



# RAPPORT D'ENGAGEMENT

## ESSENTIELS RSE 2023



GROUPE ROCHER  
reconnect people to nature



# SOMMAIRE

- 4 ÉDITO
- 6 ENTREPRISE À MISSION
- 8 GOUVERNANCE
- 9 PLAN STRATÉGIQUE
  
- 10 **ENGAGER NOS ÉQUIPES  
DANS NOTRE MISSION**
  
- 20 **ENCOURAGER UNE CONSOMMATION  
PLUS RESPONSABLE**
  
- 28 **PROTÉGER LA BEAUTÉ  
DE NOTRE ENVIRONNEMENT**
  
- 38 **FAIRE COMMUNAUTÉ  
AVEC NOS PARTIES PRENANTES**
  
- 48 **CONCLUSION**

# UN GROUPE INTERNATIONAL ENGAGÉ PAR NATURE

Le Groupe Rocher conçoit et commercialise depuis plus de 60 ans des produits qui respectent autant les citoyen(ne)s que leur environnement, sans transiger sur la qualité ni l'efficacité. Au fil des années, le groupe s'est développé par la création et le rachat d'entreprises ayant en commun leur engagement vis-à-vis de la société, la performance durable et la planète. Aujourd'hui, les marques du groupe en font un acteur international incontournable des secteurs de la beauté et du bien-être, de la maison et de l'habillement.



3 questions à **Marie Marache**,  
**Directrice Mission & Impact**  
et **Jean-David Schwartz**,  
**Directeur Général Exécutif**  
**du Groupe Rocher**

**La RSE\* est-elle une boussole dans un monde complexe et incertain ?**

**JDS** Nos modèles d'affaires doivent évoluer à la fois pour rester dans la course des attentes de nos client(e)s et pour s'inscrire dans les limites planétaires. La RSE est le véhicule qui permet d'éclairer cette nécessité et de fixer un cadre de réflexion et d'action pour répondre aux enjeux.

**MM** Notre vœu est que ce rapport d'engagement incite chacun(e) à adresser la même réponse à la complexité et à l'incertitude : embarquer nos équipes à agir en faveur de notre mission, encourager une consommation plus responsable, préserver la beauté de notre environnement et faire communauté avec nos parties prenantes.

**En quoi la RSE est-elle le levier de transformation le plus puissant du Groupe Rocher ?**

**JDS** Le Groupe Rocher a depuis longtemps cessé de considérer la RSE comme l'aiguillon avant-gardiste des mutations à opérer. Elle fait partie du quotidien des décisions et des arbitrages stratégiques et opérationnels. Pour devenir





# 2.2 MILLIARDS €

de chiffre d'affaires  
dont 61% en Europe

# 15 296

**COLLABORATRICES  
ET COLLABORATEURS**  
dont 81% de femmes

# 49% DE FEMMES

dans les comités de direction  
des marques et des métiers

**UNE FORCE DE VENTE  
DE + DE 1 MILLION  
DE PERSONNES**

**PRÉSENCE DANS 118 PAYS**

**ACTIONNARIAT  
FAMILIAL FRANÇAIS  
À 98.99%**

Le levier principal de la transformation, la RSE doit aussi s'occuper de la génération du chiffre d'affaires. L'objectif est clair : 1 euro de chiffre d'affaires doit être égal à 1 euro d'impact positif. C'est là que réside la vraie force transformative de la RSE.

**MM** La force de notre Responsabilité Sociale d'Entreprise réside aussi dans son potentiel à encourager l'innovation et la recherche de solutions durables aux défis actuels et futurs. En l'intégrant à sa stratégie, notre groupe renforce sa capacité à s'adapter aux changements économiques, sociaux et environnementaux. À l'échelle de notre groupe et de ses marques, notre RSE est un levier puissant pour activer des axes de résilience et maintenir une capacité d'adaptation rapide, tout en donnant un sens à nos activités.

**« Nos salarié(e)s constatent au plus près et au quotidien la sincérité et la constance de nos engagements. Leur reconnaissance est une immense fierté ! » Marie Marache**


**Quel est votre plus grand motif de fierté par rapport à vos ambitions RSE sur l'année 2023 ?**

**JDS** En 2023, via notre enquête annuelle d'engagement, nos collaboratrices et collaborateurs ont érigé une nouvelle fois les ambitions RSE de notre groupe en première place des facteurs de leur motivation.

**MM** Nos salarié(e)s constatent au plus près et au quotidien la sincérité et la constance de nos engagements. Leur reconnaissance est une immense fierté !



**STANHOME**

 **arbonne.**



# UNE ENTREPRISE À MISSION PIONNIÈRE

En devenant société à mission en octobre 2019, le Groupe Rocher a gravé dans le marbre sa vision de l'entreprise comme un écosystème durable combinant création de valeur et écologisme humaniste. Premier groupe international à adopter ce statut instauré par la loi PACTE\* française, le groupe a ainsi acté qu'au-delà de la recherche de profits, il entendait s'engager concrètement.



La parole à **Céline Orjubin,**  
**Membre du Comité**  
**de Mission Groupe Rocher**  
**& Présidente-Directrice Générale**  
**My Little Paris**

**Dans un contexte complexe et incertain, un doute peut surgir : à quoi sert le fait d'être une entreprise à mission ?**

Je répondrais que la mission montre le chemin face aux crises géopolitiques, aux catastrophes naturelles et aux défis économiques. Elle est une boussole pour une entreprise qui, comme le Groupe Rocher, s'attache à tenir le cap depuis sa création en 1959.

**« La mission montre le chemin face aux crises, elle est une boussole pour le Groupe Rocher. »**

Le fait que la mission du groupe soit de reconnecter les femmes et les hommes à la nature m'évoque ces mots de l'économiste Daniel Cohen : *« Il ne faut pas distinguer la réflexion de l'action. (...) Il faut commencer à vivre autrement, même si les gestes de départ sont symboliques, pour faire l'apprentissage d'un monde à inventer. Il faut ressentir non pas seulement de la tristesse face au monde qui se délite, mais de la joie pour celui qui est possible. »*

\* Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises

# NOTRE RAISON D'ÊTRE

En liant les destins des humain(e)s et de la nature, la raison d'être du Groupe Rocher projette ses parties prenantes dans un futur désirable qu'elles souhaitent construire ensemble. Un projet à long terme qui détermine le sens de leur action.

## RECONNECTER LES FEMMES ET LES HOMMES À LA NATURE

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

Raison d'être du Groupe Rocher – inscrite dans ses statuts depuis octobre 2019.



## LES TROIS OBJECTIFS STATUTAIRES DE NOTRE MISSION

Pour remplir sa mission au service du bien commun, le Groupe Rocher sensibilise et forme ses parties prenantes aux enjeux de la nature afin qu'elles passent à l'action.

**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.





## UNE NOUVELLE GOUVERNANCE

**En accord avec les meilleures pratiques de gouvernance des groupes internationaux, le rôle du Président du Conseil d'Administration du Groupe Rocher est de définir et de porter notre vision stratégique et notre statut d'entreprise à mission sur le long terme.**

Il appartient à la Direction Générale Exécutive d'assurer la conduite opérationnelle des affaires et le déploiement de la stratégie à court et à moyen terme.

L'ambition de s'appuyer sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) comme l'un des moteurs de la transformation du groupe est relayée à tous les niveaux de l'organisation. La Direction Mission & Impact Groupe pilote le déploiement de la stratégie RSE telle qu'elle est définie par la Direction Générale Exécutive Groupe.

Le Comité de Mission vérifie l'allocation des moyens et la cohérence des orientations du groupe avec la mission.

Enfin, chaque direction et chaque marque sont dotées d'un(e) Sponsor RSE, accompagné(e) sur le terrain par des Leaders RSE opérationnels et des correspondant(e)s RSE locaux.

À noter qu'en créant en 2021 un Comité d'Audit et des Risques, le Conseil d'Administration s'attache aussi à questionner la bonne intégration des risques environnementaux et sociaux dans les politiques RSE du groupe et de ses marques.

# UN PLAN STRATÉGIQUE À HORIZON 2030

Depuis 2022, le Groupe Rocher a débuté une phase de transformation impliquant une adaptation de ses organisations pour améliorer sa rentabilité, respecter ses engagements financiers et préparer l'avenir. Des réorganisations ont ainsi été entamées en 2023 et se poursuivront sur 2024.

## NOS QUATRE PILIERS RSE

### SALARIÉ(E)S

**Accompagner nos équipes  
comme actrices de notre mission**

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

### CLIENT(E)S

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

- Écoconception
- Consommation responsable
- Transparence



### ENVIRONNEMENT

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

- Biodiversité
- Carbone / Plastique / Eau
- Numérique responsable

### COMMUNAUTÉS

**Collaborer avec nos parties  
prenantes pour les engager  
dans notre mission**

- Achats responsables
- Impact sur les communautés
- Ancrage territorial





# ENGAGER NOS ÉQUIPES DANS NOTRE MISSION

Symbole de la vie en perpétuelle évolution, l'arbre illustre parfaitement notre modèle social *Groupe Rocher People*, vivant et en mouvement. Ses racines profondes sont la culture de la responsabilité, de l'audace et de l'exigence. Ce sont elles qui soutiennent et nourrissent notre engagement à devenir une entreprise encore meilleure pour le monde.





GROUPE ROCHER

*People*

# NOTRE MODÈLE SOCIAL

La parole à **Jeanne Renard,**  
**Directrice People & Mission Groupe Rocher**



**Pouvez-vous nous en dire plus sur *Groupe Rocher People* ?**

*Groupe Rocher People* est notre nouveau modèle social, décliné pour l'ensemble de nos activités dans le monde. Il intègre des droits et devoirs individuels et des évolutions nécessaires de notre culture collective (lire ci-contre). Il répond par ailleurs à trois nécessités : cibler les besoins de nos salarié(e)s pour nourrir leur engagement, adapter nos organisations et nos modes de fonctionnement à la stratégie de l'entreprise et intégrer l'innovation sociale dans nos pratiques. L'objectif à long terme ? Développer plus d'employabilité et de bien-être pour les personnes et plus de performance durable pour l'entreprise.

**Comment mettre en place ce modèle social dans notre contexte de transformation ?**

Dans notre contexte actuel de frugalité, les projets *Groupe Rocher People* seront lancés en fonction de nos priorités stratégiques et de nos capacités d'investissement. Les années 2024-2025 seront centrées sur l'adaptation de nos organisations et de nos modes de fonctionnement pour contribuer à ce que le groupe retrouve une certaine rentabilité et ainsi sécuriser des modèles d'affaires plus durables. Seront déployés, par exemple, une nouvelle approche managériale, la refonte du cycle de management de la performance, notre programme Diversité & Inclusion et un pilote France « *Travailler en santé* ».





GRUPE ROCHER

*People*

## **CULTURE**

Faire évoluer la culture d'entreprise et les comportements attendus au sein du groupe pour atteindre les objectifs stratégiques fixés.

## **SANTÉ, SÉCURITÉ ET BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL**

Mettre en place des actions de prévention, de mesure et d'action en matière d'accidentologie et de risques psychosociaux (RPS).

## **RECONNAISSANCE DES RÉALISATIONS**

Développer un cadre et des pratiques de reconnaissance communs (monétaires et non-monétaires) au sein du groupe via les modes de management, de rémunération et de communication.

## **APPARTENANCE AU GROUPE**

Respecter les différences et développer le sentiment de communauté et d'appartenance au groupe.

## **DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES**

Augmenter l'employabilité des personnes via le développement des compétences, les parcours de carrières, le mentoring, les mises en situation.

## **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.

# PARTAGER UNE CULTURE DE LA RESPONSABILITÉ

Respectueuse, exigeante et audacieuse, notre culture d'entreprise est à la base du modèle social du Groupe Rocher. Les connaissances, les savoir-faire et les savoir-être qui nous sont propres sont comme les racines d'un arbre. Elles donnent à chacun(e) la vitalité de se développer et de s'accomplir au sein du groupe.

## UNE ÉTHIQUE, DIX PRINCIPES

Ce qui est profitable ne se mesure pas seulement à l'aune économique et financière. On peut aussi l'évaluer par la force des engagements pris par le Groupe Rocher pour ses équipes. Nos engagements se concrétisent par dix principes de responsabilité pour aller plus loin que ce qu'exige la loi. Ces principes se déploient sur tous nos sites dans le monde.



## LA MÉTHODE OKR : OBJECTIVES AND KEY RESULTS\*

Cette méthode de gestion de la performance, que nous déployons depuis le début de l'été 2023, est un cadre nous aidant à définir et à atteindre nos objectifs de manière transparente, mesurable et alignée. Grâce à l'ensemble de nos managers déclinant pour chacune des directions et des marques du groupe ces OKR, nous pilotons ainsi nos ambitions de transformation pour les années à venir : rentabilité, désirabilité, engagement.

\* Objectifs et Résultats Clés



## VEILLER À LA SANTÉ, À LA SÉCURITÉ ET AU BIEN-ÊTRE DE NOS ÉQUIPES

La santé, la sécurité et le bien-être au travail sont les conditions *sine qua non* pour tou(te)s nos salarié(e)s dans le monde. Le Groupe Rocher s'engage à créer un collectif fort malgré un contexte complexe et incertain.

Que nos enjeux soient évidents (prévention des accidents du travail, réduction de la pénibilité, ergonomie...) ou plus intangibles (mise à disposition d'une ligne d'assistance pour le soutien psychologique et l'aide sociale, aménagement de l'équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle...), nous accordons une importance primordiale à ce que chacun(e) de nos salarié(e)s bénéficie d'un cadre propice à l'épanouissement et à l'atteinte de ses objectifs.

**78%**  
**DES SALARIÉ(E)S**  
ont une opinion positive  
de la sécurité au travail\*

**660**  
**MANAGERS**  
sensibilisés à la  
détection des signaux  
de détérioration  
du bien-être au travail

**160**  
**ACCIDENTS  
DU TRAVAIL**  
sur les différents  
sites du groupe (+54%  
versus 2022) : repenser la  
prévention des accidents  
du travail est une priorité  
en 2024 pour mieux  
assurer la sécurité de  
tou(te)s nos salarié(e)s.

\* Enquête d'engagement  
annuelle 2023 Groupe Rocher



# FAIRE GRANDIR LES PERSONNES

La réussite de la mission de notre groupe repose sur celle de nos salarié(e)s, nous souhaitons favoriser leur croissance professionnelle et personnelle. Cet engagement se traduit notamment par une écoute attentive de leurs vœux d'évolution de carrière.

**FAVORISER  
L'EMPLOYABILITÉ  
À TRAVERS  
LA FORMATION**

**8.49**  
**HEURES DE  
FORMATION**

ont été délivrées en moyenne à l'ensemble des salarié(e)s du groupe en 2023

**62%**  
**TAUX DE SATISFACTION  
FORMATION**

des salarié(e)s du groupe (+2 points versus 2022 et +7 points supérieur au panel de référence)

**+ DE  
500  
COLLABORATRICES  
ET COLLABORATEURS**

formés à l'intelligence artificielle (IA)

**ENCOURAGER  
L'ÉVOLUTION  
PROFESSIONNELLE**

**8.25%**  
**TAUX DE  
MOBILITÉ  
2023**

**MOBILITÉ INTERNE  
30%**  
**DES POSTES OUVERTS  
EN FRANCE**

affectés à des salarié(e)s du groupe en mobilité interne

**47%**  
**DES SALARIÉ(E)S  
ONT UN SENTIMENT  
POSITIF**

sur leurs possibilités d'évolution de carrière et professionnelles

**MIEUX  
DÉVELOPPER  
LES TALENTS**

La stratégie et les outils RH (Ressources Humaines) ont été redéfinis en 2023 pour mieux identifier et développer les talents de chacune des collaboratrices et de chacun des collaborateurs. Ce travail autour des compétences-clés pour le présent et l'avenir du Groupe Rocher se poursuit en 2024 et prendra fin courant 2025.

# RASSEMBLER UN COLLECTIF OÙ CHACUN(E) TROUVE SA PLACE

Le sentiment d'appartenance est l'expression de l'attachement et de la reconnaissance des salarié(e)s envers leur employeur. Il se cultive notamment par le respect. Objectif: favoriser un dialogue social constructif pour que chacun(e) s'intègre au sein d'un collectif favorisant l'égalité femmes-hommes, la diversité et l'inclusion.



## FAVORISER L'ENGAGEMENT

En 2023, le taux d'engagement des collaboratrices et collaborateurs était de 66%, soit 1 point de moins qu'en 2022 mais 6 points au-dessus du panel de référence.



## S'OUVRIRE À TOUS LES HORIZONS

En 2023, 74% des salarié(e)s ont exprimé une opinion positive sur le respect de la diversité et des différences dans le groupe, soit 10 points de plus que dans les industries du secteur.

La sensibilisation au handicap de 300 salarié(e)s sur nos sites français et la formation de près de 400 managers Stanhome au management inclusif sont l'illustration de cet engagement à donner sa place à chacun(e).



## ENTREPRENDRE POUR L'ÉGALITÉ

En 2023, trois femmes ont rejoint le Comité Exécutif Groupe, permettant à cette instance de compter désormais 27% de femmes, sur l'ambition de 50% de femmes et 50% d'hommes d'ici 2030. Suite à une étude, des rattrapages de salaire ont été réalisés pour certaines femmes sur le périmètre français, permettant d'atteindre le score de 93/100 d'index français d'égalité salariale entre les femmes et les hommes. Autre exemple concret de nos engagements en faveur de l'égalité femmes-hommes: Groupe Rocher Opérations et Yves Rocher France ont signé la démarche #StOpE (Stop au sexisme ordinaire en entreprise), qui sera déployée en 2024.



## NOURRIR LE DIALOGUE SOCIAL

En 2023, les équipes RH ont engagé une démarche de sensibilisation et d'information des salarié(e)s pour pousser leur participation et leur représentation à l'occasion des élections professionnelles. L'objectif? Favoriser un dialogue social constructif dans le respect des libertés syndicales en France et dans la centaine de pays où le Groupe Rocher est présent.

# FAVORISER LE SENTIMENT D'ACCOMPLISSEMENT



À l'heure où notre groupe se transforme et réinvente son modèle d'affaires, nous ambitionnons que nos salarié(e)s participent à ces évolutions.

La satisfaction des challenges relevés et la certitude d'avoir donné le meilleur sont nécessaires pour que nos équipes soient actrices de la transformation du groupe. Pour cela, nous éveillons, formons et inspirons pour que chacun(e) passe à l'action, quels que soient son métier, ses responsabilités et son ancienneté.

PRÈS DE  
**8000**  
SALARIÉ(E)S

(52 % des effectifs) ont participé à des actions de sensibilisation environnementale (*Nature Academy*, Fresque du Climat, conférences et webinaires, etc.) ou des expériences de nature (plantations ou permaculture, pratiques sportives en extérieur, récoltes de déchets, etc.) sur 43 sites en 2023

**4.7/5**  
TAUX DE  
SATISFACTION  
DES SALARIÉ(S)

ayant participé au programme *Nature Academy*

**165**  
SALARIÉ(E)S  
ont participé à une session de la Fresque du Climat en France en 2023

OBJECTIF DE  
**100** EXPERT(E)S  
MÉTIER(S) / AN

formés aux enjeux de durabilité liés à leur périmètre (achats responsables, écoconception, management inclusif, etc.), un objectif atteint en 2023 !

+ DE  
**2300**  
SALARIÉ(E)S  
formés aux « Essentiels RSE » avec un taux de satisfaction de 4.5/5



## UNE FORMATION AUX ESSENTIELS DE LA RSE POUR TOUTES ET TOUS !

La stratégie RSE du groupe n'est efficace que si elle est comprise et partagée par l'ensemble de nos équipes. Nous avons donc développé nos propres modules de formation en interne autour des enjeux RSE groupe et marques, pour renforcer la compréhension des valeurs, des principes et des pratiques de la RSE, ainsi qu'informer sur notre statut d'Entreprise à Mission, notre stratégie RSE, la transformation de notre entreprise et les engagements RSE des Marques Yves Rocher, Sabon, Stanhome ou Petit Bateau !



Lancée en 2020, la *Nature Academy* est un programme de sensibilisation aux enjeux liés à la nature pour l'ensemble de nos équipes composé d'une marche de la reconnexion dans un milieu naturel et d'un atelier d'intelligence collective sur les crises de la biodiversité. L'objectif est de proposer ce programme à la fois immersif et théorique dans le parcours d'intégration de chaque salarié(e) du groupe d'ici 2025.

# EXPRIMER DE LA RECONNAISSANCE À NOS SALARIÉ(E)S

Le Groupe Rocher fait évoluer ses pratiques en termes de reconnaissance salariale pour mieux remercier ses salarié(e)s pour leur engagement, valoriser leurs compétences et mieux célébrer leurs résultats.

L'année 2023 a donc été consacrée au passage en revue des rémunérations au sein du groupe pour vérifier leur pertinence sur le marché du travail et résoudre certains écarts de salaires injustifiés.

Concrètement, 26 expert(e)s de la Direction RH Groupe ont coté plus de 200 postes.





# ENCOURAGER UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE

Au-delà des consommatrices et consommateurs, nous voyons des citoyen(ne)s. Nous les aidons à choisir en conscience, dans la transparence, les produits dont ils ont besoin pour s'engager au quotidien. Qu'il s'agisse d'une habituée de nos instituts Yves Rocher, d'un client Stanhome ou d'un bébé en body Petit Bateau !





# CYCLE DE VIE DE NOS PRODUITS: TENDRE VERS UN CERCLE PLUS VERTUEUX

Le Groupe Rocher s'attache à réduire le plus possible les impacts de ses produits sur l'ensemble de leur cycle de vie. De la conception à la fin de vie, notre groupe innove pour avoir un minimum d'empreinte sur la biodiversité, le climat et les ressources.

## MATIÈRES PREMIÈRES

En 2023, 96% des fils de coton Petit Bateau sont issus de l'agriculture biologique et certifiée, tout en répondant aux attentes de qualité de nos client(e)s.

La liste des ingrédients non autorisés par Arbonne, qui interdit plus de 2 000 ingrédients courants, permet à la marque de donner la priorité à l'innovation basée sur des ingrédients à base de plantes.

## FABRICATION

Un nouveau protocole de nettoyage sur le site des Villes Geffs à La Gacilly permet d'économiser 15 000 m<sup>3</sup> d'eau par an lors de l'élaboration de produits d'hygiène et de soins du corps.

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







## FIN DE VIE

En 2023, 142 000 pièces de seconde main ont été collectées par Petit Bateau en France et 90 000 ont été revendues sur le site Internet de la marque et en boutique.

L'usine de production et le centre logistique de Flomar ont obtenu une certification Zéro Déchet décernée par le Ministère de l'Environnement turc en 2022.

## UTILISATION

En 2023, la Marque Stanhome a mis en œuvre des tests d'efficacité complémentaires pour démontrer que son liquide vaisselle *Degreaser* dégraisse efficacement même en eau froide (lire p. 25).

La Marque Dr. Pierre Ricaud a actualisé 100 % de ses fiches produits en 2023 pour plus de transparence auprès de ses client(e)s (composition, taux de naturalité, consignes de tri, etc.).

## DISTRIBUTION

En 2023, la Direction Retail Petit Bateau a mis en place un outil de supervision énergétique dans ses 138 boutiques européennes pour détecter et corriger les consommations anormales.

En 2023, les équipes transports du groupe ont optimisé le taux de remplissage des camions en direction des boutiques Yves Rocher de Marseille et de Bordeaux, avec six départs par semaine au lieu de dix. Bilan à l'année: 200 camions de moins sur les routes et 200 t de CO<sub>2</sub>e évitées.

# INCARNER LA CULTURE DE L'ÉCOCONCEPTION

Chacune de nos marques développe une offre de produits plus responsables en menant une démarche d'écoconception. Celle-ci repose sur une approche globale de réduction de l'impact environnemental sur l'ensemble du cycle de vie des produits, depuis le sourcing des matières premières jusqu'à la fin de vie.



La parole à **Sébastien Duprat de Paule, Directeur Recherche, Innovation & Développement Ingrédients Naturels Groupe Rocher**

L'écoconception commence par le choix d'ingrédients ayant un impact amélioré et limité sur l'environnement tout en assurant qualité, sensorialité et efficacité à nos client(e)s. Pour ce faire, notre groupe privilégie les ingrédients d'origine naturelle et assure une naturalité élevée de ses produits, tout en garantissant l'utilité de chaque ingrédient. Une charte exigeante écarte les substances controversées de nos formules et privilégie les formules impactant le moins possible la planète, tant en termes de production que de devenir dans l'environnement.



La parole à **Pascale Cochet, Directrice Qualité & Sécurité Humaine et Environnementale Groupe Rocher**

Les consommatrices et consommateurs ont raison, nous devons agir mieux et plus vite ! C'est pourquoi le Groupe Rocher fait partie des acteurs qui ont décidé de développer ensemble le Green Impact Index : un outil d'évaluation et d'affichage du score d'impact environnemental et sociétal de nos produits. Cette démarche d'écoconception, sous l'égide d'AFNOR Normalisation, nous engage à être transparent sur la base d'une cinquantaine de critères environnementaux et sociaux (lire p. 47).



## CHOISIR DES MATIÈRES PREMIÈRES QUI (SE) RESPECTENT

Nous sélectionnons les matières premières qui ont le plus faible impact sur l'environnement, sans transiger sur la sécurité, l'efficacité ni la qualité du produit fini. Pour y parvenir, notre groupe place l'écoconception au cœur de ses processus de recherche et développement, de qualification et d'approvisionnement en matières premières et en actifs. Nous avons défini des règles strictes à respecter concernant les ingrédients, avec une attention particulière portée au sourcing des ingrédients naturels d'origine végétale. À titre d'exemple : les treize plantes emblématiques de la Marque Yves Rocher, cultivées en agriculture biologique et en agroécologie à La Gacilly, ont renouvelé leur certification *Union for Ethical BioTrade* (UEBT) en juillet 2023.

## FAIRE RIMER « CONSOMMER » AVEC « S'ENGAGER »

Consciente de l'importance d'engager leurs client(e)s, chaque marque du groupe les accompagne vers une consommation plus éclairée. Par exemple, le liquide vaisselle *Degreaser* de la Marque Stanhome est efficace à froid, ce qui permet d'économiser l'énergie pour chauffer l'eau. Et, depuis 2023, Petit Bateau revend des dizaines de milliers de pièces de seconde main sur son site internet (lire p. 23). Nos engagements sont ceux de nos client(e)s !



## FAIRE ADOPTER DES RITUELS ENGAGÉS

En 2023, Yves Rocher a conforté sa place de numéro 1 en France des ventes de shampoings solides, en volume et en valeur. À travers cette innovation, la marque a incité plusieurs centaines de milliers de client(e)s à changer leurs habitudes pour un rituel beauté plus engagé, sans sacrifier l'efficacité et la sensorialité.

# INSPIRER UNE CONSOMMATION PLUS ÉCLAIRÉE

Le Groupe Rocher représente plus de 50 millions de client(e)s: autant de citoyen(ne)s qui souhaitent que nos marques leur inspirent une consommation plus responsable. Nous redoublons d'efforts pour leur donner raison de nous choisir.

## METTRE NOS CLIENT(E)S DANS LA BOUCLE

Les marques du Groupe Rocher incitent leurs client(e)s à adopter une nouvelle routine : celle de l'économie circulaire. Moins impactant pour la planète (et souvent pour le portefeuille), ce modèle économique consiste à réutiliser et recycler les produits le plus longtemps possible pour éviter les répercussions liées à leur fin de vie.

Ainsi, la Marque Yves Rocher a créé une filière de recyclage de ses packagings maquillage unique en France. Cette démarche a permis de collecter 1240 kg de packs usagés dans 650 boutiques en 2023, soit 2512 kg depuis 2021.

Le don est une autre manière d'allonger la durée de vie de nos produits. En 2023, près de 1200 000 produits cosmétiques et d'entretien et 14 000 vêtements Petit Bateau ont été donnés à des associations. Une démarche qui s'inscrit dans le cadre de la loi AGEC (Anti-gaspillage pour une économie circulaire) française à l'heure où 65 % des Français(e)s déclarent pratiquer une « *sobriété choisie* » dans leurs achats\*.



\* Observatoire de la consommation responsable 2023 Citeo et L'ObSoCo



## CRÉER DE LA VALEUR EN RESPECTANT CELLES DE NOS CLIENT(E)S

Réduire les impacts environnementaux et sociaux de nos campagnes en maximisant leur impact sur les habitudes de consommation : c'est le quotidien de nos équipes marketing & communication marques. Allier l'efficacité à la responsabilité se traduit notamment par l'élaboration d'offres plus vertueuses pour et avec nos client(e)s, le contrôle strict ou la collecte des supports à la fin de leur première vie, qui peuvent être récupérés par exemple en magasin Yves Rocher en France ou chez Arbonne.



## POUR UNE DOSE PLUS JUSTE

La concentration des formules fait partie de l'ADN de Stanhome et Kiotis. Pour éviter le gaspillage et réduire l'impact de leurs produits, ces deux marques sensibilisent leurs client(e)s à l'usage de la « juste dose » et facilitent l'adoption d'un comportement plus sobre pour la planète et pour un prix juste en commercialisant des gobelets doseurs.





# PROTÉGER LA BEAUTÉ DE NOTRE ENVIRONNEMENT

Depuis sa création, le Groupe Rocher est conscient que le destin de son activité est lié à celui de la nature. Notre entreprise contribue donc de manière volontaire à la protection de la biodiversité tout en participant à son échelle à la lutte contre le changement climatique et à un plus grand respect des ressources naturelles, comme l'eau.







# LA GACILLY, TERRITOIRE BAS CARBONE EN 2025

**10 000**  
EMPLOIS  
DIRECTS  
ET INDIRECTS

On y fait pousser le bleuet,  
la capucine ou encore  
la camomille romaine...  
On y cultive aussi des  
ambitions... Les sites de  
La Gacilly, en Bretagne,  
se transforment pour  
participer à atténuer  
le changement climatique  
et accroître leur résilience  
face aux enjeux de demain.

**1**  
SITE PILOTE  
POUR LA GESTION  
DURABLE  
DES HAIES



**13**

**PLANTES  
EMBLÉMATIQUES**

cultivées en agriculture  
biologique  
et en agroécologie  
certifiées UEET

Étendard de la stratégie  
bas carbone du  
Groupe Rocher, ce lieu  
emblématique prévoit  
de réduire de 75% ses  
émissions de gaz à effet  
de serre des scopes 1 & 2,  
tout en alimentant ses  
sites avec 85% d'énergies  
renouvelables d'ici 2025.

**60**

**SESSIONS DE  
SENSIBILISATION**

du grand public  
au numérique responsable  
depuis  
septembre 2022

# LIMITER NOTRE IMPACT SUR LA BIODIVERSITÉ

La nature offre une infinité de ressources et de services au groupe et à ses marques. En retour, nous agissons pour prendre soin de la bonne santé et de la diversité des milieux et êtres vivants.

## ÉVALUER LA DURABILITÉ DE NOS FILIÈRES BOTANIQUES

Les rituels quotidiens autour des plantes sont universels et nécessaires à l'alimentation et aux soins. Pour reprendre les mots de Monsieur Yves Rocher pour « rendre à la nature ce qu'elle nous a donné », le Groupe Rocher s'engage pour des approvisionnements respectueux du vivant. Entre autres exemples, notre entreprise 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, qui entrent dans la composition du monoï. Pour toujours mieux objectiver sa démarche, notre entreprise a mis à jour son référentiel d'évaluation de la durabilité de ses 480 filières végétales.



### OBJECTIF 2030

**100 %**  
D'INGRÉDIENTS  
BOTANIQUES

issus de filières  
responsables et durables

### 2023

**31 %**

DE FILIÈRES BOTANIQUES  
RESPONSABLES\*

### 2023

**12 %**

DE FILIÈRES BOTANIQUES  
DURABLES\*

**17 %**

DES SALARIÉ(E)S

du groupe appartiennent  
à un site ayant un plan  
de gestion biodiversité

EN **2023**

l'index de préservation  
des sols s'élevait à 0,4  
sur une échelle de 0 à 1  
(lire ci-contre).

\* Périmètre hors  
Arbonne, Sabon  
et Flormar (en cours  
de déploiement)





## RÉDUIRE L'ARTIFICIALISATION DES SOLS

Parce que les sols sont le tissu vivant de notre planète, le Groupe Rocher limite le plus possible leur artificialisation sur ses sites. Nous avons développé notre propre index de préservation des sols : le GRISP (*Groupe Rocher Index for Soils Preservation*). Il a une double vocation : connaître l'impact de notre foncier sur l'enveloppe terrestre et éclairer nos choix futurs d'implantations.

OBJECTIF

**100 %**

**DES SITES GROUPE**  
dôtés d'un(e) référent(e)  
biodiversité d'ici  
2030



## ORGANISER UN PLAN DE GESTION DE LA BIODIVERSITÉ

Des plans de gestion de la biodiversité sont élaborés et déployés progressivement sur l'ensemble des sites du Groupe Rocher. Pour faciliter la mise en œuvre de ces feuilles de route, les sites du groupe sont dotés de référent(e)s biodiversité en local.

# CONTRIBUER À LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

L'Accord de Paris de 2015 engage 195 pays à diminuer leurs émissions de gaz à effet de serre afin de maintenir l'augmentation de température en dessous de 2°C en 2100. Pour atténuer son impact sur le changement climatique, le Groupe Rocher contribue à son échelle à réduire ses émissions.

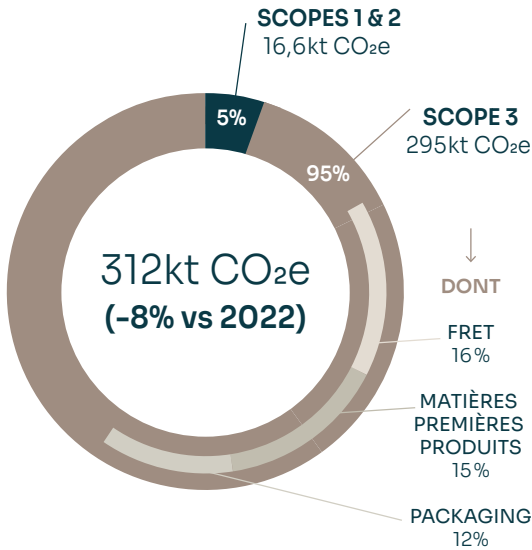
## FIXER DE NOUVEAUX OBJECTIFS BAS CARBONE

Pour émettre moins de gaz à effet de serre (GES) préjudiciables au climat, la stratégie bas carbone du Groupe Rocher s'appuie sur la maîtrise de ses émissions directes (scopes 1 & 2) et la réduction de ses émissions indirectes (scope 3). En 2023, le groupe s'est fixé pour objectif de réduire de 67% ses émissions de GES sur les scope 1 & 2 et de 44% sur le scope 3 d'ici 2030, par rapport à 2019. La validation de cette trajectoire par la *Science-Based Targets Initiative* (SBTi) est prévue en 2024. En plus de ces engagements, notre groupe contribue à préserver et développer les puits de carbone naturels en soutenant par exemple la Fondation Yves Rocher et son programme *Plant For Life*.

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





### SCOPE 1

Émissions de gaz à effet de serre (GES) de nos installations (usines, bureaux, etc.) ainsi que de nos voitures de fonction.

### SCOPE 2

Émissions de gaz à effet de serre (GES) liées à la production d'électricité, de vapeur et de froid.

### SCOPE 3

Toutes les autres émissions de gaz à effet de serre (GES), qui surviennent dans le reste de notre chaîne de valeur (achats de matières premières et d'emballages, transport des produits...).



## IMPLIQUER LES MÉTIERS ET LES MARQUES DANS LA GOUVERNANCE DES ENJEUX CLIMAT

La gouvernance des enjeux climat est pleinement intégrée à la gouvernance RSE Groupe. La Direction Mission & Impact Groupe a la charge de définir la Stratégie Bas Carbone et d'informer le Comité Exécutif deux fois par an des progrès réalisés vers l'atteinte de nos objectifs clés, notamment car la réduction de nos émissions de GES sur les scopes 1 & 2 est l'un de nos *Objectives and Key Results – OKR* (lire p. 14). Afin d'assurer un suivi spécifique de sa Stratégie Bas Carbone, le groupe a mis en place en 2021 un Comité Bas Carbone composé des représentant(e)s des 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 s'assurer de la bonne progression de nos ambitions bas carbone.

# LIMITER NOTRE UTILISATION DE LA RESSOURCE EAU

L'eau est indispensable à la vie tout autant qu'à notre entreprise. Sans ce liquide précieux, il ne pourrait y avoir de cosmétiques, de produits d'entretien ni de textiles. Dans un contexte d'augmentation de la demande en eau, de dégradation de sa qualité et de multiplication des sécheresses, nous agissons pour protéger cette ressource irriguant l'ensemble des activités du groupe.

## DÉPLOYER UNE POLITIQUE LIMPIDE

La Politique Eau Groupe est commune à toutes nos marques. Elle s'articule autour de trois axes :

**Collaborer avec nos fournisseurs et sous-traitants** nous permet de prendre en compte notre « *empreinte eau* » dans le choix des matières premières et

d'accompagner nos prestataires dans une meilleure gestion de leurs consommations.

**Fabriquer des produits qui respectent la ressource en eau** (peu ou pas de rinçage, formules biodégradables, réduction de l'impact des textiles sur les eaux de lavage...) est un autre impératif.

**Assurer une gestion responsable de l'eau** dans tous les sites du groupe en allant plus loin que ce qu'exige la réglementation. Pour relever ce défi, l'usage de l'eau est rendu plus efficient et des eaux usées sont recyclées en interne.



2023

**-37%**

**DE CONSOMMATION D'EAU INDUSTRIELLE**

versus 2019 en m<sup>3</sup> par tonne de produit fabriquée : objectif 2030 de -30% déjà dépassé et à redéfinir en 2024 !

**OBJECTIF 2030**

**100%**

**DE PRODUITS**

Petit Bateau certifiés OEKO-TEX® STANDARD 100 (certification qui limite entre autres la pollution de l'eau)



## La parole à **Jean-Marc Guillemet,** **Directeur des Opérations Petit Bateau**



Petit Bateau garde son cap d'un usage plus efficient de la ressource eau avec l'objectif de réduire de 95 % ses consommations d'eau d'ici 2030 par rapport à 2019.

Après des capteurs installés dans l'usine de Troyes pour traquer la moindre anomalie et toute une dynamique d'excellence opérationnelle pour analyser et améliorer les procédures existantes, notre nouvelle « *salle des machines* » est une innovation technologique précieuse pour atteindre cet objectif. L'atelier de teinture de notre site de Saint-Joseph a en effet été équipé en 2023 de quatre nouvelles machines de teinture dites « *à bain court* », c'est-à-dire plus économes en eau grâce à un meilleur rapport entre la quantité d'eau injectée pour traiter 1 kg de matière. De plus, elles sont munies de cuves de récupération afin de récupérer le maximum d'eau et de calories.

**« Présente depuis 130 ans à Troyes, la Marque Petit Bateau s'est fixée un cap de réduction de 95 % de ses consommations d'eau en 2030 versus 2019. »**



Les résultats sont déjà au rendez-vous avec, en 2023, une baisse de 40 % versus 2019, ce qui nous positionne parmi les meilleurs du marché.

L'investissement global de 5,3 millions d'euros a été financé à hauteur de 25 % par le plan France Relance et l'ADEME\* (au titre de la décarbonation de l'industrie), ainsi que par l'Agence de l'Eau Seine-Normandie (au titre de la préservation de l'eau).

Prochains défis pour notre marque sur son site industriel historique : recycler les eaux usées et récupérer les eaux pluviales.

\* Agence française de la transition écologique

A hand holding a yellow flower against a dark orange background. The hand is on the right side, and the flower is partially visible. The background is a solid, dark orange color.

# **FAIRE COMMUNAUTÉ AVEC NOS PARTIES PRENANTES**

**Des associations aux structures académiques en passant par les organisations professionnelles, les pouvoirs publics et les citoyen(ne)s, le Groupe Rocher dialogue au quotidien avec des centaines de parties prenantes externes. Notre ambition partagée ? Évoluer ensemble vers des modèles d'affaires toujours plus vertueux.**







# PANORAMA DES PARTIES PRENANTES EXTERNES DU GROUPE ROCHER

## GOUVERNANCE & TRANSPARENCE

Plateforme Impact  
Clear Fashion  
Union for Ethical BioTrade (UEBT)  
Consortium Green Impact Index (GII)

## ENTREPRISE À MISSION

Communauté des Entreprises  
à Mission (CEM)  
Ministère français de l'Économie,  
des Finances et de la Relance

## ENGAGEMENT SOCIAL

Groupement des Établissements  
de Services et Travaux (GESAT)  
#StOpE (Stop au sexisme  
ordinaire en entreprise)

## MATIÈRES PREMIÈRES

Responsable Mica Initiative (RMI)  
Union for Ethical BioTrade (UEBT)  
Groupement des agriculteurs biologiques-  
Fédération régionale des agrobiologistes  
de Bretagne (GAB-FRAB)





## INITIATIVES PROFESSIONNELLES

Fédération française des entreprises de la beauté (FEBEA)  
Responsible Beauty Initiative (RBI)  
Fédération de l'hygiène et de l'entretien responsable (FHER)  
Chaire BALI - Biarritz Active Lifestyle Industry

## BIODIVERSITÉ

Fondation pour la recherche sur la biodiversité (FRB)  
Programme Entreprise engagée pour la nature (EEN) de l'Office français de la biodiversité (OFB)  
RespectOcean

## CLIMAT

Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)  
Énergies citoyennes en Pays de Vilaine (EPV)  
Carbone 4

## PLASTIQUE

Feuille de route pour l'Économie Circulaire (FREC)  
avec l'ADEME (Agence française de la transition écologique)  
Pacte national sur les emballages plastiques  
(réseau de la Fondation Ellen MacArthur)

# FAIRE ADOPTER UNE MEILLEURE CONDUITE À NOS TRANSPORTS\*

## RÉDUIRE L'IMPACT DU TRANSPORT

Une Politique Transport Groupe a été formalisée en 2023 avec l'objectif de baisser de 30 % les émissions liées au transport d'ici 2030 versus 2019. Notre entreprise s'engage à réduire l'empreinte de ce poste d'émissions de GES majeur en diminuant les distances parcourues, en recourant à des modes de transport aux énergies alternatives, en optimisant le taux de remplissage des camions et des containers tout en garantissant le respect des délais de livraisons vers nos magasins et pour les colis envoyés directement à nos client(e)s (vente par correspondance et vente en ligne).



### La parole à **Sébastien Lepage,** **Responsable Transport Route** **Groupe Rocher**

Au sein du Groupe Rocher, piloter des flux de transport, c'est à la fois répondre aux besoins de nos marques, mais aussi aux enjeux du groupe en termes de coûts, de délais et de réduction de l'impact environnemental.

**« Nous développons des partenariats avec des fournisseurs engagés dans la réduction de leur empreinte carbone. »**

Pour soutenir cette dynamique, nous développons des partenariats avec des fournisseurs de transport engagés notamment dans la réduction de leur empreinte carbone. Le suivi et la maîtrise de nos émissions de CO<sub>2</sub>e au niveau local (sites bretons) font également partie de notre engagement vers l'objectif de baisser de 30 % les émissions liées au transport d'ici 2030 versus 2019.



\* Non exhaustif, voir Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF) 2023 du Groupe Rocher





## SOUMETTRE UNE NOUVELLE FEUILLE DE ROUTE À NOS TRANSPORTEURS

Le transport étant totalement sous-traité par le groupe (excepté pour les transports inter-sites), la réduction des émissions de GES de cette activité passe notamment par une performance plus durable de nos fournisseurs. En ce sens, des critères spécifiques ont été introduits dans les appels d'offres et ainsi dans tous les appels d'offres 2023. Notre groupe sélectionne désormais ses transporteurs en fonction de leur usage d'énergies alternatives et d'un taux de remplissage optimal, en plus des critères économiques. Objectif de la nouvelle feuille de route ? Assurer une transition progressive à l'échelle mondiale et livrer, dès 2024, 60% des magasins français via des modes de transport durables (électrique, gaz naturel liquéfié, etc.).

## La parole à **Vincent Beaufreton**, **Responsable Grands Comptes** **France DB Schenker**

DB Schenker France collabore étroitement avec le Groupe Rocher pour répondre efficacement à ses besoins spécifiques en matière de RSE sur la partie transports. C'est un partenariat gagnant-gagnant : il s'agit de livrer « mieux » en réduisant les émissions de GES tout en nous offrant des opportunités de croissance et un service de qualité pour acheminer les produits vers les magasins Yves Rocher.

**« Collaborer avec le Groupe Rocher nous pousse à nous améliorer pour proposer des services de transport toujours plus durables. »**

Du côté de DB Schenker, collaborer avec un acteur exigeant sur les enjeux RSE comme le Groupe Rocher nous pousse à nous améliorer pour proposer des services de transport toujours plus durables et renforce ainsi notre réputation et notre position sur le marché.

**DB SCHENKER**

# PARTAGER NOTRE ÉTHIQUE AVEC NOS FOURNISSEURS



## ALLER AU-DELÀ DU DEVOIR DE VIGILANCE

En tant qu'entreprise de plus de 5 000 salarié(e)s, le Groupe Rocher est soumis au devoir de vigilance pour prévenir les atteintes graves aux personnes, à la planète ainsi qu'aux règles économiques et financières. Notre Code de Conduite Fournisseurs formalise les dix engagements attendus de la part de l'ensemble de nos fournisseurs en réponse aux enjeux sociaux et environnementaux. Nos progrès sont tangibles. En 2023, notre Ligne Éthique (recueil anonyme de signalements de faits contraires à nos engagements) a été assortie d'un nouveau Guide Pratique. Le Groupe Rocher a d'autre part poursuivi en 2023 l'évaluation régulière de ses fournisseurs sur la base du référentiel EcoVadis : 66 % de nos fournisseurs, soit 389 prestataires évalués de manière indépendante, ont ainsi amélioré leur performance RSE.



### MÉDAILLE D'OR ECOVADIS

Soucieux de se faire évaluer selon le même standard que ses fournisseurs, 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 EcoVadis pour ses pratiques RSE avancées.

**82%**  
DU MONTANT  
DES ACHATS GROUPE  
COUVERTS

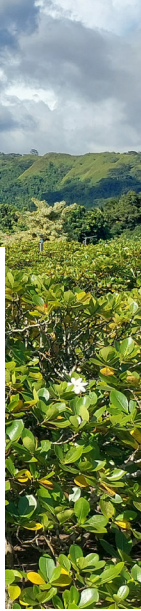
par le Code de Conduite  
Fournisseurs en 2023

### L'ÉTHIQUE EST AUSSI NUMÉRIQUE

Le Groupe Rocher emploie des stratégies de gouvernance, conformité et cyber-sécurité renforcées pour protéger les données personnelles de ses client(e)s et de ses salarié(e)s.



## S'AMÉLIORER ET INNOVER ENSEMBLE



## S'APPROVISIONNER À LA SOURCE D'ACHATS PLUS DURABLES

La Stratégie Achats Durables Groupe permet à nos équipes de mieux déployer nos engagements pour les personnes, nos sociétés et notre planète. Nommée SOURCE, cette stratégie intègre la RSE sur l'intégralité du cycle de gestion des fournisseurs. Y figurent les appels d'offres pour lesquels l'équipe Achats Groupe définit des critères sociaux et environnementaux.

Les équipes du Groupe Rocher sont en relation avec des milliers de fournisseurs. Des journées d'innovation organisées avec eux par l'équipe Achats Groupe favorisent les améliorations et les innovations vers plus de frugalité, de circularité et de naturalité. Autre exemple de bonne pratique en 2023 : la Marque Petit Bateau a formé à la recyclabilité des vêtements et aux enjeux d'écoconception textile ses fournisseurs et certains de ses partenaires internationaux via un webinar de 2 heures.

## DIVERSIFIER NOS PANELS

Le Groupe Rocher porte une attention particulière à l'intégration des entreprises du secteur adapté et protégé parmi ses fournisseurs. Objectif 2024 : réaliser au moins 75% du montant des achats d'activités d'assemblage auprès d'établissements spécialisés dans l'accompagnement des travailleuses et travailleurs en situation de handicap. Au sein du groupe, nous avons l'Entreprise Adaptée Les Primevères, créée par Monsieur Yves Rocher il y a plus de 30 ans.





# DONNER DE NOUS-MÊMES

Tandis que la Fondation Yves Rocher s'engage à planter 135 millions d'arbres partout dans le monde d'ici 2025 et à restaurer les haies, notre groupe et ses marques foisonnent d'initiatives de solidarité pour remplir notre mission.

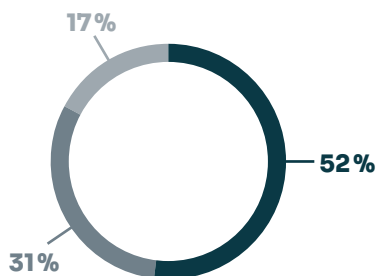


## DR. PIERRE RICAUD ET DONS SOLIDAIRES

Parmi les marques du groupe, l'une porte le nom d'un médecin de famille qui associait ses connaissances médicales aux vertus thérapeutiques des plantes. La Marque Dr. Pierre Ricaud inscrit l'attention aux autres dans son ADN. Conscientes de cet héritage, deux équipes de cette entité spécialisée dans la cosmétique anti-âge ont donné 70 heures de leur temps de travail en 2023 pour aider l'association Dons Solidaires à confectionner des kits de produits d'hygiène pour les personnes en situation de précarité. Une mobilisation qui vient en plus des dons de produits réguliers à l'association.

## S'ENGAGER PAR LA PHILANTHROPIE ET LE MÉCÉNAT

En 2023, le Groupe Rocher a consacré 7,39 millions d'euros à la philanthropie et au mécénat. Ce soutien a pris la forme, par exemple, du lancement en 2023 du programme de mécénat de compétences Petit Bateau : 50 collaboratrices et collaborateurs ont en effet plongé dans le grand bain de la sensibilisation aux côtés de l'association Water Family pour attirer l'attention des enfants sur les problématiques autour de l'eau.



### Répartition des montants de dons Groupe Rocher 2023

- Actions environnementales
- Actions sociales
- Actions diverses (dont Festival Photo La Gacilly)

# PARTAGER AVEC NOS PAIRS POUR SE TRANSFORMER

Des entreprises concurrentes qui s'allient pour le bien commun, cela a un nom: la coopération, un nom qui emprunte à la fois à la « coopération » et à la « compétition ». Le Groupe Rocher et ses marques participent avec leurs pairs à différentes collaborations pour aligner les intérêts de toutes les structures et organisations avec l'intérêt général.

## TRAVAILLER ENSEMBLE

Notre groupe et ses marques se transforment pour toujours mieux aligner nos valeurs durables avec la création de valeurs sociales et économiques. Parce que seul(e) on va plus vite, mais qu'ensemble on va plus loin, nous développons des liens avec d'autres entreprises soucieuses de respecter les personnes, nos sociétés et la planète. Le Consortium Green Impact Index dont le Groupe Rocher est membre fondateur aux côtés par exemple de Pierre Fabre et Léa Nature, vise à proposer un outil d'affichage de l'impact environnemental et sociétal des produits cosmétiques, de bien-être et de santé familiale (lire p. 24). Une manière d'affirmer nos convictions et de s'engager ensemble au nom du bien commun.



## S'AMÉLIORER EN BEAUTÉ

Le Groupe Rocher est membre de plusieurs instances de la Fédération française des entreprises de la beauté (FEBEA) pour échanger et élaborer des pratiques plus respectueuses du climat, de l'environnement et de la biodiversité avec ses pairs. Une démarche d'amélioration continue avec d'autres acteurs du secteur comme L'Oréal et L'Occitane.



### DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES RSE

Plus de de 2 300 salarié(e)s  
Groupe et Marques formés  
aux « Essentiels RSE » avec un  
taux de satisfaction de 4.5/5!



### MAGASIN ENGAGÉ

Déploiement du concept  
de « magasin engagé »  
Yves Rocher qui vise à réduire  
le gaspillage lors de nos  
campagnes commerciales  
et à collecter les emballages  
de nos produits, comme pour  
le maquillage, et qui a même  
remporté le prix 2023 du « Concept  
Retail » de Républik Retail.

# CÉLÉBRER NOS



### APPARTENANCE & CULTURE

Flormar Turquie certifiée pour  
l'année 2023 « Great Place  
to Work » et « Happy Place  
to Work », des références  
mondiales en matière  
d'expérience collaboratrice et  
collaborateur.



### PILOTAGE EXTRA-FINANCIER

Mise en œuvre d'outils  
de durabilité pour piloter  
les consommations d'énergie  
et d'eau dans l'ensemble des  
magasins et sites de production  
Sabon afin d'en réduire  
l'empreinte environnementale.





## FILIÈRES RESPONSABLES ET DURABLES

**81% des produits Petit Bateau confectionnés avec des matières écoresponsables** (conçues avec au moins 50% de fibres écoresponsables et certifiées contre 53% en 2022).



Dr. Pierre Ricaud

## IMPACT SUR LES COMMUNAUTÉS

**100% des salarié(e)s Dr. Pierre Ricaud impliqué(e)s** dans des actions au profit d'associations environnementales ou du programme *Femmes en cœur*.

# SUCCÈS 2023

## STANHOME

### ÉCOCONCEPTION

**Les produits dits « responsables »** (certifiés écolabel européen, Air Label Score et produits solides) représentent en 2023 40% du chiffre d'affaires des gammes détergence Europe Stanhome.

## ∞ arbonne

### CERTIFICATION B CORP

**La Marque Arbonne a été recertifiée B Corp en 2023** avec un score de 119.9 points (+43% par rapport à la première certification de 83.8 points).



Responsable de la publication :  
Direction Mission  
& Impact Groupe Rocher

Sources : Déclaration de Performance  
Extra-Financière (DPEF) 2021/2022/2023  
et Rapport du Comité de Mission 2023  
du Groupe Rocher

Crédits photos : Emmanuel Berthier,  
Ronan Mouchebœuf, Dominique  
Rolland, Groupe Rocher, Sabon,  
Yves Rocher, Petit Bateau, Stanhome,  
Dr.Pierre Ricaud, Arbonne, Flormar,  
Kiotis, Istock

Conception réalisation :  
Agence 3<sup>e</sup> étage

Juin 2024





«  
**Nous  
avons  
le devoir  
d'agir** »

**BRIS ROCHER,**  
Président Groupe Rocher