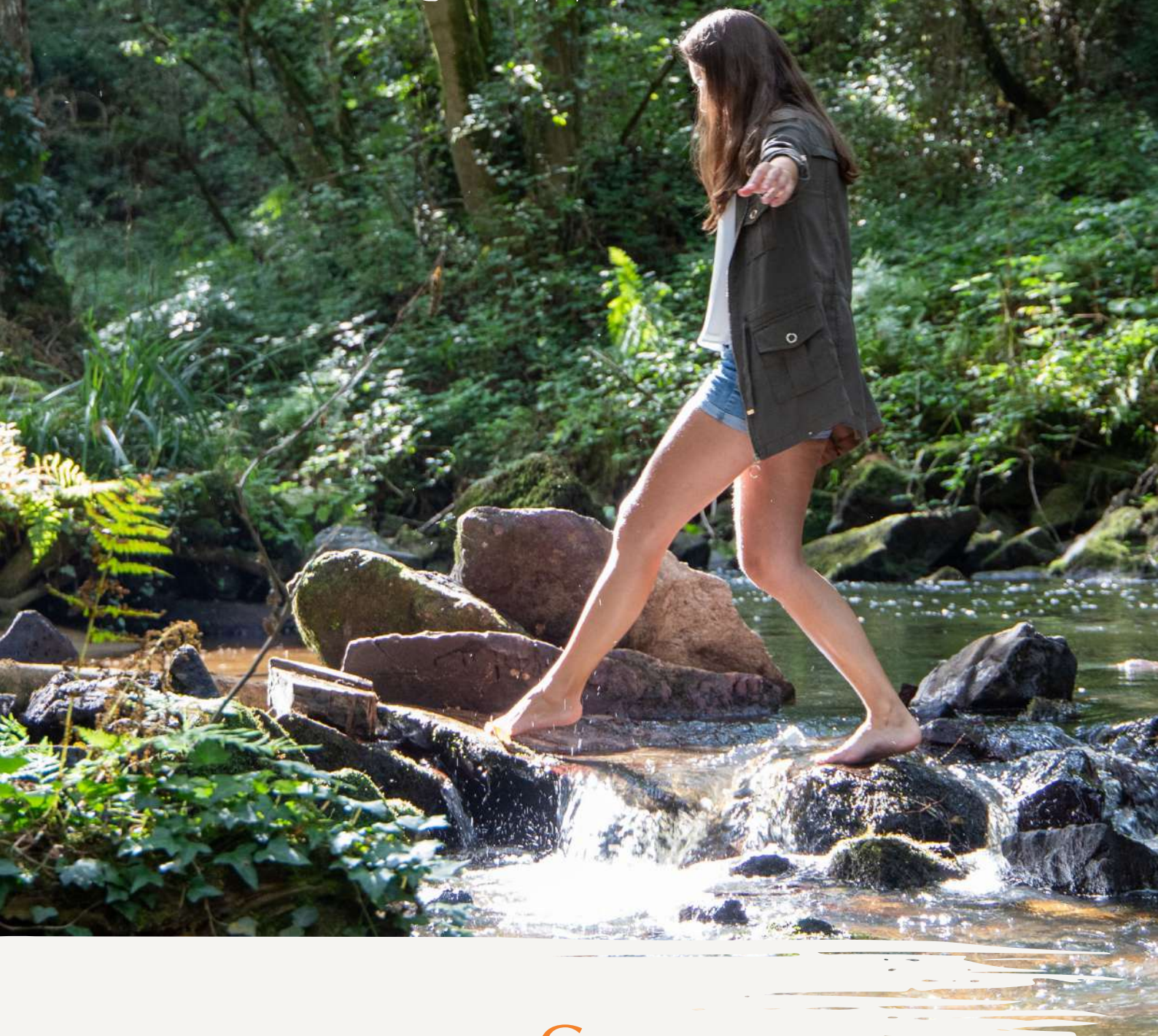


# RAPPORT DU COMITÉ DE MISSION

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 bénéfique 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 SALARIÉS<sup>1</sup> AURONT VÉCU UNE EXPÉRIENCE DE NATURE DANS UN CONTEXTE PROFESSIONNEL AU COURS DES DEUX DERNIÈRES ANNÉES.**

SOURCE <sup>1</sup> 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.

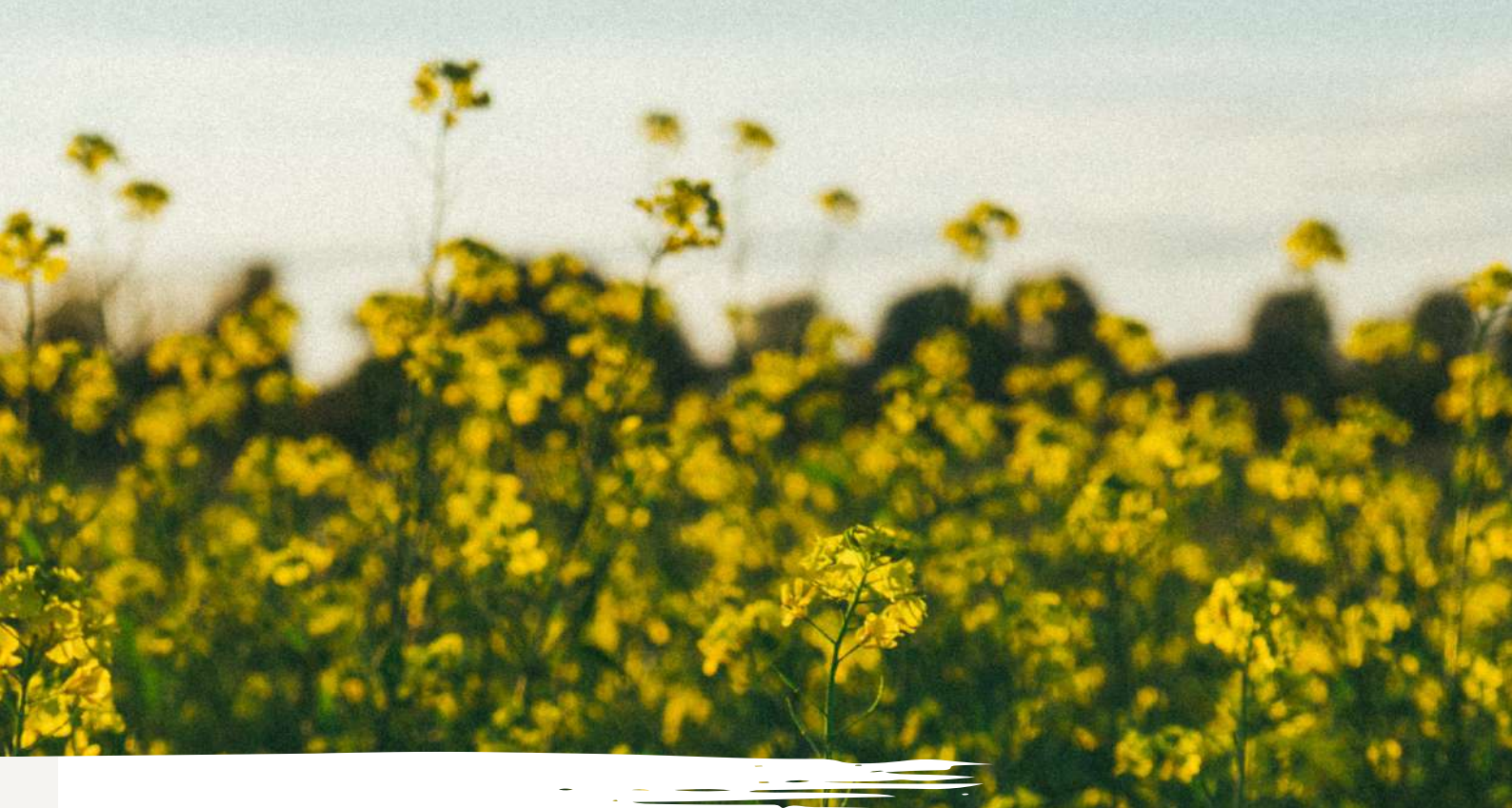
## RÉSULTATS 2020

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.







- › 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 botanique<sup>2</sup>, 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 <sup>2</sup> 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 « consom'acteurs » de la marque.

## RÉSULTATS 2020

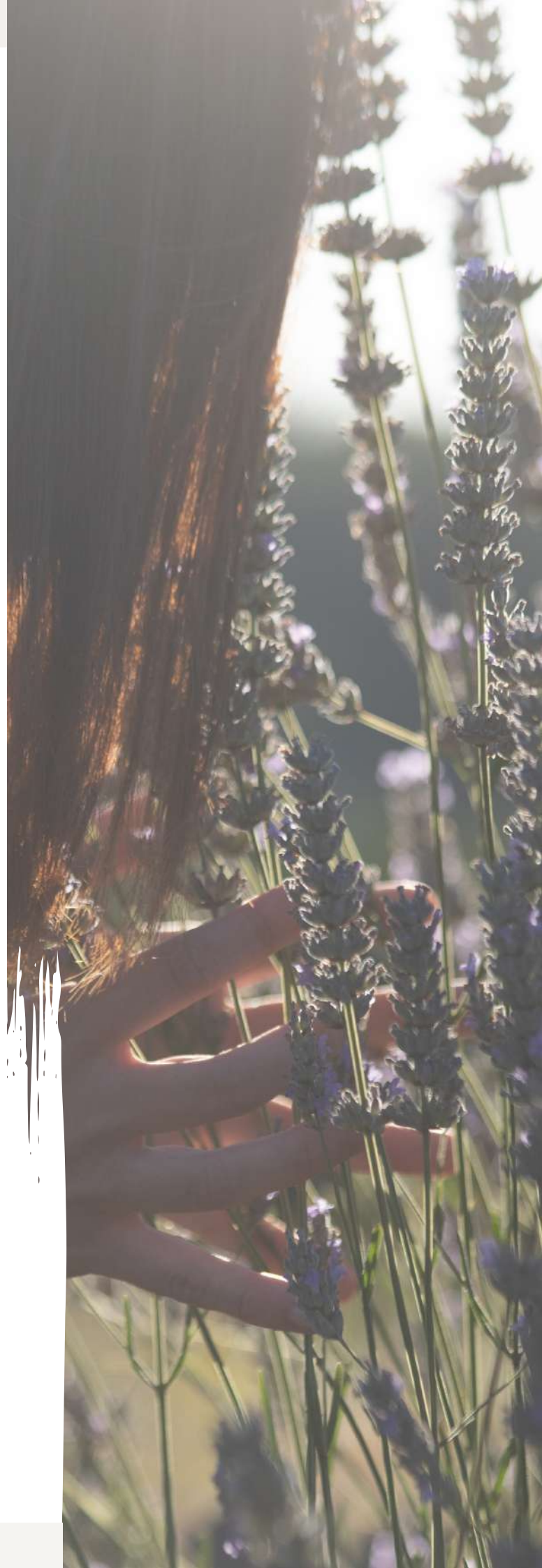
En 2020, le groupe opère

**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 durables<sup>3</sup>.

En 2020, **13,8%** des produits de la collection Petit Bateau sont majoritairement conçus à partir de matières éco-responsables<sup>4</sup>.

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

SOURCE <sup>4</sup> 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

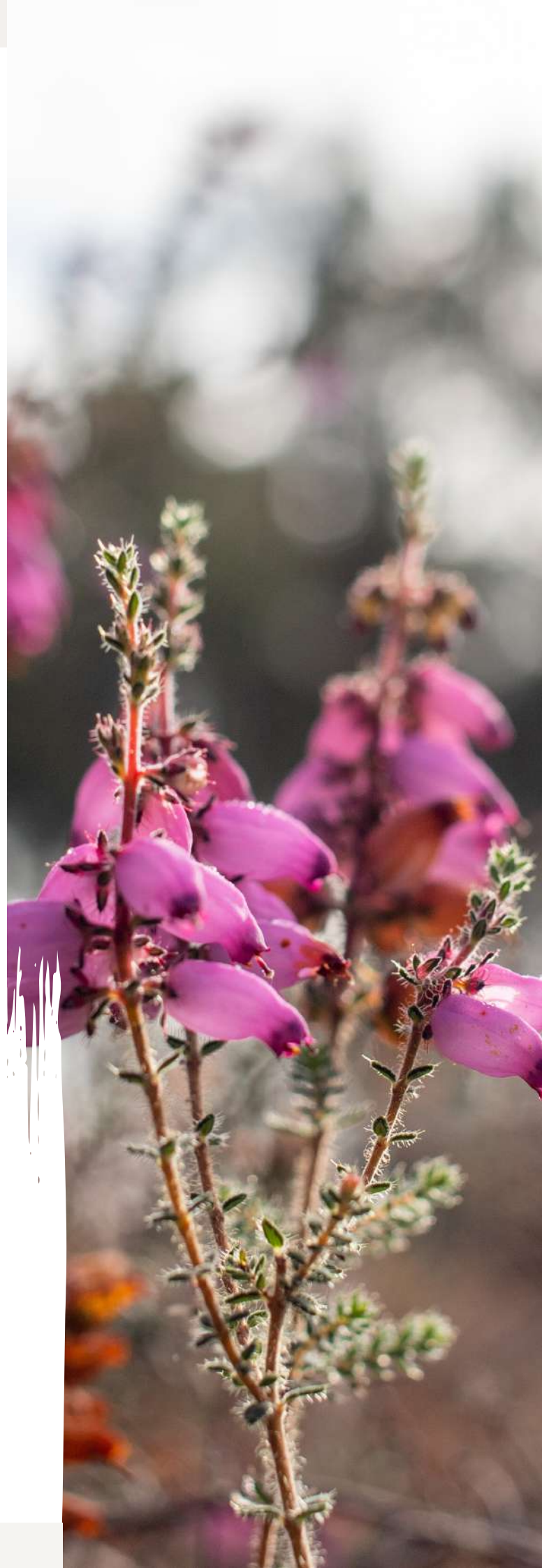
## OBJECTIFS 2023

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 CO<sub>2</sub> 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.

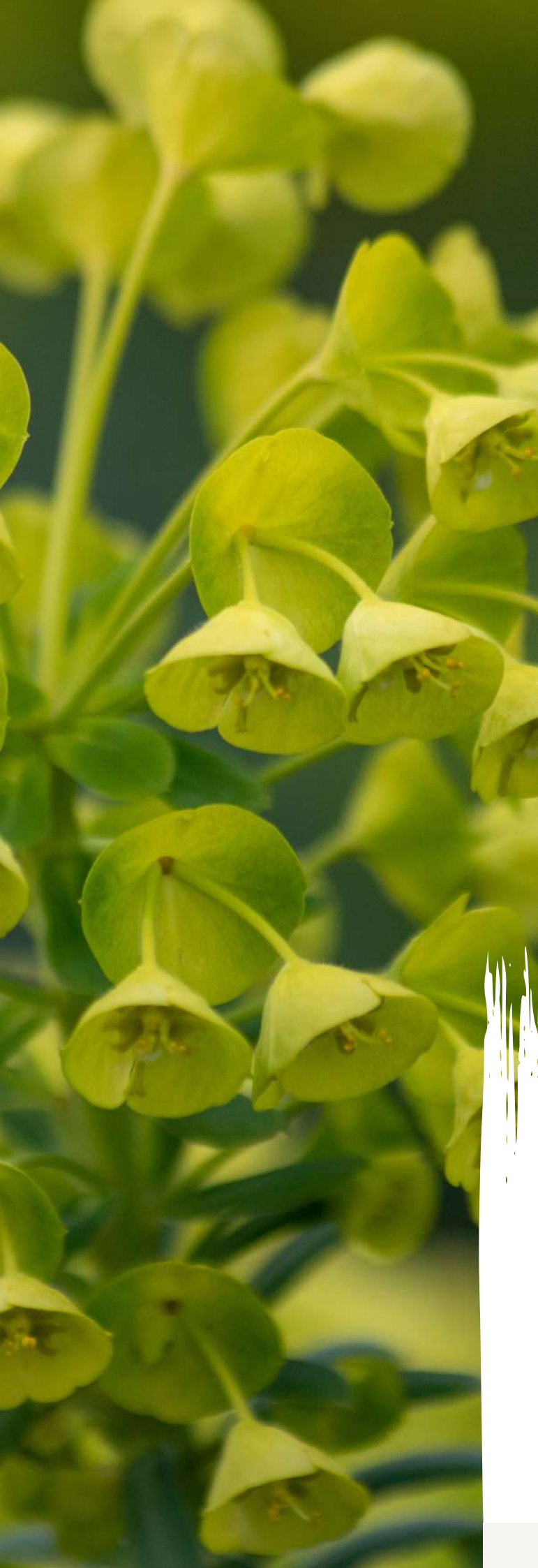
### STRATEGIE BAS CARBONE

#### • 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 CO<sub>2</sub> 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](http://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 RENOUVELABLE.**

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** tCO<sub>2</sub>

équivalent (tCO<sub>2</sub>e) en 2020 sur les scopes 1 et 2<sup>5</sup> (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 <sup>5</sup> 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  
*Parlons France*

 arbonne.

  
PETIT BATARD

STANHOME

  
Dr. Pierre Ricaud

DANIEL  
JOUVANCE KLOTIS  
PARIS

  
SABON

flormar

  
55  
PARIS

**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](http://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)<sup>1</sup>.

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

---

<sup>1</sup> 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 'Thomas Gault', written over a faint, stylized logo or background.

Thomas Gault  
Associé, Développement Durable