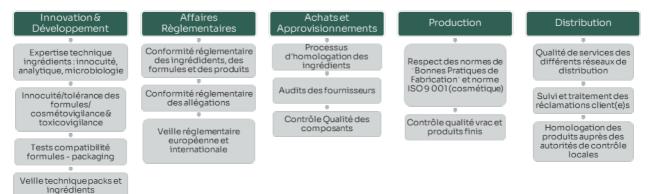
Pour appuyer cette démarche, de nombreux outils et des guides de bonnes pratiques sont mis en place pour confirmer une qualité optimale des ingrédients et produits finis, sans compromis sur l'évaluation de leur impact environnemental.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>67</sup> NDPE: No Deforestation, No Peat, and No Exploitation.

## Cosmétique et détergence

Garantir la qualité est une préoccupation présente à chacune des étapes du cycle de vie d'un produit, de sa conception à son utilisation par les client(e)s.



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

En cosmétique, chaque ingrédient, emballage et produit fini est évalué selon une séquence de tests précise et définie à la fois par les expert(e)s du groupe (évaluatrices et évaluateurs sécurité, toxicologues, pharmaciennes et pharmaciens...) et suivant les recommandations internationales. Les fournisseurs sont audités et la conformité du produit est également évaluée lors de la fabrication.

En détergence, les sous-traitants doivent se conformer à des exigences dans tous les domaines (ingrédients, réglementations, qualité, packaging, produit fini, etc.) décrites dans les briefs produits. Ils doivent se soumettre à un audit qualité d'homologation sur chaque site de production. L'auditeur qualité évalue le niveau du sous-traitant sur les sujets suivants : système de management de la qualité, analyse de risques produits et procédures, achats et réceptions opérationnelles et méthode et suivi de la production. Un niveau minimum est requis pour débuter un partenariat. Des audits de suivi sont réalisés à fréquence définie, afin de garantir la réalisation des plans d'actions définis avec les sous-traitants. Lors du développement d'un produit, chaque formule est analysée selon différents aspects. Pour identifier les risques de la formule et définir ainsi les conditions d'utilisation sûres du produit pour les client(e)s, une analyse réglementaire complète des risques des ingrédients est réalisée. Une veille réglementaire est également effectuée en France, en Italie et en Espagne mais également au niveau européen et au niveau international par les équipes locales.

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

Les sites de production cosmétiques du groupe sont certifiés norme ISO 9 001 "Systèmes de management de la qualité – Exigences" par une tierce partie indépendante et reconnue (Bureau Veritas), pour le développement, la production et le contrôle des produits cosmétiques. Cette certification garantit que les produits fabriqués et conditionnés sont contrôlés selon des méthodes établies; gérés dans le respect des "Bonnes Pratiques de Fabrication (BPF) des produits cosmétiques" (norme ISO 22 716), lesquelles prévoient des contrôles aux différentes étapes de la production (réception, contrôle en cours de production, contrôle final et libération des produits) par les équipes qualité des sites. Le respect par les sites des BPF est régulièrement audité par les services centraux internes ou des tierces parties.

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

- La charte interne sur les composants des produits est très stricte et interdit toute matière première animale (à l'exception du miel et de la cire d'abeille);
- Le développement de programmes de recherche sur les méthodes alternatives aux tests sur animaux est encouragé par le groupe et ce, afin de les promouvoir et de les généraliser. Ces travaux portent par exemple sur de nouveaux modèles d'évaluation de l'allergie in vitro pour les ingrédients naturels.

#### Nutrition

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

### **Textile**

La Politique Qualité Petit Bateau, est basée sur l'innocuité et les qualités d'usage des produits. La Marque Petit Bateau s'impose les standards les plus stricts en termes de toxicologie via le label OEKO-TEX <sup>68</sup>. La certification OEKO-TEX® STANDARD 100 garantit l'innocuité du vêtement en contrôlant la teneur des produits chimiques nocifs pour la santé.

Les Standards Qualité Petit Bateau vont au-delà des normes REACH ("Registration, Evaluation and Authorisation of Chemicals", soit "enregistrement, évaluation et autorisation des substances chimiques") en place en Europe. La Marque Petit Bateau contrôle la qualité des composants aux différents stades de fabrication dans des laboratoires intégrés ou externes. La marque associe ses fournisseurs à sa stratégie en s'assurant de la validité des certifications OEKO-TEX® STANDARD 100, gage de maîtrise de leur savoir-faire textile.

### **Performance**

77% des produits Petit Bateau réceptionnés en 2023 sont certifiés OEKO-TEX® STANDARD 100 (volumes à la pièce).

#### Promouvoir des modes de consommation plus responsable

Conscient de son rôle en tant que fabricant et distributeur de produits, le Groupe Rocher entend accompagner ses client(e)s vers des modes de consommation plus responsables. Cette notion se définit et irrigue tous les aspects des propositions commerciales des marques du groupe. De l'offre de produits disponible, aux modalités de promotion et de vente des produits, jusqu'à leur fin de vie : les options responsables doivent être facilitées pour et avec les client(e)s. Pour contribuer à cette transformation, le Groupe Rocher s'appuie sur quatre leviers principaux permettant de répondre aux enjeux prioritaires "produits & services à faible impact environnemental et social" et "accompagnement proactif des nouveaux modes de consommation" identifiés dans la matrice de matérialité : développer des offres de consommation engagée, promouvoir le marketing responsable, concevoir des points de vente responsables et accompagner la fin de vie des produits.

<sup>&</sup>lt;sup>68</sup> OEKO-TEX® : association indépendante allemande délivrant un label visant à garantir les qualités humano-écologiques des textiles, exempts de produits toxiques pour le corps et pour l'environnement.

## Développer des offres de consommation engagée

Conscient de la raréfaction des matières premières, le Groupe Rocher encourage ses client(e)s à choisir des produits plus durables, plus responsables et à favoriser le réemploi. Ainsi, les marques du groupe répondent aux enjeux spécifiques liés à leur industrie et à leurs produits, en développant des alternatives pour faciliter un acte d'achat engagé pour les consommatrices et consommateurs.

## Proposer aux client(e)s des produits et des services durables

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

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.

## **Bonnes pratiques**

La Marque Stanhome a réalisé l'ACV du liquide vaisselle "Degreaser" pour avoir connaissance de son bilan environnemental et pouvoir proposer de nouvelles pistes d'écoconception. Il a été mis en avant lors de cette analyse que la phase d'usage du produit contribue très majoritairement à son impact environnemental, et principalement l'énergie pour chauffer l'eau. Pour agir sur cet élément, la Marque Stanhome a mis en œuvre des tests d'efficacité complémentaires pour démontrer que le liquide vaisselle dégraisse efficacement même en eau froide. La Marque Stanhome sensibilise ainsi ses client(e)s à utiliser la juste dose et à laver leur vaisselle à froid pour une vaisselle aussi propre.

La Marque Yves Rocher promeut ses produits les plus écoconçus, c'est-à-dire ayant un impact environnemental réduit comparativement à leur alternative classique. Les produits solides sont un exemple de ces nouvelles gestuelles de beauté plus responsables et ont rencontré un succès commercial, hissant la marque 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 d'autre part une nouvelle gestuelle qui rejoindra cette catégorie de produits, une recharge hygiène qui permet une réduction de 80% de plastique comparé au flacon actuel, entièrement recyclable et utilisant du plastique recyclé OBP<sup>69</sup>.

La Marque Flormar a mis au point un nouvel emballage compact pour ses produits en poudre, avec 30% de matériaux recyclables. La *Green Up Collection* est désormais disponible, avec jusqu'à 97% d'ingrédients d'origine naturelle et 20% de l'emballage fabriqué à partir de matériaux recyclables à 70%.

\_

<sup>69</sup> OBP: Ocean Bound Plastic - terme anglais qui définit le plastique "risquant de se retrouver dans l'océan".

### Développer le réemploi

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

# **Bonnes pratiques**

Afin de favoriser l'économie circulaire, la Marque Petit Bateau développe des offres de produits de seconde main.

- En 2017, la marque a lancé une application de mise en relation des client(e)s pour la revente et l'achat de produits d'occasion Petit Bateau.
- Depuis 2020, la marque propose à ses client(e)s la collecte de leurs vêtements Petit Bateau dans son réseau de magasins en France, en échange de bons d'achat ou à des fins de recyclage.
- En 2022, la marque a développé la 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 seconde main au Japon.
- Depuis mars 2023, la marque propose une offre de produits seconde main sur son site e-commerce français, avec une expérience unique permettant à ses client(e)s d'acheter facilement des produits neufs et de seconde main lors de la même commande 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 (site internet France et boutiques).

La Marque Yves Rocher s'est donné des ambitions précises en termes de réduction des packagings plastiques, et explore en parallèle les leviers de réemploi des packagings verre, représentant 43,5% du poids du packaging Yves Rocher en 2023. En rejoignant la coalition "Consigne Cosmétique" menée par Circul'R <sup>70</sup> et Citeo <sup>71</sup>, la Marque Yves Rocher ambitionne de déployer un premier test de produits consignés en France dès 2024 sur trois boutiques.

#### Promouvoir le marketing responsable

Le marketing responsable permet d'allier responsabilité de marque et efficience commerciale tout en veillant à la pertinence des messages véhiculés aux client(e)s et aux canaux de communication utilisés. Le Groupe Rocher est particulièrement vigilant avec le contenu des campagnes marketing, les allégations environnementales et la réduction de l'impact des campagnes marketing.

<sup>&</sup>lt;sup>70</sup> Circul'R : entreprise qui s'attache à placer son expertise au service de la transition des entreprises et des territoires vers une économie circulaire.

<sup>71</sup> Citeo : entreprise privée, à but non lucratif, spécialisée dans le recyclage des emballages ménagers et des papiers graphiques.

### Réduire l'impact des campagnes de marketing

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

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

# **Bonne pratique**

Conscient de l'impact environnemental de ses produits et outils commerciaux, Yves Rocher France a poursuivi le projet RECOLTE en 2023 pour permettre à ses client(e)s de déposer leurs objets promotionnels et emballages de maquillage en magasin et qui en doit assurer ainsi le recyclage. 650 boutiques ont mis en place ce dispositif, collectant 98,8 tonnes de papier, 3,3 tonnes d'éléments merchandising sur l'année 2023. En complément, les équipes Yves Rocher Cadeaux ont défini une Charte Cadeaux Responsables Yves Rocher afin de réduire leur impact environnemtanl d'ici 2030. Les efforts se sont accélérés en 2023 afin de réduire le nombre de cadeaux objets distribués (brosse, trousses, miroirs etc.), améliorer les matières et les conditions logistiques.

## Promotion des engagements des marques à leurs client(e)s

Le marketing est un enjeu clé pour partager les engagements des marques auprès de leurs client(e)s et ainsi augmenter les actes d'achat plus responsables. Pour lutter contre le greenwashing <sup>72</sup>, chaque marque du groupe a mis en place un processus de validation des allégations environnementales liées à ses produits. Chaque marque a la responsabilité de s'assurer que les messages et engagements communiqués à ses client(e)s sont alignés avec ses valeurs mais également avec les enjeux RSE du groupe.

## **Bonne pratique**





La Marque Stanhome s'attache à promouvoir auprès de ses client(e)s la "juste dose". La concentration des formules est ancrée dans l'ADN des produits d'entretien de la Marque Stanhome. L'utilisation de la "juste dose" est essentielle

pour éviter le gaspillage et minimiser l'impact sur l'environnement des produits. C'est pourquoi, la marque développe des outils de communication pour informer et sensibiliser ses client(e)s au dosage des produits pour une utilisation juste, proportionnée et plus raisonnée. Ces messages peuvent prendre par exemple la forme de pictogrammes dans les catalogues produits mais également de courtes vidéos pour les gammes cuisine et linge sur les réseaux sociaux.

### Concevoir des points de vente responsables

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

 $<sup>^{72}</sup>$  Greenwashing : éco-blanchiment ou verdissage en français, méthode de marketing consistant à communiquer en utilisant l'argument écologique de manière trompeuse pour améliorer son image.

# Écoconception des points de vente, du mobilier et des équipements

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

La première phase d'état des lieux a permis d'identifier les principaux facteurs d'impact environnemental des magasins. Une Politique Retail<sup>73</sup> Responsable Groupe a été diffusée à l'ensemble des marques impliquées dans le projet afin de les outiller pour la mise en place d'un Système de Management Environnemental (SME) des points de vente.

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

### **Bonne pratique**

A l'instar des sites industriels Petit Bateau, la Direction Retail Petit Bateau a formalisé en 2023 un système de management environnemental contribuant ainsi à l'effort de réduction des consommations d'énergies, d'eau et de génération de déchets de la marque.

Au cours de l'été 2023, la Direction Retail a mis en place un outil de supervision énergétique adressés à toutes les boutiques Petit Bateau Europe (succursales et magasins d'usine – soit 138 boutiques). À fin 2023, cet outil est 100% opérationnel sur le périmètre France (97 boutiques, soit 70% du parc), avec une connexion directe aux fournisseurs d'énergies. Après cette première expérience réussie, les équipes ont pour ambition de le déployer aux autres pays, au fur et à mesure des liens avec les fournisseurs d'énergies de chaque secteur.

Cet outil de supervision permet de piloter les consommations et d'identifier les points de consommations anormales pour les rectifier au plus vite selon la nature de l'anomalie. À fin 2023, la consommation d'énergie des boutiques Petit Bateau France est en baisse de 15% sur les 12 derniers mois grâce à des actions de sensibilisation des équipes, à la diffusion de consignes et bonnes pratiques et grâce à un plan d'investissement débuté en 2022, pour basculer les éclairages en ampoules à LED. Sur les 20 boutiques passées en LED en 2022, on constate fin 2023 25% d'économie d'énergie sur les 12 derniers mois. En 2023, 9 boutiques sont passées aux ampoules LED et 38 sont prévues en 2024, la priorité étant donnée aux magasins les plus énergivores et faisant partie du décret tertiaire<sup>74</sup>.

## Communication et participation aux engagements de marque

Afin de mobiliser sa clientèle et la sensibiliser à ses enjeux environnementaux et sociaux, chaque marque a à cœur de communiquer de manière pérenne ses engagements dans ses points de ventes physiques et digitaux. Ces engagements sont intégrés dans le discours de vente, grâce à une formation spécifique pour le personnel de vente ; les client(e)s sont incités à s'engager aux côtés de la marque en faveur de sa mission ; les points de vente physiques et digitaux possèdent des visuels dédiés aux engagements de marque promouvant les engagements RSE tout au long de l'expérience client(e)s.

<sup>&</sup>lt;sup>73</sup> Retail : commerce de détail.

<sup>&</sup>lt;sup>74</sup> Le décret n° 2019-771 du 23 juillet 2019, fixant les conditions d'application ns de l'article 175 de la loi ELAN, également appelé "décret tertiaire", est une obligation réglementaire qui impose une réduction progressive de la consommation d'énergie dans les bâtiments à usage tertiaire afin de lutter contre le changement climatique. Cette nouvelle réglementation vise à économiser 60% d'énergie finale dans ces bâtiments à l'horizon 2050 (par rapport à 2010).

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

#### Soutien à des filières de recyclage

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

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

## **Bonne pratique**

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

### Dons de produits

Le Groupe Rocher entend œuvrer en faveur de la lutte contre la précarité (physique, hygiénique et sanitaire) et la réduction de son impact environnemental, en donnant à des associations ses produits invendus. En application de la Loi AGEC<sup>75</sup> française, le groupe et ses marques se sont ainsi associés à plusieurs ONG afin de faire des dons de produits neufs (en surstock et/ou avec une date limite d'utilisation proche).

#### **Performance**

En 2023, 1199 748 produits cosmétiques et d'entretien et 13 973 produits Petit Bateau ont été donnés à diverses associations<sup>76</sup>

#### **Bonne pratique**

La Marque Dr. Pierre Ricaud s'engage depuis de nombreuses années aux côtés de l'association Dons Solidaires. En plus du soutien régulier via des dons de produits, les équipes Dr. Pierre Ricaud se mobilisent plusieurs fois par an pour prêter main forte à l'entrepôt pour le reconditionnement de dons produits ou la confection de kits à destination des personnes en situation de précarité. En 2023, deux équipes se sont investies pendant une journée chacune soit 70 heures de mobilisation salariée pour aider à reconditionner 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.

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

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

<sup>&</sup>lt;sup>75</sup> Loi AGEC : Loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire.

<sup>&</sup>lt;sup>76</sup> Dons Solidaires, Agence du Don en Nature, La Croix Rouge, Le Secours Populaire, Les Restos du Cœur, Goods to Give etc.

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

### Informer sur les produits et services

Les consommatrices et consommateurs sont de plus en plus demandeuses et demandeurs d'informations sur les produits et services qu'elles ou qu'ils achètent. En effet, selon le baromètre GreenFlex & ADEME 2023, 79% des Français(e)s se disent engagés ou concernés par la réduction de l'impact de leur consommation, soit +3 points versus 2022<sup>77</sup>. Soucieuses de répondre à leurs attentes, les marques du Groupe Rocher s'engagent pour une communication plus transparente et répondant à leurs attentes (traçabilité des ingrédients, composition des produits, fournisseurs et sous-traitants, lieu de fabrication des produits, certifications/labels, emballage, usage et fin de vie des produits, etc.).

Le Green Impact Index, un outil de transparence au service de la stratégie de consommation responsable des Marques Yves Rocher et Dr. Pierre Ricaud

Le Groupe Rocher participe à l'initiative du Consortium *Green Impact Index (cf. page 33).* A l'image du Nutriscore, grâce à une cotation graduée de A à E, l'affichage *Green Impact Index* permettra aux consommatrices et consommateurs de choisir de façon éclairée leurs produits cosmétiques et de bien-être en toute connaissance de cause. Cette méthodologie est une première pour les secteurs cosmétiques, parfums et nutraceutiques. Un score socio-environnemental sera rendu disponible sur les fiches produits des sites internet Yves Rocher France et Dr. Pierre Ricaud France d'ici à 2025 pour environ 20% de l'offre (représentant environ 80% du chiffre d'affaires France des deux marques).

## Bonne pratique

La Marque Dr. Pierre Ricaud a renforcé la transparence auprès de ses client(e)s via la mise à disposition de caractéristiques environnementales sur son site internet France. Sur chaque fiche produit, les client(e)s peuvent avoir accès à la composition du produit, son taux de naturalité, les informations relatives à sa matière et à sa recyclabilité ainsi que les consignes de tri de chaque composant du produit. 194 produits DPR, soit 100% du portefeuille produits, possèdent une fiche produit actualisée en 2023.

## Dialoguer avec les parties prenantes

Le Groupe Rocher entretient un dialogue ouvert, constructif et permanent avec ses client(e)s et reste à l'écoute de leurs attentes pour se transformer afin de mieux y répondre.

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

<sup>&</sup>lt;sup>77</sup> https://presse.ademe.fr/wp-content/uploads/2023/06/MP\_GREENFLEX\_BAROMETRE\_LEAFLET\_0523\_V2.pdf

- La cosmétovigilance pour les cosmétiques et la toxicovigilance pour la détergence : tout effet indésirable potentiellement imputable à un produit cosmétique ou un détergent du groupe est remonté via les réseaux du groupe (centres d'appel, conseillères et conseillers, etc.) puis étudié par des équipes dédiées pour déterminer l'imputabilité ou non de l'effet indésirable au produit cosmétique ou au détergent. Le groupe peut ainsi surveiller la vie des produits auprès des client(e)s et si besoin, retirer un produit du marché, le reformuler ou arrêter sa commercialisation;
- La procédure questions sensibles: dans chaque territoire, des interlocutrices et interlocuteurs sont identifiés et remontent à des équipes dédiées les questions des client(e)s requérant une réponse spécifique;
- La gestion des réclamations client(e)s (cosmétiques et détergence): les réclamations associées à un produit fini sont consolidées via les différents réseaux de distribution et pays. Ces données sont agrégées de manière bimestrielle afin de constituer un reporting largement diffusé permettant de définir les priorités de travail pour les équipes à la fois dans une démarche curative mais également dans une approche préventive sur les produits et processus.

Au-delà de ces procédures groupe, chaque marque est tenue de mettre en place un espace d'échange (processus de réponse aux questions sensibles, FAQ<sup>78</sup>,etc.) avec ses client(e)s afin de répondre à leurs questions et interrogations, en portant une attention particulière aux questions les plus fréquentes.

## Communiquer sur les engagements

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

## **Bonnes pratiques**

Afin de communiquer de manière transparente à ses client(e)s, la Marque Arbonne met à leur disposition plusieurs ressources, et notamment depuis 2020 un Rapport RSE annuel <sup>79</sup> (*Arbonne Sustainability Reports*). Ce rapport témoigne des engagements sociaux et environnementaux de la marque et des progrès réalisés par rapport aux attentes des parties prenantes. Il est disponible en anglais, espagnol, polonais et français.

Dans le parcours digital Yves Rocher France, une page du site internet France est en cours de travail fin 2023 afin d'exposer avec clarté les engagements de la marque ainsi que ces trajectoires de transformation. Son premier Rapport RSE sur l'exercice 2023 sera publié début 2024<sup>80</sup>.

Le Groupe Rocher publie depuis 2015 (excepté en 2020) pour ses salarié(e)s et ses parties prenantes externes de façon annuelle son Rapport RSE accessible depuis le site internet du groupe<sup>81</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>78</sup> FAQ : Foire aux questions

<sup>79</sup> https://www.arbonne.com/us/en/our-story/sustainability

<sup>80</sup> https://www.yves-rocher.fr/actbeautiful

<sup>81</sup> https://groupe-rocher.com/strategie-rse

# AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ ET RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

En tant qu'acteur industriel, utilisateur de matières premières d'origine naturelle, le Groupe Rocher dépend fortement des ressources et services fournis par les milieux naturels et la biodiversité. Plusieurs enjeux liés à leur préservation apparaissent ainsi comme prioritaires dans la matrice de matérialité du groupe : préservation des sols vivants, préservation des capacités d'approvisionnement en matières premières, adaptation et atténuation du changement climatique, approvisionnement en énergie, disponibilité et qualité de la ressource en eau potable.

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

Le Groupe Rocher s'inscrit donc dans les lignes directrices du Protocole de Nagoya de la Convention sur la diversité biologique (CDB) des Nations Unies 82, pour la conservation de la biodiversité, l'utilisation durable de ses composants et le partage juste et équitable des avantages découlant de l'exploitation des ressources génétiques et des connaissances traditionnelles qui y sont associées.

Depuis 2022, la stratégie biodiversité du Groupe Rocher s'inscrit également dans le Cadre mondial de la biodiversité (CMB) de Kunming-Montréal adopté lors de la COP15<sup>83</sup> sur la diversité biologique. La stratégie biodiversité du groupe sera retravaillée en 2024 afin de faire le lien avec les différentes cibles identifiées dans ce cadre.

## Agir en faveur de la biodiversité sur les territoires

Le Groupe Rocher a formalisé sa première Politique Biodiversité Groupe en faveur de la protection de la biodiversité sur ses territoires et tout au long de sa chaîne de valeur en 2010, sur la base d'une analyse exhaustive de ses impacts sur les milieux naturels et dépendances aux services écosystémiques rendus par le vivant. En 2021, cette politique a été actualisée afin de garantir la continuité de la vision du groupe et l'ambition d'aller encore plus loin dans la préservation de la biodiversité et la réduction des pressions exercées par les activités du groupe sur la nature. Cette politique s'articule autour des trois dimensions suivantes :

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

#### Assurer un rôle d'ambassadeur

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

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

Le Groupe Rocher est ainsi par exemple membre de l'initiative "Entreprises engagées pour la nature" (EEN) <sup>84</sup> portée par l'Office Français de la Biodiversité (OFB), sous la tutelle des Ministères de la

<sup>82</sup> Protocole de Nagoya : https://treaties.un.org/pages/ViewDetails.aspx?src=IND&mtdsg\_no=XXVII-8-b&chapter=27&clang=\_fr

<sup>83</sup> COP : Conférence des Parties, organe directeur onusien.

<sup>84</sup> https://engagespourlanature.ofb.fr/entreprises/engagements/groupe-rocher

Transition écologique et de l'Agriculture et de l'Alimentation *(cf. page 7675)* ainsi que du volet international par l'initiative act4nature <sup>85</sup> international portée par l'association française des Entreprises pour l'Environnement (EpE).

## **Bonnes pratiques**

En 2023, plusieurs initiatives dont les deux présentées ci-dessous ont permis au groupe d'adresser ces questions en interne et en externe :

La Direction RI&D a participé activement pour la deuxième année consécutive au groupe de travail de l'association RespectOcean "Beauté, hygiène et protection de l'océan" qui structure un club d'entreprises et acteurs économiques de l'océan pour développer des outils et retours d'expérience qui aideront les acteurs économiques à appréhender l'impact de leurs activités sur la biodiversité marine, à valoriser leurs solutions et à porter leurs voix collectivement dans des instances décisionnelles notamment au moment de la troisième Conférence des Nations Unies sur l'Océan en 2025 à Nice;

Le Groupe Rocher s'engage dans la démarche française "Roquelaure Entreprises et Biodiversité" lancée en novembre 2023 par Sarah El Haïry, Secrétaire d'État auprès de Christophe Béchu, Ministre de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, Chargée de la Biodiversité, qui réunit 200 entreprises pour engager la mobilisation des acteurs économiques en faveur de la biodiversité. Un cycle de travail est en cours avec les entreprises des secteurs les plus dépendants de la nature, autour de six groupes sectoriels (agroalimentaire, énergie, textile, cosmétique, matériaux, bâtiment & construction) et deux groupes transversaux (finance et gouvernance). Le Groupe Rocher, intégré au groupe de travail cosmétique, portera ses convictions pour agir de façon toujours plus responsable en prenant en compte la biodiversité.

## Contribuer à la recherche d'un nouveau rapport au vivant

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

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

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

### **Bonnes pratiques**

En 2023, plusieurs actions spécifiques de soutien à la recherche sur l'innovation végétale et l'économie écologique ont été mises en place ou poursuivies par le groupe comme :

<sup>85</sup> https://www.act4nature.com/wp-content/uploads/2020/10/GROUPE-ROCHER-VF.pdf

La thèse menée par le laboratoire de recherche ECOBIO Université Rennes 1 Influence des plantes compagnes sur le microbiote associé aux plantes cultivées et conséquences sur l'attractivité des pollinisateurs;

Le projet de recherche porté par ECOBIO et soutenu par la région Bretagne *Microbiote végétal et molécules cosmétiques actives*;

Le projet de recherche en partenariat avec le Muséum national d'Histoire naturelle (MNHN) et le Centre national de la recherche scientifique (CNRS) *HERBAE MATER* : mieux connaître l'armoise, la mère des herbes, pour mieux l'utiliser. Étude systématique et évolutive d'une sélection d'espèces d'Artemisia;

Un partenariat en tant mécène de la Chaire Comptabilité Ecologique <sup>86</sup> portée par des chercheurs de la grande école AgroParisTech <sup>87</sup> et les universités de Paris Dauphine et Reims Champagne-Ardenne ainsi que de son cadre conceptuel CARE (*Comprehensive Accounting in Respect of Ecology*) qui vise à développer, modéliser, promouvoir et expérimenter la comptabilité socio-environnementale c'est-àdire des comptabilités en soutenabilité forte <sup>88</sup> (c'est-à-dire durabilité), pour mettre les systèmes comptables au service de la transition écologique <sup>89</sup>.

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

Le groupe engage ses activités vers des formes souhaitables de sobriété et de préservation de la biodiversité. Pour cela, il agit de façon concrète et progressive sur ses propres activités et installations via des programmes à long terme sur trois thématiques principales pour promouvoir l'innovation frugale:

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

Le Groupe Rocher définit des règles strictes encadrant ses filières d'approvisionnement en matières végétales afin d'en limiter les impacts environnementaux et sociaux (cf. page 33 à 35).

## La préservation des sols vivants

Conscient de l'impact que peut avoir son patrimoine foncier sur les sols et les milieux vivants qu'il occupe, le Groupe Rocher cherche à limiter le plus possible l'artificialisation des sols sur ses sites. Un index de préservation des sols a ainsi été développé en interne à partir du CBS+ (Coefficient de Biotope par Surface) de l'ADEME, de l'Écopotentiel (le coefficient de potentiel de biodiversité) développé par "Bruxelles Environnement" et de l'indicateur de gradient de naturalité et d'échelle d'artificialisation du CIL&B (Club Infrastructures Linéaires & Biodiversité). Cet index est calculé à partir d'une échelle 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 des décisions d'implantation du foncier et des déménagements.

## **Performance**

Après une première phase de développement et de test, le déploiement de l'index sur les sites en propre du groupe a été initiée en 2022 et poursuivie en 2023. En 2023, l'index de préservation des sols du groupe, ou GRISP (Groupe Rocher Index for Soils Preservation) s'élevait à 0,4 (0 étant le seuil de naturalité et 1 le seuil d'artificialisation), soit identique à la performance 2022.

 $<sup>{}^{86}\,</sup>La\,Chaire\,Comptabilit\'e\,Ecologique:https://www.chaire-comptabilite-ecologique.fr/la-chaire?lang=fr$ 

<sup>&</sup>lt;sup>87</sup> AgroParisTech : grande école française d'ingénieurs spécialisée dans l'agronomie et les sciences du vivant.

<sup>88</sup> La soutenabilité forte requiert de ne pas autoriser a priori de substituabilités entre capitaux financiers, naturels et humains. De manière plus large, elle renvoie à l'idée de certaines nécessités de préservations environnementales. Il s'agit ainsi de concevoir le rôle des systèmes comptables comme vecteurs de soutenabilité forte, d'où la dénomination « comptabilité écologique ».

<sup>89</sup> https://www.chaire-comptabilite-ecologique.fr/la-chaire?lang=fr

### La gestion responsable des sites

Le Groupe Rocher a choisi de travailler des formes résilientes d'agriculture pour l'avenir et de participer au développement de l'agroécologie 90 via un modèle agricole systémique, durable et performant, allant plus loin que des modes de culture responsables plus traditionnels, tels que la certification Agriculture Biologique 91. Un système de production agroécologique doit être raisonné en fonction du territoire (conditions pédo-climatiques, tissu socio-économique), mais aussi des objectifs de l'exploitant (qualité de vie). Le Groupe Rocher cultive ainsi à La Gacilly plus de 60 hectares en agroécologie (sans usage de pesticides, prairies humides, haies bocagères, insectes pollinisateurs, couverts végétaux, rotation des cultures, accompagnement des fermes locales et de leurs agricultrices et agriculteurs etc.) et vise à étendre ces pratiques avec pour objectif 110 hectares en agroécologie pour les filières locales de La Gacilly d'ici 2030.

Chaque site du groupe ayant un rôle à jouer dans l'engagement du groupe pour préserver la biodiversité, des plans de gestion de la biodiversité sont élaborés et déployés progressivement sur l'ensemble des sites industriels, agricoles et tertiaires gérés par le groupe. Ces plans de gestion de la biodiversité visent à définir une feuille de route adaptée aux spécificités des sites pour réduire leur impact sur la biodiversité. Afin de faciliter l'élaboration et la mise en œuvre des plans de gestion de la biodiversité, les sites du groupe sont dotés progressivement de référent(e)s biodiversité.

#### **Performance**

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

#### Bonne pratique

L'exploitation Yves Rocher à La Gacilly est un des sites pilotes du Plan de Gestion Durable des Haies (PGDH) en partenariat avec l'Afac-Agroforesteries, le Label Haie et le Syndicat Mixte du Grand Bassin de l'Oust (SMGBO). Le PGDH est un outil d'état des lieux et de connaissance pour accompagner les équipes Yves Rocher dans la réappropriation des haies et dans les changements de pratiques pour assurer et reconnaître une présomption de durabilité dans la planification de la gestion des haies d'une exploitation, avec l'aide d'expert(e)s bocagers. Une filière bois locale et durable à majorité bocagère (Label Haie) a ainsi été créée pour alimenter les chaudières des sites industriels et logistiques du groupe à La Gacilly, levier de transition écologique du territoire.

# Lutter contre le changement climatique et s'adapter

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

<sup>90</sup> Qu'est-ce que l'agroécologie ? (Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire) : L'agroécologie est une façon de concevoir des systèmes de production qui s'appuient sur les fonctionnalités offertes par les écosystèmes. Elle les amplifie tout en visant à diminuer les pressions sur l'environnement et à préserver les ressources naturelles. Il s'agit d'utiliser au maximum la nature comme facteur de production en maintenant ses capacités de renouvellement. Elle implique le recours à un ensemble de techniques qui considèrent l'exploitation agricole dans son ensemble. L'agroécologie réintroduit de la diversité dans les systèmes de production agricole et restaure une mosaïque paysagère diversifiée et le rôle de la biodiversité comme facteur de production est renforcé, voire restauré. L'agroécologie s'applique donc à deux niveaux d'organisation : la parcelle agricole et le territoire, qui doivent être intégrés de façon cohérente.

<sup>&</sup>lt;sup>91</sup>La certification en agriculture biologique (ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire) : L'agriculture biologique (AB) est un système global de production agricole qui allie les meilleures pratiques environnementales, le respect de la biodiversité, la préservation des ressources naturelles et l'application de normes élevées en matière de bien-être animal. L'agriculture biologique est encadrée par une réglementation européenne.

<sup>&</sup>lt;sup>92</sup> GIEC: Le groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat a été créé en 1988 en vue de fournir des évaluations détaillées de l'état des connaissances scientifiques, techniques et socio-économiques sur les changements climatiques, leurs causes, leurs répercussions potentielles et les stratégies de parade.

Afin de contribuer à son échelle à ces objectifs de réduction et à l'atténuation des effets du changement climatique, le Groupe Rocher a construit une stratégie bas carbone autour des principes de sobriété. En 2023, le groupe a travaillé à la définition de nouveaux objectifs chiffrés de réduction de l'ensemble de son empreinte carbone. Afin de valider la pertinence de ces objectifs, le Groupe Rocher a signé la lettre d'engagement et soumis sa trajectoire afin de rejoindre la *Science-Based Targets initiative* (SBTi)<sup>93</sup>. Les travaux menés pour réévaluer les objectifs de réduction ont également permis de confirmer la validité du protocole de calcul de l'empreinte carbone du Groupe Rocher.

Le Groupe Rocher s'est ainsi fixé pour objectif une réduction de 67% de ses émissions de gaz à effet de serre (GES) scope 1 et 2 et de 44% de ses émissions scope 3 d'ici 2030 par rapport à 2019 en valeur absolue. L'étape de validation de la trajectoire a été prévue pour avril 2024.

#### Mettre en œuvre une gouvernance des enjeux climat

La gouvernance des enjeux climat est pleinement intégrée à la gouvernance RSE Groupe (*cf. page 118*). La Direction Mission & Impact Groupe a ainsi la charge de définir la stratégie bas carbone du groupe et de piloter le déploiement des ambitions qui y sont associées. Elle informe le Comité Exécutif de manière biannuelle des progrès réalisés pour atteindre les ambitions bas carbone du groupe. Le Comité Exécutif revoit également annuellement la stratégie bas carbone afin de s'assurer de sa pertinence et de sa cohérence au regard des enjeux climatiques liés aux activités du groupe.

Afin d'assurer un suivi spécifique du déploiement de la stratégie bas carbone, le groupe a mis en place, en juillet 2021, un Comité Bas Carbone composé des représentant(e)s des Départements et Directions Groupe Opérations, Achats, Transport, Retail, Systèmes d'Information (DSI), Mission & Impact ainsi que des Sponsors RSE Marques & Métiers. Ce comité se réunit une fois par an pour partager les avancées des marques et métiers sur la stratégie bas carbone et s'assurer de la bonne progression vers l'atteinte des objectifs groupe. De plus, un atelier prospectif a été organisé en 2023 pour projeter les différents Sponsors RSE dans un monde à +2° à +3°C par rapport aux niveaux préindustriels. Malgré la difficulté de l'exercice, ce type d'échanges permettent d'imaginer une trajectoire adéquate et préparer petit à petit les collaboratrices et collaborateurs aux enjeux de demain afin d'adapter les modèles d'affaires du groupe.

# Gestion des risques climat

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

Enfin, le Groupe Rocher a choisi de devenir, fin janvier 2021, membre de la *Task Force on Climate-related Financial Disclosure* (TCFD) <sup>94</sup> afin d'assurer une communication cohérente, fiable et transparente de ses informations relatives au climat. La stratégie bas carbone du Groupe Rocher est ainsi détaillée en suivant les recommandations de la TCFD et une table de correspondance entre les informations publiées dans ce chapitre et la TCFD a été réalisée *(cf. page suivante)*.

<sup>&</sup>lt;sup>93</sup> Science Base Target Initiative (SBTi): Initiative regroupant des partenaires de la sphère publique (programme *Global Compact* des Nations Unies) et privée World Wildlife Fund (WWF), World Resources Institute, Carbon Disclosure Project) en charge de la validation d'objectifs basés sur la science et des trajectoires climat des entreprises.

<sup>&</sup>lt;sup>94</sup> Groupe de travail sur l'information financière relative au changement climatique.

# Table de correspondance TCFD

| Thématique   | Recommandations de la TCFD   | Source de<br>l'information             | Avancement | Perspectives<br>2023   |
|--|--|--|------------|--|
| GOUVERNANCE  |  |  |            |  |
| Décrire la gouvernance<br>de l'organisation<br>concernant les risques<br>et opportunités relatifs<br>au climat   | a) Décrire la supervision des risques<br>et opportunités relatifs au climat par le Conseil<br>d'Administration   | Gouvernance des<br>enjeux climat       |            | I  |
|  | b) Décrire le rôle du management dans<br>l'évaluation et la gestion des risques et<br>opportunités relatifs au climat  | Gouvernance des<br>enjeux climat       |            | I  |
| STRATÉGIE  |  |  |            |  |
| Décrire les impacts existants et potentiels des risques et opportunités relatifs au climat sur les activités de l'organisation, sa stratégie et sa planification   | a) Décrire les risques et opportunités relatifs au<br>climat que l'organisation a identifiés pour le<br>court, moyen et long terme   | Stratégie Bas<br>Carbone               |            | I  |
|  | b) Décrire les impacts des risques et<br>opportunités relatifs au climat sur les activités<br>de l'organisation, sa stratégie et sa planification<br>financière                | Stratégie Bas<br>Carbone               |            | Evaluation de<br>l'impact<br>financier des<br>risques climat |
| financière, dans la<br>mesure<br>où l'information est<br>pertinente  | c) Décrire la résilience de la stratégie de<br>l'organisation, en prenant en considération<br>différents scénarios relatifs au climat, y compris<br>un scénario à 2°C ou moins | Stratégie Bas<br>Carbone               |            | Analyse de<br>résilience en<br>cours.                        |
| GESTION DES RISQUES  |  |  |            |  |
|  | a) Décrire les processus de l'organisation pour<br>identifier et évaluer les risques relatifs au climat  | Gestion des risques<br>climat          |            |  |
| Décrire comment<br>l'organisation identifie,<br>évalue et gère les<br>risques relatifs au<br>climat  | b) Décrire les processus de l'organisation pour<br>gérer les risques relatifs au climat  | Gestion des risques<br>climat          | •          | 1  |
| Gilliat  | c) Décrire comment les processus pour identifier, évaluer et gérer les risques relatifs au climat sont intégrés dans le management des risques de l'organisation               | Gestion des risques<br>climat          | •          |  |
| INDICATEURS ET OBJEC   | ETIFS  |  |            |  |
|  | a) Décrire les indicateurs utilisés par<br>l'organisation pour évaluer les risques et<br>opportunités relatifs au climat, en liaison avec                                      | Bilan GES scope 1 &<br>2               |            | I  |
| - 4  | sa stratégie et son processus de management<br>des risques   | Bilan GES scope 3                      |            | ,  |
| Décrire les indicateurs et objectifs utilisés pour évaluer et gérer les risques et opportunités relatifs au climat, dans la mesure où l'information est pertinente | b) Publier les émissions GES scope 1, scope 2 et, si c'est pertinent, de scope 3, et les risques correspondants  | Bilan des émissions<br>GES             |            | I  |
|  |  | Performance scope<br>3                 | -          |  |
|  | c) Décrire les objectifs utilisés par l'organisation<br>pour gérer les risques et opportunités relatifs au<br>climat, et sa performance par rapport aux<br>objectifs           | Maîtriser les<br>émissions directes    |            | Validation<br>des objectifs<br>de réduction                  |
|  |  | Réduire les<br>émissions<br>indirectes |            | des<br>émissions<br>scope 3 par la<br>SBTi                   |



## Mise en place d'une stratégie bas carbone

Dans une démarche d'atténuation de son impact sur le changement climatique, le Groupe Rocher a fait le choix de la sobriété carbone et de la transition énergétique. La sobriété carbone consiste d'abord à diminuer sa consommation énergétique et ensuite à améliorer ses processus pour réduire son impact carbone. La stratégie bas carbone du Groupe Rocher s'appuie donc sur deux leviers principaux : la maîtrise des émissions directes (scope 1) et la réduction des émissions indirectes (scope 3).

Par ailleurs, un projet doté d'une ambition spécifique a été lancé sur le territoire emblématique de La Gacilly qui regroupe des sites majeurs du groupe : *La Gacilly Territoire Bas Carbone*. L'ambition est de faire de La Gacilly un territoire bas carbone d'ici à 2025 en réduisant de 75% ses émissions de gaz à effet de serre des scope 1 & 2 et en alimentant les structures du territoire avec 85% d'énergie renouvelable.

De son côté, 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 renouvelables avec pour objectif à fin 2025 d'atteindre une baisse de 50% des scope 1 & 2 vs 2019.

En complément de ces deux leviers de travail, le Groupe Rocher s'attache à accroître la résilience des territoires sur lesquels il opère et des chaînes de valeur sur lesquelles reposent ses modèles d'affaires face aux effets du changement climatique. Il s'engage ainsi à contribuer à préserver et développer les puits de carbone naturels au sein de sa chaîne de valeur afin de maximiser sa contribution à l'atteinte de la neutralité carbone mondiale.

## **STRATÉGIE BAS CARBONE**

## Maîtriser les émissions directes (scope 1 & 2)

Réduire la dépendance du groupe aux énergies fossiles Augmenter la part résiduelle provenant d'énergie d'origine renouvelable Objectif 2030 scope 1 & 2 : réduction des émissions de CO2 eq de 67% vs 2019

## Réduire les émissions indirectes (scope 3)

Réduire l'impact des produits du groupe

Travailler avec les fournisseurs et sous-traitants sur la réduction de leur impact carbone Réduire l'impact du transport

Réduire l'impact des magasins

Réduire l'impact des activités digitales

Objectif 2030 scope 3 : réduction des émissions de CO₂eq de-44% vs 2019

## Accroître la résilience face aux effets du changement climatique

Contribuer à préserver mais aussi à développer les puits de carbone naturels au sein des chaînes de valeur Groupe

#### Maîtriser les émissions directes

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

<sup>\*</sup>Émissions scope 1/2/395

<sup>&</sup>lt;sup>95</sup> Émissions scope 1 : émissions directes de gaz à effet de serre liées à la fabrication de produits et provenant de sources possédées ou contrôlées par le Groupe Rocher (combustion dans les chaudières, bâtiments, véhicules de fonction, etc.).

Émissions scope 2 : émissions indirectes de gaz à effet de serre provenant de la production d'électricité achetée et consommée par le Groupe Rocher (consommations électriques, consommations de chaleur ou de vapeur).

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

## Réduire sa dépendance aux énergies fossiles

Dans une démarche d'adaptation et d'atténuation des effets du changement climatique, le groupe cherche à déployer des programmes de maîtrise de ses consommations énergétiques et d'utilisation de solutions plus efficientes en énergie. Ainsi, chaque site du groupe (sites industriels, sites tertiaires, magasins) déploie un Système de Management Environnemental (SME) *(cf. page 44)* lui permettant d'identifier et de déployer des leviers de réduction de ses consommations énergétiques.

Sur les sites industriels et tertiaires, des investissements sont réalisés chaque année pour acquérir des équipements moins consommateurs d'énergie ou pour adapter les processus industriels en vue d'optimiser leurs consommations.

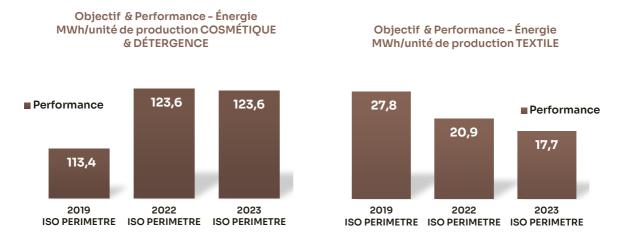
Depuis 2022, le groupe a décidé d'accélérer la baisse de ses consommations d'énergie partout dans le monde. Pour cela, un certain nombre de mesures de sobriété énergétique complémentaires aux plans d'économie d'énergie déjà existants ont été définies et rendues applicables dans l'ensemble des sites du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

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

#### **Performance**

Le Groupe Rocher a consommé sur l'ensemble de son périmètre 75 759 MWh d'énergie en 2023 contre 80 985 MWh en 2022, soit une baisse 6% de sa consommation.

A isopérimètre, le groupe a réduit sa consommation de 21% par rapport à 2019. Cette baisse est liée à deux facteurs principaux : tout d'abord la baisse d'activité du groupe qui s'est poursuivie en 2023, le nombre de produits fabriqués dans les usines du groupe a ainsi baissé, principalement dans les usines cosmétiques. Par ailleurs, le plan de sobriété énergétique mené par le groupe depuis 2019 et renforcé en 2022 a également porté ses fruits et se fait ressentir sur la baisse de la consommation globale d'énergie des sites.



81% des véhicules de société sont hybrides ou électriques en France en 2023, soit 9 points de plus qu'en 2022.

L'activité cosmétique et détergence (qui représente 70% des consommations du groupe) a dégradé de 9% en 2023 son ratio de performance énergétique, du fait des périodes d'arrêts de production et de l'importante baisse des volumes produits depuis 2019. À noter que cette performance s'est stabilisée depuis 2022.

L'activité textile a, quant à elle, amélioré son ratio de 36% par rapport à 2019 (MWh/tonnes de tricot traité), grâce aux nombreuses actions de sobriété énergétiques menées et investissements.

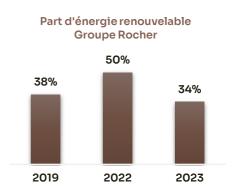
### Bonne pratique

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 processus, sont également venues renforcer la politique de sobriété énergétique des sites troyens Petit Bateau.

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

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

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



### **Performance**

En 2023, 100% des sites de la Marque Arbonne, l'ensemble des magasins Petit Bateau France ainsi que 9 autres sites du groupe ont eu une démarche d'achat volontaire d'électricité issue de source renouvelable. Au total, 34% de l'électricité consommée par le groupe est d'origine renouvelable.

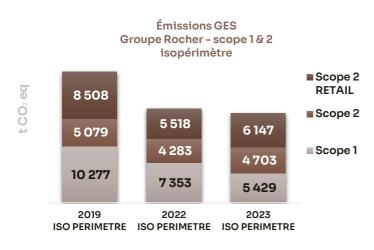
Par ailleurs, deux des principaux sites de distribution logistique des produits cosmétiques situés en Bretagne sont équipés de chaudières à bois (installées respectivement en 2011 et 2014), chauffant ainsi plus de 1 200 salarié(e)s à l'énergie renouvelable. L'une des actions emblématiques de la transition énergétique du groupe est la mise en place d'un réseau de chaleur depuis la chaudière à bois du site logistique à La Gacilly de La Croix des Archers vers le site des Villes Geffs. Ce réseau de chaleur est fonctionnel depuis décembre 2022. Au global, ces chaudières ont permis d'éviter l'émission de 1740 tCO<sub>2</sub>eq en 2023, et 16 222 tCO<sub>2</sub>eq depuis leurs installations.

## **Bonne pratique**

Dans le cadre de leurs ambitions bas carbone, les sites logistiques de La Villouët (La Gacilly) et Buchères (Troyes) ainsi que les sites de production de cosmétiques à Rieux (La Gacilly) et de textile à Troyes ont été alimentés à 50% en biogaz sur l'année 2023.

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

Afin de piloter ses engagements bas carbone, le Groupe Rocher suit mensuellement ses émissions scope 1 & 2 et réalise annuellement un bilan de ses émissions de gaz à effet de serre (bilan GES) pour l'ensemble de ses activités à partir des données reportées par ses filiales et pilotées en central. Ce bilan GES permet d'identifier les plans d'actions nécessaires pour réduire l'empreinte carbone du groupe.



Les émissions de gaz voà effet de serre du Groupe Rocher représentent 16 583 tCO<sub>2</sub>eq en 2023 sur le scope 1 & 2 (incluant les consommations de l'ensemble de ses magasins en fonds propres).

A isopérimètre, le Groupe Rocher a réduit de 32% ses émissions par rapport 2019 (et de 5% vs 2022).

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

La diminution des émissions de gaz à effet de serre repose principalement sur des actions de sobriété énergétique accentuées en 2023 (réduction des consommations d'énergie).

Ainsi, grâce à ses efforts de sobriété et d'investissements dans les énergies renouvelables, ainsi que la réduction de son volume de production, le Groupe Rocher a réduit ses émissions de gaz à effet de serre de 38% entre 2019 à 2022, et une accélération de cette baisse de 9% de 2022 à 2023, ce qui représente une baisse de 43% par rapport à 2019. Ces réductions sont alignées avec la trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre déposée auprès de SBTi (cf. page 54).

#### Réduire les émissions indirectes

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

Réduire l'impact des produits proposés par le groupe (cf. pages 32 et 46)

## Réduire l'impact du transport

Le transport est un poste d'émissions de gaz à effet de serre majeur du groupe. Faisant suite à un diagnostic détaillé des pratiques et des leviers de décarbonation, une Politique Transport Groupe a été formalisée et partagée aux équipes du groupe en 2023. La trajectoire de décarbonation du groupe prévoit un objectif de baisse de 30% des émissions liées au transport d'ici à 2030 vs. 2019 grâce à trois leviers majeurs :

- Optimisation du taux de remplissage des camions et containers ;
- Réduction des distances parcourues via une évolution du réseau de distribution groupe et des conditions de livraisons aux entrepôts et magasins ;
- Mode de transport & énergies alternatives : réduire le transport aérien, développer le ferroviaire, favoriser l'usage de l'électrique, du GNL (Gaz Naturel Liquéfié) ou des biocarburants, etc.

Ces critères sont intégrés aux appels d'offres afin d'assurer une transition progressive à l'échelle des différentes marques du groupe, sur un périmètre monde. Ce projet est porté par une communauté dédiée, constituée des Directions Groupe Mission & Impact, Transport, Achats et des équipes RSE Marques afin de partager le cadre Groupe ainsi que les initiatives prises dans les différents pays et d'aligner les méthodes de reporting.

# **Bonne pratique**

En 2023, les équipes transports ont mutualisé les tractions à destination de Bordeaux et Marseille permettant d'augmenter le taux de remplissage des camions. Cette redéfinition des routes a permis de massifier les marchandises pour le Sud-Est et Sud-Ouest de la France avec six départs semaine au lieu de dix.

Cette action a supprimé la présence de 200 camions sur la route et généré une économie d'environ 200 tCO<sub>2</sub>eq en 2023.

## Réduire l'impact des activités retail

Depuis 2022, un projet inter-marques visant à déployer un Système de Management Environnemental (SME) sur le réseau retail international a été poursuivi. La première phase d'état des lieux réalisée en 2021 a permis d'identifier les principaux facteurs impactant les consommations d'énergie des magasins. En se basant sur cet état des lieux, les marques impliquées dans le projet ont pu formaliser leur propre SME et démarrer son implémentation. En complément des actions menées dans la cadre du plan de sobriété énergétique groupe, des actions concrètes de réduction des consommations d'énergie ont été poursuivies en 2023, notamment le déploiement des éclairages LED<sup>96</sup>. A fin 2023, 87% des magasins du groupe étaient ainsi équipés de cette technologie.

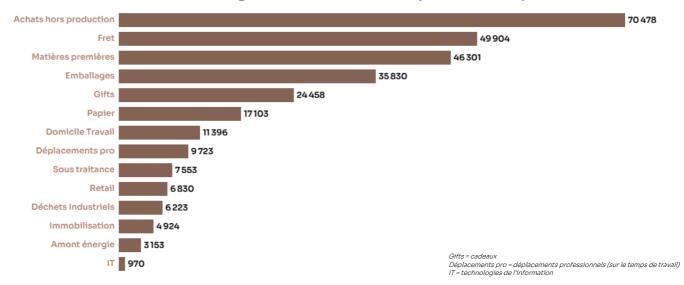
#### Réduire l'impact des activités digitales (cf. page 68)

### Bilan des émissions de gaz à effet de serre scope 3

Les émissions de gaz à effet de serre induites indirectement par les activités du groupe (scope 3) sont estimées à environ 312 000 tCO<sub>2</sub>eq pour l'année 2023. Ces émissions sont générées principalement par les produits (production des matières premières consommées par le groupe et emballages), le fret puis les cadeaux et accessoires.

<sup>&</sup>lt;sup>96</sup> LED : Light-Emitting Diode.

# Emissions de gaz à effet de serre - Groupe Rocher Scope 3



En 2021, le Groupe Rocher a fait valider sa méthodologie de calcul des émissions scope 3 par un cabinet de conseil externe spécialisé dans les enjeux de décarbonation et d'efficacité énergétique. Ce travail a permis de renforcer et préciser le calcul des émissions scope 3, afin de se fixer des objectifs de réduction des émissions. En 2023, la méthodologie a été affinée sur les différents postes d'émissions.

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

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

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

- Au travers de la Politique Biodiversité Groupe visant à développer les filières d'approvisionnement responsables et durables et à favoriser la biodiversité sur ses sites et à limiter l'artificialisation des sols (cf. page 5052);
- Plus largement, le Groupe Rocher est un des principaux mécènes de la Fondation Yves Rocher, ayant le statut de Fondation reconnue d'utilité publique (FRUP). La Fondation Yves Rocher s'engage dans la préservation de la biodiversité via trois leviers d'actions complémentaires :
  - Le développement de l'agroforesterie en partenariat notamment en France avec la Fédération nationale Afac-Agroforesteries ;
  - La restauration des forêts et la régénération naturelle des espaces naturels ;
  - > La promotion de l'engagement citoyen via des actions de sensibilisation.

En particulier, le programme Plant for Life engagé dans la plantation d'arbres depuis plus de 30 ans, dans 45 pays, aux côtés de 71 ONG partenaires qui œuvrent localement sur leurs territoires, a permis la plantation de plus de 125 millions d'arbres dont plus de 5 millions en France.

### Diminuer l'empreinte environnementale groupe et favoriser l'économie circulaire

Dans le cadre de sa démarche d'écoconception, le groupe a formalisé une Politique Plastique Groupe, une Politique Eau Groupe et des démarches de réduction des déchets intégrées dans une Politique de Gestion des Déchets Groupe.

## Diminuer l'usage de plastique

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

# STRATÉGIE PLASTIQUE

## Réduire de 30% le plastique mis sur le marché

Réduire le poids de certains éléments d'emballage Supprimer des éléments d'emballage

Miser sur le concentré / Développer le solide

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

# Maximiser l'utilisation de plastique recyclable jusqu'à atteindre 100%

Supprimer des perturbateurs de recyclage

Supprimer des résines non recyclables et des matériaux mixtes

# Maximiser l'utilisation de plastique recyclé jusqu'à atteindre 100%

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

## Lancer des stratégies de réemploi pour toutes les marques

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

# Rendre visible la stratégie en étant signataire d'engagements multi-acteurs

Engagement volontaire depuis 2018 dans le cadre de la Feuille de Route pour l'Economie Circulaire (FREC) de l'ADEME

Signataire du Pacte National sur les emballages plastiques faisant partie du réseau mondial des Pactes Plastiques de la Fondation Ellen MacArthur

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

- Des standards d'écoconception déclinés en plans d'action par marque;
- Des feuilles de route technologiques ;
- Un accompagnement à la montée en compétences des équipes sur ces sujets ;
- Des KPIs<sup>97</sup> de pilotage et de mesure.

Après de nombreuses années passées à travailler autour d'objectifs volontaires en matière d'écoconception packaging, ayant eu pour résultat une baisse significative des poids d'emballage, les marques du groupe ont initié en 2019 puis validé en 2020, de nouveaux engagements en matière d'écoconception packaging, avec différents horizons de travail et déclinés sur différentes dynamiques de performance environnementale (évaluation environnementale, définitions de guides de bonnes pratiques, définition d'indicateurs sur les différents axes RSE).

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

**DPEF 2023 Groupe Rocher** 

62

<sup>&</sup>lt;sup>97</sup> Key Indicator Performance : indicateurs d'une entreprise qui permettent de mesurer une performance.

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

Les modalités techniques des plans de transformation de l'utilisation du plastique par les marques cosmétiques et détergence ont été accompagnées d'un programme pédagogique, visant à aider les collaboratrices et les collaborateurs à s'approprier la démarche.

Les fondamentaux et méthodes de travail sont établis pour permettre le pilotage des indicateurs mesurant la performance environnementale packaging. La démarche globale d'écoconception packaging continuera de faire l'objet de revues de performance en 2024, avec l'animation d'une gouvernance au niveau du groupe et la capitalisation sur les actions et bonnes pratiques des différentes entités afin de gagner en efficacité.

#### **Performance**

- Le groupe avec l'ensemble de ses marques a mis 7 046 tonnes de plastique sur le marché en 2023, dont 2 714 tonnes de plastique recyclé, soit 38,5% du plastique utilisé, soit 4,2 points de plus qu'en 2022;
- Le poids de plastique moyen (en gramme de plastique par millilitre de formule) à l'échelle du groupe diminue d'environ 4,8% par rapport à 2019.

Depuis 2022, le groupe est signataire du Plastic Act de la FEBEA<sup>98</sup>, un plan d'actions pour réduire l'empreinte plastique du secteur cosmétique.



# Bonne pratique

Afin d'améliorer encore la recyclabilité de ses emballages, les décors métallisés, perturbateurs du tri et du recyclage du plastique, ont été supprimés sur certains capots de soin visage, tubes et emballages de maquillage de la Marque Dr. Pierre Ricaud ainsi que sur les emballages des produits de fin d'année de la Marque Yves Rocher (collections de Noël).

Les Marques Yves Rocher, Stanhome et Dr. Pierre Ricaud ont lancé des tubes incorporant du plastique recyclé post-consommateur.

<sup>98</sup> Fédération des Entreprises de la Beauté (parfum, soin, maquillage, hygiène et capillaire)

### Réduire la génération de déchets

La Politique de Gestion des Déchets Groupe a pour objectifs de :

- Réduire les quantités de déchets générés par ses activités, à la fois sur ses sites industriels, logistiques et tertiaires mais aussi après l'étape de vente au niveau client(e)s Marques ;
- Limiter les destructions de produits finis (cf. page 49);
- Favoriser l'économie circulaire ;
- Sensibiliser les salarié(e)s au tri des déchets amont/aval.

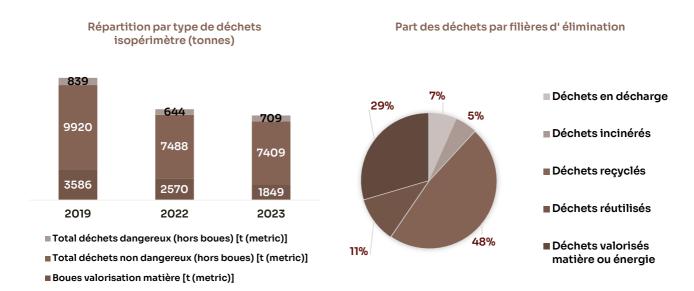
#### **Performance**

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

Le groupe a généré 9 902 tonnes de déchets en 2023 sur l'ensemble des sites dont 87% sont valorisés, recyclés ou réutilisés vs 10 785 tonnes en 2022, soit une baisse de 8%.

A isopérimètre, le groupe a réduit ses déchets de 31% par rapport à 2019 et de 7% par rapport à 2022, majoritairement dû à une baisse de production depuis la pandémie de COVID-19.

Les sites cherchent à diminuer la part de leurs déchets mis en décharge. Ainsi en 2022, 5% des déchets ont été mis en décharge, et 52% des sites n'ont envoyé aucun déchet en décharge.



## Préserver la ressource en eau

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

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

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

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

## STRATÉGIE EAU

#### Collaborer avec les fournisseurs et sous-traitants

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

## Avoir une gestion responsable de l'eau dans les sites de production

Usage efficient de l'eau et recyclage interne des eaux usées

Adaptation des systèmes en zone de stress hydrique

Qualité des rejets

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

# Commercialiser des produits qui respectent la ressource en eau

Développement de produits sans rinçage ou facilement rinçables

Développement de formules cosmétiques et détergence rincées biodégradables

Impact réduit des textiles sur les eaux usées de lavage

Objectifs 2030:

100% des formules cosmétiques et détergentes rincées biodégradables 100% de produits textiles certifiés OEKO-TEX® STANDARD 100 ou GOTS

## **Bonnes pratiques**

Le Marque Arbonne, basée dans une région touchée par la sécheresse, a dépassé son objectif de réduction de 20% de ses consommations d'eau quatre ans plus tôt que prévu, grâce à des initiatives telles que la formation des salarié(e)s, l'élimination de certains usages de l'eau et l'investissement dans des systèmes d'eau de refroidissement en circuit fermé. Ces efforts ont été notés par l'organisme B Lab dans le cadre de la recertification B Corp d'Arbonne en 2023, démontrant une approche environnementale exemplaire dans les processus de fabrication. Les résultats incluent la récupération d'environ 615 m³ d'eau en 2023, une réduction de 72% de la consommation d'eau sur le site de production et une baisse de 72,76 % de la consommation totale d'eau sur tous les sites par rapport à l'année de référence 2019.

Groupe Rocher Opérations a optimisé sa procédure de Nettoyage En Place (NEP) par un projet mené sur le site des Villes Geffs à La Gacilly (produits hygiène et soins corps). Ce projet permet d'économiser 15 000 m³ d'eau par an. Il s'inscrit dans un programme de réductions des consommations d'eau initié en 2015. Au préalable, certains équipements de production avaient été modifiés par l'ajout de boules de lavage permettant une action mécanique renforcée du lavage et par conséquent, une diminution de la consommation d'eau. D'autres actions, telles que la récupération des eaux de refroidissement des groupes Sprinkler (extinction automatique incendie) par un système de boucle fermée, ont permis un gain de plus de 1 300 m³ d'eau par an au total pour deux des sites de distribution morbihannais.

### **Performance**

Le groupe a consommé 182 569 m³ d'eau en 2023 sur l'ensemble des sites pour alimenter les processus de production (71% de la consommation totale d'eau) et répondre aux besoins sanitaires des salarié(e)s vs. 480 187 m³ d'eau en 2019.

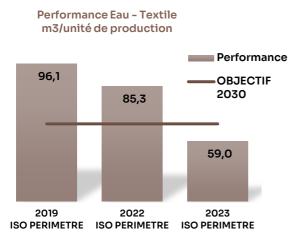
A isopérimètre, le groupe a réduit ses consommations de 30% vs. 2019 en valeur absolue.

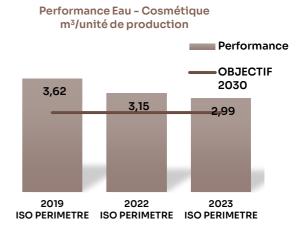
L'industrie textile consomme environ 34% de l'eau industrielle utilisée par le groupe principalement pour les bains de teinture, l'impression numérique textile et les procédés de thermo-fixation.

Les principales consommations de l'industrie cosmétique et détergence sont dues aux opérations de nettoyage des installations de fabrication et de conditionnement, indispensables au respect des réglementations sur l'hygiène. Seule l'usine de production Sabon Israël est localisée en zone de stress hydrique intense<sup>99</sup>.



Consommation d'eau





La production cosmétique et détergence a réduit ses besoins en eau industrielle de 17% entre 2019 et 2023 (m³/tonne de vrac produite). La production textile a quant à elle réduit ses besoins en eau industrielle de 39% entre 2019 et 2023 (m³/tonne de tricot traité).

Tous les sites du groupe travaillent de longue date à réduire leur consommation d'eau et d'important projets sont en cours, et on déjà permis au groupe d'atteindre ses ambitions de réduction. Ainsi, depuis 2019, le groupe a amélioré sa performance eau de 37% et dépassé son objectif à 2030.

**DPEF 2023 Groupe Rocher** 

<sup>99</sup> https://www.wri.org - NATIONAL WATER STRESS RANKINGS

## Assurer une transition vers un numérique plus responsable

Chaque année, près de 4% des émissions mondiales de gaz à effet de serre (GES) sont générées par le numérique <sup>100</sup>. La croissance annuelle de ces émissions doit donc être maîtrisée. En effet, dans un contexte d'intensification des usages numériques, la recherche de la maîtrise des impacts environnementaux et sociaux qui en résultent est cruciale pour tenir les engagements du groupe.

Dans cette perspective, la Direction des Systèmes d'Information (DSI) du Groupe Rocher a défini en 2020 une Politique Numérique Responsable, composée de quatre piliers, décrits ci-après.

Cette stratégie de responsabilité numérique est portée par la Direction Transformation & Responsabilité Numérique de la DSI et est animée quotidiennement par un réseau international d'ambassadrices et d'ambassadeurs et une large communauté de collaboratrices et collaborateurs engagés. Cet esprit de groupe est un levier fort pour faire vivre la démarche au quotidien et faciliter la mise en œuvre des actions identifiées par la DSI et les marques du Groupe Rocher.

La Direction Transformation & Responsabilité Numérique vérifie régulièrement la pertinence de ses ambitions avec les recommandations scientifiques afin de garantir la cohérence des actions avec la réalité observée. En 2023, les ambitions liées au Pilier 1 *Green IT* et Pilier 3 *Sobriété des usages numériques* ont ainsi été revues à la hausse.

#### Green IT101

Le Groupe Rocher s'est engagé à mesurer et réduire en valeur absolue les émissions GES émises par ses activités numériques de -42% d'ici à 2030 (par rapport à 2023).

Les estimations de l'empreinte en CO<sub>2</sub>eq des activités numériques réalisées depuis 2020 ont permis de mettre en évidence plusieurs priorités à adresser pour les années à venir :

- Agir sur le cycle de vie des équipements électroniques et électriques possédés (incluant téléphonie, ordinateurs, moniteurs et télévisions, accessoires, équipements de visioconférence et imprimantes);
- Agir sur les consommations énergétiques des infrastructures possédées (centres de données et salles techniques);
- Agir sur les consommations en ressources des produits et services numériques du groupe.

Depuis janvier 2022, la DSI a notamment pris les décisions suivantes :

- Equiper les salarié(e)s en smartphones reconditionnés;
- Autoriser les salarié(e)s éligibles à utiliser leur téléphone personnel à des fins professionnelles ;
- Systématiser l'optimisation et la réparation des équipements afin d'allonger leur durée de vie.

#### **Performance**

- Plus de 40% du parc de smartphones est reconditionné en 2023 (contre 10% en 2022).
- Chaque année et depuis 2021, plus de 75% des ordinateurs confiés au partenaire bénéficient ainsi d'une seconde vie, c'est-à-dire qu'ils sont réparés et/ou réemployés.

### Conception responsable des systèmes d'information

La DSI et les équipes qui la composent mènent en ce sens de nombreuses initiatives, telles que :

<sup>&</sup>lt;sup>100</sup>Rapport-final-v8-WEB.pdf (theshiftproject.org): "Compte tenu du mix électrique mondial, la part d'émissions de gaz à effet de serre (GES) attribuable au Numérique passerait ainsi de 2,5% en 2013 à 4% en 2020 (2,1 Gt) selon notre estimation."

<sup>101</sup> Green IT: informatique durable.

- Des ateliers de sensibilisation et des challenges, animés par et pour les équipes informatiques;
- La mise à disposition régulière de veilles documentaires, informationnelles et d'actualités.

## Chaque année, la DSI s'engage à :

- Former ses expert(e)s à l'écoconception des produits et services numériques;
- Evaluer lors de leurs phases amonts 100% des projets IT grâce aux outils proposés;
- Conduire le changement au sein de ses équipes en sensibilisant aux enjeux de la conception responsable ;
- Créer des outils d'aide à la prise de décisions (principes d'architecture responsables, grilles d'évaluation de la performance environnementale d'un projet et l'accessibilité numérique).

Cette démarche de conception responsable requiert par ailleurs l'engagement de l'ensemble des marques et directions des fonctions support du groupe, utilisatrices des produits et services numériques, afin de minimiser les impacts générés tout au long de leur cycle de vie.

## Sobriété des usages numériques

Le Groupe Rocher a pour ambition de sensibiliser 100% des collaboratrices et collaborateurs du groupe à la responsabilité numérique d'ici à 2030 et de veiller à ce que 100% des marques et entités du groupe contribuent à cette ambition.

# Pour ce faire, la DSI Groupe anime :

- Un réseau de plus de 30 ambassadrices et ambassadeurs, lesquels ont pour mission de participer à la déclinaison des ambitions stratégiques sur leur périmètre respectif et d'effectuer le relai entre la Direction Transformation & Responsabilité Numérique et leur marque ou entité;
- Une offre de sensibilisation variée, incluant notamment une "Semaine Internationale du Numérique Responsable", un parcours de sensibilisation comprenant divers modules et webinaires permettant d'adresser les principaux enjeux de la responsabilité numérique ou de nombreuses bonnes pratiques à mettre en œuvre au travail ou chez soi;
- Une application permettant à chaque collaboratrice et collaborateur de mieux gérer leurs espaces de stockage Cloud<sup>102</sup> et de comprendre quels sont les impacts associés.

#### **Performance**

• La 4ème édition de la Semaine du Numérique Responsable a réuni plus de 750 participant(e)s autour de 18 ateliers en 2023 (contre 210 en 2022);

- La DSI Groupe a également animé sept ateliers de La Fresque du Numérique pour un total de 65 salarié(e)s en 2023 ;
- Depuis septembre 2022, 60 sessions de sensibilisation ont été organisées auprès de 798 personnes dans le cadre du projet "La Gacilly Territoire Bas Carbone".

**DPEF 2023 Groupe Rocher** 

<sup>102</sup> Le stockage cloud est un modèle de stockage de données informatiques dans lequel les données, dites se trouvant sur « le cloud », sont stockées à distance dans des pools logiques et sont accessibles aux utilisateurs via un réseau, généralement Internet.

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

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

Dans ce cadre, et grâce à sa position au sein de l'écosystème interne et externe, la Direction Achats du Groupe Rocher construit des relations de collaboration :

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

En complément, le groupe endosse le rôle de mécène auprès d'acteurs dans le cadre de sa mission de reconnecter ses communautés à la nature et encourage ses marques à construire une stratégie de philanthropie liée à leur raison d'être spécifique.

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

Le Groupe Rocher s'inscrit dans un modèle d'achats durables avec la volonté de développer des relations pérennes et responsables avec ses fournisseurs, notamment à travers l'enjeu de "relation équilibrée avec les fournisseurs" définit dans la matrice de matérialité.

Par leur connaissance des parties prenantes internes et externes et le partage des ambitions RSE du groupe, les équipes Achats sont un pivot pour accompagner les marques et métiers dès la phase de l'expression du besoin et jusqu'à la sélection des fournisseurs.

En effet, dans le contexte actuel et face aux enjeux de raréfaction des ressources, de fragilisation et de complexification des filières d'approvisionnement, la sélection des fournisseurs et la gestion des panels fournisseurs s'imposent comme des leviers importants pour atteindre les ambitions RSE du Groupe Rocher.

La Direction Achats Groupe a formalisé en 2021 une Politique Achats Responsables Groupe et un programme d'achats durables nommé "SOURCE" qui s'inscrit dans la continuité des engagements RSE pris par le groupe. Cette politique permet d'engager pour les années à venir une approche holistique et durable.

# STRATÉGIE ACHATS DURABLES: SOURCE

#### Développer des chaînes d'approvisionnement responsables

Développer une relation commerciale respectueuse et éthique basée sur les exigences du Code de Conduite Fournisseurs

Garantir la conformité des chaînes d'approvisionnement aux exigences du devoir de vigilance.

Améliorer la traçabilité des produits et des fournisseurs

KPI1 : Sécuriser le panel fournisseur par le processus de gestion des risques du devoir de vigilance\*

Objectif: 100% du panel couvert par les mesures du devoir de vigilance d'ici 2023

KPI2 : Déployer le Code de Conduite Fournisseurs\*

Objectif: 80% de la dépense achats couverte par la signature du Code de Conduite

Fournisseurs d'ici à 2025

## Promouvoir des écosystèmes engagés

Intégrer des critères RSE en appel d'offres et dans l'évaluation des fournisseurs en panel Promouvoir la diversité des panels

KPI1 : Améliorer la performance RSE du panel fournisseurs\*

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

## Faire grandir l'expertise RSE

Développer et accroître l'expertise RSE au sein des équipes Achats Inspirer et partager l'expertise RSE avec les fournisseurs

## Intégrer la durabilité dans les modèles d'affaires du groupe via les achats

Sourcer des produits et des services attractifs favorisant la frugalité, la circularité et la naturalité

Sensibiliser et encourager la réduction de l'utilisation des matières premières vierges Encourager les fournisseurs à réduire leur impact et préserver l'environnement

## Développer des chaînes d'approvisionnement responsables

Depuis 2017, le Groupe Rocher a intégré la maîtrise des risques sociaux et environnementaux à la gestion de ses chaînes d'approvisionnement, notamment grâce à un processus d'homologation et de suivi des fournisseurs, reposant sur des systèmes d'évaluations et d'audits, ainsi que sur un Code de Conduite spécifique.

## Devoir de vigilance

Depuis 2017, le groupe a beaucoup investi dans la mise en œuvre d'un système de conformité à la Loi sur le devoir de vigilance. Les détails du système mis en place ainsi que les résultats associés sont présentés dans le Plan de Vigilance <sup>103</sup> du Groupe Rocher et son compte-rendu d'application, disponibles sur le site internet du groupe <sup>104</sup>.

Dans ce paragraphe, sont présentés les résultats issus de la dernière cartographie complète des risques des chaînes d'approvisionnement du groupe. Les résultats de cette cartographie définissent la politique d'évaluation des fournisseurs déployée à partir de 2023 jusqu'à la fin de l'année 2025. Cette politique a pour objectif d'identifier les audits documentaires et terrains à effectuer d'après les

<sup>\*</sup>Périmètre: achats directs et indirects, toutes marques et entités

<sup>&</sup>lt;sup>103</sup> Le Plan de Vigilance est un document émis conformément aux articles de la Loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre.

<sup>&</sup>lt;sup>104</sup> https://groupe-rocher.com/strategie-rse

conclusions des analyses de risques fournisseurs, afin de suivre l'évolution de leurs pratiques RSE. Ce processus de conformité est déployé sur toutes les filiales du groupe.

#### **Performance**

Toutes les filiales du groupe ont mis en place le processus de conformité au devoir de vigilance.

Au 31 décembre 2023, 83 % des audits terrains et documentaires prévus sur l'année ont été réalisés. Une gouvernance ad hoc a été mise en place afin de statuer systématiquement sur le cas des fournisseurs non conformes.

En 2023, 66% des fournisseurs du groupe évalués via EcoVadis ont amélioré leur note à la suite d'une réévaluation, soit 389 fournisseurs. Cette progression témoigne de l'amélioration progressive de la performance des panels du groupe sur les sujets environnementaux et sociétaux.

Sur ces bases, l'année 2024 s'inscrira dans la continuité de l'année 2023 avec pour objectifs majeurs :

- La poursuite des audits terrain et documentaires sur les mêmes bases volumétriques qu'en 2023 :
- La continuité de la gouvernance mise en place pour traiter des cas de non-conformités ;
- La poursuite des actions initiées sur les fournisseurs au-delà du rang 1 pour renforcer la gestion des risques sur les filières les plus à risques.

## Déploiement du Code de Conduite Fournisseurs

Afin de garantir un engagement des fournisseurs du groupe en faveur de pratiques éthiques et responsables, le Code de Conduite Fournisseurs, issu du Code de Conduite des Affaires du groupe, a été formalisé en 2021. Ce document reprend les 10 engagements attendus de la part des fournisseurs en matière d'éthique, de préservation de l'environnement et de responsabilité sociétale, tant sur des aspects de conformité aux réglementations que sur des engagements RSE volontaires.

Ce Code de Conduite est soumis à la signature des fournisseurs du groupe, afin de s'assurer de sa bonne compréhension et de sa prise en compte. A fin 2023, 82% du chiffres d'achats du groupe est couvert par la signature de ce document.

### **Performance**

- 100% de la dépense achats 2022 est couverte par le processus de gestion des risques du devoir de vigilance;
- 82% de la dépense achats 2022 couverte par la signature du Code de Conduite Fournisseurs.

# **Bonne pratique**

Un programme de communication a été déployé afin de sensibiliser les salarié(e)s Groupe à l'importance des sujets abordés dans le Code de Conduite Fournisseurs et d'accompagner la campagne de déploiement. Les enjeux du Code de Conduite Fournisseurs sont également abordés dans le module de formation "Achats Responsables" créé par le Groupe Rocher en 2023 *(cf. page 84)*. En parallèle, plus de 600 fournisseurs ont été conviés au webinar dédié au Code de Conduite Fournisseurs du Groupe Rocher.

# Intégrer des critères RSE dans les appels d'offres et l'évaluation des fournisseurs en panel

La conformité au devoir de vigilance est un prérequis, mais pour répondre à ses engagements, le Groupe Rocher souhaite aller plus loin dans la collaboration avec son écosystème fournisseurs sur les enjeux de la RSE.

C'est la raison pour laquelle, un des objectifs des équipes Achats est de mettre à disposition des marques et des entités du groupe un panel de fournisseurs qualifiés, conformes aux exigences réglementaires mais qui démontre également une performance satisfaisante sur les dimensions sociales et environnementales.

Ainsi, sur l'intégralité du cycle de gestion d'un fournisseur, la dimension RSE est intégrée :

- Phase d'homologation: l'équipe Achats s'assure de la conformité minimale du fournisseur en matière de RSE (cf. page 18) et intègre également des éléments de performance notamment via la prise en compte de certifications type Ecovadis ou autres référentiels spécifiques (UEBT, Fair for Life, GOTS, etc.);
- **Phase d'appel d'offres :** l'équipe Achats définit des critères RSE permettant une comparaison objective des offres fournisseurs ;
- **Phase de pilotage :** l'équipe Achats définit et partage lors des *Business Reviews* <sup>105</sup> fournisseurs le cap à tenir en matière de RSE en fonction de la notation et des recommandations EcoVadis ainsi que des enjeux matériels spécifiques à la catégorie innovation responsable.

Les critères RSE font partie intégrante des critères de sélection lors des appels d'offres au sein du groupe. A ce titre, les équipes Achats groupe utilisent un outil appelé *Daisy*. Cet outil permet de définir des critères de sélection des fournisseurs en six axes : la relation fournisseur, la RSE, le service, la qualité, l'innovation et les coûts. La mise en œuvre de ces jalons doit être formalisée pour être pérenne. A ce titre, le groupe s'est doté d'une procédure achats, intégrée dans les évaluations menées par le contrôle interne sur ses différentes filiales.

Enfin, le groupe organise régulièrement des journées de co-construction avec ses partenaires privilégiés afin de partager les attentes des consommatrices et consommateurs, des innovations des marchés fournisseurs, de réfléchir aux stratégies de recherche et de développement, aux pratiques commerciales et industrielles et de définir ensemble les nouvelles voies de développement des produits et services du groupe.

#### **Performance**

A fin décembre 2023, 48% de la dépense 2022 a été évaluée par EcoVadis.

## Bonne pratique

Le groupe a défini en 2023 une stratégie de réduction des émissions carbone sur le transport (cf. page 6059). Cette activité étant totalement sous-traitée par le groupe, la mise en œuvre de la feuille de route passe notamment par une évolution forte de la performance des fournisseurs. Des critères spécifiques ont été introduits dans les appels d'offres menés sur 2023, portant notamment sur le taux de remplissage et le pourcentage d'énergies alternatives, incitant les fournisseurs à travailler au maximum leurs offres sur ces deux aspects.

Sur le périmètre France par exemple, 43% des magasins seront livrés via des modes de transport durables (électrique, GNL, etc.) faisant suite à la mise en œuvre des solutions retenues lors de ces appels d'offres.

<sup>&</sup>lt;sup>105</sup> Rencontres privilégiées avec les partenaires et fournisseur de l'entreprise.

# Promouvoir la diversité des panels

Le groupe favorise la diversité des structures présentes parmi ses fournisseurs depuis plusieurs années. Une attention particulière est portée à l'intégration des entreprises du secteur adapté et protégé. Un indicateur relatif au montant d'achats réalisés auprès d'entreprises adaptées et d'établissements de service d'aide par le travail (Ésat) pour les activités d'assemblage sera suivi en 2024 avec un objectif minimal de 75%.

## Faire grandir l'expertise RSE

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

En 2023, la Direction Achats Groupe a finalisé la création d'un module de formation "Achats Responsables" pour ses expert(e)s internes. Cette formation dispensée en présentiel sur une journée reprend les fondamentaux de la RSE, la stratégie RSE Groupe et les enjeux de sa mission, mais également des éléments spécifiques aux métiers des achats tels que le Code de Conduite Fournisseurs, le devoir de vigilance ou la performance carbone scope 3 *(cf. page 56)*.

Afin de susciter cet engagement, les équipes Achats organisent d'autre part régulièrement des visites de partenaires à La Gacilly, dans le cadre de séminaires d'une à deux journées composées de visites de sites, d'échanges, de séances de travail sur les engagements et stratégies RSE réciproques favorisant ainsi que le partage de bonnes pratiques ou le lancement d'initiatives communes à vocation sociale ou environnementale.

## Performance

- 48 acheteuses et acheteurs ont été formés au module de formation "Achats Responsables" en 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 Rocher<sup>106</sup>.
- A titre d'exemple sur des visites à La Gacilly d'autres parties prenantes externes, le groupe EDF<sup>107</sup> a été reçu en novembre 2023 et le groupe La Poste sera accueilli en avril 2024.

# Intégrer la durabilité dans les modèles d'affaire groupe par les achats

La fonction Achats est clé dans la capacité du groupe à proposer une offre et des modes de fonctionnement plus durables. Interfaces avec des milliers de fournisseurs, les équipes Achats doivent construire un panel de partenaires en capacité d'accompagner les exigences de durabilité du groupe (écoconception, ingrédients, biodiversité, carbone, plastique, eau, numérique responsable). Les partenaires du groupe sont donc incités à être force de proposition pour contribuer à l'innovation et à l'amélioration de certains produits ou services. Les équipes Achats sont le catalyseur de ce processus.

A ce titre, elles continuent à favoriser la co-construction, via des journées d'innovation ou de partage sur des problématiques spécifiques. Les fournisseurs sont également amenés à visiter régulièrement les structures logistiques ou industrielles du groupe, afin de mieux comprendre ses enjeux et échanger sur sa politique RSE.

La thématique des achats, par les risques ainsi que les opportunités qu'elle représente, est aujourd'hui pleinement intégrée à la stratégie RSE du groupe. Les équipes, formées et accompagnées par des processus formalisés sont des actrices et des acteurs engagés de la transformation du groupe et de ses marques.

<sup>&</sup>lt;sup>106</sup> Périmètre total : 57 acheteuses et acheteurs en juin 2023.

<sup>&</sup>lt;sup>107</sup> EDF : Électricité de France.

# **Performance**

Le groupe s'est vu attribuer la médaille d'or Ecovadis, récompensant le top 3% des entreprises du secteur des Cosmétiques & Détergents (hors activités textiles du groupe). Le groupe a obtenu la note de 80 points sur le volet Achats Responsables de l'évaluation Ecovadis 2023, se plaçant dans le top 1% des entreprises du secteur sur ce sujet.

# **Bonne pratique**

La Marque Yves Rocher va lancer en 2024 une recharge de ses produits en plastique. Pour que cette proposition soit aussi vertueuse que possible, les équipes ont travaillé sur son poids mais également sur la typologie de plastique utilisé. La filière OBP 108, qui permet l'utilisation de plastique recyclé, collecté à proximité des océans et cours d'eau, limitant ainsi la pollution marine, notamment dans des zones ou les filières de recyclage sont insuffisantes, a été choisie pour ce produit. Ce type de plastique fait l'objet d'une certification spécifique, développée par une ONG et auditée par un tiers. En complément, des audits des rangs les plus à risques de la chaîne d'approvisionnement ont été menés par le groupe et ont contribués à une évolution du référentiel OPB en partenariat avec l'ONG propriétaire ainsi que le fournisseur du groupe.

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

# S'engager par la philanthropie et le mécénat

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

La mission environnementale de chaque marque est en lien direct avec 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 puisqu'elle permet une projection dans un futur collectif et positif. A ce titre, elle concrétise la valeur ajoutée sociale et environnementale de la marque, au-delà des produits et services commercialisés. La mission se distingue de la stratégie RSE par le fait qu'elle défende une vision sociale et environnementale en faveur du bien commun, dépassant les seuls enjeux financiers. Elle est conduite par la marque, en dépit des facteurs commerciaux externes ou des changements organisationnels internes. Ce travail de définition claire est actuellement mené par l'ensemble des marques du groupe.

# **Bonne pratique**

La Marque Petit Bateau a lancé en 2023 son programme de mécénat de compétences pour donner la possibilité à ses collaboratrices et collaborateurs de participer activement à la mission Petit Bateau : connecter les enfants à la nature.

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 2023, 10 interventions ont ensuite été animées dans le milieu scolaire pour des élèves du CP à la 5ème, en partenariat avec l'association Water Family, soit 339 enfants sensibilisés.

Le Groupe Rocher a consacré 7,39 millions d'euros de dons et mécénat en 2023 dans le cadre de sa mission de reconnecter ses communautés à la nature et des missions spécifiques des différentes marques. Ces montants se répartissent comme suit :

<sup>108</sup> OPB : Ocean Bound Plastic



Par exemple, suite aux séismes survenus en Turquie et au Maroc en 2023, le groupe a souhaité participer au soutien des populations locales par deux dons de 75 000€. Le premier a été versé au Fonds des Nations Unies pour l'Enfance (UNICEF) pour la Turquie et le second à La Croix Rouge pour le Maroc.

# Entretenir des liens avec les parties prenantes

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



Afin de préciser comment le Groupe Rocher intègre concrètement sa stratégie RSE dans le cadre mondial des ODD un tableau de concordance de certains projets clés à chaque ODD est disponible cidessous. La première colonne du tableau expose les ODD reformulés pour les mettre en lien avec les actions du groupe, présentées ensuite dans la seconde colonne et illustrées par des exemples concrets pour en faciliter la compréhension<sup>109</sup>.

# Tableau de concordance ODD & démarches RSE Groupe Rocher



Éliminer la pauvreté dans le monde sous toutes ses formes, en luttant contre les inégalités. S'engager par la philanthropie et le mécénat : dons financiers comme pour le Maroc, la Turquie et l'Ukraine.

Dons de produits (ex : Dons Solidaires en France).



Éliminer la faim et la malnutrition en assurant un accès universel à une alimentation sûre, nutritive et suffisante. Encourager la mise en place de pratiques agricoles durables et résilientes.

Travailler des formes résilientes d'agriculture pour l'avenir et participer au développement de l'agroécologie.

Travailler avec les productrices et producteurs locaux à La Gacilly.

Mise en place de fonds pour promouvoir l'agroforesterie (Fonds pour l'arbre par la Fondation Yves Rocher).



Améliorer la santé et le bien-être des salarié(e)s en réduisant les risques sanitaires, en assurant un accès universel aux soins, et en soutenant la recherche médicale, avec un accent particulier sur la santé procréative et maternelle.

Sensibilisation des salarié(e)s aux risques spécifiques de chaque poste.

Mise en œuvre de stratégies de détection des risques et de prévention.

Mise à disposition de postes de travail ergonomiques afin d'accroître le confort des salarié(e)s.

Evaluation annuelle de la satisfaction des salarié(e)s vis-à-vis de leur santé mentale et de leurs conditions de travail.

<sup>&</sup>lt;sup>109</sup> Source : https://www.agenda-2030.fr/17-objectifs-de-developpement-durable/



Garantir une éducation de qualité, accessible à toutes et tous sans distinction de genre ou de revenu, tout au long de la vie. L'accent est mis sur l'acquisition de compétences essentielles et avancées pour soutenir le développement durable.

Proposition de formation à travers des modules de *e-learning* RSE.

Mise à disposition des salarié(e)s du catalogue des formations accessibles au sein du groupe.

Développement de l'employabilité durable à travers la formation.

Soutien financiers et humains apportés aux écoles doctorales.



S'engager à éliminer toutes les discriminations et violences mondiales envers les femmes. Les cibles incluent la lutte contre la discrimination et les violences, l'accès des femmes à des postes de direction, et l'accès universel aux droits sexuels et reproductifs.

Engagement du groupe auprès de l'Organisation des Nations Unies (ONU) Femmes et signature en avril 2016 de United Nations Women Empowerement Principles.

Action de revalorisation salariales des femmes en France afin de corriger un écart identifié pendant l'année 2023.

Lancement d'un parcours de développement de l'impact et leadership féminin à destination de 20 salariées du groupe en 2024.



S'engager à une gestion durable des ressources en eau, incluant la réduction du nombre de personnes souffrant de la rareté de l'eau.

Fabriquer des produits qui respectent la ressource en eau par la production industrielle et la consommation.

Assurer une gestion responsable de l'eau dans tous les sites du groupe et réduire de 30% en 2030 vs 2019 les consommations d'eau industrielle (m³/t de produit).

Travailler avec ses fournisseurs & sous-traitants à la réduction de leurs impacts sur l'eau.



Augmenter considérablement la part des énergies renouvelables et doubler le taux mondial d'amélioration de l'efficacité énergétique. Développer l'infrastructure pour fournir des services énergétiques durables aux habitant(e)s des pays en développement.

Mise en place de mesures de sobriété énergétique complémentaires aux plans d'économie d'énergie appliquées dans l'ensemble des sites du groupe.

Investissement du groupe dans les énergies renouvelables via des contrats avec des fournisseurs d'énergie renouvelable et la mise en place d'équipement de production d'énergie d'origine renouvelable.



Une croissance économique durable et inclusive, avec un emploi décent pour toutes et tous, impliquant la diversification économique, le plein emploi, l'élimination du travail des enfants et la défense des droits au travail.

Révision régulière du Code de Conduite des Affaires du groupe et formalisation en 2021 du Code de Conduite Fournisseurs signé par ceux-ci.

Dispositif d'alerte permettant de signaler des manquements graves ou violations aux règles et procédures internes ou à la loi.

Formations sur les règles éthiques, droits et obligations proposées aux collaboratrices et collaborateurs.

Contrôle et audit régulier des pratiques du groupe.



Établir des infrastructures robustes et promouvoir une industrialisation durable bénéficiant à toutes et tous en stimulant l'innovation. Faire de ces secteurs des leviers pour réduire la pauvreté, améliorer la qualité de vie mondiale, tout en minimisant l'impact sur l'environnement.

Soutien à des travaux de recherches scientifiques et d'expérimentations.

Déploiement d'un Système de Management Environnemental permettant d'identifier et de déployer des leviers de réduction des consommations énergétiques en énergies fossiles.

Modernisation des points de vente ainsi que des sites industriels afin de diminuer leur consommation énergétique.



Réduire les inégalités entre les pays et sein de ces derniers en encourageant l'adaptation des politiques pour réduire les inégalités salariales basées sur des critères tels que le sexe, l'âge, le handicap, l'origine sociale ou ethnique, et promouvoir la représentation des pavs développement dans les décisions.

Formulation et déploiement de 10 principes de responsabilité qui intègrent une culture inclusive dans le groupe.

Mise en place d'un comité de pilotage dédié et composé de membres de différents pays, marques et profils, avec pour vocation de structurer les actions et la démarche de progrès spécifique aux enjeux de diversité et d'inclusion au groupe.

Action de revalorisation salariales des femmes en France afin de corriger un écart identifié pendant l'année 2023.



Rendre les villes et établissements humains accessibles, sûrs, résilients, et durables. Encourager la réhabilitation urbaine pour offrir des opportunités équitables en matière d'emploi, d'accès aux services, tout en préservant le patrimoine culturel et naturel mondial. Développement territorial à travers l'emploi direct ou indirect de 10 000 personnes dans la région de la Gacilly.

Préservation et sensibilisation au patrimoine territorial grâce à l'Observatoire de la Biodiversité (réhabilitation d'une zone humide préservée et visitable).

Travailler des formes résilientes d'agriculture pour l'avenir et participer au développement de l'agroécologie. La Gacilly est un des sites pilotes du Plan de Gestion Durable des Haies.

Projet la Gacilly Territoire Bas Carbone.

Développement du tourisme local par la création d'infrastructures et d'évènements culturels attractifs (musée Yves Rocher, hôtels, restaurant, Festival Photo de La Gacilly, Nature en Fête par la Fondation Yves Rocher).



Adopter des modes de consommation et de production durables. Encourager la réflexion sur les habitudes, la gestion des déchets, et l'impact environnemental et social de la chaîne de valeur des produits.

Travailler des formes résilientes d'agriculture pour l'avenir et participer au développement de l'agroécologie. La Gacilly est un des sites pilotes du Plan de Gestion Durable des Haies.

Réduire la génération des déchets en réduisant 30% du plastique mis sur le marché et en mettant en place des stratégies de réemploi.

Promouvoir des modes de consommation responsable via les marques du groupe auprès des client(e)s.

Mettre en œuvre une gouvernance des enjeux climats et faire grandir l'expertise RSE.

Former les salarié(e)s aux enjeux environnementaux.



Prendre des mesures urgentes pour lutter contre les changements climatiques et leurs impacts en renforçant la résilience et l'adaptation, en mettant l'accent sur les pays les moins avancés et les petits États insulaires.

Lutter contre et s'adapter au changement climatique : Stratégie Bas Carbone, diminuer l'usage du plastique, réduire la génération des déchets, protéger la ressource en eau et assurer une transition vers un numérique plus responsable.

Former les salarié(e)s aux enjeux environnementaux.

Sensibiliser les salarié(e)s aux enjeux environnementaux.



Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.

Travailler avec ses fournisseurs & sous-traitants à la réduction de leurs impacts sur l'eau.

Engagement dans des initiatives visant à comprendre les enjeux de la biodiversité marine et à promouvoir la préservation des océans.



Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en mettant en place une gestion durable des forêts et des montagnes. Préserver la biodiversité, les sols, et à limiter les impacts à long terme des catastrophes naturelles.

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

Plaidoyer avec les parties prenantes externes pour préserver la biodiversité (ex: affichage environnemental *Green Impact Index*).

Agir en faveur de la biodiversité sur ses territoires pour protéger le vivant.

Préservation des sols vivants.



Mise en place de partenariats efficaces entre les gouvernements, le secteur privé et la société civile à tous les niveaux (mondial, régional, national et local) pour réaliser les Objectifs du développement durable. Collaborer avec les parties prenantes pour les engager dans la mission.

Entretenir les liens avec les parties prenantes :

Interactions avec les parties prenantes pour évaluer et partager les contributions dans un cadre d'amélioration continue.

Participations actives à des groupes de travail aux côtés des parties prenantes pour construire ensemble un cadre plus durable.

Engagements dans des initiatives pour affirmer les convictions et fédérer d'autres parties prenantes autour des enjeux du groupe et de ses marques.

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

- Interactions avec les parties prenantes pour évaluer les 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 Index (cf. pages 33 et 48)* aux côtés d'autres 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 (cf. page 32);
- Participations actives aux côtés des parties prenantes à des groupes de travail pour coconstruire un cadre plus durable et partager des bonnes pratiques visant l'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 et produit, aux côtés d'autres acteurs du secteur comme le Groupe L'Oréal ou le Groupe L'Occitane, qui s'engagent via la rédaction de guides de bonnes pratiques ou d'autres actions ;
- Engagements de plaidoyer dans des initiatives pour affirmer les convictions du groupe et fédérer d'autres parties prenantes autour des enjeux du groupe et de ses marques, la Directrice Mission & Impact Groupe 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 l'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.

# Faire émerger des modèles socio-économiques plus respectueux des écosystèmes

Pour faire face à la crise environnementale actuelle, le groupe cherche à transformer son paradigme économique. Les entreprises, rouage essentiel du système économique actuel, doivent se réinventer pour essayer d'adopter des modes de fonctionnement plus durables.

# Le Groupe Rocher soutient des initiatives innovantes 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" 110, 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 <sup>111</sup>: 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 trois étudiantes du MBA Spécialisé Communication RSE & Développement Durable de l'EFAP Paris <sup>112</sup> lors d'une première session pilote. L'atelier parcourt des sujets techniques comme l'écobranding ou le greenwashing, 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 spécifiques.

Fresque du Numérique <sup>113</sup>: La DSI Groupe a sensibilisé 65 salarié(e)s Groupe et Marques à la Fresque du Numérique *(cf. page 68)* en 2023. L'atelier vise à expliquer les grandes lignes des enjeux environnementaux du numérique et les actions à mettre en place pour évoluer vers un numérique plus soutenable (achats, utilisations, recyclages de matériels numériques, outils et services etc.).

<sup>110</sup> Liste non exhaustive de l'ensemble des Fresques disponibles en France : https://wiki.climatefresk.org/?title=Les\_fresques\_amies

<sup>&</sup>lt;sup>111</sup> Fresque de la Communication : https://www.fresquedelacommunication.fr/

<sup>112</sup> EFAP : École des nouveaux métiers de la communication (anciennement École française des attachés de presse).

<sup>113</sup> Fresque du Numérique : https://www.fresquedunumerique.org/

Fresque de l'Entreprise Régénérative<sup>114</sup>: une session de Fresque de l'Entreprise Régénérative<sup>115</sup> 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 <sup>116</sup>: La Direction 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 FEBEA 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 ont participé à un atelier fresque du climat en 2023 (cf. page 25).

**Autres Fresques**: D'autres salarié(e)s ont enfin été fresqués de façon individuelle 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 ce stade 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 (cf. page 28)*.

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

En mars 2023, le Groupe Rocher a reçu par exemple le premier rapport d'évaluation de l'OFB de ses engagements 2020-2025 déposés en 2020 dans le cadre du programme EEN après deux ans d'exercice (2021-2022)<sup>117</sup>. La méthodologie d'évaluation porte sur une analyse technique du plan d'actions par un groupement de bureaux d'études mandatés par l'OFB (ACTeon et HYSSOP) puis une relecture par un collectif d'actrices et d'acteurs représentatif du programme EEN (représentant(e)s d'entreprises, d'associations, d'ONG, de fondations, autorités publiques, collectivités locales, établissement de recherche, expert(e)s qualifiés).



Les résultats concluent à un niveau global de reconnaissance "En progrès" (Niveau 1) avec une évaluation "suffisante" ou "insuffisant" en fonction de critères SMART<sup>118</sup>. À la suite de la réception de ce rapport d'évaluation, le Groupe Rocher a exercé son droit de réponse au mois de juin 2023 pour remettre en question les modalités d'évaluation de l'OFB au regard du plan d'actions déposé et échanger de façon ouverture et constructive avec les équipes de l'OFB. En ce sens, le Groupe Rocher envisage de déposer de nouveaux engagements d'ici à fin 2024 en adéquation avec ses ambitions biodiversité et les recommandations émises lors de l'évaluation.

 $<sup>^{114}\,</sup>Fresque\,de\,l'Entreprise\,R\'{e}g\'{e}n\'{e}rative: https://openlande.co/la-fresque-entreprise-regenerative/linearity/line$ 

<sup>&</sup>lt;sup>115</sup> 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.

Fresque du Management Responsable : https://fresquedumanagementresponsable.org/

<sup>&</sup>lt;sup>117</sup> Rapport d'évaluation programme Entreprise Engagée pour la Nature – Plan d'actions Groupe Rocher – mars 2023 : https://engagespourlanature.ofb.fr/sites/default/files/2023-06/Rapport%20Evaluation%20ROCHER\_PUBLI\_rep.pdf

<sup>18</sup> SMART : La méthode SMART est un outil de définition d'objectifs en cinq étapes (spécifique, mesurable, atteignable, réaliste, temporellement défini).

# Panorama des parties prenantes externes du Groupe Rocher<sup>119</sup>

| Gouvernance & transparence      | Plateforme Impact, Clear Fashion, Union for Ethical BioTrade (UEBT), Consortium <i>Green Impact Index</i> (GII)   |  |  |
|---------------------------------|---|--|--|
| Entreprise à<br>Mission         | Communauté des Entreprises à Mission, Ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance  |  |  |
| Engagement<br>social            | Groupement des Etablissements de Services et Travaux (GESAT)  |  |  |
| Matières<br>Premières           | Responsible Mica Initiative (RMI), Union for Ethical BioTrade (UEBT), Ministère de l'Agriculture et d<br>l'alimentation, Groupement des Agriculteurs Biologiques-Fédération Régionale des Agrobiologiste<br>de Bretagne (GAB-FRAB), Conservatoire Botanique National de Brest, Fondation Earthworm  |  |  |
| Initiatives<br>professionnelles | Fédération de la Beauté (FEBEA), Responsible Beauty Initiative (RBI), Association Française des Industries de la Détergence (AFISE), Fédération de la Franchise, Fédération de la Vente Directe Association Française des Entreprises Privées (AFEP), Food and Drug Administration (FDA), Supply Chain 4 Good by ASLOG (Association Française pour la Logistique), Les entreprises pour la Cité Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD), 1% for the Planet, Planet Tech'Care, Pôle d'Excellence de la Maille 4.03, Chaire BALI - Biarritz Active Lifestyle Industry, Chaire industrielle Connected Innovation, Fédération de la maille de la lingerie et du balnéaire, Alliance du commerce Union des Industries Textiles Champagne-Ardenne, Union des Industries Textiles France, Sedex, C3E (Collège des Directeurs du Développement Durable), Union des marques (UDM)   |  |  |
| Biodiversité                    | act4nature international (Entreprises pour l'Environnement (EpE)), Entreprises engagées pour la nature-act4nature France (Office français de la biodiversité (OFB)), Business & Biodiversity Pledge Business For Nature, Statement For Business Leaders For Renewed Cooperation, 50 Sustainability & Climate Leaders, Fédération Biogée, Ligue de Protection des Oiseaux (LPO), Museum nationa d'Histoire naturelle (MnHn), Fondation pour la Recherche sur la Biodiversité (FRB), RespectOcean Office Français de la Biodiversité (OFB), Ministère de la Transition Écologique, Ministère de l'Agriculture et de l'alimentation, Ministère de la Mer, Chaire CARE (Université Paris Dauphine AgroParisTech et l'Université de Reims), Agence Régionale de la Biodiversité de Bretagne, Syndicat Mixte du Grand Bassin de l'Oust (Smgbo), Afac-Agroforesteries (Fonds pour l'Arbre), Fondation Yves Rocher, Chaire Global Partnership Business and Biodiversity (GPBB) de la Convention de la Diversité Biologique (CDB) des Nations Unies (ONU), Water Family, Fondation Daniel Jouvance, Unior internationale pour la conservation de la nature (UICN), BioTrade Facilitation Programme for Biodiversity Products and Services (BTFP) de la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (CNUCED), VeNatata, laboratoire de recherche ECOBIO de l'Université Rennes 1 Centre national de la recherche scientifique (CNRS) |  |  |
| Carbone                         | Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), Énergies citoyennes en Pays de Vilaine (EPV), Science Based Targets (SBTi), Carbone 4   |  |  |
| Plastique                       | Feuille de route pour l'Economie Circulaire (FREC) avec l'ADEME (Agence de la Transition Ecologique)<br>Pacte National sur les emballages plastiques (réseau mondial des Pactes Plastiques de la Fondation<br>Ellen MacArthur)  |  |  |

# Panorama des distinctions et prix décernées au Groupe Rocher et ses marques 120

# **Groupe Rocher**

10ème place Alexandra Ferré (Directrice Impact & RSE Yves Rocher) Classement 2023 des 35 leaders positifs de moins de 35 ans – Les Echos START & Positive Planet – France

# Yves Rocher

Prix Beauté Santé 2023 Filler Végétal Sérum Repulpant Surconcentré – Catégorie Soin Visage Anti-Âge – Santé Magazine – France

<sup>119</sup> Liste non exhaustive

<sup>120</sup> Liste non exhaustive

Prix Experts de la rédaction Parents 2023 Cica-crème Réparatrice - Catégorie Beauté femme - France

Prix Vénus Version Femina 2023 ClCica-crème Réparatrice – "Autres circuits" Catégorie Corps – France

Grand Prix Avantages de la Beauté 2023 - Meilleure enseigne non multimarque - Magazine Avantages - France

Meilleur produit soin de la peau Sérum Oléo-Infusion de Rose - ELLE Beauty Awards 2023 - Italie

Enseigne de l'année 2023-2024 - Catégorie Parfumerie - Insegna dell'Anno Italia - Italie

Enseigne web de l'année 2023-2024 - Catégorie Parfumerie - Insegna dell'Anno Italia - Italia

Produit de l'année 2023 Gamme Capillaires Réparation - Catégorie soins capillaires - Élu produits de l'année - Maroc

2ème place Supra Essence Correctrice Sérum - Catégorie Luxe Meilleur sérum - Cosmopolitan Beauty Awards 2023 - République tchèque

2ème place Démaquillant Express Yeux Pur Bleuet – Catégorie Grand public Meilleur démaquillant – Cosmopolitan Beauty Awards 2023 – République tchèque

3ème place Gel Douche Concentré Olive - Catégorie Grand public Meilleur soin écologique corps - Cosmopolitan Beauty Awards 2023 - République tchèque

Prix Entreprise responsable – Laur Konsumenta 2023 – Pologne

#### **Petit Bateau**

Prix #ONG Marque Petit Bateau & Water Family – Grand Prix de la Marque Engagée® 2023 – Produrable & LinkUp – France Label Entreprise Patrimoine Vivant pour atelier de teinture usine Petit Bateau de Saint–Joseph à Troyes (Aube) – Label d'état rattaché au Ministère français de l'Économie distinguant des savoir–faire industriels et artisanaux d'excellence – France Prix Or Best Localization of an International Brand Petit Bateau & MADJOR (Labbrand company) – 2023 Transform Awards Asia – Chine

Prix Economie circulaire offre Petit Bateau Seconde Main – Impact Paris Summit du Hub Institute – France

#### Dr. Pierre Ricaud

Grand Prix Or meilleur site e-commerce 2023 – Prix des internautes – Grand Prix FAVOR'I Ecommerce FEVAD – France Prix Beauté Santé 2023 Crème anti-rides comblante – Catégorie Soin Visage Anti-Âge – Santé Magazine – France Prix Vénus Version Femina 2023 Crème anti-rides comblante – "Autres circuits" Catégorie Visage – France Stanhome

Power of Work Awards 2023 Stanhome Italia S.p.a - Goodwill Italia - Italie

Top 100 Excellence Sustainability Award Stanhome Italia S.p.a. – Italie

#### Sabon

Great Place To Work® Japan 2023 - Septembre 2023 / Septembre 2024 - Japon

Great Place To Work® Israel 2023 - Mai 2023 / Mai 2024 - Israël

Médaille de Bronze Exfoliant 2 en 1 Visage Rose de Damas – Catégorie Soin Visage nettoyant – Cosmétiquemag Awards 2023 – France

Prix Influencers' choice Exfoliant 2 en 1 Visage – Catégorie Exfoliant – Daily Vanity Beauty Awards 2023 – Singapour Prix Editor's choice Gommage Corps – Catégorie Gommage Corps – Daily Vanity Beauty Awards 2023 – Singapour

Prix Daily Vanity Team's Faves Gommage Corps - Catégorie Gommage Corps - Daily Vanity Beauty Awards 2023 - Singapour

Prix Experts' Choice Gommage Corps – Catégorie Gommage Corps – Daily Vanity Beauty Awards 2023 – Singapour

 $65\,prix\,et\,distinctions\,pour\,Sabon\,Japon\,en\,2023, liste\,non\,exhaustive\,disponible\,ici\,sur\,le\,site\,Sabon\,Japon\,:$ 

https://www.sabon.co.jp/special\_contents/BestCosmeAward

#### Arbonne

Meilleur Anti-Âge DermResults Illuminating Skin Therapy Concentrate – New You Award 2023

Bravo Global Good Award 2023

2023 DSA Awards Finalist in the Technology Innovation (Arbonne Live!) & Vision for Tomorrow (Sustainability) categories DSA Visions Digital Marketing Award

Sustainability Award - Direct Selling Association - Royaume-Uni

DSA Australia - Outstanding Campaign Award for Force for Good Initiative

Meilleure entreprise Impact Social - Women's Choice Award 2023

Meilleure entreprise Impact Environnemental - Women's Choice Award 2023

DSA UK Awards Recieved

RVP Jade Brimfield - DSA Star of The Year

NVP Michelle Sutherland - Environmental Star of The Year

ERVP Mary and Ben Sanjurgo - Partnership of The Year

#### Flormar

Best Face Product Skin Lifting Concealer - Watsons Beauty & Personal Care Awards 2023 - Turquie

Best Business Partner - Watsons Beauty & Personal Care Awards 2023 - Turquie

Personal Care Category - Bronze Brandverse SocialBrands Data Analytics 2023 Awards - Turquie

Best Marketing Team - Catégorie Personal Care - The Hammers 2023 Awards - Turquie

Great Place To Work® Türkiye 2023 - Mai 2023 / Mai 2024 - Turquie

Happy Workplace™ éé 2023 – Turquie

Happy Workplace™ éé 2023 – Cosmetics Industry – Turquie

Top 50 Leader CHRO pour Beste Şirin (Directrice Ressources Humaines Flormar) – Golden Leader Awards 2023 – Turquie

Top 50 Leader CMO pour Tuba Altunterim (Directrice Marketing Flormar) – Golden Leader Awards 2023 – Turquie

# Garantir des pratiques éthiques et lutter contre la corruption

Le Groupe Rocher est doté de règles de conduite explicites, communes et connues de ses membres en matière d'éthique et de lutte contre la corruption. Il se place à l'écoute des signalements de manquement grave, dont ses parties prenantes internes et externes souhaitent lui faire part.

# Opérer selon des règles claires et respecter des principes communs

Afin de garantir que ses filiales, ses collaboratrices et collaborateurs ainsi que ses parties prenantes opèrent dans le cadre de règles de bonne conduite et d'éthique communes, le Groupe Rocher revoit régulièrement et met à disposition de toutes et tous son Code de Conduite des Affaires. Les douze principes fondamentaux sont complétés par deux guides pratiques, relatifs à l'éthique et à la prévention & détection des conflits d'intérêts. L'ensemble de ces documents est consultable sur l'intranet du groupe et disponible dans onze langues.

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

Dans un objectif de progression constante, le Groupe Rocher a présenté, en 2023, à ses instances représentatives du personnel, son corpus de règles éthiques revu fin 2022 en matière d'éthique, d'anti-corruption et de conflits d'intérêts avec une modification des règlements intérieurs de plusieurs de ses entités.

# Recueillir les alertes et les signalements

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

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

Toute collaboratrice, collaborateur ou tiers du groupe qui aurait connaissance, ou suspecterait en toute bonne foi, une irrégularité ou une infraction dans le domaine économique et financier (écritures comptables, actes relevant de la corruption, pratiques anti-concurrentielles etc.) dans les domaines des droits humains et libertés fondamentales, de la santé et sécurité, de l'environnement, dans celui de la protection des données personnelles, ou tout acte ou comportement contraire aux règles éthiques du groupe, est encouragé à contacter la ligne éthique en écrivant à : ethics@yrnet.com. Ce dispositif de recueil des signalements s'inscrit en outre dans le cadre des obligations des lois françaises Sapin II et devoir de vigilance, auxquelles le groupe et ses filiales sont soumis.

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

Toujours dans une démarche d'amélioration continue, le Groupe Rocher s'est doté en 2023 d'un nouveau Guide pratique relatif au recueil des signalements.

Au titre de l'année 2023, le groupe a reçu 12 alertes, dont la majeure partie en lien avec la thématique RH, et il s'est avéré qu'aucune ne constituait une violation des droits humains.

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

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

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

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

En 2023, dans un contexte croissant de conflits locaux, le Groupe Rocher a souhaité développer une formation pour ses salarié(e)s relative aux Risques Voyages.

Dans le cadre du déploiement du Code de Conduite Fournisseurs, un programme de communication et de formation dédié est également en place (cf. page 71).

# Contrôler et auditer régulièrement les pratiques

Grâce à la Direction de l'Audit et du Contrôle Interne Groupe, le Groupe Rocher réalise régulièrement des audits de contrôle interne afin de vérifier, dans la mesure du possible, le bon respect des procédures de contrôle interne par l'ensemble des filiales du groupe. Les conclusions de ces audits sont partagées régulièrement au sein du Comité d'Audit et des Risques auquel participe le Comité Exécutif Groupe. En 2023, la comitologie des différentes instances Groupe concernées par ces sujets a été revue afin de renforcer le contrôle des pratiques.

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

Le Groupe Rocher met tout en œuvre pour traiter les données personnelles de façon transparente, responsable et sécurisée afin de renforcer la protection et la confidentialité de la vie privée de ses client(e)s et de ses salarié(e)s. L'évolution de l'industrie cosmétique vers de l'hyper-personnalisation crée intrinsèquement de l'hyper-identification à travers la transmission de données personnelles.

Par ailleurs, face à l'augmentation et l'évolution constante des technologies proposant des services innovants, la cybersécurité est un élément structurant pour défendre le groupe contre des attaques et menaces externes qui évoluent rapidement. De ce fait, le *Privacy by Design* et la *Security by Design* sont des processus clés dans la conception de la transformation numérique.

Aujourd'hui, la relation numérique du groupe avec ses client(e)s repose sur la confiance, des outils performants et des stratégies de cybersécurité renforcées. Les facteurs majeurs qui nourrissent cette confiance numérique sont la transparence dans l'information que le groupe fournit, ainsi que la confidentialité, la protection et la sécurité des données personnelles.

#### Consolider la confiance

En 2023, les actions suivantes ont été menées, permettant de consolider cette confiance :

- Le Groupe Rocher a mené l'enquête *privacy* pour la deuxième année consécutive avec Kantar auprès de 1 000 personnes représentatives de la population, hommes et femmes de tous âges, pour mieux comprendre leurs attentes, leurs besoins et les leviers de confiance en matière de protection et de sécurité de leurs données. Les résultats de cette étude ont été présentés au Comité Exécutif et à l'ensemble des Data Protection Officers (DPO) de toutes les marques et entités, afin de s'appuyer et capitaliser sur ces leviers de confiance. Cette année, la thématique de l'intelligence artificielle a été ajoutée dans l'enquête afin de mieux comprendre quel est le ressenti de la population française face aux enjeux de son utilisation responsable;
- L'année 2023 a été marquée par une forte influence de l'intelligence artificielle ("IA") dans le quotidien de l'entreprise, pour ses collaboratrices et collaborateurs et ses client(e)s. Afin de préparer une utilisation responsable de l'IA mettant en balance l'innovation avec la protection des droits fondamentaux, ainsi que la lutte contre les discriminations et biais des systèmes IA, le Groupe Rocher a créé un Comité de Gouvernance IA. Ce comité, mené par le DPO Groupe, réunit douze métiers différents pour construire les lignes directrices, analyser la conformité des projets utilisant l'IA et accompagner les salarié(e)s dans l'utilisation de l'IA générative dans leur quotidien au travail.

# Se protéger contre les cybermenaces

Afin de se protéger contre les cybermenaces représentant un risque pour les données personnelles, de pertes financières, d'atteinte à sa réputation, de modification ou la destruction de ses actifs numériques, le Groupe Rocher poursuit la mise en place d'une politique de sécurité informatique rigoureuse autour de cinq axes :

- L'implémentation de contrôle et de protection de l'information dans tout son écosystème informatique;
- L'intégration de la sécurité dans les projets afin de s'assurer que toute nouvelle application mise en œuvre au sein du système d'information est conforme aux exigences de sécurité. Le Groupe Rocher a mis en place un cyber score afin de garantir une intégration sécurisée du projet et selon le cas de son fournisseur dans l'écosystème du Groupe Rocher;
- Une plateforme de gestion des identités permettant d'assurer la sécurité des accès applicatifs des salarié(e)s au niveau mondial;
- La mise en place d'un Centre de Supervision de la sécurité (*Cyber Security Operation Center*), afin de détecter et bloquer différentes menaces et incidents, telles que l'usurpation d'identité, *ransomware*<sup>121</sup>, fuite d'information, attaque par déni de service ou *phishinq*<sup>122</sup>;
- L'adoption des bonnes pratiques de protection des données au quotidien, au travers de campagne de simulation de phishing tout au long de l'année.

En 2023, le Groupe Rocher a davantage renforcé sa posture en matière de cybersécurité en continuant la mise en œuvre des initiatives suivantes :

<sup>&</sup>lt;sup>121</sup> Ransomware: Un rançongiciel, logiciel rançonneur, logiciel de rançon ou logiciel d'extorsion, est un logiciel malveillant qui prend en otage des données personnelles

<sup>122</sup> Phishing: L'hameçonnage ou phishing est une technique utilisée par des fraudeurs pour obtenir des renseignements personnels dans le but de perpétrer une usurpation d'identité.

- Renforcement de l'Authentification Forte : une authentification forte augmentant ainsi la protection contre toute tentative d'usurpation d'identité. Cette mesure vise à garantir l'intégrité des accès aux systèmes critiques;
- Déploiement de l'EDR (*Endpoint Detection & Response*) : le Groupe Rocher s'assure régulièrement du déploiement de la solution EDR sur l'ensemble des postes de travail et serveurs. Cette initiative vise à améliorer la détection proactive des menaces et à renforcer les capacités de réponse à incident pour assurer la résilience du système informatique ;
- Surveillance (monitoring) accru des boîtes courriels des collaboratrices et collaborateurs sensibles (Comité Exécutif, assistant(e)s de direction, salarié(e)s de la Direction Générale Exécutive), ceci afin de détecter toutes tentatives de fraudes sur leur compte;
- Initiatives de sensibilisation : le groupe continue de promouvoir une culture de sécurité en amplifiant ses initiatives de sensibilisation. Une communication régulière sur le réseau social interne informe les collaboratrices et collaborateurs des dernières menaces et des bonnes pratiques en matière de sécurité. Des sessions de sensibilisation, accessibles tout au long de l'année, sont organisées pour renforcer les connaissances en sécurité et conformité à la protection des données.

Ces mesures démontrent l'engagement continu du Groupe Rocher envers la cybersécurité et sa volonté de garantir la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des données essentielles à ses activités.

Les équipes DPO et cybersécurité du Groupe Rocher se préparent également à de nouveaux défis réglementaires sous l'impulsion de l'Union Européenne, notamment liés à de nouveaux textes tels que l'Acte sur l'intelligence artificielle, l'Acte sur les marchés numériques, l'Acte sur la gouvernance des données et l'Acte sur la cyber-résilience.

Néanmoins, la vision du Groupe Rocher sur la gouvernance, la protection et la sécurité des données personnelles évolue continuellement pour être toujours en harmonie avec les attentes dynamiques et innovantes de la société et de ses communautés. Cette vision prend en compte les règlementations applicables, mais au-delà, elle se concentre sur la confiance de ses client(e)s et salarié(e)s ainsi que sur la responsabilité du Groupe Rocher en tant que protecteur des informations personnelles qu'ils lui partagent et des données d'affaires. Plus que jamais, les DPO et les expert(e)s en cybersécurité groupe sont là pour faire le pont entre l'innovation, la conformité et la sécurité.

# Agir de manière responsable en matière fiscale

Le Groupe Rocher soutient la vision selon laquelle les économies d'aujourd'hui ne peuvent que s'appuyer sur des systèmes fiscaux équitables, qui conditionnent la réalisation d'investissements responsables et permettent de générer une croissance durable.

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

La Politique Fiscale Groupe s'appuie sur les trois principes clés suivants :

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

La Politique Fiscale Groupe relève du Conseil d'Administration, qui l'approuve. La stratégie discale du groupe fait l'objet d'une information annuelle au Comité d'Audit. Le 1<sup>er</sup> septembre 2023, un premier comité s'est réuni pour présenter aux administratrices et administrateurs la Politique Fiscale Groupe.

# L'approche du Groupe Rocher en matière fiscale

La Politique Fiscale Groupe est déterminée de façon à aligner création de valeur et localisation des profits et à s'adapter aux diverses évolutions opérationnelles et organisationnelles. Elle est définie dans un souci de dialogue permanent, que ce soit avec les opérationnelles et opérationnels ou les administrations. Elle permet de s'assurer que chacune des filiales du groupe supporte la charge cohérente d'impôt due. Le groupe veille à se conformer à l'ensemble de ses obligations fiscales, internationales, régionales ou locales.

En matière de prix de transfert, le groupe s'assure que ses différentes transactions intragroupes soient conduites dans le respect du principe de pleine concurrence et qu'elles suivent les lignes directrices de l'OCDE 123. En effet, en raison de sa présence géographique dans plus de 118 pays les entités du groupe sont engagées dans de nombreux flux transfrontaliers qui consistent majoritairement en des flux de ventes de produits, de prestations de services rendus par les équipes centrales aux différents sites du groupe et de redevances facturées en contrepartie de la concession de droits incorporels. La détermination des prix de transfert applicables à ces transactions transfrontalières et le respect des obligations fiscales qui en découlent revêtent donc une importance particulière. En matière de compliance (conformité), le groupe veille à respecter la structure à trois niveaux préconisés par l'OCDE : rédaction d'un fichier principal groupe, rédaction de fichiers locaux, déclaration du "reporting pays par pays".

Dans un souci de transparence, le groupe accorde par ailleurs une importance particulière au fait de nouer une relation de confiance avec l'ensemble des parties prenantes de la sphère fiscale, y compris les administrations. Comme les années précédentes, en 2023, le groupe a échangé à de multiples reprises avec l'administration fiscale française dans le cadre du partenariat fiscal conclu en 2020.

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

La fonction fiscale est assurée en central par la Direction Fiscale, qui est rattachée à la Direction Finance & Legal Groupe et en local par les relais appropriés. Lorsque cela est nécessaire, les intervenant(e)s en fiscalité du groupe sont assistés par des conseils externes. Toutes les intervenantes et tous les intervenants en fiscalité du groupe travaillent en étroite collaboration avec les salarié(e)s du groupe.

# **Performance**

Compte-tenu des résultats 2023, aucune charge d'impôts sur les sociétés au niveau du groupe n'a été enregistrée.

Le Groupe Rocher a contribué en France à hauteur de 36,6 millions d'euros au titre des prélèvements obligatoires (taxes sur les salaires, taxes locales, droits de douanes, autres taxes diverses).

<sup>&</sup>lt;sup>123</sup> OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques.

# Annexes

# **ANNEXES**

# Note de méthodologie

#### Choix des indicateurs

La démarche de reporting extra-financier du Groupe Rocher a été établie sur la base de :

- L'article 116 de la Loi NRE (Nouvelles Régulations Économiques) de 2001;
- L'article L. 225-102-1 du Code de commerce, revu suite à de la transposition de la Directive 2014/95/UE sur la déclaration de performance extra-financière, et précisé par le décret n° 2017- 1265 ;
- Loi n° 2016-1088 du 8 août 2016 relative au travail, à la modernisation du dialogue social et à la sécurisation des parcours professionnels ;
- Décret n° 2016-1138 du 19 août 2016 relatif aux informations environnementales communiquées par les entreprises.

### Périmètre global

Par "Groupe Rocher" est entendu l'ensemble des sociétés détenues directement ou indirectement par la société-mère Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher, comme présenté dans les Comptes Consolidés au 31 Décembre 2023 (à exclusion des sites fermés durant l'année 2023).

La période de reporting de l'ensemble des indicateurs court du le janvier 2023 au 31 décembre 2023.

#### Exclusions des thématiques obligatoires

Compte tenu de la nature des activités du groupe, les thèmes suivants sont considérés comme ne constituant pas des risques RSE principaux et ne justifient pas un développement dans le présent rapport de gestion :

- Les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire ;
- La lutte contre la précarité alimentaire ;
- Une alimentation responsable, équitable et durable ;
- Les actions visant à promouvoir le lien Nation-armée et à soutenir l'engagement dans les réserves.

# DÉVELOPPER UN MODÈLE SOCIAL AU SERVICE DES SALARIÉ(E)S ET DE LA MISSION

# Périmètre de reporting

Le périmètre de consolidation pour la partie DÉVELOPPER UN MODÈLE SOCIAL AU SERVICE DES SALARIÉ(E)S ET DE LA MISSION est basé sur les effectifs au 31 décembre des filiales du Groupe Rocher ayant eu des salarié(e)s durant l'année 2023. Les données sont calculées selon le nombre de personnes avec un contrat actif et non en ETP (Equivalent Temps Plein).

Les effectifs totaux incluent l'ensemble des salarié(e)s quels que soit leur contrat (Contrat à durée indéterminée (CDI), Contrat à durée déterminée (CDD), Contrat de professionnalisation et Contrat d'alternance).

La répartition entre les hommes et les femmes, par zone géographique et par type de contrat et par activités sont consolidés dans le présent rapport incluant l'ensemble des filiales du groupe.

Au total, 93% des effectifs sont intégrés dans le système d'information RH Groupe (SuccessFactors). Les filiales non intégrées couvrent notamment les périmètres suivants: Petit Bateau international (hors Japon), Yves Rocher Cambodge/Myanmar/Ukraine/Vietnam/ Chine.

Les salarié(e)s du groupe connectés à l'outil SuccessFactors sont celles et ceux ayant une adresse e-mail professionnelle (hors ouvrières, ouvriers et personnel magasin) et dont l'entité juridique est intégrée au système.

Les taux de couverture varient selon les différents indicateurs présentés dans le document. Ces derniers sont détaillés cidessous sur la base des effectifs au 31 décembre 2023.

| Indicateurs  | Taux de couverture | Exclusions   |
|--|--------------------|--|
| Taux de mobilité   | 80,18%             | Périmètres non intégrés +<br>Yves Rocher Espagne, Portugal, Mexique, Suède, Hong Kong,<br>Dr. Pierre Ricaud,<br>Sabon France, Roumanie                       |
| Taux de<br>ressortissant(e)s<br>étrangères / étrangers   | 99,01%             | Yves Rocher Ukraine, Cambodge, Myanmar,<br>Petit Bateau Luxembourg, Suisse, Russie et Royaume-Uni  |
| Taux de salarié(e)s en situation de handicap             | 75,19%             | Des périmètres intégrés ont été exclus pour des raisons de protection des<br>données personnelles (législation locale et/ou non-consentement de la personne) |
| Nombre d'heures de<br>formations moyen par<br>salarié(e) | 80,94%             | Périmètres non intégrés +<br>SEP Redon,<br>Yves Rocher Allemagne, Suisse, Autriche, Standyr<br>Sabon Japon   |
| Taux de fréquence +<br>taux de gravité                   | 92,51%             | Périmètres non intégrés +<br>SEP Redon,<br>Yves Rocher Singapour, Pologne  |

Dans le paragraphe performance de la partie *Ecouter l'ensemble des salarié(e)s et faire grandir l'engagement,* l'enquête d'engagement *Tell Us* a été déployée sur le périmètre groupe (14 116 personnes invitées à répondre).

## Protocole de reporting

Les données quantitatives sont calculées directement au niveau central et issues de deux sources distinctes :

- De façon mensuelle et sur la base des données individuelles de chaque collaboratrice et collaborateur local(e) pour les entités intégrées dans le système d'information RH Groupe. La collecte s'effectue chaque mois via une interface automatisée (ou semi-automatisée comprenant une extraction automatique du système de paie local et un dépôt manuel sur le serveur central), et dans le respect des règles de protection des données personnelles.
- A l'aide de fichiers Excel types transmis par le groupe et complétés par les filiales en local pour les entités non intégrées.
   Les données sont ici agrégées par entités et non nominatives. La collecte s'effectue de façon trimestrielle ou annuelle selon la donnée.

Lors de l'import mensuel dans le système d'information RH Groupe, des contrôles automatiques sont mis en place par un algorithme pour garantir une qualité de données constante. La Direction RH Groupe vérifie dans un second temps leur cohérence et leur exactitude avec les contributrices et contributeurs locaux.

Les informations qualitatives sont apportées par la Direction RH Groupe et ses représentant(e)s et dans les filiales.

## **Définitions des indicateurs:**

<u>Effectifs</u>: les effectifs présentés incluent les salarié(e)s en CDI (dont les vendeuses et vendeurs représentant(e) placiers (VRP)), en CDD (incluant les contrats de professionnalisation), et les contrats d'alternance.

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

Nombre d'accident du travail: Evènement survenu par le fait ou à l'occasion du travail (excluant les accidents de trajet pour se rendre ou partir du lieu de travail). Nombre d'accidents de travail dont la date de début est comprise entre le 1<sup>er</sup> et le dernier jour de l'année 2023. En 2023, seuls sont comptabilisés les accidents du travail avec arrêt.

<u>Taux de fréquence</u>: Nombre d'accidents de travail avec arrêt d'un jour au moins rapporté au nombre d'heures théoriquement travaillées x 1 000 000. Les heures théoriquement travaillées sont comptabilisées sur la base d'un prorata du temps de présence annuel de chaque collaboratrice et chaque collaborateur et de la durée hebdomadaire théorique prévue dans son contrat de travail.

Nombre de jour d'absence : Nombre de jours d'absence du travail par incapacité temporaire (= différence entre la date du début de l'absence et la date de la fin de l'absence (retour)), en jours calendaires. Etant ici précisé, que le jour de l'accident est pris en compte dans le calcul des jours d'absence.

Taux de gravité: Nombre de jours d'absence rapporté au nombre d'heures théoriquement travaillées x 1000. Sont prises en compte les heures théoriquement travaillées. Les heures théoriquement travaillées sont comptabilisées sur la base d'un prorata du temps de présence annuel de chaque collaboratrice et chaque collaborateur et de la durée hebdomadaire théorique prévue dans son contrat de travail. Le nombre de jours d'absence lié à un arrêt se prolongeant sur l'année 2023 et résultant d'un accident survenu antérieurement sont pris en compte.

<u>Handicap</u>: la notion de personne en situation de handicap ne recouvre pas les mêmes réalités selon les pays du périmètre du groupe. Lorsque l'information n'est pas communicable par la filiale pour des raisons de protection des données personnelles (législation locale et/ou non-consentement de la personne), les salarié(e)s sont exclu(e)s du scope de calcul de l'indicateurs.

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

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

#### Périmètre de reporting

L'ensemble des indicateurs concernant les ingrédients cosmétiques sont reportés sur le périmètre Groupe Rocher Opérations - Arbonne, Sabon et Flormar sont en cours d'intégration.

#### Protocole de reporting

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

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

Les informations présentées concernant les matières premières sensibles sont directement fournies par les Directions Achats & Qualité et la Direction RI&D. Les informations portant sur l'activité cosmétique ne couvrent pas les Marques Flormar, Sabon et Arbonne.

#### Définitions:

- Une filière est une chaîne d'approvisionnement définie par un trio entre un ingrédient d'origine naturelle (végétale ou minérale), un fournisseur et une origine géographique.
- Une filière <u>stratégique</u> est une filière prioritaire d'ingrédient botanique, porteuse de valeur ajoutée pour les marques (en termes de revendication, d'efficacité, de spécificité, d'attentes consommatrice et consommateur, de fonctionnalité et/ou de volume). Elle est spécifique et tracée (jusqu'à l'ingrédient), maîtrisée (auditée tous les trois ans), engagée dans une démarche de développement responsable et durable.
- Une filière <u>responsable</u> est une filière engagée dans une démarche d'amélioration continue, pour laquelle la gestion du risque est prise en compte et dont l'impact positif peut être démontré sur au moins un pilier du développement durable, c'est-à-dire sur le plan environnemental, social et/ou économique (ex: lavande certifiée bio du Sud de la France).
- Une filière durable est une filière engagée dans une démarche d'amélioration continue, pour laquelle la gestion du risque est prise en compte et dont l'impact positif doit pouvoir être démontré sur les trois piliers du développement durable (ex : filière certifiée UEBT comme les ingrédients cultivés à la Gacilly ou filière certifiée bio & équitable comme le karité au Burkina Faso).
- Une filière botanique est une filière issue du végétal et dont l'ingrédient n'est que peu ou pas transformé physiquement

# AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ POUR PROTÉGER LE VIVANT

# Périmètre de reporting environnemental

#### Reporting 2023:

Au total, les données de 50 sites sont consolidées dans la partie environnementale du reporting.

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

Concernant les changements majeurs en 2023, l'intégralité des sites tertiaires ont été comptabilisés. Le site Yves Rocher Kazahstan a été intégré au périmètre de l'année 2023, sa cession ayant eu au cours du dernier semestre de l'année (octobre 2023). Pour les calculs à isopérimètre, les données 2022 ont été copiées en 2019 pour les sites ayant intégré le périmètre consolidé cette année afin de repartir sur la même base.

8 sites de production: Les sites des Villes Geffs, Ploërmel, Rieux, Flormar Production Kosan Sanayi, Petit Bateau Troyes, Sabon Kiryat Gat, Arbonne Levlad, Arbonne Chatsworth, Petit Bateau Tenmar Confection.

13 sites logistiques: Les sites de La Croix des Archers, La Villouët, Stanhome Les Lauriers Verts, Stanhome Italie, Petit Bateau Buchères, Yves Rocher Belgique, Yves Rocher Portugal, Yves Rocher Canada, Yves Rocher Maroc, Flormar Distribution Kosan Pazarlama, Sabon Logistique, Arbonne Headquarter & Logistique Irvine et Arbonne Greenwood Indiana.

29 sites tertiaires: 9 sites situés en France (Yves Rocher Rennes Beaumont, Les Gâtinais, Cap Connect à Issy-les-Moulineaux, L'Atelier des Primevères, l'Eco-Hôtel Spa La Grée des Landes, la Maison Yves Rocher, Rives Nature, La Bergerie et DJ Eclosarium), 19 sites tertiaires internationaux (Arbonne Northampton UK, Yves Rocher Roumanie, Yves Rocher Slovaquie, Yves Rocher Pologne, Yves Rocher République Tchèque, Yves Rocher Madrid, Yves Rocher Milan, Yves Rocher Hong Kong, Yves Rocher Thaïlande, Yves Rocher Ukraine, Yves Rocher Kazakhstan, Yves Rocher Chine, Yves Rocher Russie, Arbonne Sydney, Sabon Japon, Arbonne Mississauga Canada, Origami Stanhome, Yves Rocher Turquie, Flomar Offices, Sabon Offices).

Pour les indicateurs de consommations d'énergie la mention "groupe" ou "Groupe Rocher" fait référence à l'ensemble des sites du périmètre global environnemental à l'exclusion d'un site de distribution : Yves Rocher Canada. À isopérimètre 4 ans est exclu Petit Bateau Tenmar Teinture Tricot, Petit Bateau Réaumur et Arbonne Addison Texas. Sont affichés les données 2019 (baseline), 2021 et 2022.

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

<u>Pour les indicateurs de consommations d'eau</u> la mention "groupe" ou "Groupe Rocher" fait référence à l'ensemble des sites du périmètre global.

<u>Pour les indicateurs de performance eau</u> les consommations d'eau concernées sont les eaux à usage industriel pour les 8 sites de production et les 13 sites de logistiques du groupe à isopérimètre 3 ans ce qui exclut Petit Bateau Tenmar Teinture Tricot présent dans le groupe jusqu'au premier trimestre 2021.

<u>Pour les indicateurs déchets</u> la mention "groupe" ou "Groupe Rocher" fait référence à l'ensemble des sites du périmètre global environnemental à l'exclusion des sites tertiaires suivants: L'Atelier des Primevères, Yves Rocher Espagne, Arbonne Sydney Australie, Arbonne Northampton UK. A noter que les déchets du site des Gâtinais sont comptabilisés dans les déchets du site des Villes Geffs. A isopérimètre 4 ans sont exclus Petit Bateau Confection, Sabon Production et Logistique, Yves Rocher Madrid, Arbonne Mississauga Canada et Arbonne Northampton UK. Sont affichés les données 2019 (baseline), 2022 et 2023.

# Pour les indicateurs "émissions de gaz à effet de serre"

- sont comprises dans le scope 1 les émissions liées aux consommations de combustibles de l'ensemble des sites du périmètre global environnemental ainsi que les émissions liées aux consommations de carburants des 399 véhicules de fonction et de service du groupe;
- sont comprises dans le scope 2 les émissions liées aux consommations d'électricité et de chauffage urbain de l'ensemble des sites du périmètre global environnemental ainsi que les émissions liées aux consommations d'électricité et de chauffage urbain du parc de 1 171 magasins exploités directement par les marques du Groupe Rocher (fonds propres et succursales) dans le monde;
- sont comprises dans le scope 3 les émissions liées aux consommations d'électricité et de chauffage urbain des 1 196 points de ventes exploités sous les enseignes des marques du groupe en franchise, gérance libre, location-gérance, concession de surface et en commission-affiliation dans le monde;
- sont exclus de l'ensemble des indicateurs les 5 500 points de vente multimarques et exploités par des agents Groupe.

Les émissions de gaz à effet de serre des magasins sont constituées à 82% de données réelles et à 18% de données extrapolées (pour les magasins dans le scope 2 & 3).

#### Protocole de reporting

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

Le périmètre opérationnel des émissions GES comprend le scope 1 & 2 de la méthode de comptabilisation du GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol, standard international de comptabilisation carbone). Les facteurs d'émissions utilisés sont ceux de la Base Carbone® de l'ADEME. La part de l'électricité d'origine renouvelable pour chaque pays provient de l'Observ'ER (Observatoire des énergies renouvelables) pour les pays de l'Union Européenne et des données de l'IEA (https://www.iea.org/data-and-statistics/data-product/electricity-information) pour les pays hors Union Européenne. Lorsqu'un contrat spécifique est passé avec un fournisseur d'électricité proposant une offre d'énergie renouvelable supérieur au mix moyen du pays, les facteurs d'émissions pour l'électricité et la part de l'électricité d'origine renouvelable sont issus directement des documentations fournisseurs.

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

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

En 2023, la méthodologie de comptabilisation des émissions scope 3 a évolué comme suit sur les postes d'émissions : consommation d'énergie des sous-traitants, matières premières détergence et cadeaux et accessoires.

- Consommation d'énergie des sous-traitants : la méthodologie a été affinée en prenant en considération plus précisément le volume d'unités sous traités en fonction de l'implantation géographique des sous-traitants (utilisation du facteur d'émissions du pays d'implantation), mais aussi avec les données réelles de sous-traitants, notamment sur le textile, sur lesquelles l'extrapolation au reste de la sous-traitance textile a été effectué.
- Matières premières détergences: la méthodologie a été affinée sur la base de données spécifiques à ce secteur.
- Cadeaux et accessoires : grâce à une meilleure connaissance des matières composant les cadeaux la liste des facteurs d'émissions a donc été enrichie.
- **Fret :** les émissions ont été calculées à partir des données utilisées en 2022 et extrapolées en fonction des variations de nombre d'unités ou de chiffre d'affaires des différents périmètres.

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

<u>Périmètre</u>: La collecte des données d'activité est réalisée par marque, en dissociant les emballages des produits et des accessoires vendus et les emballages des cadeaux.

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

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

#### Périmètre de reporting

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

#### Protocole de reporting

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

Les données relatives aux alertes de la ligne éthique sont consolidées par la Direction Risques Groupe.



# Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher

Exercice clos le 31 décembre 2023

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



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

# Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher

Exercice clos le 31 décembre 2023

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

A l'Assemblée Générale,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC (Accréditation COFRAC Inspection, n° 3-1681, portée disponible sur www.cofrac.fr) et membre du réseau de l'un des commissaires aux comptes de votre société (ci-après « l' Entité »), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur la conformité de la déclaration consolidée de performance extra-financière, pour l'exercice clos le 31 décembre 2023 (ci-après la « Déclaration ») aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du Code de commerce et sur la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du Code de commerce (ci-après les « Informations ») préparées selon les procédures de l'Entité (ci-après le « Référentiel »), présentées dans le rapport de gestion en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du Code de commerce.

## Conclusion

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

# Préparation de la déclaration de performance extra-financière

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

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



## Limites inhérentes à la préparation des Informations

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

# Responsabilité de l'Entité

Il appartient à la direction de :

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

La Déclaration a été établie par le conseil d'administration.

#### Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

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

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

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

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

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



## Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du Code de commerce, à notre programme de vérification constitué de nos procédures propres (*Programme de vérification de la déclaration de performance extra-financière*, du 7 juillet 2023) et à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, notamment l'avis technique de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes, *Intervention du commissaire aux comptes - Intervention de l'OTI - Déclaration de performance extra-financière*, et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée)<sup>1</sup>.

# Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 821-28 du Code de commerce et le Code de déontologie de la profession. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle.

## Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de cinq personnes et se sont déroulés entre décembre 2023 et mars 2024 pour une durée totale d'intervention de douze semaines.

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

# Nature et étendue des travaux

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

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

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur;

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



- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce en matière sociale et environnementale et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2<sup>e</sup> alinéa du III de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article
   R. 225-105 du Code de commerce lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques;
- nous avons vérifié que la Déclaration comprend une explication claire et motivée des raisons justifiant l'absence de politique concernant un ou plusieurs de ces risques conformément au I de l'article R. 225-105 du Code de commerce;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
  - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés ;
  - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considéré les plus importantes présentées en Annexe 1. Pour certains risques (Diminuer l'usage du plastique, Proposer des produits de qualité et éco-conçus, Développer des achats durables au sein des chaînes d'approvisionnement), nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante, pour les autres risques, des travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et dans une sélection d'entités listées ci-après : La Villouët & Yves Rocher Rieux (France), Petit Bateau Troyes Murard et Buchères, La Maille Souple & Petit Bateau Issy-les-Moulineaux (France), Yves Rocher Italy (Italie), Stanhome Italy (Italie) et Yves Rocher Turkey (Turquie);
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 du Code de commerce avec les limites précisées dans la Déclaration;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'Entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considéré les plus importants présentés en Annexe 1, nous avons mis en œuvre :
  - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;



- des tests de détail, sur la base de sondages ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices listées ci-dessus et couvrent entre 20 % et 49 % des données consolidées sélectionnées pour ces tests (20 % des effectifs, 43 % des consommations d'énergie, 49 % des consommations d'eau);
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

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

Paris-La Défense, le 4 avril 2024

L'organisme tiers indépendant EY & Associés

Thomas Gault Associé, Développement Durable



Annexe 1 : informations considérées comme les plus importantes

| Informations sociales   |   |  |  |  |
|---|---|--|--|--|
| Informations quantitatives (incluant les indicateurs clé de performance)  | Informations qualitatives (actions ou résultats)  |  |  |  |
| Effectif total, répartition par sexe, contrats, activités, zone géographique.  Taux de fréquence, taux de gravité des accidents du travail (%).  Part des femmes au sein des Comités de Direction des marques (%).  | Les principes de responsabilité sociale. Les conditions de travail (santé-sécurité, bien-être au travail). Le développement des compétences et la gestion des carrières. La diversité (lutte contre les discriminations, égalité des genres, gestion des âges). |  |  |  |
| Informations enviro   | onnementales  |  |  |  |
| Informations quantitatives (incluant les indicateurs clé de performance)  | Informations qualitatives (actions ou résultats)  |  |  |  |
| Consommation d'énergie par unité de production pour l'activité cosmétique et détergence et pour l'activité textile (MWh/unité de production).   | Les mesure prises pour lutter contre le changement climatique.  Les mesures prises pour protéger la ressource en  |  |  |  |
| Emissions de gaz à effet de serre scope 1 et 2 (teq $CO_2$ ).   | eau.  |  |  |  |
| Consommation d'eau par unité de production pour l'activité cosmétique et détergence et pour l'activité textile (m³/unité de production).  | Les mesures prises pour diminuer l'usage du plastique.  |  |  |  |
| Poids du plastique mis sur le marché (tonnes).  | Les mesures prises pour agir en faveur de la biodiversité.  |  |  |  |
| Poids du plastique recyclé mis sur le marché (tonnes).  |   |  |  |  |
| Informations sociétales   |   |  |  |  |
| Informations quantitatives (incluant les indicateurs clé de performance)  | Informations qualitatives (actions ou résultats)  |  |  |  |
| Part des produits Petit Bateau majoritairement conçus à partir de matières éco-responsables (%).  Part des ingrédients botaniques issus de filières qualifiées de responsables par le Groupe Rocher (%).  Part des ingrédients conformes à la Politique Ingrédients Groupe (%).  Part de la dépense évaluée par EcoVadis (%). | L'approvisionnement et le choix des matières premières et ingrédients pour les activités cosmétique, textile.  Les actions d'identification, d'évaluation et d'atténuation des risques des fournisseurs.  |  |  |  |