

RAPPORT DU COMITÉ DE MISSION

23 AVRIL 2021

Reconnect people to nature



GR

GROUPE ROCHER



RECONNECTER LES FEMMES ET LES HOMMES À LA NATURE.



Après une année marquée par des épisodes de confinement et par l'incertitude permanente autour de nos activités, le besoin irrésistible de se rapprocher de la nature, de la repenser, de la réintégrer dans nos modes de vie urbanisés et digitalisés, est devenu une quête primordiale pour chacun d'entre nous.

Lors de cette période particulière et unique, c'est grâce à notre résilience et notre adaptabilité que nous avons su renforcer nos liens, les resserrer, et réaffirmer nos valeurs. Ces valeurs, qui nous animent au quotidien, nous les avons concrétisées à travers notre mission : reconnecter les femmes et les hommes à la nature.

Depuis 1959, notre philosophie est demeurée intacte. C'est pour la faire vivre, notamment à travers notre mission, que nous allons continuer de nous dépasser et donner du sens à nos engagements. Nous le savons désormais, c'est en prenant soin de la nature que nous prenons soin de nous-même.

Dans ce contexte singulier et cette volonté de dépassement permanente, comment concilier notre mission à notre ambition pour 2030 ? Cette ambition 2030 revêt plusieurs aspects essentiels : prendre soin de nos communautés, faire preuve de plus de transparence, réduire notre impact environnemental en développant l'innovation frugale et maintenir notre ancrage territorial en protégeant nos écosystèmes locaux. **Entrons ensemble dans l'ère des marques post-missionnaires, celles qui ont inscrit durablement leur raison d'être au cœur de leur action.** ”

Bris Rocher,
Président Directeur Général Groupe Rocher

SOMMAIRE

ORGANISATION & GOUVERNANCE DE LA MISSION..... P. 4

**RECONNECTER LES FEMMES & LES HOMMES
À LA NATURE..... P. 5**

AVANCEMENT DES OBJECTIFS STATUTAIRES..... P. 7

**PROMOUVOIR LE LIEN ENTRE SES COMMUNAUTÉS ET
LA NATURE & OFFRIR DES EXPÉRIENCES DE BIEN-ÊTRE
GRÂCE AUX BIENFAITS DE LA NATURE..... P. 8**

**AGIR EN FAVEUR DE LA BIOVERSITÉ SUR
SES TERRITOIRES..... P. 15**

**DÉVELOPPER L'INNOVATION FRUGALE ET DES ACTIONS
DE CONSOMMATION RESPONSABLE..... P. 21**

**FAIRE DE LA GACILLY L'EMBLÈME D'UN ÉCOSYSTÈME
VERTUEUX..... P. 25**

CONCLUSION GÉNÉRALE DU COMITÉ..... P. 28

1

ORGANISATION & GOUVERNANCE DE LA MISSION

RECONNECTER LES FEMMES ET LES HOMMES À LA NATURE

Depuis le 24 octobre 2019, le Groupe Rocher est devenu société à mission, au sens de la loi PACTE (Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises). Au-delà de sa rentabilité économique, la mission du Groupe Rocher prend racine dans ses valeurs historiques et projette toutes les parties prenantes dans un futur collectif, liant les humains et la nature. La raison d'être de la société, au sens de l'article 1835 du Code civil, est la suivante :

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

Cette mission 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.

Dans ce cadre, le Groupe Rocher se donne pour mission de poursuivre les objectifs sociaux et environnementaux statutaires suivants :

- Promouvoir le lien entre ses communautés et la nature ;
- Offrir des expériences de bien-être grâce aux bienfaits de la nature ;
- Agir en faveur de la biodiversité sur ses territoires ;
- Développer l'innovation frugale et des actions de consommation responsable ;
- Faire de La Gacilly l'emblème d'un écosystème vertueux.

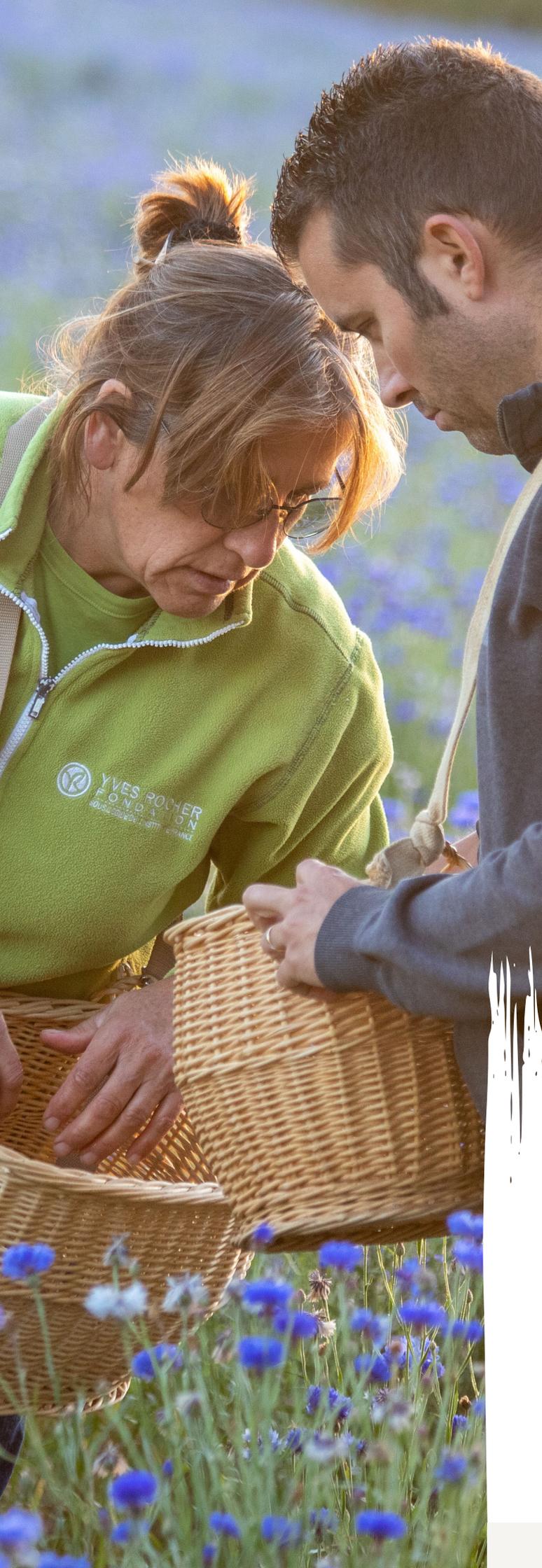
Enfin, la loi PACTE relative aux entreprises à mission prévoit la mise en place d'un comité de mission chargé exclusivement du suivi de l'exécution de la mission. Ce comité doit présenter tous les ans un rapport de mission.

Le comité de mission, constitué en décembre 2019, s'est réuni 3 fois depuis sa création (mars et juin 2020, mars 2021). Le présent document représente son premier rapport de mission après un an d'exercice.



Au 23 avril 2021, les membres du comité sont constitués à parité de membres internes et externes du Groupe Rocher :

- **Membres externes :** Mme Céline Orjubin, Mme Sophie Chassat, M. Allain Bougrain-Dubourg et M. Serge Papin
- **Membres internes :** Mme Nathalia Del Moral, Mme Claire Goudet, M. Eric Mesmeur et M. Jean-David Schwartz (président du comité)



Ce rapport se base sur les informations fournies par la Direction Développement Responsable du Groupe Rocher et notamment sa DPEF 2020 (Déclaration de Performance Extra-Financière), témoignant de la cohérence et de l'alignement des initiatives du Groupe Rocher pour nourrir sa mission. Ce rapport de mission fait l'objet d'un audit par l'OTI (Organisme Tiers Indépendant) du Groupe Rocher pour en vérifier l'exactitude des données et des engagements avant transmission finale au Conseil d'administration du Groupe.

Ce rapport fait mention des objectifs et réalisations 2020 afin de pouvoir mesurer la performance du Groupe Rocher au titre de ses objectifs statutaires d'entreprise à mission. Chacun des objectifs a été décliné sous la forme d'un engagement à horizon 2023 correspondant au prochain audit du rapport.

Enfin il est important de noter que toutes les marques se mettent en marche pour incarner la mission du Groupe Rocher. Chaque marque a donc démarré un travail sur sa raison d'être et sa mission singulière avec le double objectif de respecter sa propre histoire et ADN tout en s'inscrivant bien sûr dans la mission du Groupe Rocher. C'est un travail qui se déroulera tout au long de cette année et dont les travaux seront présentés au comité de mission au dernier trimestre 2021.

2

AVANCEMENT DES OBJECTIFS STATUTAIRES

PROMOUVOIR LE LIEN ENTRE SES COMMUNAUTÉS ET LA NATURE & OFFRIR DES EXPÉRIENCES DE BIEN-ÊTRE GRÂCE AUX BIENFAITS DE LA NATURE

Nous traiterons à dessein les 2 premiers objectifs de concert car ils sont intimement liés.

En effet, ils participent d'une même ambition de reconnexion physique, émotionnelle et intellectuelle des communautés du Groupe Rocher à la nature autour de 3 enjeux majeurs :

- #1 **Former**. Les équipes et partenaires sont formés à la compréhension des écosystèmes naturels et des enjeux sociaux. Ils se mobilisent autour de ces enjeux et agissent pour la mission du groupe.
- #2 **Faire vivre des expériences**. Chaque collaboratrice et chaque collaborateur vit une expérience de nature dans son site ou avec des partenaires locaux.
- #3 **Sensibiliser le plus grand nombre**. Acteur de cette mission ouverte sur le monde et partagée avec les sociétés, le groupe crée et tient un rôle de leader d'opinion concernant les bénéfices d'un lien entre humains et nature.

OBJECTIFS 2020

FORMATION

Création de la ligne éditoriale de formation et du dispositif d'animation pédagogique de la Nature Academy. Lancement d'un premier pilote de la Nature Academy pour adapter le contenu si nécessaire.

FAIRE VIVRE DES EXPERIENCES

Qualifier l'enjeu de la reconnexion à la nature et ses moyens de mesure en interne et enclencher le mouvement avec des premières actions locales.

MESURE DE L'IMPACT SOCIAL

Concevoir et déployer à l'international en externe et à l'interne un baromètre de mesure de la connexion à la nature.

PLAN D' ACTIONS MIS EN ŒUVRE

#1. Formation

Pour répondre à cet enjeu, le Groupe Rocher a lancé un **projet ambitieux et novateur : la Nature Academy**. L'objectif de ce programme de formation unique, associant compréhension et expérimentation, est de :

- › Fournir à toutes les collaboratrices et collaborateurs dans le monde, et partenaires de l'entreprise, des connaissances sur la nature et les enjeux environnementaux ;
- › Permettre aux collaboratrices et collaborateurs d'incarner un rôle d'ambassadeurs et de porte-parole de la reconnexion aux concepts de la nature ;
- › Donner aux parties prenantes du groupe les moyens d'agir et de prendre des initiatives pour se reconnecter à la nature ;
- › La Nature Academy sera déployée via un réseau de « connecteurs », des collaborateurs ayant la responsabilité de partager les contenus pédagogiques et d'organiser les expérimentations de nature dans leurs sites.

RÉSULTATS 2020



Le concept et programme pédagogique de cette Nature Academy ont été définis et un premier pilote a été réalisé en Octobre 2020 rassemblant 25 participants. Le comité de gouvernance international du Groupe Rocher (membres du comité exécutif et direction des marques) a également testé le concept en Février 2021. Sur la base de ces 2 pilotes, la Direction RH Groupe travaille désormais aux ajustements nécessaires ainsi qu'à une version déployable partout au sein du Groupe Rocher.

OBJECTIFS 2023 DE LA FORMATION

En 2023, l'objectif est de déployer cette formation à travers le Groupe Rocher pour atteindre 8 groupes de 10 connecteurs formant chacun 20 personnes, soit un total de **1 600 PERSONNES FORMÉES**. Sur cette lancée, l'objectif suivant est d'atteindre en 2025 20 groupes de 10 connecteurs déployés, soit **4 000 CONNECTÉS FORMÉS**.

#2. Faire vivre des expériences de reconnexion à la nature

Le Groupe Rocher a tout d'abord défini ce que reconnexion à la nature signifiait pour ses parties prenantes. Ce travail a fait l'objet d'une note de cadrage, d'une validation par le COMEX du groupe et enfin une présentation à toutes les directions des marques du groupe pour permettre le **déploiement de leurs actions de reconnexion**.

Ce cadrage peut être résumé par les quelques éléments suivants :

Que veut dire « Reconnect People to Nature » pour le Groupe Rocher ?

Il est important de se rappeler qu'à l'origine de la mission se retrouve un double bénéfice positif : l'humain se reconnecte à la nature, comprend son importance, et grâce à cette nouvelle relation, souhaite la protéger. Cette expérience d'interdépendance permet de faire évoluer la relation que nous avons avec la nature. La reconnexion désigne donc une évolution dans la relation humain-nature telle qu'elle existe aujourd'hui, inspirant des changements de comportements et de considérations à l'égard de la nature.

De quelles expériences parle-t-on ?

Le champ des expériences possibles est infini. La relation à la nature peut faire appel à l'éducation, à la sensibilisation, à l'exploration, au jeu, à la protection, à l'émerveillement... Les initiatives peuvent trouver leur cadre dans un parc en bas de chez soi, une rivière, un champ, une micro-foret urbaine, un terrain vague, l'observation d'une plante qui croît... Il n'y a pas de grande et petite nature, et toutes les natures sont l'objet d'émerveillement, d'interrogations et de découvertes.

RÉSULTATS 2020

Dès 2020, le Groupe Rocher s'est mis en marche et de nombreuses initiatives ont déjà été prises dans ce sens avec les résultats globaux suivants. Sur 9 955 employés (total groupe 2020 hors personnel magasins), nous avons recensé près de :

3 800 personnes

qui ont été sensibilisées à une thématique RSE

2 400 personnes

qui ont participé à une initiative biodiversité

1 200 personnes

qui ont vécu une expérience physique de nature en extérieur

Reconnect people to nature

implique de faire vivre des **EXPÉRIENCES DE NATURE QUALITATIVES**, les plus régulières possibles, au plus grand nombre. Ces expériences sont facilitées et proposées dans le cadre professionnel, témoignant de la proactivité du Groupe Rocher pour reconnecter les collaborateurs à la nature.





En lien avec la mission, la thématique 2020 du programme de mobilisation interne du Groupe Rocher, appelé **"We R Change"**, a encouragé tous ses collaborateurs à agir en faveur de la biodiversité. Des ateliers, des animations et des actions en plein air ont pris place au sein de nombreuses filiales à travers le monde et sont les témoignages directs et concrets des salariés qui n'ont pas attendus pour se connecter à la nature.

A titre d'exemple, en France, sur les sites d'Yves Rocher Rennes et du Groupe Rocher sur Issy-les-Moulineaux, les salariés ont été mis à contribution pour créer des potagers intergénérationnels, partagés et solidaires. Chez Yves Rocher Russie, ils ont pu semer des graines et des plantes et partager leurs semences, favorisant ainsi la multiplication des végétaux autour de leur filiale.

Chez Yves Rocher Maroc ou Benelux et Petit Bateau France, la biodiversité a motivé l'installation de ruchers pour repolliniser les environs des sièges sociaux de Marrakech, de Tournai et d'un hôtel à insectes à Troyes. Sur la même démarche, les sites bretons de Groupe Rocher Opérations ont bénéficié d'un accompagnement pour **comprendre la faune et la flore sauvage** autour d'ateliers comme la fabrication de nids d'hirondelles, de

parcours découvertes ludiques de mares et prairies des alentours, ou encore d'initiation à l'écoute des oiseaux.

Pour Yves Rocher Espagne, la reconnexion à la nature était de mise lorsque les salariés ont pu participer à un concours photo autour du thème du végétal et prendre des clichés de plantes ou fleurs. Quant aux salariés d'Yves Rocher Pologne, ils ont pu s'engager pour ramasser des déchets au niveau de parcs, de la forêt ou de rivières via une demi-journée dédiée.

OBJECTIF 2023 DE L'EXPÉRIENCE DE RECONNECTION

Il s'agit maintenant de déployer ces expériences de manière systématique et régulière à tout le groupe pour atteindre l'objectif du jalon 2023 : **100% DES SALARIÉS¹ AURONT VÉCU UNE EXPÉRIENCE DE NATURE DANS UN CONTEXTE PROFESSIONNEL AU COURS DES DEUX DERNIÈRES ANNÉES.**

SOURCE ¹ hors personnels magasins

#3. Mesurer l'impact social de la mission

Le Groupe Rocher a mis en œuvre une initiative pionnière en créant et déployant le premier baromètre mondial de connexion à la nature.

L'objectif premier est de contribuer à la connaissance du rapport des citoyens du monde à la nature dans laquelle ils vivent.

La première enquête a été menée en septembre/octobre 2020, auprès de 1 000 personnes sur 19 pays et **5 717 EMPLOYÉS AU SEIN DU GROUPE**.

Les résultats consolidés année après année vont permettre de construire un socle de solides connaissances réaffirmant la légitimité du Groupe Rocher comme influenceur sur les sujets de reconnexion avec la nature.



Les **enseignements majeurs de ce premier baromètre** peuvent être résumés ainsi :

- › La reconnexion à la nature est une réponse aux maux de notre époque. La corrélation entre la qualité de la connexion à la nature et le niveau de bien-être est clairement établie.
- › Une prise de conscience qui doit permettre de convaincre le plus grand nombre des bénéficiaires de la reconnexion à la nature et donc passer à l'acte.
- › Des pistes d'action qui émergent autour de deux axes principaux :
 - Un besoin d'expériences sensorielles liées à la nature ;
 - L'enjeu crucial de la transmission du goût de la nature par l'éducation.

- › Un contexte où le manque de temps et la distance imposent d'amener la nature au plus près des femmes et des hommes. Donc un réel enjeu social d'accessibilité au plus grand nombre.

A souligner aussi la création via ce baromètre d'un **indice composite de connexion à la nature**. Cet indice unique mesure 3 critères clefs :

1. Le degré d'attachement à la nature ;
2. Le degré de connaissance de la nature et ce qui la compose ;
3. L'intensité de la relation physique avec la nature.

Grace à cet indice, le Groupe Rocher souhaite suivre **deux mesures clés** :

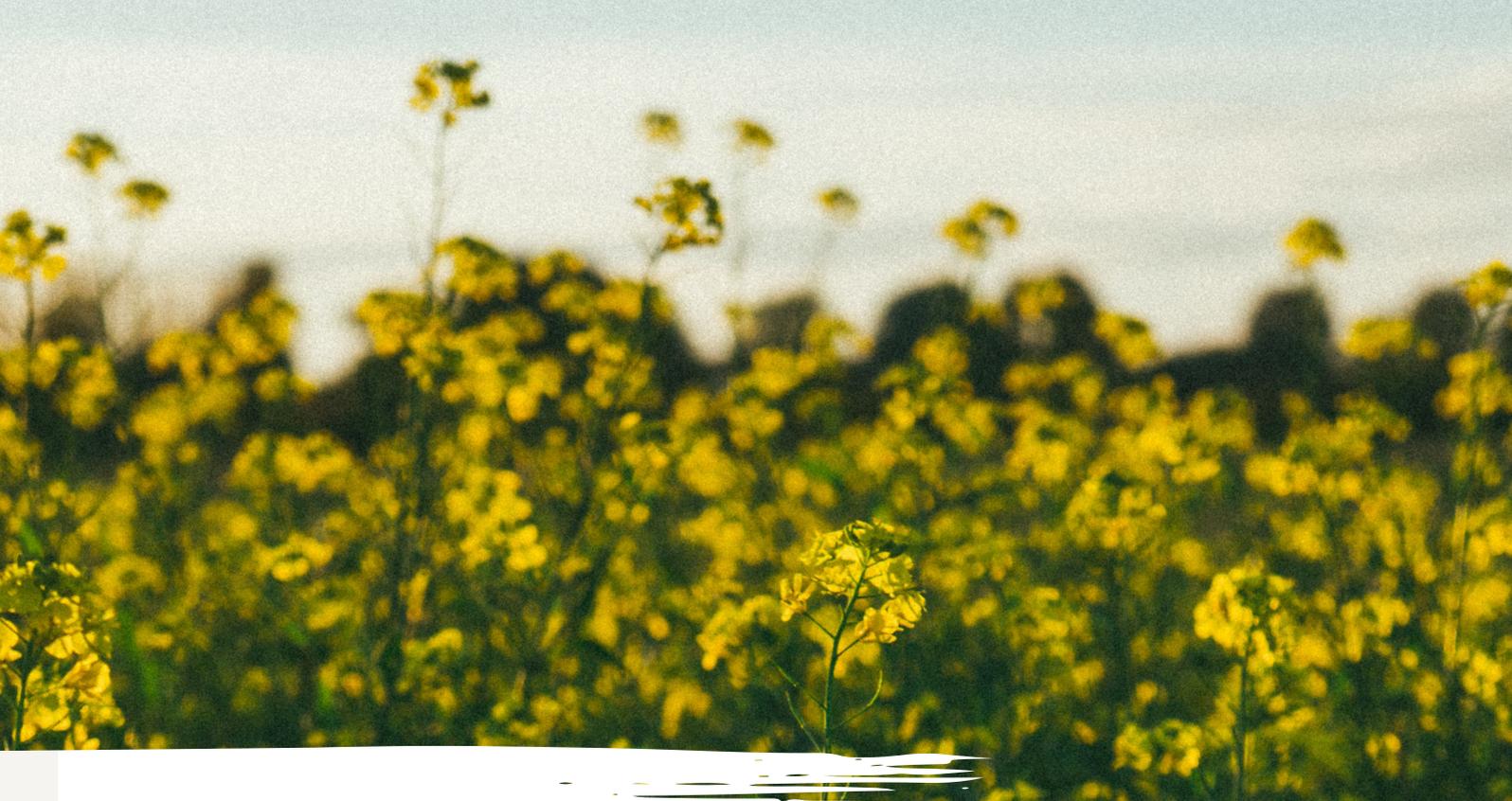
- › Si le résultat de connexion à la nature est meilleur au sein des communautés du Groupe Rocher, prouvant ainsi la portée de ses initiatives au groupe témoin mondial.
- › Comment évolue mondialement la qualité de connexion et quels sont les leviers d'amélioration.

RÉSULTATS 2020

Le résultat de ce premier indice de connexion est de

7,2 (sur 10)

pour les collaborateurs du Groupe Rocher. C'est un point de départ et de référence pour suivre les évolutions futures. Il est prévu de répéter ce baromètre tous les 2 ans pour avoir un vrai recul sur l'impact des actions.



OBJECTIF 2023

A horizon 2023, cet indicateur aura fait preuve de sa robustesse et servira donc à **mesurer objectivement l'impact social** de la mission du Groupe Rocher, en premier lieu auprès de ses collaborateurs, via un index reconnu et relayé par des institutions à l'international.

AXES DE TRAVAIL À POURSUIVRE

#1.

Comme le décrit sa raison d'être, Le Groupe Rocher souhaite **DIRIGER SES ACTIONS VERS SES « COMMUNAUTÉS »**.

Compte tenu de l'ampleur de la tâche qui prendra plusieurs années, le comité recommande de mettre en place un ordre de priorités clair par cercles successifs : employés, puis partenaires d'affaires (type franchisées magasins) puis clients puis parties prenantes au sens large (fournisseurs)...

#2.

Au sein même de chacune de ces communautés, les résultats du baromètre révèlent des disparités dans la qualité de la connexion à la nature. Dans les actions mises en œuvre, notamment la Nature Academy, le comité recommande de **CIBLER EN PRIORITÉ LES PUBLICS** qui pourraient en avoir le plus besoin (quelques exemples : personnes en situation de handicap, enfants du personnel ou scolaires avec la mise à disposition d'un matériel pédagogique spécifique).

#3.

Même s'ils ne sont pas accessibles à tous, le littoral, les eaux vives et la mer sont **DES ENJEUX MAJEURS DE PRÉSERVATION** mais aussi de découverte. Il y a un potentiel très important de « connexion » et de sciences participatives (sur le thème du plancton par exemple), ainsi que l'éveil des sens. Cela pourrait être un élément de réflexion pour la marque Petit Bateau car leurs activités industrielles sont consommatrices d'eau (pour la culture du coton et le processus de teinture notamment).

#4.

Dans le cadre de l'objectif de formation, le comité recommande également de **NOUER DES PARTENARIATS AVEC DES INSTITUTIONS** existantes pour accélérer et démultiplier son impact, comme des organismes de formation pour nourrir le contenu de la Nature Academy. Autre suggestion : tenter d'établir un lien entre les personnels du Groupe et les espaces protégés (réserves, parcs...) les plus proches via des partenariats locaux.

AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ SUR SES TERRITOIRES

SI LA MISSION DU GROUPE ROCHER EST DE RECONNECTER LES COMMUNAUTÉS À LA NATURE, UN DES PREMIERS DEVOIRS EN TANT QU'INDUSTRIEL EST DE LA PROTÉGER NOTAMMENT EN AGISSANT EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ TOUT AU LONG DE SA CHAÎNE DE VALEUR.

La démarche biodiversité du Groupe Rocher repose sur la conviction que la performance de l'entreprise est liée à la capacité de relier les enjeux d'économie et de nature.

La politique du groupe s'est construite à partir de l'expérience engagée sur le territoire de La Gacilly en Bretagne et repose sur 3 piliers indissociables :

- › Opérer en gestionnaire responsable des ressources naturelles sur les espaces physiques et sociaux des implantations du groupe,
- › Vivre par la pratique une vocation d'ambassadeur de la biodiversité auprès de tous,
- › Agir en pionnier d'un nouveau rapport au vivant par un travail continu sur l'évolution des pratiques.

OBJECTIFS 2020

En sus des initiatives déjà évoquées plus haut sur les actions de formation de ses communautés (Nature Academy) et de mobilisation interne (faire vivre une expérience de nature), les 2 autres priorités du groupe concernant la biodiversité sont :

- › La prise en compte des enjeux d'approvisionnement responsable de plantes par la qualification progressive des filières végétales cosmétiques (notamment avec l'UEBT) et textiles (coton).
- › Ancrer une démarche de management de la biodiversité dans le quotidien de tous les sites significatifs du groupe via des partenariats locaux avec des organisations comme la Ligue de Protection des oiseaux (LPO ou Birdlife à l'international).

PLAN D' ACTIONS MIS EN ŒUVRE

#1. Approvisionnement matières premières

Cosmétiques & détergences

Le Groupe Rocher définit des règles à respecter par toutes les équipes internes et par tous ses partenaires concernant les ingrédients. Ainsi, pour les ingrédients d'origine végétale, une « **Charte Plantes** », définit des règles strictes encadrant les filières d'approvisionnement, incluant notamment les actions suivantes :

- › **PROTÉGER** et respecter les espèces en danger ;
- › **PRIVILÉGIER** l'utilisation de plantes cultivées ou de parties renouvelables des plantes ;
- › **REFUSER** d'incorporer des ingrédients végétaux génétiquement modifiés ;
- › **FAVORISER** des filières issues de l'Agriculture Biologique (AB).

Pour que cette dynamique soit possible, dès les premières phases de développement, 2 critères sont regardés avec attention :

- › Une bonne traçabilité (dont une origine plante majoritaire connue) afin de s'assurer que la production soit issue d'une cueillette maîtrisée ou d'une filière agricole construite et responsable ;



- › Un partenaire solide, connaisseur du « process » dans sa globalité et impliqué localement.

Le groupe s'engage donc dans une politique d'évaluation des acteurs de la filière et le cas échéant dans des actions de soutien.

Une filière est une chaîne d'approvisionnement définie par un trio entre :

- › Un ingrédient d'origine naturelle (végétale ou minérale) ;
- › Un fournisseur ;
- › Une origine géographique.

Une filière emblématique est une filière prioritaire d'ingrédient botanique², porteuse de valeur ajoutée pour les marques (en termes de revendication, fonctionnalité et / ou volume). Elle est spécifique et tracée (jusqu'à la matière première), maîtrisée (auditée tous les 3 ans), engagée dans une démarche de développement responsable et durable.

TEXTILE

La politique d'achat des matières premières de Petit Bateau est conduite selon 3 axes :

- › **QUALITÉ** des fils et des fibres utilisés pour garantir la durabilité des produits de la collection Petit Bateau ;
- › **RELATIONS ÉQUILIBRÉES** avec les fournisseurs pour garantir la pérennité des partenariats Petit Bateau ;
- › **TRAÇABILITÉ** : les contrats d'achats de matières premières (filés) précisent l'origine des fibres et leurs spécificités.

Cela permet à Petit Bateau de contrôler et garantir la qualité des filés achetés. Ainsi, Petit Bateau s'interdit les origines de cotons suivantes : Ouzbékistan, Afghanistan et Syrie.

SOURCE ² Un ingrédient botanique est ainsi qualifié s'il porte une activité ou une revendication cosmétique, est d'origine végétale et n'a subi, en grande majorité, que des transformations physiques.

Les filateurs sont des partenaires connus. Le **niveau d'exigence qualité** de Petit Bateau et le taux élevé de couleurs claires imposent l'utilisation d'un coton très pur issu de cultures industrialisées. Petit Bateau travaille à intégrer des cotons issus de l'agriculture biologique tout en répondant aux attentes de qualité des clientes et clients du groupe.

Soucieux d'améliorer son impact environnemental et social, Petit Bateau s'engage dans une démarche d'amélioration continue de sa politique d'approvisionnement.

Cette nouvelle feuille de route clé permettra d'aller plus loin, de **mesurer les réductions d'impacts sur l'environnement**, de redéfinir la notion de produits éco-conçus pour Petit Bateau et de mieux la communiquer simplement aux « consommateurs » de la marque.

RÉSULTATS 2020

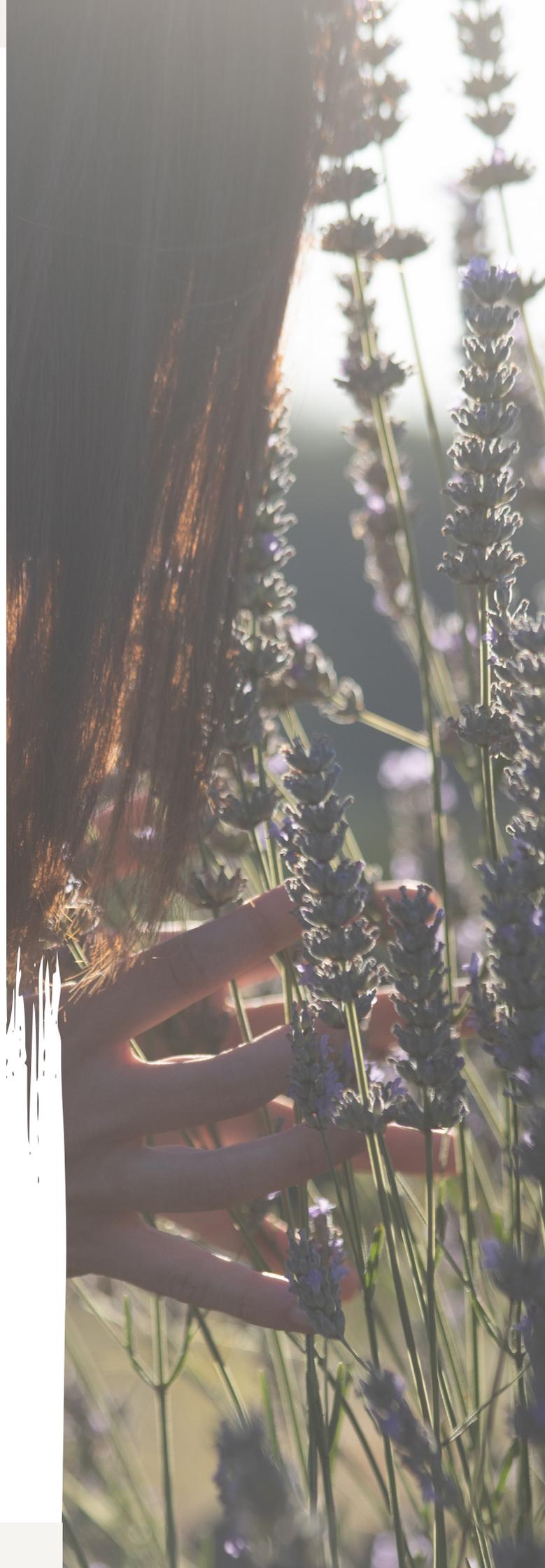
En 2020, le groupe opère

410 filières végétales
sur un ensemble de

179 plantes.

Les filières responsables et durables ont été définies selon plusieurs critères « indispensables » et « souhaitables » :

- Critères « indispensables » :
 - Traçabilité (provenance et identification botanique) ;
 - Engagement contre la déforestation avec des preuves, certifications et bonnes pratiques de collecte.
- Critères « souhaitables » :
 - Connaissance complète de la chaîne de valeur et provenance d'un pays sans risque social élevé ;
 - Bonnes pratiques agricoles dans une démarche d'amélioration continue.





Une filière durable respecte les critères « indispensables » et « souhaitables ». Une filière responsable respecte les critères « indispensables » et des engagements dans une démarche d'amélioration continue des critères « souhaitables ».

Pour aller plus loin sur ses filières d'ingrédients botaniques, la marque Yves Rocher s'est engagée en 2020 avec l'UEBT (« Union for Ethical BioTrade ») dans une démarche d'amélioration continue pour un sourcing responsable et durable.

Les ingrédients botaniques sont issus à **80%** de filières responsables (dont 100% pour les filières emblématiques) et à 57% de filières durables³.

En 2020, **13,8%** des produits de la collection Petit Bateau sont majoritairement conçus à partir de matières éco-responsables⁴.

SOURCE ³ Périmètre Groupe Rocher hors Arbonne, Sabon, Flormar. Ces 3 entités seront intégrées au périmètre de mesure de l'indicateur d'ici 2023

SOURCE ⁴ Composé d'au moins 50% de matières éco-responsables : coton bio, lin, matières recyclées, matières « upcyclées ». Par opposition aux autres matières : coton conventionnel, matières synthétiques non recyclées, etc

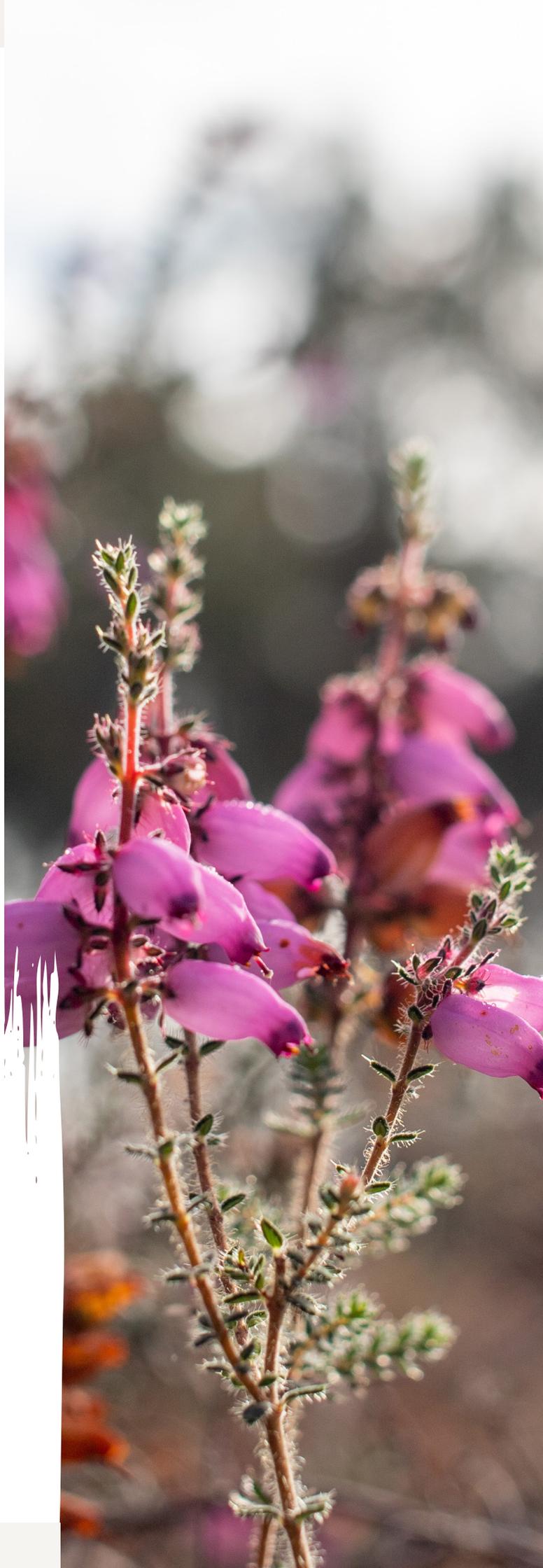
OBJECTIFS 2023

L'objectif de maîtrise des filières passera par le développement d'un pôle sur la France et sur la Bretagne en particulier : **POUR 2023, LES FILIÈRES EMBLÉMATIQUES À LA GACILLY (9 PLANTES) ET SUR LE MONOÏÀ TAHITI SERONT CERTIFIÉES UEBT.**

Par ailleurs, l'effort pour développer les protocoles d'accès et de partage des avantages sur les filières et les actifs qui le nécessitent, conformément au protocole de Nagoya sera maintenu. Cet objectif reste pertinent, même si réglementaire, car la manière de bâtir ces accès et partages des avantages avec les points focaux reste dans chaque cas, dans chaque pays y compris en France, un apprentissage mutuel avec les autorités.

Enfin, pour 2025, le taux de 100% des filières responsables est visé, grâce à l'accompagnement clé de l'UEBT pour renforcer notre système de sourcing des ingrédients botaniques, dans un contexte où les voyages et les audits restent pour la plupart documentaires, et que la compréhension réelle, réalisée sur le terrain agricole même, restera probablement limitée sur les 2 années à venir.

L'OBJECTIF FIXÉ PAR PETIT BATEAU EST D'AVOIR 50% DE PRODUITS DE SA COLLECTION CONÇUS MAJORITAIREMENT À PARTIR DE MATIÈRES ÉCO-RESPONSABLES EN 2023.



#2. Promouvoir la biodiversité sur les sites Groupe Rocher

Le Groupe Rocher déploie son exigence de préservation de la biodiversité pour ses propres sites.

Afin d'incarner les actions de préservation de la biodiversité dans une dynamique d'équipes, le groupe soutient depuis plus de 15 ans des **nouvelles recherches participatives**, et permet aux équipes industrielles bretonnes d'intervenir en tant que sentinelles biodiversité, dans la démarche refuge LPO des sites. Une prairie humide locale, précédemment peupleraie, est ainsi en cours de réhabilitation afin d'accueillir une biodiversité exceptionnelle, caractéristique de ces espaces menacés, entre terre et eau.

Les filiales tertiaires s'engagent aussi comme l'illustrent les exemples de la filiale Yves Rocher Benelux toujours active dans l'entretien de son jardin potager ou encore la filiale Yves Rocher Maroc avec les cultures de plantes d'herboristerie. Enfin un nouveau partenariat a été initié Porte de Versailles à Paris pour la gestion d'un petit jardin suspendu pour les équipes centrales Yves Rocher Business Development.

RÉSULTATS 2020

plus de **100** hectares

sont ainsi préservés en partenariat avec la LPO en Bretagne. En complément des autres sites français du groupe, Buchères, le site logistique Petit Bateau dans l'Aube, est désormais également classé « Refuge biodiversité », en partenariat avec la LPO.

OBJECTIFS 2023

Inspiré par l'expérience des sites de La Gacilly, le Groupe Rocher souhaite que **30% DE SES FILIALES/SITES DÉPLOIENT UN PLAN DE GESTION DE LA BIODIVERSITÉ** et/ou mettent en place au moins une initiative en faveur de la biodiversité, avec des partenaires locaux comme la LPO ou Birdlife international par exemple.

AXES DE TRAVAIL À POURSUIVRE

#1. Même si c'est une tâche complexe, il serait impactant d'établir un (ou plusieurs) indicateur(s) « **BIODIVERSITÉ** » pour le groupe. Cela permettrait de véritablement mesurer l'impact du Groupe Rocher au titre de sa raison d'être.

#2. Compte tenu des activités du Groupe Rocher, de ses implantations géographiques et de ses sources d'approvisionnement, le comité suggère de faire un focus particulier sur « **LE SOL VIVANT** » qui est un lieu de découverte et un indicateur de biodiversité.

#3. Concernant le soutien aux **ÉNERGIES RENOUVELABLES**, le comité souligne l'impérieuse protection des sites éventuels d'aménagement, notamment éoliens et photovoltaïques : pas d'engagements en ZPS (zone de protection spéciale), Natura 2000 et autres espaces sensibles.

DÉVELOPPER L'INNOVATION FRUGALE ET DES ACTIONS DE CONSOMMATION RESPONSABLE

CONSCIENT DE LA CRISE ENVIRONNEMENTALE, CLIMATIQUE ET DONC SOCIALE, LE GROUPE ROCHER S'ENGAGE À COMBINER LA CRÉATION DE RICHESSE ET LA RÉDUCTION DE SON IMPACT SUR LA NATURE. POUR CELA, LES INNOVATIONS INDUSTRIELLES, LOGISTIQUES ET COMMERCIALES SONT DES FACTEURS DÉTERMINANTS.

OBJECTIFS 2020

Parmi les multiples chantiers en cours, 2 axes majeurs constituent les priorités absolues du Groupe Rocher sur ce thème :

1. Lutter et s'adapter au changement climatique
 - Objectif 2020 : Réduire les émissions de CO₂ vs 2018
2. Diminuer l'usage du plastique
 - Objectif 2020 : Constitution d'un reporting PLASTIQUE à l'échelle du Groupe

PLAN D' ACTIONS MIS EN ŒUVRE

#1. Lutter contre le changement climatique

La lutte contre le changement climatique repose sur une transition énergétique mondiale réussie.

L'accord de Paris de 2015 engage par ailleurs 195 pays à diminuer leurs émissions nationales afin de maintenir l'augmentation de température en 2100 en dessous de 2°C, avec comme objectif 1,5°C (par rapport aux températures moyennes de 1870).

Pour atteindre cet objectif, il est nécessaire de réduire drastiquement les émissions anthropiques annuelles.

Le GIEC (Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'évolution du Climat) estime qu'il faudra réduire d'environ 45% les émissions annuelles d'ici 2030 (par rapport à 2010).

S'alignant sur ces ambitions, **le Groupe Rocher a construit sa stratégie carbone** afin de contribuer à sa mesure à l'objectif planétaire fixé par le GIEC en agissant sur les différents leviers suivants.

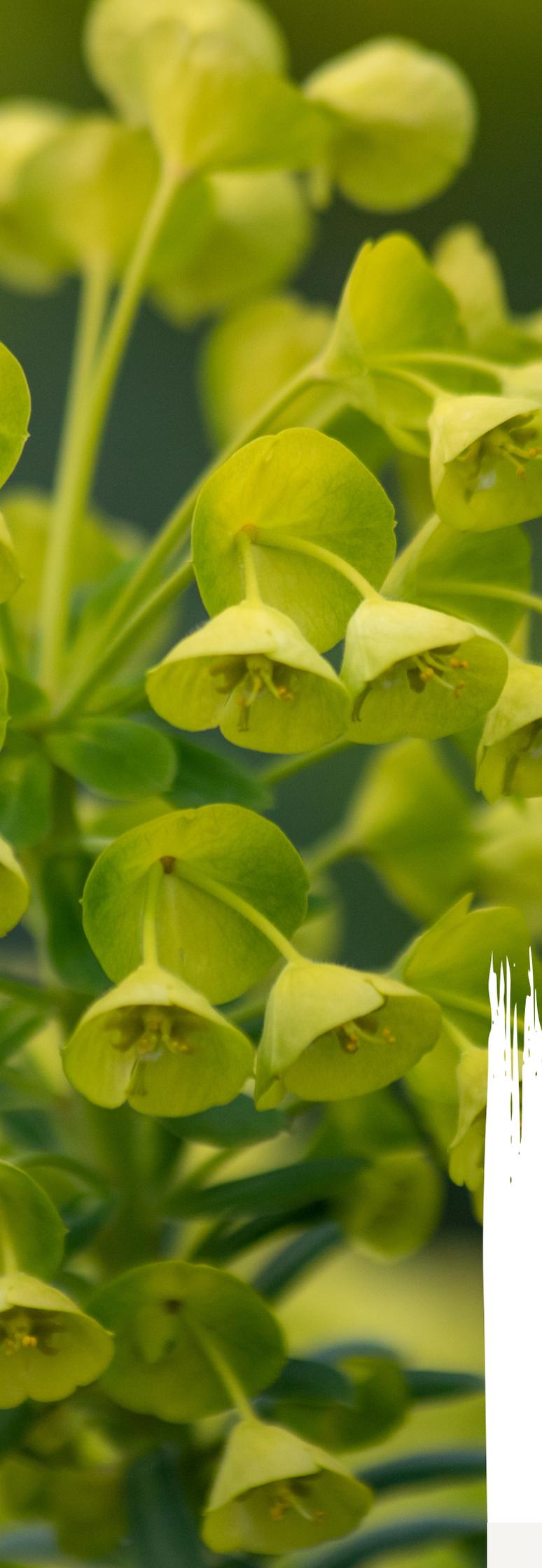
STRATEGIE BAS CARBONE

• **PILIER 1: Maîtriser nos émissions directes (scopes 1 & 2)**

- Réduire notre dépendance aux énergies fossiles ;
- Augmenter la part résiduelle provenant du renouvelable ;
- Objectif 2030 : réduction des émissions de CO₂ des scopes 1 & 2 de 50% versus 2010.

• **PILIER 2: Réduire nos émissions indirectes (scope 3)**

- Réduire l'impact des produits du groupe :
 - Travailler avec nos fournisseurs et sous-traitants sur la réduction de leur impact carbone ;
 - Réduire l'impact du transport ;
 - Réduire l'impact des activités retail ;
 - Réduire l'impact des activités digitales.



L'ensemble des initiatives de Groupe Rocher sont listées en détail dans la DPEF du Groupe par ailleurs disponible en ligne sur www.groupe-rocher.com.

Nous relevons ici 3 exemples qui illustrent le fait que la stratégie carbone englobe l'ensemble de la chaîne de valeur du groupe.

LE GROUPE ROCHER INVESTIT POUR SOUTENIR LA PRODUCTION D'ÉNERGIE RENOUEVABLE.

Ainsi depuis le 1er janvier 2017, **100% de l'électricité consommée par les sites du groupe en France est d'origine renouvelable** et couverte par des certificats d'origine. Pour l'année 2020, le groupe a choisi de couvrir ses besoins sur le territoire français grâce à :

70% d'éolien européen
15% d'hydroélectrique européen
15% de solaire européen

En 2019, **LE GROUPE ROCHER S'EST ENGAGÉ** en France **DANS LA DÉMARCHE FRET 21** en partenariat avec l'ADEME. Dans le cadre de cette démarche, le groupe s'est engagé à réduire d'au moins 6% sur 3 ans l'impact environnemental de ses transports aval Europe pour ses activités cosmétiques.



Le Groupe Rocher transforme ses méthodes et outils de travail en vue de développer un **SYSTÈME D'INFORMATION RÉILIENT, DURABLE ET ACCESSIBLE À TOUS**. Cette année, la Direction IT du Groupe Rocher (Groupe Rocher Technology Solutions; GRTS) a initié le déploiement de formation à l'éco-conception des systèmes d'information. Les équipes ont eu l'occasion d'appliquer les bonnes pratiques au quotidien dans le développement de leurs systèmes.

RÉSULTATS 2020

Les émissions de gaz à effet de serre du Groupe Rocher représentent

19 185 tCO₂

équivalent (tCO₂e) en 2020 sur les scopes 1 et 2⁵ (incluant les consommations de ses usines Arbonne et Sabon). A isopérimètre, le groupe a réduit ses émissions de

-25% vs. 2018.

OBJECTIF 2023

L'objectif du jalon 2023 : continuer la baisse progressive de 2% par an des émissions de gaz à effet de serre pour les scopes 1 et 2.

SOURCE ⁵ Le scope 1 regroupe les émissions de gaz à effet de serre directement liées à la fabrication du produit. Par exemple, si la fabrication du produit a nécessité la combustion de carburant fossile. Le scope 2 inclue toutes les émissions de gaz à effet de serre indirectes, induites par les consommations électriques, les consommations de chaleur ou de vapeur. Le scope 3 regroupe quant à lui toutes les autres émissions de gaz à effet de serre qui ne sont pas liées directement à la fabrication du produit, mais à d'autres étapes du cycle de vie du produit.

#2. Réduire l'usage du plastique

STRATEGIE 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)*

Lorsque l'on ne peut pas faire autrement à l'heure actuelle que d'utiliser du plastique :

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

- › Supprimer des perturbateurs de recyclage ;
- › Rendre les tubes recyclables ;
- › Supprimer des résines non recyclables et des matériaux mixtes.

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

- › Tous les flacons sont en 100% recyclé ;
- › Tous les emballages en plastique contiennent du recyclé au maximum des possibilités techniques.

- **Lancer des stratégies réemploi pour toutes les marques**

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

- › Le Groupe Rocher s'est engagé volontairement dans le cadre de la « feuille de route économie circulaire » auprès de l'Etat Français depuis 2018 ;
- › Le groupe est également signataire du « Pacte Plastique Européen » depuis mars 2020.

Ces dernières années, le Groupe Rocher a déployé une stratégie d'écoconception de ses produits et de réduction de l'utilisation de plastique.

Ayant atteint progressivement les objectifs qu'il s'était fixés, de nouveaux engagements encore plus ambitieux ont été pris à horizon 2030 pour réduire l'utilisation du plastique par toutes les marques du groupe.

RÉSULTATS 2020

Le groupe a mis

8 265 tonnes de plastique
sur le marché en 2020, dont

2 113 tonnes de plastique
recyclé, soit 25.6% du plastique utilisé.

OBJECTIF 2023

40% de plastique utilisé est du plastique recyclé

AXES DE TRAVAIL À POURSUIVRE

#1. Sur les indicateurs de **RÉDUCTION DES ÉMISSIONS CARBONE**, il est primordial de réduire en valeur absolue et non en proportion des produits vendus. La croissance intrinsèque des activités du Groupe Rocher ne peut se faire au détriment des engagements pris pour la préservation de l'environnement.

FAIRE DE LA GACILLY L'EMBLÈME D'UN ÉCOSYSTÈME VERTUEUX

BERCEAU DU GROUPE, TÉMOIN DE L'IMPORTANCE ACCORDÉE À L'ANCRAGE TERRITORIAL, BASSIN D'EMPLOI (2700 SALARIÉS), LE GROUPE ROCHER SOUHAITE FAIRE DE LA GACILLY UN TERRITOIRE D'EXEMPLARITÉ ET D'EXPÉRIMENTATION AFIN D'ENTRAINER LE RESTE DU GROUPE.

OBJECTIFS 2020

Le groupe a décidé, malgré l'impact global de l'épisode Covid, de **MOBILISER SES CAPACITÉS INSTALLÉES** à La Gacilly de façon à éprouver la résilience d'un territoire et de ses acteurs.

C'est une volonté politique d'entreprise nourrie de la conscience que les modèles d'affaires, ancrés sur une vision, peuvent combiner performance économique et préservation socio-environnementale.

Ainsi, sur 2020, les moyens dont dispose le groupe ont été utilisés pour assurer à la fois la pérennité des outils industriels et logistiques (maintien des investissements), le soutien des salariés en lien avec l'Etat pour les périodes longues de chômage partiel lié aux fermetures des commerces, mobilisation des équipes pour fabriquer et mettre à disposition les gels hydroalcooliques nécessaires aux hôpitaux de la région, poursuite du programme ambitieux de basculement à 2025 des installations en sobriété carbone, poursuite des programmes environnementaux de plantations de haies et de connaissance partagée de la biodiversité, et accueil des publics via un festival photo maintenu pendant la période estivale.

PLAN D'ACTIONS MIS EN ŒUVRE

Plusieurs grands chantiers ont été menés depuis des années participant au développement d'un écosystème vertueux :

- › Produire et partager de la connaissance académique en Agroécologie ;
- › Structurer la filière d'approvisionnement en ingrédients cosmétique de Bretagne et produire localement ;
- › LA GACILLY BAS CARBONE ;
- › Permettre l'accroissement de la diversité écologique sur les terres appartenant au groupe à La Gacilly ;
- › Engager une communauté d'acteurs du territoire à nos cotés ;
- › Développer le pôle pédagogique de La Gacilly par un accueil multiplié des différents publics.

Nous proposons de faire un focus sur l'agroécologie au titre de 2020.

Le Groupe Rocher a choisi d'aller au-delà de l'agriculture biologique et participe au développement de l'agroécologie, luttant ainsi contre la simplification des modèles et au déclin de la biodiversité dans les systèmes agricoles via plusieurs leviers :

- › Approfondir les modèles agroécologiques en collaboration avec les recherches actions locales ;
- › Comprendre les écosystèmes, innover et expérimenter pour adapter les pratiques aux changements climatiques à venir ;
- › Soutenir la recherche et coordonner une démarche transverse alliant biodiversité et climat.

Le Groupe Rocher s'engage à soutenir la recherche académique et collaborative autour de l'agroécologie :

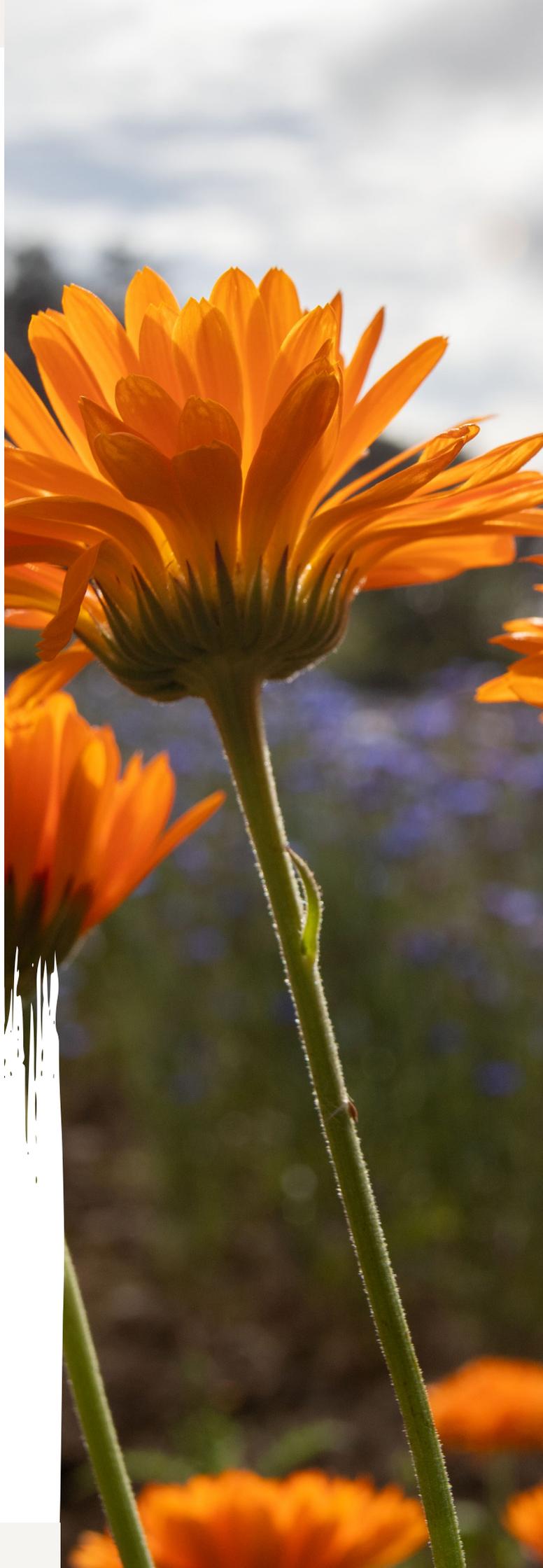
- Depuis 2017, le Groupe Rocher **accueille**, en collaboration avec l'Université de Rennes 1, la doctorante Emma Jeavons dans le cadre de sa thèse CIFRE sur les stratégies de diversification végétale et les interactions entre insectes floricoles bénéfiques, thèse soutenue avec succès en 2020.
- En 2020, le groupe a également **soutenu financièrement** Battle Karimi, une post-doctorante en microbiologie des sols, de l'INRAE d'Orléans, en sélectionnant son dossier pour l'un des prix Fondation de la Recherche pour la Biodiversité (FRB) jeunes chercheurs.
- Le programme de recherche **action locale** « Cap Climat » a été déployé au niveau de la région Bretagne, avec les dizaines d'agriculteurs et acteurs impliqués sur la transition agricole locale.

Le Groupe Rocher approfondit son expérimentation agroécologique aux côtés de partenaires :

- Le Groupe Rocher réfléchit aussi sur la définition et la qualification du modèle global en agroécologie de La Gacilly, suivant le cadrage proposé par la FAO, afin **d'approfondir et d'améliorer ses pratiques**, se situant ainsi en laboratoire pour les filières végétales.

RÉSULTATS 2020

Les expérimentations agricoles sous couverts, les plantations de haies en lien avec l'AFAC se sont poursuivies, avec en 2020 le lancement d'un « **plan de gestion durable des haies** ».





Enfin, souhaitant promouvoir et partager ses découvertes en agroécologie, le Groupe Rocher a mis en place une nouvelle animation en 2020, un espace de découverte en agroécologie avec un potager en permaculture et une mise en situation du modèle agroécologique d'Yves Rocher. Cette création permettra une sensibilisation tous publics, ainsi que l'implication des collaboratrices et collaborateurs dès 2021.

En 2020, le groupe a mis en place un comité de pilotage du projet La Gacilly bas carbone réunissant différents métiers. Ce comité a défini les axes directeurs du projet.

OBJECTIF 2023

COORDONNER UN PROJET TRANSVERSE ALLIANT BIODIVERSITÉ ET CLIMAT

« Projet La Gacilly Bas Carbone ». Ce projet pourra s'accompagner de la mise en place d'un test de triple comptabilité (en partenariat avec la chaire CARE AgroParisTech-Université Paris-Dauphine) sur certaines activités Gaciliennes.

AXES DE TRAVAIL À POURSUIVRE

#1. Le comité mission propose d'évaluer un engagement, au-delà des actions et des implantations du Groupe Rocher, de **SOUTIEN AUX PROGRAMMES DE SAUVEGARDE DES ESPÈCES MENACÉES** sur le périmètre de La Gacilly.

3

CONCLUSION GÉNÉRALE DU COMITÉ

LE GROUPE ROCHER A FAIT UN CHOIX AMBITIEUX EN DEVENANT ENTREPRISE A MISSION. LA MULTITUDE ET L'AMPLEUR DES SUJETS PROUVENT À LA FOIS LE SÉRIEUX DANS L'ENGAGEMENT MAIS AUSSI L'AUTHENTICITÉ DE LA DÉMARCHE.

Nous mesurons que c'est un travail au long cours de transformer une entreprise de la taille du Groupe Rocher et voir déjà des avancées concrètes au bout d'un an seulement est remarquable (comme par exemple le Baromètre Groupe Rocher "Reconnect People to Nature"© , Nature Academy) et ce dans un contexte mondial 2020 très perturbé.

Tout en ayant un regard critique sur les avancées et les objectifs mis en œuvre via quelques recommandations importantes pour le comité (comme par exemple l'importance primordiale de l'éducation), nous soutenons le travail qui a été fait au titre de l'année 2020 par le Groupe Rocher au titre de sa mission.





Crédits photos :
@Unsplash
@Ronan Mouchebeuf

GR
GROUPE ROCHER


YVES ROCHER
Parfums, France

 arbonne.


PETIT BATEAU

STANHOME


Dr. Pierre Ricaud

DANIEL
JOUVANCE KLOTIS
PARIS


SABON

flormar


F5
PARFUMS

Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher
Exercice clos le 31 décembre 2020

**Rapport de l'organisme tiers indépendant sur l'exécution
des objectifs sociaux et environnementaux**

EY & Associés



Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher

Exercice clos le 31 décembre 2020

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

À l'Assemblée Générale,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1681 (portée d'accréditation disponible sur le site www.cofrac.fr) et membre du réseau de l'un des commissaires aux comptes de votre société (ci-après « entité »), nous vous présentons notre rapport sur l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, telle que présentée dans le(s) rapport(s) du comité de mission et relative à la période allant du 24 octobre 2019 au 23 avril 2021 (ci-après le(s) « Rapport »), joint au rapport de gestion en application des dispositions de l'article L. 210-10 du Code de commerce.

Responsabilité de l'entité

Il appartient à l'entité de constituer un comité de mission chargé d'établir annuellement un Rapport en application des dispositions de l'article L. 210-10 du Code de commerce. Ce Rapport est joint au rapport de gestion du conseil d'administration.

Le Rapport a été établi en appliquant les procédures de l'entité, (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont présentés dans le Rapport (ou disponibles sur demande au siège de l'entité).

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 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.

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

En application des dispositions de l'article R. 210-21 du Code de commerce, il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur le respect par l'entité des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est fixés.

Nature et étendue des travaux

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions de l'article R. 210-21 du Code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention et à la norme internationale ISAE 3000 (Révisée)¹.

Pour réaliser ces travaux, nous avons pris connaissance des activités de l'entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission, de la formulation de sa raison d'être ainsi que de ses enjeux sociaux et environnementaux.

Nos travaux ont porté sur :

- d'une part, la cohérence des objectifs sociaux et environnementaux, de la raison d'être de l'entité précisés dans ses statuts (ci-après « raison d'être ») et de son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux ;
- d'autre part, l'exécution de ces objectifs.

Concernant la cohérence des objectifs, de la raison d'être et de l'activité de l'entité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux :

- Nous avons apprécié la pertinence des processus mis en place pour structurer et formaliser cette démarche en nous appuyant sur :
 - l'ensemble des informations disponibles dans l'entité (par exemple, procès-verbaux des réunions du conseil, échanges avec le comité social et économique, comptes rendus ou support des réunions avec des parties prenantes internes ou externes, analyses des risques) ;
 - ses publications (par exemple, plaquette commerciale, rapport de gestion, rapport intégré, DPEF) et ;
 - des entretiens avec la direction, des membres de la gouvernance, les principales parties prenantes internes ou externes concernées par l'activité de l'entité.
- Nous avons apprécié également la cohérence entre :
 - les informations collectées ;
 - la raison d'être et ;
 - les objectifs sociaux et environnementaux formulés dans les statuts.

Dans ce cadre, nous avons constaté la cohérence entre les objectifs formulés, la raison d'être et l'activité de l'entité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux. Concernant l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous avons vérifié si les objectifs à court terme avaient été atteints et apprécié pour les objectifs à moyen et long terme l'évolution de leur degré d'exécution et son rapport avec l'activité de l'entité. Pour ce faire, nous avons réalisé les diligences suivantes :

- nous avons pris connaissance des documents établis par l'entité pour rendre compte de l'exercice de sa mission, notamment les dispositions précisant ces objectifs et les modalités de suivi qui y sont

¹ ISAE 3000 (Révisée) – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information

associées, ainsi que le(s) Rapport(s) mentionné(s) au 3° de l'article L. 210 10 du Code du commerce ;

- nous nous sommes enquis de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux auprès du comité de mission et avons corroboré l'information collectée avec la perception qu'ont les parties prenantes des effets et impacts de l'entité. Nous nous sommes enquis par ailleurs si le comité de mission apprécie dans son rapport l'anticipation des résultats à échéance des objectifs, particulièrement pour les objectifs à une échéance de moyen à long terme où une trajectoire est attendue pour permettre d'apprécier le niveau d'avancement des objectifs ;
- nous nous sommes enquis auprès de la direction générale de l'entité des moyens financiers et non financiers mis en œuvre pour l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux ;
- nous avons vérifié l'existence d'indicateurs cohérents avec les objectifs et/ou cibles sociaux et environnementaux et aptes à démontrer leur exécution, mentionnés, dans le Rapport ;
- nous avons vérifié la sincérité de l'ensemble de ces indicateurs et, notamment nous avons :
 - apprécié le caractère approprié des procédures de l'entité (« le Référentiel ») au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible ;
 - vérifié que les indicateurs couvrent l'ensemble du périmètre concerné par la qualité de société à mission ;
 - pris connaissance des procédures de contrôle interne mises en place par l'entité et apprécié le processus de collecte visant à la sincérité de ces indicateurs ;
 - mis en œuvre des contrôles et des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - mis en œuvre des tests de détail sur la base de sondages, 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 et représentatives du périmètre concerné par la qualité de société à mission et couvrent entre 22 et 100 % des données sélectionnés pour ces tests ;
 - apprécié la cohérence d'ensemble du Rapport au regard de notre connaissance de l'entité et du périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Nous estimons que les travaux que nous avons menés en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de quatre personnes et se sont déroulés entre décembre 2020 et avril 2021 sur une durée totale d'intervention de neuf semaines.

Nous avons mené neuf entretiens avec les personnes responsables de la préparation du Rapport, représentant notamment les directions générale, RSE et performance environnementale, innovation matières premières naturelles, développement packaging plastique, Market & Consumer Research.

Conclusion

Sur la base de nos travaux et compte tenu de notre appréciation de la cohérence des objectifs, de la raison d'être et de l'activité de l'entité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que l'entité respecte les objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est fixés.

Paris-La Défense, le 23 avril 2021

L'Organisme Tiers Indépendant
EY & Associés

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'T. Gault', written over a faint, stylized logo or background element.

Thomas Gault
Associé, Développement Durable

MISSION COMMITTEE REPORT

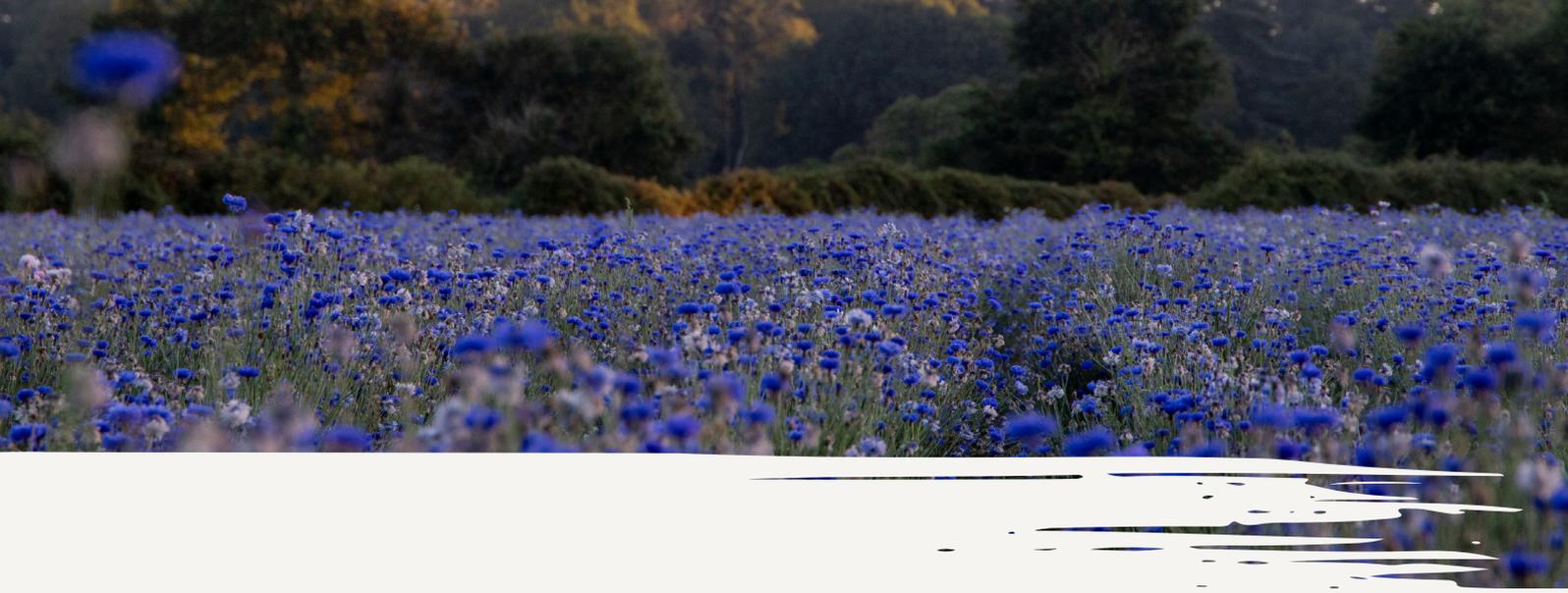
APRIL 2021

Reconnect people to nature



GR

GROUPE ROCHER



RECONNECT PEOPLE TO NATURE.



Following a year marked by several lockdowns and the ongoing uncertainty surrounding our business, the compelling need to embrace nature, to rethink it, and to reintegrate it into our urbanized, digitalized lifestyles has become paramount for all of us.

In these special and unique times, our resilience and adaptability have enabled us to strengthen and further tighten our bonds, and to reaffirm our values. These values, which drive us on a daily basis, have been brought to life through our mission: reconnecting people with nature.

Our philosophy has remained unchanged since 1959. We will continue to strive to live up to our mission and to give meaning to our commitments. As we now know, taking care of nature is how we take care of ourselves.

In this unique context and continuous desire to surpass ourselves, how can we reconcile our mission with our ambition for 2030? This 2030 ambition encompasses several key aspects: taking care of our communities, being more transparent, reducing our environmental impact by developing frugal innovation and maintaining our territorial roots by protecting our local ecosystems. **Let's embark on the era of post-mission brands, those that have placed their raison d'être at the core of their action for the long term.**”

Bris Rocher,
President and Chief Executive Officer Groupe Rocher

TABLE OF CONTENTS

ORGANIZATION & GOVERNANCE OF THE MISSION..... P. 4

**RECONNECT PEOPLE
TO NATURE..... P. 5**

PROGRESS OF THE STATUTORY GOALS..... P. 7

**SUPPORTING THE CONNECTION OF ITS COMMUNITIES
WITH NATURE & PROVIDING WELL-BEING EXPERIENCES
THROUGH THE BENEFITS OF NATURE..... P. 8**

**ACTING IN FAVOR OF BIOVERSITY ON
ITS TERRITORIES..... P. 15**

**DEVELOPING FRUGAL INNOVATION AND RESPONSIBLE
CONSUMPTION ACTIONS..... P. 21**

**MAKING LA GACILLY THE EMBLEM OF A VIRTUOUS
ECOSYSTEM..... P. 25**

COMMITTEE'S GENERAL CONCLUSION..... P. 28

1

ORGANIZATION & GOVERNANCE OF THE MISSION

RECONNECT PEOPLE TO NATURE

As of October 24, 2019, Groupe Rocher has become a mission-driven company, as defined by the PACTE law (Action Plan for the Growth and Transformation of Companies). In addition to its economic profitability, the Groupe Rocher's mission is anchored in its historical values by leading all its stakeholders into a united future, thus binding together people and nature. The company's "raison d'être", as defined in Article 1835 of the Civil Code, is as follows:

Convinced through Mr. Yves Rocher personal experience, that nature has a positive impact on people's well-being and therefore on their desire to do something for the planet, the company exists to reconnect its communities with nature.

This mission is embodied in experiences, services and products that provide well-being through the benefits of nature

To this end, the company claims a family business model with the ambition to develop a sustainable ecosystem that combines wealth creation, frugal innovation, and humanist ecologism

With its botanical, agronomic and scientific expertise and the unique model created at La Gacilly in Brittany, the company cultivates a direct bond with its communities and territories

Within this framework, the Groupe Rocher is committed to pursuing the following statutory social and environmental objectives:

- Promoting the bond between people and nature.
- Providing well-being thanks to the benefits of nature.
- Acting in favor of biodiversity where we operate.
- Developing frugal innovation and responsible use of resources.
- Making La Gacilly the emblem of a virtuous ecosystem.

Lastly, the PACTE Action Plan for mission-driven Companies requires establishing a mission committee whose sole responsibility is to monitor the execution of that mission. This committee must submit a mission report every 2 years.

The mission committee, set up in December 2019, has met 3 times since its creation (March and June 2020, March 2021). This document is its first mission report following one year of operation.



As of April 23, 2021, the members of the committee are composed equally of internal and external members of the Groupe Rocher:

- **External members:** Mrs. Céline Orjubin, Mrs. Sophie Chassat, M. Allain Bougrain-Dubourg et Mr. Serge Papin
- **Internal members:** Mrs. Nathalia Del Moral, Mrs. Claire Goudet, Mr. Eric Mesmeur and Mr. Jean-David Schwartz (committee member-chair)



This report is based on information provided by the Groupe Rocher's Responsible Development Department, and in particular its DPEF 2020 (Declaration of Extra-Financial Performance), reflecting the coherence and alignment of the Groupe Rocher's initiatives to support its mission. This mission report is audited by Groupe Rocher's ITO (independent third-party organization) in order to ensure the accuracy of the data and of the commitments before final transmission to the Group's Board of Directors.

This report mentions the 2020 objectives and achievements in order to measure Groupe Rocher's performance with respect to its statutory objectives as a mission-driven company. Each objective has given birth to a commitment for 2023 at which time an up-issue of this report will be released.

Lastly, it is worth noting that all the brands are working to embody the Groupe Rocher's mission. Each brand has therefore begun working on its raison d'être and singular mission, with the twofold objective of respecting its own history and DNA, while being part of the Groupe Rocher mission. This work will take place throughout the year and will be presented to the mission committee in the last quarter of 2021.

2

PROGRESS OF THE STATUTORY GOALS

PROMOTING THE LINK BETWEEN OUR COMMUNITIES AND NATURE AND PROVIDING WELL-BEING THANKS TO NATURE'S BENEFITS

We will purposely address the first 2 goals together as they are intimately related.

Indeed, they both share the same ambition of reconnecting the Groupe Rocher people physically, emotionally and intellectually with nature around 3 major challenges:

#1 Training. Teams and partners are trained to understand natural ecosystems and social issues. They unite around these issues and take action for the group's mission.

#2 Providing experiences. Each employee gets to experience nature at his or her own site or with local partners.

#3 Raising awareness among as many people as possible. As an actor of this global mission which is common to all companies, the group creates and holds an opinion leader role about the benefits of a link between people and nature.

2020 GOALS

TRAINING

Develop the Nature Academy's training editorial line and its pedagogical program. Launch of a first Nature Academy pilot to adapt the content if necessary.

PROVIDING EXPERIENCES

Identifying the challenge of reconnecting to nature and the means of measuring it internally, and initiating the process through deployment of some local actions.

MEASURING SOCIAL IMPACT

Designing a barometer to measure the link to nature and deploying it both externally and internally, worldwide.

IMPLEMENTED ACTION PLAN

#1. Training

To meet this challenge, the Groupe Rocher has launched an **ambitious and innovative project: the Nature Academy**. The purpose of this unique training program, which combines insight and experimentation, is to:

- Provide all employees worldwide, as well as partners of the company, with a better understanding of nature and environmental issues;
- Enable employees to act as ambassadors and spokespersons regarding the reconnection with the concepts of nature;
- Empowering group stakeholders to take action and initiative to reconnect with nature;
- The Nature Academy will operate through a network of "connectors", employees who will share the educational content and organize nature experiments at their sites.

2020 RESULTS



The concept and educational program of this Nature Academy have been defined and a first pilot was carried out in October 2020 with 25 trainees. The international governance committee of the Groupe Rocher (members of the executive committee and brand management) also tested the concept in February 2021.

Based on these two pilots, the Group HR Department is now focusing on the necessary adjustments and on a version that can be deployed throughout the Groupe Rocher.

2023 TRAINING OBJECTIVES

By 2023, the goal is to deploy this training throughout the Groupe Rocher to reach 8 groups of 10 connectors, each in turn training 20 people, for a total of **1,600 TRAINED PEOPLE**. Building on this momentum, the next goal is to reach 20 groups of 10 connectors deployed by 2025, or a total of **4,000 PEOPLE TRAINED**.

#2. Providing experiences

Groupe Rocher first defined what reconnecting to nature meant for its stakeholders. This work led to a framework, its approval by the Group's Executive Committee and finally a presentation to all the Group's Brand management teams to support the **deployment of their reconnection actions**.

This framework can be summarized as follows:

What does "reconnect to nature" mean for Groupe Rocher?

One must remember that the mission is based on a double positive benefit: people reconnect with nature, understand its importance and, thanks to this new bond, wish to protect it. This interdependent experience allows us to grow in our relationship with nature. Reconnection therefore refers to an evolution in the human-nature relationship as it is today, encouraging changes in behaviors and considerations with regard to nature .

What experiences are we talking about?

The range of possible experiences is endless. The connection to nature can be based on education, awareness, research, games, protection, enchanting experience, ... Initiatives can take place in a park down the street, a river, a field, an urban micro-forest, a wasteland, or by observing a plant... There is no such thing as Big Nature or Small Nature, and all forms of nature are subject to fascination, questioning, and discovery.

2020 RESULTS

As of 2020, the Groupe Rocher has moved forward and many initiatives have already been taken to this end with the following overall results. Out of 9,955 employees (total Group 2020 excluding store personnel), we identified the following:

3,800 people
received awareness related to CSR

2,400 people
participated in a biodiversity initiative

1,200 people
experienced a physical connection with nature, outdoors

Reconnect people to nature

involves providing **HIGH-QUALITY NATURE EXPERIENCES**, as often as possible, to as many people as possible. These experiences are encouraged and available in the workplace, thus proving the Groupe Rocher's proactive approach to reconnecting employees with nature.





As part of the mission, the Groupe Rocher's 2020 internal mobilization program, called **"We R Change"**, encouraged all its employees to act in favor of biodiversity. Workshops, animations and outdoor actions took place in many subsidiaries around the world and they are direct and concrete proof of employees' eagerness to connect with nature.

For example, in France, at the Yves Rocher Rennes and Groupe Rocher Issy-les-Moulineaux sites, employees have been asked to create intergenerational, shared and solidarity-based vegetable gardens. At Yves Rocher Russia, they were able to grow seeds and plants and share their harvest, thus encouraging the development of vegetation around their branch.

At Yves Rocher Morocco or Benelux and Petit Bateau France, biodiversity has led to installing beehives to repollinate the surroundings of the head offices in Marrakech and Tournai, and a hotel in Troyes to preserve these insects. Likewise, the Brittany sites of Groupe Rocher Operations have been given support to **understand the wild fauna and flora** through workshops such as building swallows' nests, discovering ponds and meadows in the vicinity, or learning to listen to birds.

For Yves Rocher Spain, reconnecting with nature was part of the program when employees took part in a photo contest focusing on plants and flowers. As for the employees of Yves Rocher Poland, they took part in collecting waste in parks, forests and rivers during a dedicated half-day.

RECONNECTING EXPERIENCE 2023 GOAL

These experiences now need to be systematically and consistently rolled out to the entire group in order to reach the 2023 milestone: **100% OF EMPLOYEES¹ WILL HAVE HAD A NATURE EXPERIENCE IN A WORK CONTEXT WITHIN THE LAST TWO YEARS.**

SOURCE ¹ excluding store personnel

#3. Measuring the social impact of the mission

The Groupe Rocher has launched a groundbreaking initiative by creating and deploying the world's first barometer of connection to nature.

The primary objective is to provide insight into the relationship of the world's citizens to the nature in which they live.

The first survey was conducted in September/October 2020, and involved 1,000 people in 19 countries and **5,717 EMPLOYEES WITHIN THE GROUP.**

The results, consolidated year after year, will enable us to build the foundation of solid knowledge to reassert the Groupe Rocher's legitimacy as an influencer on issues related to reconnecting with nature.



The **major findings of this first barometer** can be summarized as follows:

- › Reconnecting to nature will help to address the challenges of our time. The correlation between the quality of the connection to nature and the level of well-being is clearly established.
- › An awareness that should help to convince as many people as possible of the benefits of reconnecting to nature and thus to take action.
- › Possible courses of action that emerge around two main axes:
 - A need for nature-related sensory experiences
 - The critical issue of transmitting a sense of nature through education
- › A context in which the lack of time and the physical distance to nature require bringing

nature and people closer together. So a real social issue of accessibility to the greatest number.

Also noteworthy is the development of a **composite indicator of connection to nature** via this barometer. This unique indicator measures 3 key criteria:

1. The level of attachment to nature;
2. The level of knowledge of nature and its components;
3. The strength of the physical relationship with nature

Through this indicator the Groupe Rocher wishes to monitor **two key measures** :

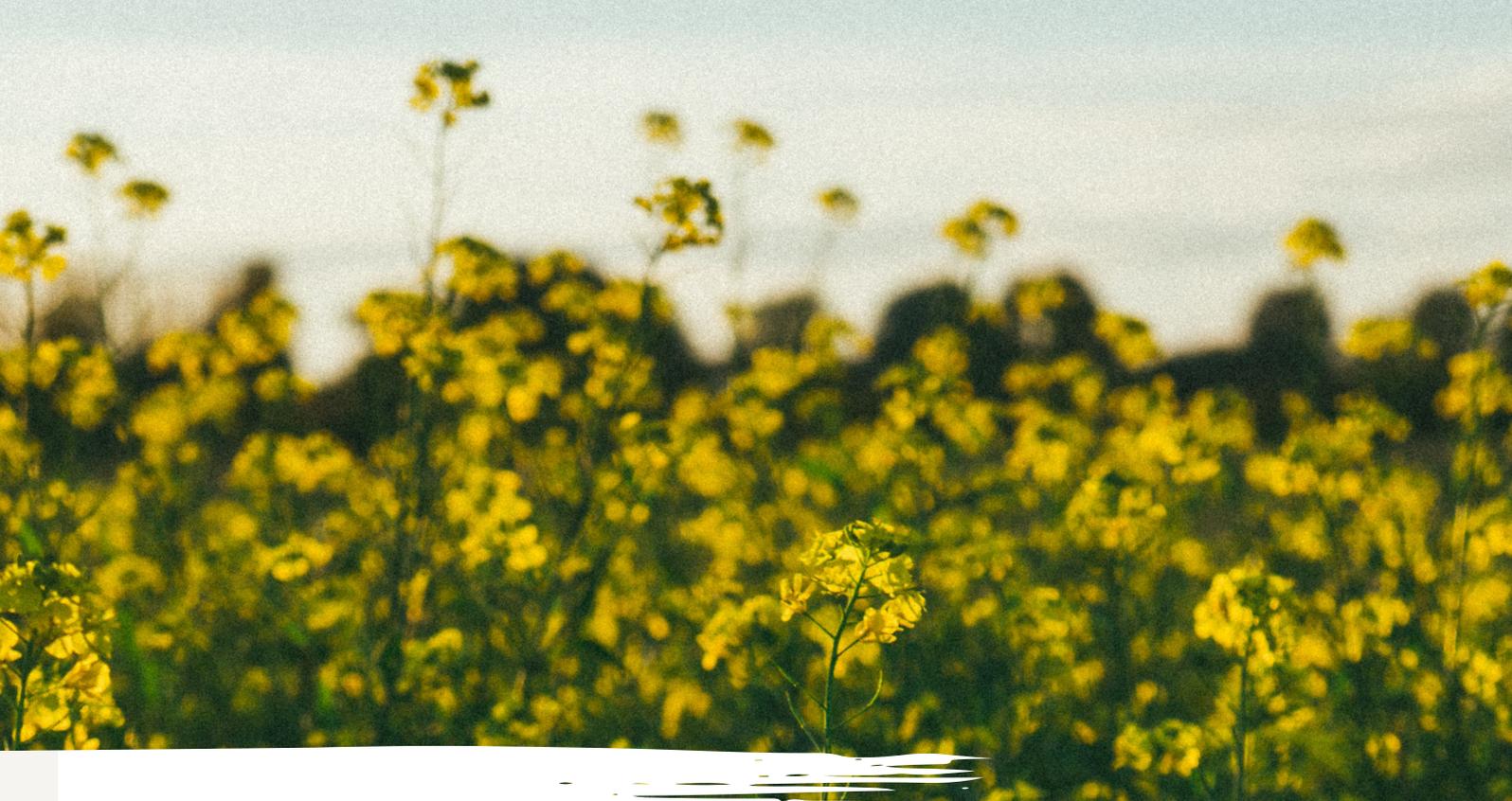
- › Whether the nature connection score is better within Groupe Rocher teams, proving the reach of its initiatives to the global control group.
- › How the quality of connection is evolving worldwide and what are the levers for improvement

2020 RESULTS

The result of this first connection indicator is

7,2 (out of 10)

for Groupe Rocher employees. It is a starting point and a benchmark for monitoring future developments. This barometer will be updated every two years to have a real perspective on the impact of the actions.



2023 GOAL

By 2023, this indicator will have proven its reliability and will therefore be used to **objectively measure the social impact** of the Groupe Rocher's mission, first and foremost among its employees, via an indicator both recognized and supported by international institutions.

AREAS OF WORK TO BE PURSUED

#1.

As described in its raison d'être, Le Groupe Rocher wishes to **DEPLOY ITS ACTIONS WITHIN ITS "COMMUNITIES"**. Given the magnitude of the task, which will take several years, the committee recommends setting up a clear order of priorities by consecutive circles: employees, then business partners (such as franchise stores), then customers, then stakeholders in the broad sense (suppliers)...

#2.

Within each of these categories, the findings of the barometer reveal disparities in the quality of the connection to nature. Amongst the initiatives deployed, including the Nature Academy, the committee recommends to **PRIORITIZE THE PEOPLE** who might need it most (for example, people with disabilities, staff children or schoolchildren, with the supply of specific teaching materials).

#3.

Even if they are not accessible to everyone, the coastline, whitewaters and the sea are **MAJOR ISSUES OF PRESERVATION** but also of discovery. They offer a significant potential for "connection" and participatory science (on the theme of plankton for example), as well as raising awareness. This could be something to think about for the brand Petit Bateau as their industrial activities consume water (for growing cotton and the dyeing process in particular).

#4.

As part of the training objective, the committee also recommends **DEVELOPING PARTNERSHIPS WITH EXISTING INSTITUTIONS** to accelerate and leverage its impact, such as training organizations to provide content for the Nature Academy. Another suggestion: try to establish a link between the Group's employees and the nearest protected areas (reserves, parks, etc.) through local partnerships.

ACTING IN FAVOR OF BIODIVERSITY WHERE WE OPERATE

IF THE GROUPE ROCHER'S MISSION IS TO RECONNECT PEOPLE WITH NATURE, ONE OF ITS FIRST DUTIES AS AN INDUSTRIALIST IS TO PROTECT IT, NAMELY BY ACTING IN FAVOR OF BIODIVERSITY THROUGHOUT ITS VALUE CHAIN.

The Groupe Rocher's biodiversity approach is based on the strong belief that the company's performance is linked to its ability to link economic and natural issues.

The group's policy was built on the experience gained in the La Gacilly area in Brittany and is based on 3 inseparable pillars:

- › To operate as a responsible manager of natural resources in the physical and social areas of the group's facilities,
- › To be and act as an ambassador of biodiversity for all,
- › To pioneer a new relationship with nature through continuous work on improving our practices.

2020 GOALS

In addition to the initiatives already mentioned above regarding training for its people ("Nature Academy") and internal mobilization (providing a nature experience), the group's two other priorities regarding biodiversity are:

- › Taking into account the challenges of responsible plant sourcing through the progressive qualification of cosmetic plant supply chains (especially with the UEFT) and textile (cotton) industries.
- › Embedding a biodiversity management approach in the daily life of all the Group's significant sites through local partnerships with organizations such as the League for the Protection of Birds (LPO or Birdlife internationally)

›

IMPLEMENTED ACTION PLAN

#1. Raw material supply

Cosmetics & detergents

The Groupe Rocher has defined rules to be respected by all internal teams and by all its partners with regard to ingredients. Therefore, for ingredients derived from plants, a "**Plant Charter**", defines strict rules governing the supply chain, including the following actions:

- › **PROTECT** and respect endangered species;
- › **PROMOTE** the use of cultivated plants or renewable parts of plants;
- › **REFUSE** to incorporate genetically modified plant ingredients;
- › **PROMOTE** the use of organic farming methods;

For this dynamic to be feasible, from the very first phases of development, 2 criteria are carefully considered:

- › A strong traceability (including a known majority plant origin) in order to ensure that production comes from a regulated harvest or from a structured and responsible agricultural sector;



- › A solid partner, aware of the whole process and involved locally.

The group is therefore committed to an evaluation policy of the supply chain and to deploying supporting actions when necessary.

A value chain is a three-way supply chain defined by:

- › An ingredient of natural origin (vegetable or mineral);
- › A supplier;
- › A geographical source.

An emblematic network is a priority network of botanical ingredients², that adds value to our brands (in terms of claims, functionality and/or volume). It is unique and traceable (down to the raw material), controlled (audited every 3 years), and committed to a responsible and sustainable development approach.

TEXTILE

Petit Bateau's raw material purchasing policy is based on 3 axes:

- › **QUALITY** of the yarns and fibers used to ensure the durability of products in the Petit Bateau collection;
- › **FAIR RELATIONSHIPS** with suppliers to ensure the sustainability of Petit Bateau partnerships;
- › **TRACEABILITY**: the purchase contracts for raw materials (yarns) indicate the origin of the fibers and their specificities.

This allows Petit Bateau to control and guarantee the quality of purchased yarns. Therefore, Petit Bateau prohibits the following origins of cotton: Uzbekistan, Afghanistan and Syria.

SOURCE ² A botanical ingredient is qualified as such if it carries a cosmetic activity or claim, is of plant origin and has undergone, for the most part, only physical transformation.

The spinners are known partners. Petit Bateau's **quality requirements** and the high rate of light colors require the use of very pure cotton from industrialized cultures. Petit Bateau is working to integrate organically grown cotton while meeting the quality expectations of the group's customers.

Eager to improve its environmental and social impact, Petit Bateau is committed to a continual improvement of its procurement policy.

This new strategy will allow us to move further ahead, to **measure the reduction of environmental impacts**, to redefine the notion of eco-designed products for Petit Bateau and to better communicate it to the "consumer-actors" of the brand.

Responsible and sustainable supply channels have been defined according to several "essential" and "desirable" criteria:

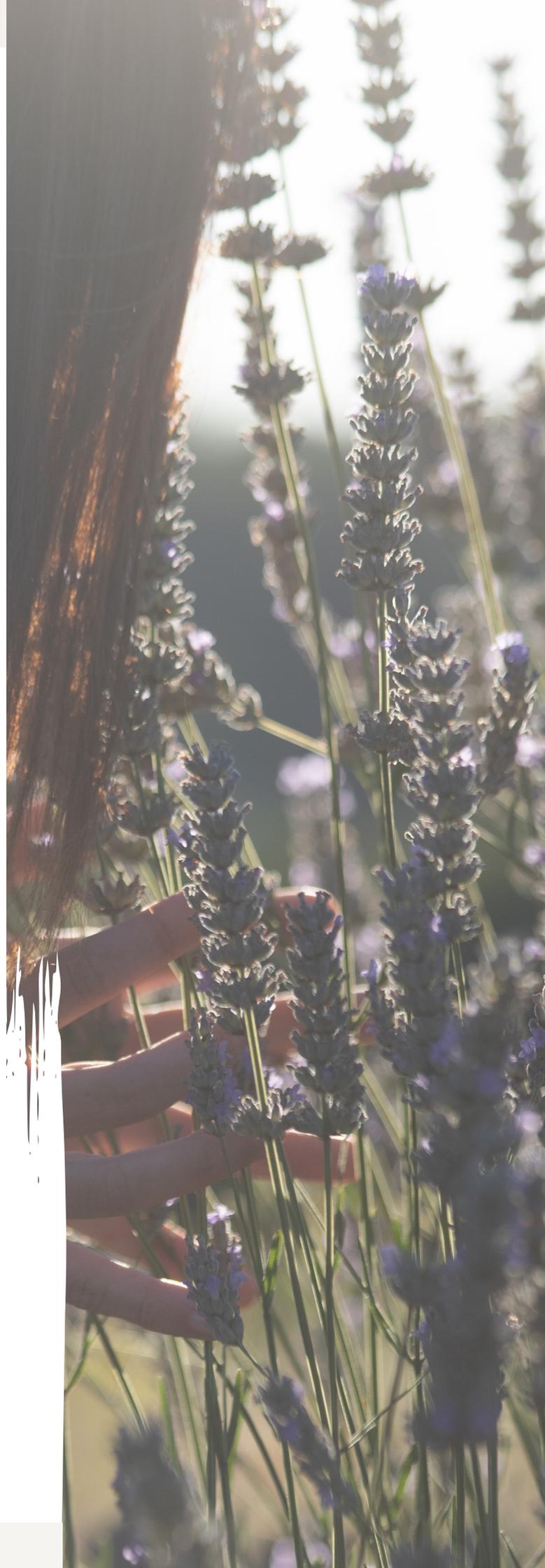
2020 RESULTS

In 2020, the group operated

410 plant sources
covering a scope of

179 plants.

- "Essential" criteria:
 - Traceability (source and botanical identification);
 - Commitment against deforestation with evidence of this, certifications and good harvesting practices.
- "Desirable" criteria:
 - Comprehensive knowledge of the value chain and from a country without high social risk;
 - Good agricultural practices in a continuous improvement process.





A sustainable supply chain respects the "essential" and "desirable" criteria. A responsible supply chain respects the "essential" criteria and makes commitments to a constant improvement process for the "desirable" criteria.

In an effort to go further with its botanical ingredient supply chains, the Yves Rocher brand made a commitment in 2020 with the UEBT ("Union for Ethical BioTrade") in a continuous improvement approach for responsible and sustainable sourcing.

The botanical ingredients come from

of **80%** responsible sources (and 100 % for the emblematic sources) and 57% from sustainable sources³.

In 2020, **13.8%** of the products in the Petit Bateau collection were designed mostly from eco-responsible materials⁴.

SOURCE ³ Groupe Rocher perimeter excluding Arbonne, Sabon, Flormar. These 3 entities will be included in the indicator's scope of measurement by 2023

SOURCE ⁴ Made of at least 50% eco-responsible materials: organic cotton, linen, recycled materials, "upcycled" materials. As opposed to other materials: conventional cotton, non-recycled synthetic materials, etc.

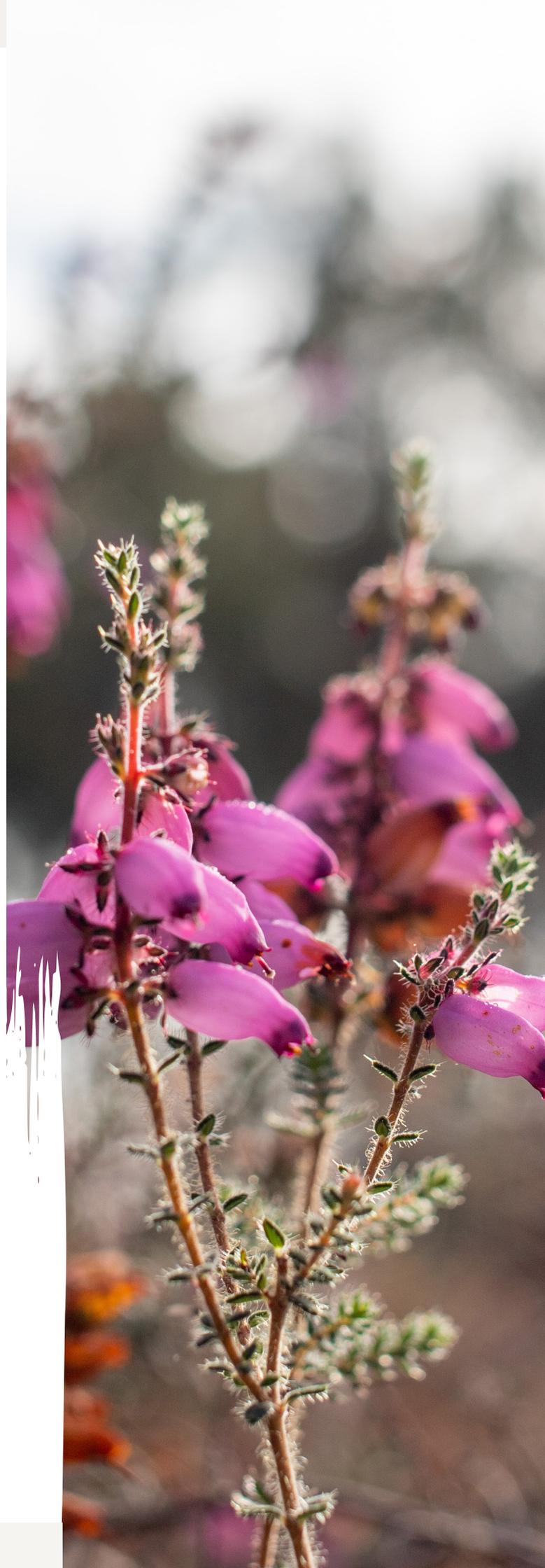
2023 OBJECTIVES

The goal of mastering the supply chain will be achieved by developing a center in France and in Brittany more specifically: **BY 2023, THE MAIN SUPPLY CHANNELS IN LA GACILLY (9 PLANTS) AND MONOI IN TAHITI WILL BE UEBT CERTIFIED.**

In addition, we will maintain efforts to develop access and benefit-sharing protocols for the sectors and assets that require them, in accordance with the Nagoya Protocol. This objective remains relevant, even if regulatory, because understanding how to build the access and the benefit sharing with focal points remains in each case, in each country including France, a mutual learning with the authorities.

Although the current situation somewhat limits actual travel, on-site audits and farm visits for another two years, we aim to have 100% responsible supply chains by 2025 for botanical ingredients, thanks to the support of the UEBT (Union for Ethical BioTrade).

PETIT BATEAU'S GOAL IS TO HAVE 50% OF ITS PRODUCTS ESSENTIALLY MADE FROM ECO-RESPONSIBLE MATERIALS BY 2023.



#2. Promoting biodiversity on Groupe Rocher sites

The Groupe Rocher deploys its biodiversity preservation requirement for its own sites.

In order to embody biodiversity preservation actions within a team dynamic, the group has been supporting for more than 15 years **new participative research**, and has allowed the Brittany industrial teams to intervene as biodiversity stewards, in the "LPO Refuge" approach of the sites. A local wet meadow, previously a poplar grove, is being rehabilitated to foster outstanding biodiversity, characteristic of these threatened areas, between land and water.

The tertiary subsidiaries are also committed, as illustrated by the examples of the Yves Rocher Benelux subsidiary, which is continuously active in the upkeep of its vegetable garden, and the Yves Rocher Morocco subsidiary, which grows herbal plants. Lastly, a new partnership has been launched at Porte de Versailles in Paris to manage a small hanging garden for the central Yves Rocher Business Development teams.

2020 RESULTS

more than **100** hectares

{1}are thus preserved in collaboration with the LPO in Brittany. In addition to the group's other French sites, Buchères, the Petit Bateau logistics site in the Aube region, is now also classified as a "biodiversity refuge", in partnership with the LPO.

2023 GOALS

In light of recent experience at La Gacilly, the Groupe Rocher would like **30% OF ITS SUBSIDIARIES/SITES TO DEPLOY A BIODIVERSITY MANAGEMENT PLAN** and/or to set up at least one initiative in favor of biodiversity, with local partners such as the LPO or Birdlife International for example.

AREAS OF WORK TO BE PURSUED

#1. Although complex, establishing one (or more) "**BIODIVERSITY**" indicator(s) for the group would have a significant impact. This would enable us to truly measure the impact of the Groupe Rocher versus its raison d'être.

#2. Given the activities of the Groupe Rocher, its geographical locations and its supply sources, the committee suggests focusing on "**THE LIVING SOIL**" which is a source of discovery and an indicator of biodiversity.

#3. Regarding support for **RENEWABLE ENERGY**, the committee stresses the need to protect potential development sites, including wind and photovoltaic: no commitments in SPA (Special Protection Area), Natura 2000 and other sensitive areas.

DEVELOPING FRUGAL INNOVATION AND RESPONSIBLE CONSUMPTION ACTIONS

AWARE OF THE ENVIRONMENTAL, CLIMATIC AND THEREFORE SOCIAL CRISIS, THE GROUPE ROCHER IS COMMITTED TO COMBINING WEALTH CREATION WITH THE REDUCTION OF ITS IMPACT ON NATURE. INDUSTRIAL, LOGISTICAL AND COMMERCIAL INNOVATIONS ARE KEY FACTORS FOR THIS.

2020 GOALS

Among the many projects underway, the Groupe Rocher's top priorities in this area are the two key areas:

1. Fighting and adapting to climate change
 - 2020 Goal: To reduce CO₂ emissions vs 2019
2. To reduce plastic use
 - 2020 Goal: Setting up a Group-wide PLASTICS reporting system

IMPLEMENTED ACTION PLAN

#1. Fighting climate change

The fight against climate change relies on a successful global energy transition.

The 2015 Paris Agreement also urges 195 countries to reduce their national emissions in order to keep the temperature increase in 2100 below 2°C, with a target of 1.5°C (compared to the average temperatures of 1870).

To reach this goal, although today it seems unattainable on a global scale, it is essential to drastically reduce annual anthropogenic emissions.

The IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) estimates that annual emissions will need to be reduced by about 45% by 2030 (compared to 2010).

In line with these ambitions, **the Groupe Rocher has developed its carbon strategy** in order to contribute within its activities to the global objective set by the IPCC by acting on the following different levers.

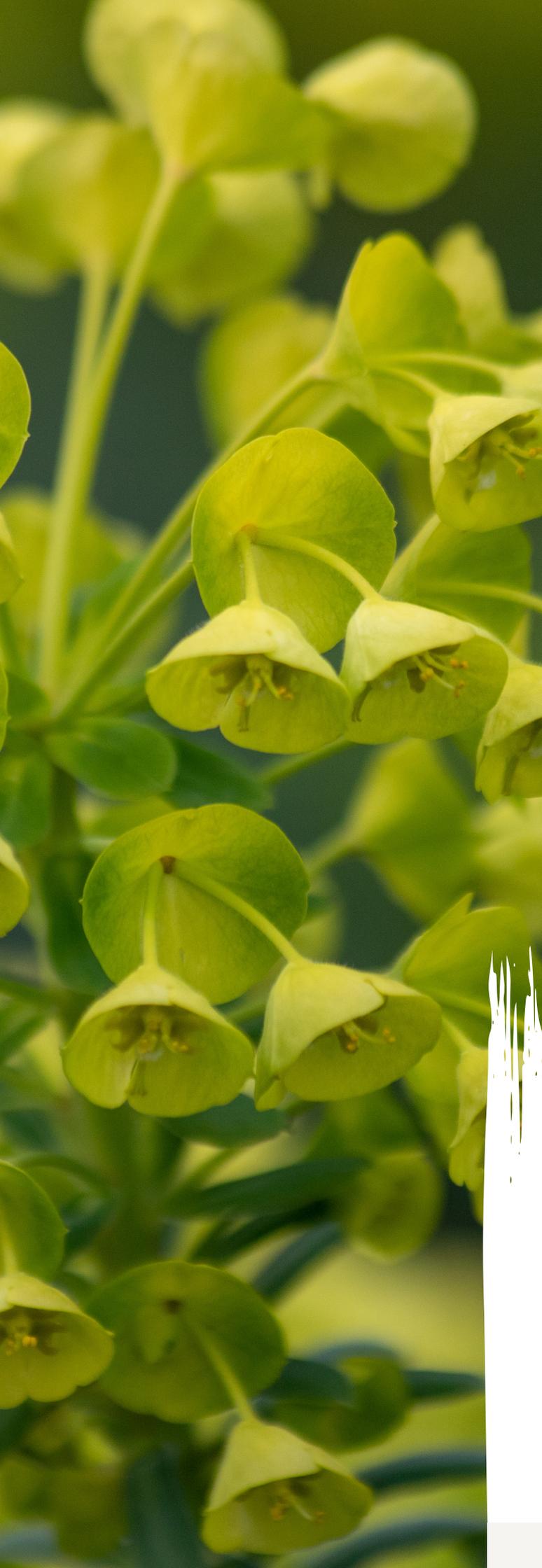
LOW CARBON STRATEGY

• PILLAR 1: Controlling our direct emissions (scopes 1 & 2)

- › Reducing our reliance on fossil fuels
- › Increasing the residual share of renewable energy
- › 2030 Goal: reducing CO₂ emissions from scopes 1 & 2 by 50% versus 2010

• PILLAR 2: Reducing our indirect emissions (scope 3)

- › Reducing the impact of the group's products:
 - Working with our suppliers and subcontractors to reduce their carbon emissions impact
 - Reducing the impact of transportation
 - Reducing the impact of retail activities
 - Reducing the impact of digital activities



All of Groupe Rocher's initiatives are listed in detail in the Group's DPEF, which is also available online at www.groupe-rocher.com.

Here are 3 examples that illustrate how the carbon strategy encompasses the entire value chain of the group.

THE GROUPE ROCHER INVESTS TO SUPPORT RENEWABLE ENERGY PRODUCTION. Since January 1, 2017, **100% of the electricity consumed by the group's sites in France is of renewable origin** and covered by certificates of origin. For the year 2020, the group has chosen to cover its needs on French territory through:

70% of European wind power

15% of European hydroelectricity

15% of European solar

In 2019, in France, **THE GROUPE ROCHER HAS COMMITTED TO THE FREIGHT 21 APPROACH** in partnership with ADEME. As part of this approach, the group has committed to reducing the environmental impact of its downstream transport in Europe for its cosmetics activities by at least 6% over 3 years.



The Groupe Rocher is transforming its working methods and resources in order to develop a **RESILIENT, SUSTAINABLE AND ACCESSIBLE INFORMATION SYSTEM**. This year, the IT Department of the Groupe Rocher (Groupe Rocher Technology Solutions; GRTS) initiated a training program on the eco-design of information systems. The teams were given the opportunity to deploy the best practices to their daily activities in systems development.

2020 RESULTS

Groupe Rocher's greenhouse gas emissions represent

19,185 t CO₂

equivalent (tCO₂e) in 2020 for scopes 1 and 2⁵ (including the consumption of its Arbonne and Sabon plants). On an isoperimeter basis, the group has reduced its emissions by

-25% vs. 2018.

2023 GOAL

The 2023 milestone objective: maintain the gradual reduction of 2% per year in greenhouse gas emissions for scopes 1 and 2.

SOURCE ⁵ Scope 1 includes greenhouse gas emissions directly related to the manufacture of the product. For example, if product manufacturing required the combustion of fossil fuels. Scope 2 includes all indirect greenhouse gas emissions induced by electricity, heat or steam consumption. Scope 3 includes all other greenhouse gas emissions that are not directly linked to product manufacturing, but to other stages of the product life cycle.

#2. Reducing the use of plastic

PLASTIC STRATEGY

- **Reducing plastic put on the market by 30%***

- Reducing weight of certain packaging elements
- Remove packaging elements
- Focusing on concentrate / Developing solid

*(in g plastic/ml formula in 2030 versus 2019) when there is currently no alternative to using plastic

When there is no other way today than using plastic:

- **Maximizing the use of recyclable plastic to achieve 100%**

- Removing disruptors to recycling plastic
- Making tubes recyclable
- Removing use of non-recyclable resins and mixed materials

- **Maximizing use of recycled plastic to achieve 100%**

- All bottles are 100% recycled
- All plastic packaging contains recycled material to the greatest extent technically possible

- **Launching reuse strategies for all brands**

- **Increasing strategy visibility by signing up to multi-stakeholder commitments**

- The Groupe Rocher has willingly committed to the "circular economy roadmap" with the French government since 2018
- The group is also a signatory of the "European Plastics Pact" since March 2020

In recent years, the Groupe Rocher has adopted an eco-design strategy for its products and a reduction in the use of plastic.

Having progressively achieved the targets it had set itself, it has undertaken new and even more ambitious commitments to reduce the use of plastic by all the group's brands by 2030.

2020 RESULTS

The group has put

8,265 tons of plastic
on the market in 2020, of which

2,113 tons of recycled
plastic, or 25.6% of the plastic used.

2023 GOAL

40% of plastic used is recycled plastic

AREAS OF WORK TO BE PURSUED

The indicators for **REDUCTION OF CARBON EMISSIONS** must be reduced in absolute terms and not in proportion to products sold. The intrinsic growth of Groupe Rocher's activities cannot be achieved by compromising the commitments made to preserve the environment.

MAKING LA GACILLY THE ICON OF A VIRTUOUS ECOSYSTEM

AS THE CRADLE OF THE GROUP, A SYMBOL OF THE IMPORTANCE GIVEN TO TERRITORIAL ROOTS AND AN EMPLOYMENT HUB (2,700 EMPLOYEES), THE GROUPE ROCHER WISHES TO PROMOTE LA GACILLY AS AN EXEMPLARY AND EXPERIMENTAL AREA FOR THE REST OF THE GROUP.

2020 GOALS

The Group decided, despite the global impact of the Covid situation, to **MOBILIZE ITS FACILITIES** in La Gacilly in order to test the resilience of a territory and its actors.

It is a corporate political desire fueled by the awareness that business models anchored on a vision can combine economic performance and socio-environmental preservation.

In 2020, the Group' resources were used to ensure the long-term viability of its industrial and logistics facilities (through maintaining investments), to support employees in conjunction with the government during long periods of short-time working due to retail business closures, mobilize teams to produce and provide hand sanitizers to hospitals in the region, continue the ambitious program to switch to low-carbon facilities by 2025, pursue environmental programs for hedge planting and shared knowledge of biodiversity, and welcome the public with a photo festival during the summer.

IMPLEMENTED ACTION PLAN

Several large projects have been carried out over the years to help develop a virtuous ecosystem:

- › Producing and sharing academic knowledge in Agroecology;
- › Structuring the supply chain for cosmetic ingredients in Brittany and producing locally;
- › LA GACILLY LOW CARBON;

- › Increasing ecological diversity on the group's land in La Gacilly;
- › Encouraging community involvement in the area;
- › Developing the educational center of La Gacilly by welcoming more people and different people;

We suggest focusing on agroecology for 2020.

The Groupe Rocher has decided to go beyond organic farming and develop agroecology, thus fighting against simplified models and the decline of biodiversity in agricultural systems via several levers:

- › Further exploring agroecological models in collaboration with local action research;
- › Understanding ecosystems, innovating and experimenting to adapt practices to future climate change;
- › Supporting research and coordinating a transverse approach combining biodiversity and climate.

The Groupe Rocher is committed to supporting academic and collaborative research related to agroecology:

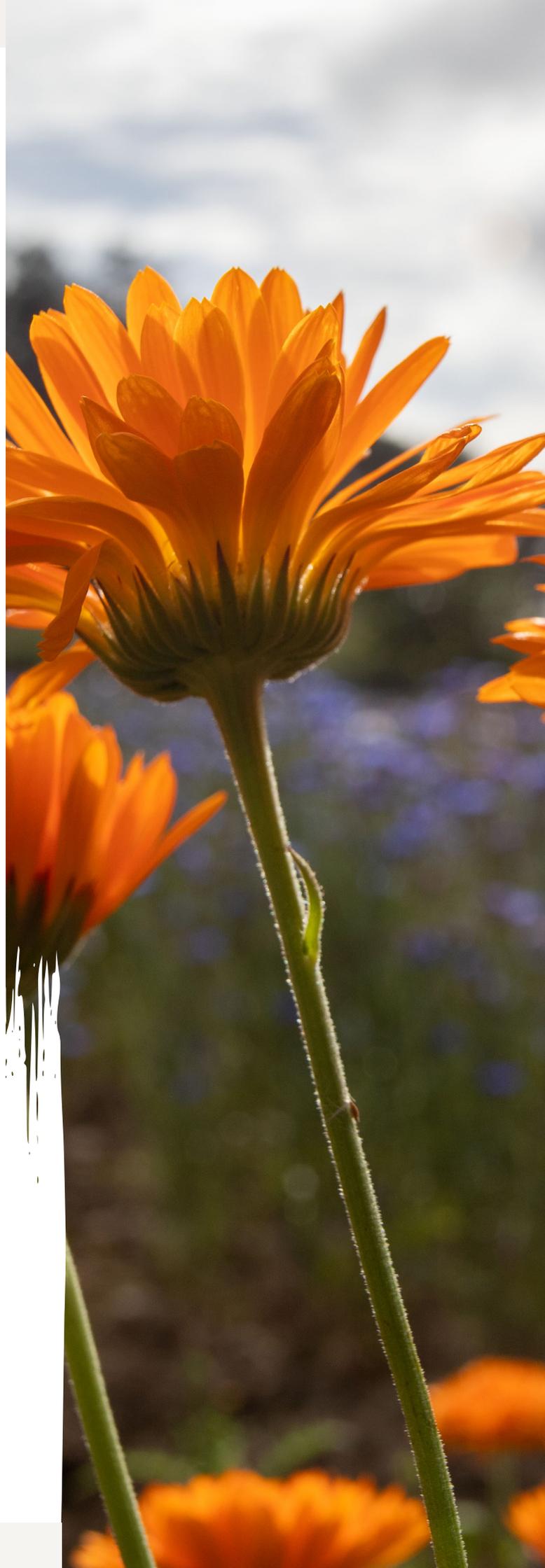
- Since 2017, the Groupe Rocher in collaboration with the University of Rennes 1 **has been hosting** PhD student Emma Jeavons as part of her CIFRE thesis on plant diversification strategies and interactions between beneficial floricultural insects. She successfully submitted her thesis in 2020.
- In 2020, the group also **sponsored** Battle Karimi, a post-doctoral student in soil microbiology at INRAE Orléans, by selecting her application for one of the Fondation de la Recherche pour la Biodiversité (FRB) young researcher awards.
- The research program **local action** "Cap Climat" has been deployed in the Brittany region, involving dozens of farmers and actors engaged in the local agricultural transition.

The Groupe Rocher is expanding its agroecological experimentation with partners:

- The Groupe Rocher is also considering the definition and qualification of the global agroecology model of La Gacilly, in compliance with the FAO framework, in order to **develop and improve its practices**, thus positioning itself as a laboratory for the plant sectors.

2020 RESULTS

Agricultural experiments and hedge planting in collaboration with AFAC have continued, leading to the launch in 2020 of a "**sustainable hedge management plan**".





Finally, in order to promote and share its discoveries in agro-ecology, the Groupe Rocher introduced a new activity in 2020: an agroecology area featuring a permaculture vegetable garden and a presentation of the Yves Rocher agroecological model. This initiative will raise awareness among the general public and involve employees as of 2021.

The Group set up a steering committee for the La Gacilly low-carbon project in 2020, bringing together various business functions. This committee has defined the project's guidelines.

2023 GOAL

TO COORDINATE A TRANSVERSE PROJECT COMBINING BIODIVERSITY AND CLIMATE

"La Gacilly Low Carbon Project". This project could include a triple accounting test (in partnership with the CARE AgroParisTech-University of Paris-Dauphine Chair) on certain Gacilian activities.

AREAS OF WORK TO BE PURSUED

#1. The mission committee will evaluate a commitment, in addition to the actions and locations of the Groupe Rocher, to **SUPPORT PROGRAMS FOR THE CONSERVATION OF THREATENED SPECIES** in the Gacilly region.

3

GENERAL CONCLUSION OF THE COMMITTEE

THE GROUPE ROCHER HAS MADE A BOLD CHOICE IN BECOMING A MISSION-DRIVEN COMPANY. THE RANGE AND BREADTH OF THE TOPICS PROVE BOTH THE COMMITMENT AND THE AUTHENTICITY OF THE APPROACH.

We do realize that it is a long-term process to transform a company such as Groupe Rocher, and to see tangible progress after only one year is remarkable (such as the Groupe Rocher Reconnect People to Nature Barometer© , Nature Academy), especially in a very troubled 2020 global context.

While keeping a sharp eye on the progress and goals implemented via some important recommendations for the committee (such as the paramount importance of education), we support the work that has been done in 2020 by the Groupe Rocher as part of its mission.





Photo creditiales:
@Unsplash
@Ronan Mouchebeut

GR
GROUPE ROCHER


YVES ROCHER
Parfums, France

 arbonne.


PETIT BATEAU

STANHOME


Dr. Pierre Ricaud

DANIEL
JOUVANCE KLOTIS
PARIS


SABON

flormar


F5
PARFUMS