Rapport du comité de mission 2024

30 avril 2025

GROUPE ROCHER

reconnect people to nature

Convaincue grâce à l'expérience personnelle de Monsieur Yves Rocher, que la nature a un impact positif sur le bien-être des personnes et donc sur leur envie d'agir pour la planète, la société a pour mission de reconnecter ses communautés à la nature. Cette raison d'être s'incarne dans des expériences, des services et des produits qui procurent du bien-être, grâce aux bienfaits de la nature. À cette fin, la société revendique un modèle d'entreprise familiale ayant pour ambition de développer un écosystème durable qui combine création de richesses, innovation frugale, et écologisme humaniste. Forte de ses expertises botaniques, agronomiques et scientifiques et du modèle unique créé à la Gacilly, la société cultive un lien direct avec ses communautés et ses territoires.

SOMMAIRE

4 L'ÉDITO
6 L'ENTREPRISE À MISSION : UN OUTIL DE TRANSFORMATION STRATÉGIQUE
8 5 ANS EN TANT QU'ENTREPRISE À MISSION

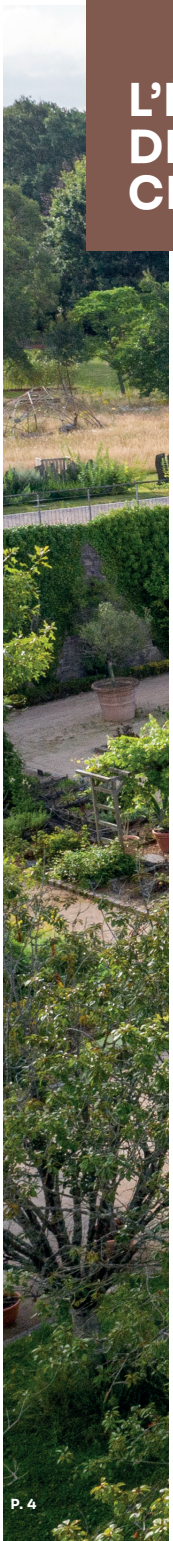
10 LA RAISON D'ÊTRE DU GROUPE ROCHER LES OBJECTIFS STATUTAIRES

12 LE COMITÉ DE MISSION
14 LES TRAVAUX DU COMITÉ DE MISSION
16 LA TRANSFORMATION DURABLE DE NOS MODÈLES D'AFFAIRES
18 LES OBJECTIFS ET LA FEUILLE DE ROUTE DE LA MISSION DU GROUPE ROCHER

20 PROMOUVOIR ET FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES DE NATURE

28 FORMER AUX ENJEUX DE LA NATURE

36 AGIR EN FAVEUR DE LA NATURE



L'ÉDITO DE TARIK CHEKCHAK

Il y a quelques années, lors d'une conversation avec Pascal Picq, paléoanthropologue, j'ai découvert l'origine du mot *cosmétique.* Ce terme vient du grec ancien *kosmētikos,* signifiant « apte à orner » ou « qui met en ordre », dérivé de *Kome*, l'action d'ordonner, d'embellir, et de *cosmos*, le monde perçu comme un système harmonieux. Dans la pensée grecque, *cosmos* évoque l'ordre et la beauté, une quête d'équilibre. Cette étymologie donne à la cosmétique un sens bien plus profond que le soin de la peau : celui d'une harmonie entre les individus et le monde.

Cette vision résonne particulièrement avec la mission du Groupe Rocher : reconnecter les femmes et les hommes à la nature. Inspiré par ses explorations naturalistes dans les landes bretonnes, Yves Rocher a enraciné cette naturalité dans l'histoire du groupe. Comme beaucoup d'entreprises industrielles, le groupe cherche au quotidien à concilier les exigences de la grande consommation avec sa démarche pour limiter son impact environnemental. Cela pose une question essentielle : comment conjuguer une mission authentique avec les réalités d'un modèle économique mondialisé ?

Tarik Chekchak
Directeur du Pôle Stratégies Inspirées du Vivant à l'Institut des Futurs souhaitables

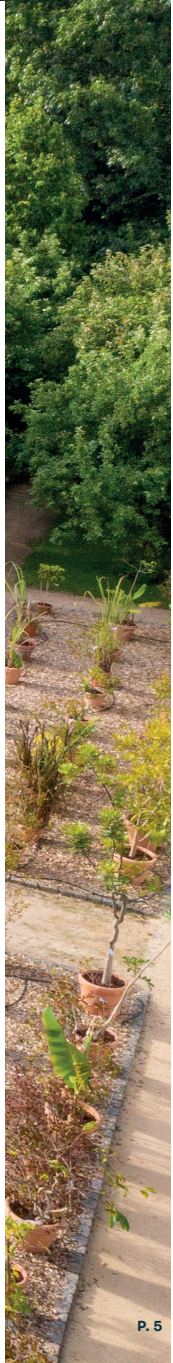
Dans l'univers de la cosmétique, deux grandes visions coexistent. La première, high-tech et aux standards universalistes, nourrit l'aspiration à une beauté intemporelle et idéalisée. La seconde s'appuie sur les avancées scientifiques pour valoriser des composants d'origine naturelle et, dans le respect des écosystèmes, proposer une cosmétique efficace et en harmonie avec le vivant.

Le Groupe Rocher, fidèle à ses racines, a décidé de se positionner résolument dans cette seconde voie, en adoptant des modes de production soutenables et en proposant des produits qui incarnent efficacité, bien-être, inclusivité et respect de l'environnement.

L'importance de prendre soin des territoires est également un pilier de l'histoire du groupe. Des initiatives comme la préservation des haies bocagères ou la création d'un jardin botanique à La Gacilly témoignent de cet engagement. Faire de ce soin une norme dans tous les territoires d'activité serait un levier puissant pour incarner un modèle économique véritablement respectueux du vivant. Porté par une gouvernance engagée et soutenu par des actionnaires familiaux, le groupe réinvente avec détermination sa mission à l'aune des enjeux du 21e siècle. À travers les initiatives de la Fondation Yves Rocher, la plantation de plus de 125 millions d'arbres dans le monde témoigne avec force de cette ambition de régénérer les liens profonds entre l'humanité et les diversités du vivant.

Je suis honoré de pouvoir contribuer à une réflexion collective sur les transformations nécessaires, au sein du comité de mission, afin d'accompagner un groupe résolu à trouver un équilibre entre économie et soin du vivant.

Notre époque, entre contradictions et renouveau, ouvre la voie à des transformations essentielles. Le défi est grand, mais l'opportunité l'est tout autant : redonner au mot cosmétique son sens originel – une quête d'harmonie, où prendre soin de soi devient inséparable du soin du monde.



L'ENTREPRISE À MISSION : UN OUTIL DE TRANSFORMATION STRATÉGIQUE

Introduit par la loi PACTE en 2019, le statut d' « entreprise à mission » permet aux organisations d'intégrer une raison d'être et des objectifs sociaux ou environnementaux dans leurs statuts. Ce cadre engageant vise à allier performance économique et responsabilité sociétale, en structurant une transformation durable.

LES PILIERS CLÉS D'UNE ENTREPRISE À MISSION

Une raison d'être structurante

Chaque entreprise inscrit une raison d'être dans ses statuts, témoignant de son engagement envers des objectifs sociétaux ou environnementaux précis.

Des objectifs statutaires mesurables

L'entreprise s'engage sur des objectifs concrets, mesurables et atteignables, encadrés par des indicateurs de suivi pour assurer l'atteinte des objectifs.

Un comité de mission indépendant

Distinct des organes de gouvernance classiques, ce comité intègre souvent des parties prenantes externes (experts, représentants d'ONG, académiques) et internes afin d'assurer un suivi rigoureux de la mise en œuvre des engagements.

Un audit régulier pour une transparence accrue

Un organisme tiers indépendant vérifie que l'entreprise respecte ses engagements et permet d'éviter les dérives de greenwashing.

Ces éléments garantissent que les entreprises à mission adoptent une gouvernance rigoureuse et cohérente.

UNE DYNAMIQUE CROISSANTE

En 2024, la France comptait près de 1970 entreprises à mission, soit une hausse de 32 % en un an. Ce modèle séduit les grandes entreprises, PME et startups, car il offre une opportunité de différenciation et une légitimité à traiter des enjeux sociétaux. Des initiatives comme la Communauté des Entreprises à Mission soutiennent cette dynamique en partageant des ressources et des bonnes pratiques entre pairs.

UN LEVIER STRUCTURANT POUR LA RSE

L'entreprise à mission ne remplace pas la RSE, mais est un levier puissant à son service. Elle permet de clarifier les priorités stratégiques et d'aligner les actions RSE avec une gouvernance rigoureuse et mesurable. Grâce à cette approche proactive, les entreprises à mission voient les nouvelles réglementations telles que la CSRD, non comme une contrainte, mais comme une opportunité pour renforcer leur impact.

PERSPECTIVES POUR DEMAIN

Face aux nouvelles régulations et aux attentes des parties prenantes, les entreprises à mission doivent conjuguer trois dynamiques : un engagement sociétal fort, un cadre législatif structurant (Taxonomie, CSRD, CS3D) et des initiatives philanthropiques. En intégrant ces leviers, elles renforcent leur résilience et leur compétitivité, consolidant ainsi leur rôle clé dans l'économie durable.

« Faire de notre entreprise une société à mission, c'est donner un cap clair à notre engagement et aligner nos orientations stratégiques avec notre raison d'être. Ce cadre structurant nous permet d'innover de manière responsable et d'anticiper les évolutions réglementaires, en les transformant en opportunités de création de valeur. »

Bris Rocher
Président du Conseil d'Administration du Groupe Rocher et Administrateur de la Communauté des Entreprises à Mission

5 ANS EN TANT QU'ENTREPRISE À MISSION

24 OCTOBRE 2019

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

16 SEPTEMBRE 2021

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

2020

Constitution du **premier comité de mission** Groupe Rocher.

Baromètre Groupe Rocher ***Reconnect people to nature***© en collaboration avec l'institut d'études BVA, premier baromètre international pour mesurer l'impact de la nature sur le bien-être des citoyennes et citoyens.

Première session pilote de la **Nature Academy.**

La Marque Arbonne **est certifiée B Corp.**

Certified B Corporation

FIN 2022

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

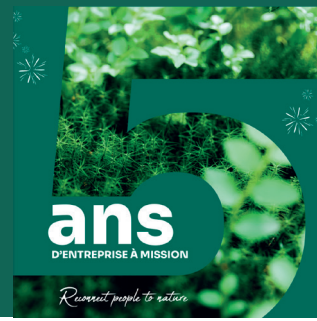
19 OCTOBRE 2021

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

www.economie.gouv.fr/files/files/2021/RAPPORT_ROCHER_EXE_PL.pdf

19 OCTOBRE 2024

Les équipes en France et dans le monde ont célébré collectivement les 5 ans d'entreprise à mission du Groupe Rocher.



LA RAISON D'ÊTRE DU GROUPE ROCHER

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

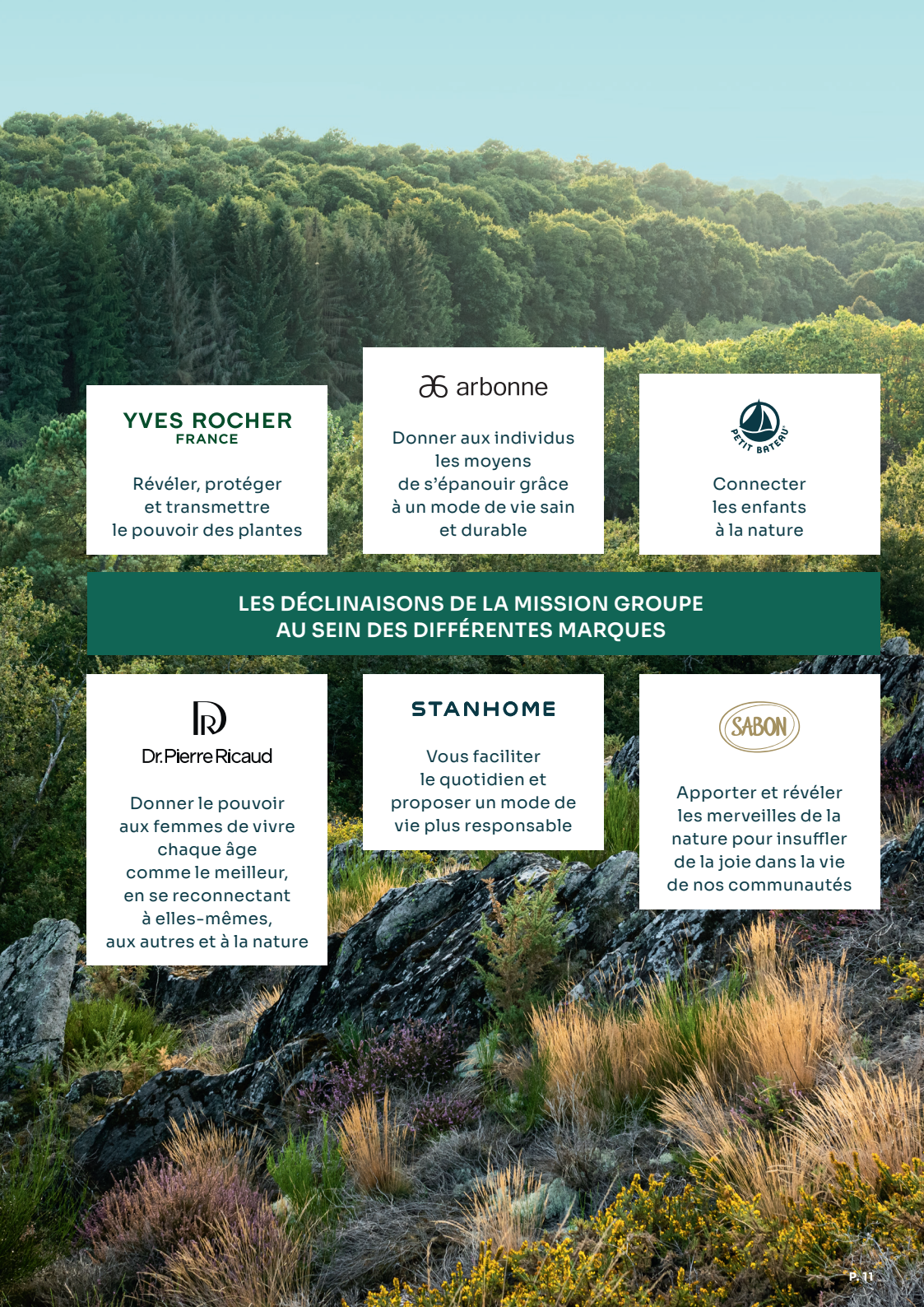
Nos activités
Cette raison d'être s'incarne dans **des expériences, des services et des produits** qui procurent du bien-être, grâce aux bienfaits de la nature.

Nos principes
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.

Nos manières d'agir
Forte de ses expertises botaniques, agronomiques et scientifiques et du modèle unique créé à la Gacilly, **la société cultive un lien direct avec ses communautés et ses territoires.**

OBJECTIFS STATUTAIRES DE LA MISSION DU GROUPE ROCHER

1	**PROMOUVOIR ET FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES DE NATURE**	à ses parties prenantes, à travers un ensemble d'animations en vue de leur prise de conscience des enjeux de la nature et d'opportunités à expérimenter et ressentir les liens avec la nature.
2	**FORMER AUX ENJEUX DE LA NATURE**	et aux limites planétaires, par un corpus de formations et programmes d'éducation favorisant la compréhension par ses parties prenantes et nourrissant leur capacité d'agir en faveur de la nature.
3	**AGIR EN FAVEUR DE LA NATURE**	en visant à concilier activités humaines et réduction de l'impact sur les ressources naturelles, intégrant les limites planétaires.



YVES ROCHER
FRANCE

Révéler, protéger
et transmettre
le pouvoir des plantes

arbonne

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

PETIT BATEAU

Connecter
les enfants
à la nature

LES DÉCLINAISONS DE LA MISSION GROUPE AU SEIN DES DIFFÉRENTES MARQUES

Dr. Pierre Ricaud

Donner le pouvoir
aux femmes de vivre
chaque âge
comme le meilleur,
en se reconnectant
à elles-mêmes,
aux autres et à la nature

STANHOME

Vous faciliter
le quotidien et
proposer un mode de
vie plus responsable

SABON

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

LE COMITÉ DE MISSION DU GROUPE ROCHER

MEMBRES INTERNES

Jeanne Renard

Engagement des parties prenantes et transformation des modèles d'affaires

Présidente du Comité de Mission & Directrice People & Mission Groupe Rocher

Éric Mesmeur

Vision commerciale et internationale

Directeur Ressources Humaines Yves Rocher

Bris Rocher

Président du Conseil d'Administration du Groupe Rocher

Administrateur de la Communauté des Entreprises à Mission

Damien Dussart*

Vision opérationnelle et territoire breton

Directeur Industriel Groupe Rocher

* 2 nouveaux membres sont venus renforcer le comité de mission Groupe Rocher à la suite de la validation de leur présence par le Conseil d'Administration du Groupe Rocher le 4 avril 2024.

MEMBRES EXTERNES

Sophie Chassat

Philosophie de projets et modèles durables

Philosophe & Partner Accuracy Sustainability Accuracy

Céline Orjubin

Entreprenariat engagé

Présidente-Directrice Générale My Little Paris

Tarik Chekchak*

Biodiversité et société

Directeur du Pôle Stratégies Inspirées du Vivant à l'Institut des Futurs souhaitables

« En rejoignant le comité de mission en tant que membre interne, j'ai rapidement perçu l'impact concret de notre mission à tous les niveaux de l'entreprise. Cela m'a permis de faire le lien avec nos activités industrielles et de mieux comprendre la direction claire que donne la mission. C'est une véritable boussole qui guide l'entreprise et renforce un sentiment de fierté collectif. »

Damien Dussart
Directeur Industriel
Groupe Rocher

LES TRAVAUX DU COMITÉ DE MISSION

En 2024, le comité de mission du Groupe Rocher a pu suivre les projets mis en œuvre par le groupe ainsi que les actions en cours et les résultats associés. Les instances de travail de l'année ont porté sur :

Mars

Session d'échange et de partage avec la Direction Générale sur la stratégie du groupe.

Revue et validation de l'avancement des objectifs opérationnels 2023.

Juillet

JOUR 1 - *Learning Expedition à La Gacilly Bas Carbone* – Présentation de la Stratégie Biodiversité – visite de l'Herbier, centre d'expertise en agroécologie et botanique. Revue des avancées des plans d'actions au regard des objectifs opérationnels.

JOUR 2 - Journée Prospective commune avec le Comex et le Conseil d'administration du groupe et travail sur un scénario souhaitable pour le Groupe Rocher à horizon 2034.

Novembre

Session de partage avec la Fondation Yves Rocher.

Préparation du plan de travail 2025 du comité de mission, avec notamment de nouvelles interactions avec les instances de gouvernance de l'entreprise.

3
INSTANCES

1
JOURNÉE PROSPECTIVE

4e
RAPPORT DE MISSION

*Organisme Tiers Indépendant

En 2024, le comité de mission a renforcé son appropriation des enjeux stratégiques du groupe grâce à des échanges plus fréquents avec la Direction Exécutive, mais également à travers une journée d'immersion à La Gacilly. Cette expérience, au cœur du centre d'expertise en agroécologie et biodiversité, nous a permis d'échanger directement avec les équipes terrain et de mieux comprendre les réalités opérationnelles. Cela a nourri nos réflexions et affiné nos recommandations, assurant ainsi un meilleur alignement entre la mission du groupe et ses enjeux stratégiques.

Céline Orjubin,
Présidente-Directrice Générale
My Little Paris

6
MEMBRES DU COMITÉ DE MISSION

100 %
DE TAUX DE PRÉSENCE DES MEMBRES

PARTICIPATION ACTIVE À LA REVUE DU STATUT D'ENTREPRISE À MISSION PAR L'OTI

LA TRANSFORMATION DURABLE DE NOS MODÈLES D'AFFAIRES

L'évolution des modèles d'affaires est essentielle pour garantir la résilience et la compétitivité du groupe, tout en s'engageant dans les transitions économiques, sociales et environnementales à opérer. Cette transformation repose sur une gouvernance claire, une vision stratégique et une approche méthodique permettant de mesurer les progrès. Il s'agit d'intégrer le pilotage de notre mission dans les processus de l'entreprise et de structurer les actions pour en assurer l'efficacité.

LA MÉTHODE OKR : UN OUTIL STRUCTURANT POUR PILOTER LA STRATÉGIE

Déployée à l'échelle du groupe par la Direction Générale Exécutive, la méthode OKR (Objectives and Key Results) est un cadre qui permet d'aligner les équipes sur des objectifs stratégiques précis et mesurables. Cet outil favorise une mise en œuvre rigoureuse et assure une mobilisation collective autour de notre ambition et de nos grandes priorités définies pour 2025.

Notre ambition

Développer des modèles d'affaires durables qui nourrissent la mission du groupe
Reconnecter les femmes et les hommes à la nature.

Nos priorités

Profitabilité
La profitabilité est un levier au service de la mission du Groupe Rocher. En la renforçant, le groupe se donne les moyens de financer des initiatives RSE ambitieuses et de renforcer un modèle d'entreprise familiale alliant innovation frugale et engagement durable.

Désirabilité
La désirabilité est un des moteurs de la mission du Groupe Rocher. En offrant des expériences, des services et des produits qui procurent du bien-être grâce aux bienfaits de la nature, le groupe crée une connexion forte avec ses client(e)s et ses salarié(e)s. Plus le groupe inspire, plus il renforce leur envie de consommer de façon plus responsable.

Croissance
La croissance repose notamment sur la capacité à attirer de nouvelles consommatrices et nouveaux consommateurs sensibles aux valeurs du Groupe Rocher. En proposant des produits éco-conçus, le groupe élargit ses communautés de marques tout en restant fidèle à ses engagements en matière de durabilité.

Engagement
L'engagement mobilise toutes et tous, clients et collaborateurs, pour agir en faveur de la nature, incarnant ainsi la mission au quotidien. Performance économique et RSE se renforcent : la richesse soutient les initiatives durables, tandis que l'engagement écologique fidélise et attire. Rentabilité et croissance servent ainsi la reconnexion à la nature.

DÉBUT 2025, L'ANNONCE D'UNE ORIENTATION STRATÉGIQUE MAJEURE

Dans un contexte économique en constante évolution, et dans la continuité de l'année 2024, le groupe a annoncé le 15 janvier 2025 aborder la deuxième phase de sa feuille de route stratégique. La mission du groupe et sa raison d'être s'affirment, davantage encore, comme des leviers d'alignement stratégique des quatre marques Yves Rocher, Arbonne, Sabon et Dr Pierre Ricaud.

Pour Bris Rocher, Président du Groupe Rocher, « *nous confirmons aujourd'hui que notre raison d'être n'est pas une simple déclaration d'intention – et nous lui donnons, encore plus, la place qu'elle mérite. Elle devient un véritable levier d'alignement stratégique, nous permettant de naviguer dans un environnement complexe, à l'écoute des attentes des générations futures.* »

DONNER LEUR PLEINE PUISSANCE À NOS SAVOIR-FAIRE HISTORIQUES

Le groupe annonce donner toute sa puissance à ses savoir-faire historiques : les soins et le bien-être naturels et engagés. Pour accélérer son innovation et renforcer son modèle intégré en cosmétique végétale durable, il investit davantage dans son expertise scientifique. Sa Direction Scientifique voit ainsi ses moyens renforcés pour intensifier la recherche en formulation, l'éco-conception et les collaborations scientifiques, affirmant son leadership en innovation durable.

DE LA PLANTE À LA PEAU, LE MODÈLE SINGULIER DU GROUPE ROCHER

La force du Groupe Rocher réside dans son modèle entièrement intégré, qui maîtrise chaque métier de bout en bout : de la récolte des actifs végétaux à la recherche scientifique, de la production à la distribution, jusqu'à la vente et la relation client omnicanale, notamment en magasin. Grâce à nos 200 experts et scientifiques, nous optimisons en continu nos formules en nous appuyant sur les retours clients. Cette maîtrise nous permet d'explorer pleinement le potentiel du végétal et d'innover durablement dans un champ de recherche encore largement inexploré.

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

DES OBJECTIFS STATUTAIRES AUX OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

En 2022, le Groupe Rocher a redéfini ses objectifs statutaires afin de mieux aligner sa mission avec sa vision stratégique et ses démarches opérationnelles RSE. **L'objectif central de cette mise à jour est de mobiliser ses parties prenantes, internes et externes, en les sensibilisant aux enjeux de la nature et en les formant pour qu'elles puissent agir concrètement en sa faveur.**

Cet alignement est porté par les marques du groupe qui jouent un rôle clé en tant que premières contributrices de la mission.

Depuis cette restructuration, le Groupe Rocher, sous les conseils de son comité de mission, a renforcé ses actions pour concrétiser ses ambitions en 2023 et 2024. Ses engagements RSE à horizon 2030 s'attachent également à agir sur chacun de ses enjeux prioritaires tels que définis dans sa matrice de matérialité (cf. page 14 de la DPEF 2024 du Groupe Rocher) et constituent un levier majeur de transformation.

Le plan stratégique du groupe s'appuie ainsi sur ces ambitions et sur les objectifs opérationnels de mission, adaptés aux différentes parties prenantes.

Cette approche reflète la conviction du groupe : un lien renforcé à la nature améliore le bien-être des individus et renforce leur engagement en faveur de la planète.

OBJECTIFS STATUTAIRES		OBJECTIFS OPÉRATIONNELS
1	PROMOUVOIR ET FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES DE NATURE	Faire vivre des expériences de nature aux salarié(e)s et/ou les sensibiliser aux enjeux environnementaux Déployer le programme Nature Academy
2	FORMER AUX ENJEUX DE LA NATURE	Former nos salarié(e)s aux essentiels de la RSE Former nos expert(e)s métiers sur des sujets d'expertise RSE spécifique
3	AGIR EN FAVEUR DE LA NATURE	Agir en faveur de la biodiversité via nos approvisionnements durables Agir en faveur de la biodiversité sur nos territoires Agir en faveur de la biodiversité dans nos métiers

Légende

- Objectifs atteints
- En bonne voie
- En construction
- Nouveau

PROMOUVOIR ET FAIRE VIVRE DES EXPÉRIENCES DE NATURE

« Permettre des expériences de nature au sein du Groupe Rocher, c'est faire expérimenter par le corps, le cœur et le mental, l'impact positif de la nature sur notre bien-être. Chaque événement révèle des sourires, des prises de conscience, des émerveillements et des envies d'agir pour protéger un peu plus ce capital inestimable. »

CLÉMENCE BEA
Directrice Innovation Sociale & Connectrice Nature Academy - Groupe Rocher

SENSIBILISER

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

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

OBJECTIF 2024	RÉSULTAT 2024	OBJECTIF 2025	OBJECTIF 2026
100 % des salarié(e)s de nos sites* ont eu accès à une expérience de nature et/ou une activité de sensibilisation environnementale au cours des deux dernières années	↗ **Plus de 95 % des salarié(e)s de nos sites*** ont eu accès à une expérience de nature et/ou une activité de sensibilisation environnementale au cours des deux dernières années **soit 5 320 salarié(e)s sur 40 sites**	Plus de 95 % des salarié(e)s de nos sites* ont eu accès à une expérience de nature et/ou une activité de sensibilisation environnementale au cours des deux dernières années	Plus de 95 % des salarié(e)s de nos sites* ont eu accès à une expérience de nature et/ou une activité de sensibilisation environnementale au cours des deux dernières années

Focus sur le programme Nature Academy

OBJECTIF 2024	RÉSULTAT 2024	OBJECTIF 2025	OBJECTIF 2026
3 000 salarié(e)s sensibilisés depuis 2021	↗ **2 906 salarié(e)s sensibilisés depuis 2021****	3 350*** salarié(e)s sensibilisés depuis 2021	★ Au minimum 75 % des nouveaux entrants (hors retail)

Légende ✓ Objectifs atteints ↗ En bonne voie ⚙ En construction ★ Nouveau

*sur les 5 383 salarié(e)s de nos filiales hors Retail & VRP / hors sites fermés en cours d'années et sites inférieurs à 10 personnes / hors Russie (contexte géopolitique).
** Objectif atteint à plus de 96 %, impacté par une baisse des effectifs au cours de l'année.
***Objectif revu pour alignement avec la nouvelle structure organisationnelle du groupe telle qu'envisagée.

PAR DES EXPÉRIENCES DE NATURE

Dans le cadre de leur programme de mobilisation interne et de leur feuille de route RSE, chaque collaboratrice et collaborateur des marques est invité à vivre une expérience de reconnexion à la nature, telles que :

YVES ROCHER FRANCE

Act Beautiful Days

Chaque collaboratrice et collaborateur sont invité à consacrer une demi-journée par an à des actions environnementales aux côtés d'associations locales. En 2024, la marque a mobilisé **83% de ses salarié(e)s dans 10 pays, aux côtés de 15 ONG,** pour des projets de végétalisation et de protection de la nature.

SABON

Seeds of Joy

Les équipes Sabon s'engagent aux côtés d'associations locales pour végétaliser des espaces urbains et hospitaliers. Ces initiatives, menées en France, Roumanie, Israël et Japon, ont mobilisé et sensibilisé **plus de 700 salarié(e)s en 2024.**

PETIT BATEAU

La Semaine Etincelle

Semaine de sensibilisation à la RSE pour l'ensemble des équipes Petit Bateau à travers le monde, afin que chacun(e) puisse s'approprier les engagements sociétaux et environnementaux de la marque. Des modules de formation, des ateliers interactifs et des témoignages inspirants, **ont été proposés en 2024 sur 100 % des sites de la marque.**

PAR DES ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION

Chaque année, le Groupe Rocher et ses marques proposent sur leurs sites des activités de sensibilisation pour informer sur les enjeux environnementaux. Nos temps forts 2024 :

Semaine du Numérique Responsable

En 2024, notre événement annuel sur le numérique responsable a sensibilisé **535 personnes** à ses impacts environnementaux et sociaux à travers une semaine de webinaires et d'ateliers**.**

Conférence « Dans la peau des plantes »

Aïna Queiroz, biologiste chercheuse est venue sensibiliser les collaboratrices et collaborateurs aux pouvoirs des plantes et à leur impact sur notre environnement et notre bien-être.

Comité Bas Carbone

Le Comité Carbone réunit chaque année plus de **100 participants** pour échanger sur la trajectoire de réduction des émissions du groupe.

5 320 COLLABORATRICES ET COLLABORATEURS
ont eu accès à une ou plusieurs expériences de nature et/ou à des actions de sensibilisation environnementale sur 40 sites du groupe, c'est-à-dire 99 % des effectifs au cours des années 2023 et 2024.

GRÂCE À LA NATURE ACADEMY

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

Une marche de la reconnexion dans un milieu naturel pour faire l'expérience de la nature et s'y immerger.

Un atelier d'intelligence collective sur les crises de la biodiversité pour en comprendre les enjeux et réfléchir de manière collaborative puis individuelle sur les solutions pour la préserver.

En 2025, ce programme sera proposé dans le parcours d'intégration de chaque salarié(e) du groupe.

DEPUIS 2020, 2 906 COLLABORATRICES ET COLLABORATEURS
du groupe ont été sensibilisé(e)s à la Nature Academy avec un taux de satisfaction mesuré sur le nouveau format lancé en 2023 de 4,7/5.

SENSIBILISER

FONDATION YVES ROCHER POUR LA NATURE

AUX CÔTÉS DE LA FONDATION YVES ROCHER

La marque Yves Rocher, 1er mécène de la Fondation

Depuis plus de 30 ans, la Fondation Yves Rocher s'engage pour la préservation de la biodiversité en soutenant celles et ceux qui agissent pour un monde meilleur.

Terre de Femmes

Le programme *Terre de Femmes* de la Fondation Yves Rocher soutient des femmes engagées dans la préservation de l'environnement. Depuis sa création en 2001, il a accompagné plus de 500 projets écologiques et sociaux dans plus de 50 pays. Chaque année, il récompense des initiatives locales avec des bourses allant jusqu'à 10 000 euros, permettant aux lauréates de développer leurs actions pour un impact durable.

Nature en Fête à La Gacilly

Chaque année, la Fondation Yves Rocher organise un évènement dédié à la sensibilisation du grand public à la préservation de la biodiversité. À travers des ateliers, des rencontres et des animations, Nature en Fête invite chacun à mieux comprendre l'importance de la nature et à adopter des gestes concrets pour la protéger.

Pour découvrir l'ensemble des programmes de la Fondation Yves Rocher, consultez leur site internet : **www.yves-rocher-fondation.org**

PLANT FOR LIFE

En 2007, la Fondation Yves Rocher a lancé le programme *Plant For Life,* un vaste projet de plantation d'arbres mené en collaboration avec **71 ONG partenaires dans 45 pays.** Cette initiative rassemble des milliers de passionnés dédiés à la restauration des forêts, au développement de l'agroforesterie et à la mobilisation citoyenne pour la nature.

En 2024, le programme a permis de planter **8 millions d'arbres grâce à 40 associations** partenaires, réparties selon leurs actions :

- **17 œuvrant en milieu rural**
- **9 dédiées à la préservation des forêts**
- **14 impliquées dans la végétalisation urbaine, notamment via les Act Beautiful Days**

Dans ce cadre, la marque Yves Rocher mobilise activement ses collaboratrices et collaborateurs. En partenariat avec la Fondation Yves Rocher, **1 088 salarié(e)s** se sont engagés aux côtés de **15 ONG dans 10 pays,** consacrant **4 915 heures** à des actions concrètes de protection de la nature.

AU-DELÀ DE NOS MURS

Sensibiliser nos franchisés et nos client(e)s

Pour ancrer leur stratégie RSE, les marques du Groupe Rocher animent un réseau d'ambassadrices et ambassadeurs RSE en France et à l'international. Les marques les accompagnent pour qu'ils relaient la démarche RSE, diffusent les messages clés et partagent les bonnes pratiques, notamment à travers des formations, des réseaux sociaux dédiés ou des newsletters.

YVES ROCHER FRANCE

Les Beauty Advisors du réseau de vente

La Marque Yves Rocher anime une communauté de **1 939 Green Leaders** à travers ses filiales en 2024. Ces ambassadrices sont formées via des Green Classes interactives abordant des thématiques clés du programme *Act Beautiful :* formulation, gestes engagés, plastique, filières, mobilisation collective, etc. Des newsletters trimestrielles enrichissent cette démarche en apportant des compléments d'information sur la stratégie d'impact de la marque ou des exemples d'actions engagées mises en place par les équipes des boutiques.

5e édition du Prix Biodiversidays
Cette année en France, neuf équipes magasin, engagées pour la biodiversité et l'accessibilité de la beauté, ont été récompensées. Depuis 2019, 166 équipes magasin ont postulé et 23 initiatives primées, comme l'installation d'une ruche pour financer la végétalisation d'une école, des plantations d'arbres avec des enfants ou des ateliers bien-être pour femmes en difficulté.

PETIT BATEAU

Les responsables de boutiques

En 2024, **115 responsables de boutiques Petit Bateau** en Europe ont découvert l'usine historique de Troyes pour mieux valoriser le savoir-faire, l'histoire et les engagements qualité de la marque auprès des client(e)s.

arbonne.

Les consultantes

Arbonne sensibilise ses consultantes aux enjeux environnementaux à travers des formations lors de sa Global Training Conference et des sessions mensuelles sur la durabilité. Des thématiques comme le B Corp Month, Earth Month et Plastic-Free July y sont abordées, intégrant ainsi la responsabilité environnementale au cœur des pratiques de la marque.

SABON

Des conseillères de beauté aux clientes

Sabon Roumanie a lancé son Recycling Program dans une boutique pilote, sensibilisant ses équipes de vente aux enjeux du recyclage et de la réduction de la pollution plastique. Par ailleurs, Sabon Japon a organisé des sessions Seeds of Joy dans plusieurs de ses boutiques, impliquant à la fois ses conseillères beauté et ses clientes.

COUP DE

En 2025, les marques souhaitent impliquer davantage les équipes de vente et leurs client(e)s dans des actions de sensibilisation, afin d'encourager un changement de comportements vers des choix plus responsables et respectueux de l'environnement.

La Marques Yves Rocher prévoit notamment de mobiliser **plus de 1200 personnes** en France et en Turquie avec l'aide d'associations locales et d'organiser en Turquie son premier festival Nature en fête, ouvert à toutes et tous.

ENSEMBLE, FAIRE RAYONNER LA MISSION

Le Groupe Rocher et ses marques développent et renforcent des liens permanents avec de nombreuses parties prenantes externes afin d'avoir continuellement la capacité à se transformer et de partager sa conviction de l'importance du lien entre communautés humaines et nature.

En tant que membre du ***Consortium Green Impact Index*** depuis sa création, il collabore avec des entreprises du secteur, telles que **Pierre Fabre** et **Léa Nature,** afin de mesurer l'impact environnemental et social des produits cosmétiques.

Le groupe participe activement à des groupes de travail au sein de ***la Fédération française des Entreprises de la Beauté (FEBEA)*** pour échanger des bonnes pratiques sur la biodiversité, l'eau et les enjeux environnementaux du secteur de la beauté. En 2024, il a notamment participé à la création et au déploiement d'un nouvel atelier de sensibilisation environnementale et sociale : la Fresque de la Cosmétique Responsable, qui sera intégrer dans le programme de mobilisation du groupe et de ses marques et déployé en France dès 2025.

Le groupe a rejoint le ***Consortium Trasce*** en 2024, qui œuvre à améliorer la traçabilité des chaînes d'approvisionnement dans le secteur de la beauté, afin de garantir une meilleure transparence environnementale.

Le groupe s'engage également dans des initiatives de plaidoyer pour affirmer ses convictions et fédérer d'autres parties prenantes autour des enjeux du groupe et de ses marques, aux côtés de plusieurs parties prenantes.

Pour en savoir plus, consultez la Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF) du Groupe Rocher en cliquant ici : bit.ly/DPEF-2024-Groupe-Rocher-FR

Assemblée Générale du Green Impact Index
6 septembre 2024

CONCLUSION DU COMITÉ DE MISSION

POINTS FORTS

La mission du Groupe Rocher est intimement liée à son histoire et reconnue comme authentique par les salariés, qui en tirent une grande fierté. Son déploiement sur l'ensemble des sites témoigne d'un engagement fort et structuré.

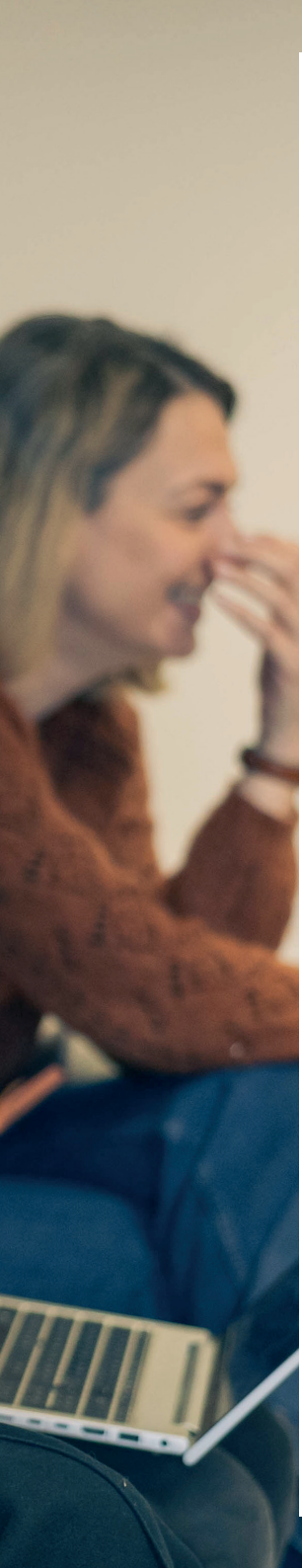
Chaque année, les actions de plaidoyer du groupe se renforcent, favorisant des synergies toujours plus solides avec les parties prenantes externes. Cette dynamique collective nous permet d'avancer ensemble et de contribuer, pas à pas, à un monde plus durable.

AXES D'AMÉLIORATION

Poursuivre l'extension du déploiement auprès des cibles externes afin d'élargir l'impact de la mission au-delà des frontières de l'entreprise. Par ailleurs, il est aussi essentiel de renforcer la capacité locale à déployer les initiatives de mobilisation RSE, garantissant ainsi une mise en œuvre efficace, proche des collaboratrices et des collaborateurs et pérenne.

« Des efforts significatifs ont été déployés cette année pour sensibiliser nos cibles externes aux enjeux de la nature. Toutefois, il est essentiel de continuer à renforcer cette dynamique dans les années à venir, afin d'élargir l'impact de nos actions et de consolider l'engagement de nos parties prenantes externes. »

Éric Mesmeur
Directeur Ressources Humaines
Yves Rocher



FORMER AUX ENJEUX DE LA NATURE

« En s'inspirant de la nature, nous reconnaissons son pouvoir de soin et nous retrouvons un équilibre individuel et collectif. La nature est un langage universel qui nous lie à la planète et aux autres. Chez SABON, nous avons mis en pratique les enseignements des formations RSE au sein de nos métiers en créant des jardins de réhabilitation pour ceux qui en ont le plus besoin, sous le nom du programme « Seeds of Joy ». »

SHANI MUCHTAR
Social Impact Manager - SABON

FORMER

Le deuxième objectif statutaire de la mission engage le groupe à former aux enjeux de la nature et aux limites planétaires par un corpus de formations et programmes d'éducation favorisant la compréhension par ses parties prenantes et nourrissant leur capacité d'agir en faveur de la nature.

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

OBJECTIF 2024	RÉSULTAT 2024	OBJECTIF 2025	OBJECTIF 2026
4 000 salarié(e)s formés aux modules RSE Groupe depuis juillet 2023 (cumulé)	✓ **4 582 salarié(e)s formés aux modules RSE Groupe depuis juillet 2023 (cumulé)**	★ 34 %* de salarié(e)s formés aux engagements du groupe et de la Marque Yves Rocher	34 %* de salarié(e)s formés aux engagements du groupe et de la Marque Yves Rocher

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

OBJECTIF 2024	RÉSULTAT 2024	OBJECTIF 2025	OBJECTIF 2026
100 salarié(e)s expert(e)s formés / an	✓ **239 salarié(e)s expert(e)s formés**	100 salarié(e)s expert(e)s formés / an	100 salarié(e)s expert(e)s formés / an

Légende ✓ Objectifs atteints ↗ En bonne voie ⚙ En construction ★ Nouveau

* Basé sur % d'employés hors retail ayant validé le dernier des 3 modules de la formation Act Beautiful Yves Rocher parmi les entités LBVYR, GRO, YR

LES SALARIÉ(E)S AUX ESSENTIELS DE LA RSE

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

En septembre 2023, le Groupe Rocher a conçu et déployé deux modules de formation en ligne sur les fondamentaux de la RSE, développant ainsi des contenus pédagogiques sur mesure pour sensibiliser ses collaboratrices et collaborateurs. L'objectif de former 4 000 personnes d'ici fin 2024 a été atteint grâce à un déploiement global et l'engagement des équipes RSE et RH.

À ce jour, 4 582 salariés ont suivi ces modules, avec un taux de satisfaction de 4,6/5*.

« Les modules de formation RSE du Groupe Rocher m'ont donné envie d'agir pour la nature, aussi bien chez moi que dans ma communauté. Elle m'a également offert une meilleure compréhension des objectifs du Groupe, me permettant ainsi d'aligner mon travail avec sa mission. Je recommande vivement ce programme à tous ceux qui veulent avoir un impact positif. »

Anne Chung
Directrice Culture et Engagement
Arbonne

*Enquête de satisfaction menée sur 3 982 personnes formées

FORMER

AUX ENGAGEMENTS RSE DES MARQUES

Les marques du Groupe Rocher ont complété ces formations RSE Groupe par des modules spécifiques, adaptés à leurs propres engagements.

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

Module 1 : Démocratiser la beauté responsable ;

Module 2 : Transformer durablement la chaîne de valeur ;

Module 3 : Agir avec le plus grand nombre.

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

En 2024, les Marques Sabon, Dr. Pierre Ricaud, Stanhome, et Petit Bateau ont aussi déployé leurs modules de formation RSE, alignés sur leurs stratégies et engagements spécifiques. Chaque marque s'est fixé des objectifs clairs pour s'assurer que ses collaboratrices et collaborateurs comprennent les enjeux RSE qui lui sont propres et les actions concrètes mises en place.

Former les employé(e)s à ces enjeux permet de renforcer leur implication et de garantir la cohérence des actions entreprises dans l'ensemble des périmètres. Cela favorise également une meilleure compréhension des engagements RSE de chaque marque tout en renforçant la culture du groupe.

YVES ROCHER FRANCE

1 182 salarié(e)s de la Marque Yves Rocher ont complété leur formation *Act Beautiful.*

SABON

194 salarié(e)s ont suivi l'e-learning RSE Sabon.

Dr.Pierre Ricaud

59 salarié(e)s ont suivi la formation RSE de la marque soit **100 % des collaboratrices et collaborateurs DPR.**

PETIT BATEAU

1 057 salarié(e)s ont suivi l'e-learning « Essentiels RSE » de Petit Bateau.

arbonne

478 salarié(e)s ont suivi l'e-learning RSE de la marque soit **80 % des collaboratrices et collaborateurs.**

LES EXPERT(E)S MÉTIERS SUR DES SUJETS D'EXPERTISE RSE SPÉCIFIQUE

Le Groupe Rocher accélère la transformation durable de ses modèles d'affaires en renforçant la formation de ses expert(e)s métiers aux enjeux RSE. L'objectif est de leur donner les connaissances théoriques et les outils pratiques pour intégrer la durabilité dans leurs décisions et leur donner la capacité d'agir dans leur métier.

Depuis 2023, le groupe ambitionne de former chaque année 100 collaboratrices et collaborateurs sur ces expertises clés. En 2024, cet objectif a été largement dépassé avec 239 expert(e)s formé(e)s.

YVES ROCHER FRANCE

La Marque Yves Rocher a formé **65 expert(e)s en communication aux principes d'une communication plus responsable** lors d'une session en présentiel à Cap Connect. Un module e-learning a également été conçu pour un déploiement international.

Dans une démarche d'éco-conception renforcée, la marque a intégré des critères RSE à chaque étape du développement produit. **135 collaboratrices et collaborateurs impliqué(e)s dans la formulation, le packaging et la gestion des filières ont été formé(e)s aux enjeux environnementaux et sociaux.**

GROUPE ROCHER

En 2024, les équipes de la DSI* ont développé un module de e-learning sur le numérique plus responsable, disponible en anglais et en français pour l'ensemble des salarié(e)s du Groupe Rocher. Cette formation vise à sensibiliser aux impacts environnementaux et sociaux du numérique.
Cette année, 39 experts métiers de l'informatique l'ont suivie, intégrant ainsi les principes de la RSE dans leurs pratiques professionnelles.

COUP DE

La Direction Systèmes d'Information (DSI) a lancé **AI.EVOLUTION,** une démarche visant à intégrer l'intelligence artificielle aux métiers du groupe.

Des ambassadeurs métier ont été sélectionnés et accompagnés pour explorer les opportunités liées à l'IA. **Notre réseau RSE est au cœur de cette démarche et joue un rôle clé en analysant les synergies entre IA et RSE,** afin d'assurer une transformation alignée sur nos engagements durables.

FORMER

NOTRE RÉSEAU RSE INTERNE

En novembre 2024, un atelier dédié à l'art oratoire et à la rhétorique a été organisé par l'équipe Mission & Impact Groupe. Animé par un expert de l'agence **Panache,** il visait à renforcer les compétences des sponsors et leaders RSE pour mieux convaincre, sensibiliser et mobiliser autour des enjeux RSE. La session interactive a permis de fournir des outils concrets et directement applicables pour promouvoir efficacement les projets RSE du groupe et de ses marques.

En septembre 2024, le Groupe Rocher a réuni son réseau RSE marques et métiers lors du **CSR SUMMIT,** son rendez-vous RSE annuel. Cette édition était consacrée à deux enjeux majeurs : la nouvelle réglementation CSRD et l'intelligence collective. Ce séminaire a renforcé la culture RSE du groupe, outillé les équipes et dynamisé l'engagement collectif en faveur de la durabilité.

Parmi les initiatives de formation promues par Stanhome Italie pour sensibiliser et motiver ses équipes, se distingue cette année le cours dédié à la *« Benefit Team »* sur les *Inner Development Goals (IDG),* intégré à l'approche Ikigai, visant à identifier les compétences essentielles de chacun(e) pour faire face aux défis mondiaux, en favorisant la croissance personnelle et la durabilité.

Ce type de formations aux expertises RSE métiers se poursuivra et sera étendue à d'autres métiers pour adapter les pratiques aux évolutions réglementaires, aux enjeux matériels et aux ambitions du groupe.

CONCLUSION DU COMITÉ DE MISSION

POINTS FORTS

Les nouvelles formations métiers ont été bien accueillies, et il est à noter que toutes les marques ont décliné un module RSE spécifique, renforçant ainsi l'unité et la cohérence du programme. Le taux de satisfaction atteint 4,6/5, un résultat supérieur à celui de l'année dernière, sur une population de près de 4000 personnes, ce qui est particulièrement significatif.

AXES D'AMÉLIORATION

Il est crucial de renforcer la communication autour de ces formations auprès des parties prenantes externes, afin d'en élargir la portée et d'en accroître la visibilité. Par ailleurs, il serait pertinent d'explorer de nouvelles approches pour engager davantage les acteurs externes et ainsi étendre l'impact des formations au-delà des frontières de l'entreprise.

« L'approche du Groupe Rocher en matière de reconnexion à la nature repose sur une forte expertise scientifique, un véritable atout. Cette approche se reflète également dans les formations portées par toutes les marques du groupe, comme Les Essentiels de la RSE, un contenu riche et ambitieux qu'il est essentiel de valoriser davantage. »

Sophie Chassat
Philosophe & Partner Accuracy Sustainability Accuracy

AGIR EN FAVEUR DE LA NATURE

Chez Yves Rocher Amérique du Nord, nous poursuivons notre engagement pour une beauté plus naturelle et responsable. En 2023, nous avons entamé une transformation pour renforcer notre mission et apporter plus de transparence à nos client(e)s. Cela s'est traduit par une évolution de notre politique commerciale et, plus récemment, par un partenariat avec Pharmaprix et Shoppers Drug Mart, leaders de la beauté au Canada. Ce partenariat facilite l'accès aux produits éco-conçus de la marque pour un nombre croissant de consommatrices et consommateurs canadiens.

JULIE HUYNH
Directrice Générale Yves Rocher Amérique du Nord

AGIR

La mission du Groupe Rocher repose sur trois objectifs interdépendants : sensibiliser à la nature, renforcer la connaissance des enjeux environnementaux et encourager l'action pour réduire son impact sur les ressources naturelles. Dans cette dynamique, le groupe cherche à aligner toujours plus étroitement sa mission avec son plan RSE 2030 et sa stratégie de performance globale.

AGIR EN FAVEUR DE LA NATURE
...via nos approvisionnements durables

OBJECTIF 2024	RÉSULTAT 2024	OBJECTIF 2025	OBJECTIF 2026
Ingrédients botaniques issus à 45 % de filières vertes dont 15 % de gold* Maintenir la certification UEBT pour les 13 plantes à La Gacilly Tiaré Tahiti certifié UEBT	✓ **Ingrédients botaniques issus à 47 % de filières vertes dont 18 % de gold*** ✓ **14 plantes emblématiques à La Gacilly certifiées UEBT** ✓ **Tiaré Tahiti certifié UEBT**	⚙ Définir un nouvel objectif quantitatif pour 2030 en lien avec la politique biodiversité du groupe**	

... sur nos territoires

OBJECTIF 2024	RÉSULTAT 2024	OBJECTIF 2025	OBJECTIF 2026
-50 % émissions GES vs 2019 (La Gacilly)	✓ **-50 % émissions GES vs 2019 (Scope 1 & 2 – La Gacilly Bas Carbone)**	-75 % émissions GES vs 2019 scope 1&2 dont 85 % d'énergies renouvelables (Scope 1 & 2 – La Gacilly Bas Carbone)	★ -42 % Scope 1 et 2 -13 % Scope 3 vs 2022***

... dans nos métiers

OBJECTIF 2024	RÉSULTAT 2024	OBJECTIF 2025	OBJECTIF 2026
Lancer une gamme de hygiène rechargeable recyclable et recyclé	✓ **Lancement d'une gamme de produits solides – Stanhome** ✓ **Lancement d'une gamme de produits rechargeables – Yves Rocher** ★ **16 % du chiffre d'affaires Produit Yves Rocher annuel réalisé avec des produits ayant un score GII**	20 % du chiffre d'affaires Produit Yves Rocher annuel réalisé avec des produits ayant un score GII	30 % du chiffre d'affaires Produit Yves Rocher annuel réalisé avec des produits ayant un score GII

Légende ✓ Objectifs atteints ↗ En bonne voie ⚙ En construction ★ Nouveau

*Selon la définition interne du groupe. Le référentiel d'évaluation de la durabilité des filières d'ingrédients botanique a été successivement mis à jour en 2023 et 2024, avec ces montées de version du référentiel le rendant plus exigeant, le niveau de performance serait de 30 % de filières vertes et 12 % de filières Gold.
**Dans le contexte de la mise en place de la nouvelle Direction Scientifique, et de la mise à jour de la politique biodiversité, un travail d'actualisation des outils de pilotage des approvisionnements durables est prévu.
***Périmètre LBVYR, GRO, YR.

EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ

En 2024, la politique biodiversité du groupe, initialement établie en 2010, a été enrichie afin de contribuer à la préservation du vivant ainsi qu'à la réduction des pressions exercées par les activités du groupe sur la nature. Ces travaux ont mobilisé les experts internes, des parties prenantes externes et jusqu'à la Direction Générale Exécutive et la Présidence du groupe. Le Groupe Rocher défend une manière d'agir :

- Innovante et frugale avec un ancrage d'expérimentation à La Gacilly
- Résolue à promouvoir et diffuser des modèles de production respectueux du vivant en prônant les pratiques de l'agroécologie
- Ouverte et collective pour démultiplier son impact positif en coopérant avec ses pairs et partenaires du niveau local au global

Ainsi, le groupe souhaite s'engager à contribuer, à sa mesure, à restaurer les chaînes du vivant via ses pratiques d'approvisionnement, dans la conception de ses produits et sur ses sites.

DANS NOS APPROVISIONNEMENTS

Approvisionner de façon durable les matières premières d'origine végétale

Le Groupe Rocher se fixe l'objectif d'améliorer en continu ses filières d'approvisionnement, avec **plus de 150 déjà certifiées** par des organismes externes. Par exemple, **le label Agriculture Biologique** garantit l'exclusion de l'utilisation des intrants de synthèse et des OGM, ainsi que la préservation des sols et des écosystèmes. Aussi, **Fair for Life** atteste de prix d'achat planchers et de contrats à long terme avec nos producteurs.

Depuis 35 ans, la senteur iconique du Tiaré Tahiti fait partie de l'identité du Groupe Rocher. En 2024, la filière Tiaré de Tahiti a obtenu la certification UEBT, marquant un tournant dans l'amélioration environnementale et socio-économique de la filière, en collaboration avec ses partenaires fournisseurs.

3 principes clés

Approvisionner
en préservant l'appellation d'origine Monoï de Tahiti et en créant des partenariats durables pour pérenniser la filière grâce au partage des bonnes pratiques agricoles,

Protéger
en soutenant une filière agricole fragile, en valorisant le terroir tahitien, et en maintenant l'activité économique locale avec des savoir-faire historiques préservés,

Partager
en créant un réseau d'acteurs pour transmettre des connaissances, embarquer de nouvelles générations d'agriculteurs, et permettre une professionnalisation des pratiques protégeant la ressource.

AGIR

PAR LA RECHERCHE ET L'EXPÉRIMENTATION

En lien avec sa politique biodiversité, le Groupe Rocher souhaite agir sur la provenance et le mode de culture de ses ingrédients cosmétiques. Une des pistes à long terme est de tester le rapatriement de certains de nos ingrédients fonctionnels **à proximité des sites de production.**

En 2024, fidèle à ses méthodes, **le groupe a lancé une expérimentation à La Gacilly, au sein de son centre d'expertise en agroécologie,** axée sur les plantes à huiles végétales. Un hectare de colza et un hectare de tournesol ont été intégrés aux cultures du groupe, et seront semés au printemps 2025.

Plusieurs paramètres sont suivis selon une analyse de risques à long terme réalisée pour ce projet : coûts de production, faisabilité de la transformation, certification visée, partenariats agricoles de proximité possibles.

Cette expérimentation concrète constituera une première acquisition de références pour le groupe afin de déployer et d'alimenter une stratégie de relocalisation plus large de l'approvisionnement en matières fonctionnelles huileuses, construite avec tous les métiers concernés (Achats, Filières durables, Mission et Impact, Herbier, etc.).

COUP DE

Le Groupe Rocher développe des formes résilientes d'agriculture et promeut l'agroécologie à travers un modèle systémique, durable et performant, allant au-delà des cultures certifiées Agriculture Biologique.

Adapté aux spécificités du territoire et aux objectifs des exploitants, ce modèle est déployé sur **60 hectares à La Gacilly,** sans recours aux pesticides, en intégrant des prairies humides, des haies bocagères, des habitats favorisant les pollinisateurs et une rotation des cultures. **Il s'accompagne d'un soutien aux fermes locales et vise une extension à 110 hectares d'ici 2030.**

SUR NOS TERRITOIRES

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

Filière Bretonne : bois bocager durable pour un territoire décarboné

Parce qu'il sait que la meilleure économie d'énergie est l'énergie qui n'est pas dépensée, le Groupe Rocher refuse d'utiliser des méthodes de compensation carbone et préfère se concentrer sur la réduction de son empreinte directe.

L'entité Groupe Rocher Opérations a lancé le projet La Gacilly Bas Carbone, pour faire de ce territoire industriel l'emblème d'une transition énergétique durable et territoriale.

Dans ce cadre **14 infrastructures** du groupe situées dans la ville et ses environs se sont engagées à réduire leur impact carbone de manière significative d'ici 2025.

Une action clé est la création d'une filière bois locale et durable (Label Haie) pour alimenter les chaudières des sites industriels et logistiques, tout en renforçant le bocage et la biodiversité endogène.

Depuis fin 2022, un réseau de chaleur relie également la chaudière à bois du site logistique de La Croix des Archers à l'usine des Villes Geffs, faisant passer la part d'énergie renouvelable utilisée de 4 % à 46 % et permettant de chauffer ainsi plus de 1 200 salarié(e)s avec cette source d'énergie plus vertueuse.

OBJECTIFS À 2025

–75 %
D'ÉMISSIONS DE CO_2 (INFRASTRUCTURES & TRANSPORTS)

85 %
D'ÉNERGIES RENOUVELABLES

100 %
DE NOS SALARIÉS SENSIBILISÉS, AVEC MESURE D'IMPACT SOCIÉTAL

EN 2024, LE GROUPE A TENU SES ENGAGEMENTS !
Il a atteint son objectif de –50 % d'émissions de gaz à effet de serre par rapport à 2019, sur le périmètre du projet La Gacilly Bas Carbone.

AGIR

DANS NOS MÉTIERS

Le Groupe Rocher développe des produits respectueux de la nature, alliant qualité et bien-être. Engagé dans une transformation durable, il communique de manière transparente et favorise une consommation responsable.

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

Le Groupe Rocher intègre l'écoconception à chaque étape de sa chaîne de valeur pour limiter son impact. En 2024, les équipes Mission & Impact et Développement Produit ont conçu un cahier des charges interne exigeant, définissant des critères RSE ambitieux sur les ingrédients, formules et packagings.

YVES ROCHER FRANCE

Depuis février 2024, la marque propose une recharge de gel douche de la gamme *Bain de Nature,* entièrement recyclable et utilisant du plastique recyclé OBP*, réduisant de 80 % le plastique par rapport aux flacons à usage unique.

Dr. Pierre Ricaud

La gamme premium *Essence de beauté* de Dr. Pierre Ricaud est rechargeable depuis plus de 20 ans. Relancée en 2022, la version actuelle est allégée de 18 % en plastique et 40 % en verre par rapport à la précédente, tout en maintenant un aspect premium.

STANHOME

En 2024, la Marque Stanhome a renforcé son portefeuille de produits avec le lancement de son déodorant roll-on rechargeable, *Deo Smart*. Son packaging est rechargeable jusqu'à quatre fois : en utilisant un Deo Smart de 50 ml et deux refill de 100 ml, l'économie de plastique s'élève à 48,7 % par rapport à l'utilisation de 5 déodorants roll-on Stanhome de 50 ml non rechargeable.

KIOTIS

En 2024, Kiotis a élargi son portefeuille avec des lancements comme le savon solide à la camomille et le savon exfoliant à la mandarine.

*Ocean Bound Plastic

Accompagner nos clientes vers l'économie circulaire

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

En 2024, le développement de produits et services des marques du groupe qui s'inscrivent dans une démarche d'économie circulaire a continué :

PETIT BATEAU

Afin de favoriser l'économie circulaire, la Marque Petit Bateau expérimente des offres servicielles de seconde main depuis 2017. En 2024, la marque concentre son circuit de seconde main sur une sélection de magasins pour la collecte et sur le site internet pour la revente. **Au cours de cette année, 65 000 pièces ont été collectées et 31 000 ont été revendues.**

YVES ROCHER FRANCE

En 2024, le verre représente 45,4 % du poids des packagings des produits Yves Rocher. Pour encourager la consigne, la marque a rejoint la coalition *Recosm*, avec *Circul'R* et *Citeo*. **Un test pilote a été lancé en France sur plus de 30 références de soins visage, avec une récompense de 1 € par pot consigné. À fin décembre 2024, un taux de retour de 4,5 % a déjà été enregistré.**

arbonne

En 2024, Arbonne a lancé son tout premier sachet nutritionnel recyclable localement. Il s'agit d'une étape importante vers la recyclabilité de catégories d'emballages complexes aux États-Unis.

AGIR

38 produits Yves Rocher ont été cotés selon le GII, représentant

+ DE 16 %

DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA MARQUE EN 2024.

COUP DE

Le Groupe Rocher participe à l'initiative du Consortium Green Impact Index (GII), dont il est l'un des membres fondateurs. Le Green Impact Index est un outil d'évaluation de l'impact environnemental et social des produits, développé pour guider les consommateurs vers des choix plus responsables.

Basé sur une méthodologie scientifique transparente, il prend en compte **l'ensemble du cycle de vie d'un produit, depuis l'approvisionnement en matières premières jusqu'à la fin de vie,** en intégrant des critères tels que la biodiversité, l'empreinte carbone, la recyclabilité ou encore les conditions de fabrication. Il classe les produits sur une échelle allant de A à E, A étant le niveau d'impact le plus faible.

CONCLUSION DU COMITÉ DE MISSION

POINTS FORTS

Le comité de mission du Groupe Rocher souligne l'engagement durable du groupe à travers des produits de plus en plus responsables, avec des objectifs qui progressent chaque année. La réduction de son empreinte carbone et les progrès réalisés en matière de biodiversité, avec des résultats concrets depuis 2010, illustrent l'engagement du groupe. Le comité apprécie également l'équilibre entre les ambitions pour la biodiversité et le climat, notamment à travers ses projets en agroécologie et le projet La Gacilly Bas Carbone, mené en Bretagne sur son territoire.

AXES D'AMÉLIORATION

Le comité de mission recommande de renforcer la politique des achats responsables en impliquant davantage les fournisseurs et en améliorant la traçabilité des approvisionnements. Cela garantira la concrétisation des engagements durables tout au long de la chaîne de valeur et soutiendra la redéfinition de l'objectif sur les approvisionnements durables.

« Les transformations de nos produits et de nos modèles d'affaires se concrétisent de plus en plus sur le terrain. Nos objectifs sont ambitieux et parfois partiellement atteints, car nous préférons cette exigence à toute forme de compromis. »

Jeanne Renard
Présidente du comité de mission
Directrice People
& Mission Groupe Rocher

CONCLUSION DU COMITÉ

Depuis sa création, le Groupe Rocher s'est construit sur une conviction essentielle : la nature est une source de bien-être et un levier de transformation pour la société. Fidèle à cette vision, le groupe a toujours intégré des choix stratégiques ambitieux, conciliant performance économique et respect du vivant. Reconnecter les femmes et les hommes à la nature n'est pas seulement un engagement, c'est une boussole qui guide l'ensemble des décisions du groupe et alimente la construction de modèles d'affaires durables.

Dans un contexte en constante évolution, **le Groupe Rocher poursuit la transformation de son activité tout en renforçant son engagement social et environnemental.** Son approche pionnière en biodiversité se traduit par des actions concrètes : certification de ses filières d'approvisionnement, recherche et expérimentation en agroécologie, réduction continue de sa consommation d'énergie depuis 2010 et son initiative *La Gacilly Territoire Bas Carbone,* illustrant son ambition de conjuguer développement et préservation du vivant.

Le comité de mission constate que les marques du groupe ont déployé une série d'initiatives pertinentes pour sensibiliser et former leurs collaboratrices et collaborateurs aux enjeux environnementaux, notamment par des formations et des activités pédagogiques immersives en nature, proposées sur presque tous les sites mondiaux au cours des deux dernières années. Le déploiement des formations RSE depuis 2023, démontre d'autant plus l'engagement du groupe et de ses marques. La mission constitue un moteur puissant de mobilisation, guidant les décisions et encourageant l'action en faveur de la nature, tant dans le cadre professionnel que personnel. Le Comité souligne l'importance de maintenir cette dynamique afin d'en maximiser l'impact et d'assurer sa cohérence sur le long terme.

Toutefois, des défis demeurent. Le comité de mission identifie plusieurs leviers à activer pour amplifier la différenciation du groupe en termes d'impact : **renforcer l'implication des parties prenantes externes, structurer davantage le pilotage des Achats Responsables et ancrer plus profondément encore les enjeux de biodiversité dans les opérations.** La capacité du groupe à déployer ces transformations à l'échelle de l'ensemble de sa chaîne de valeur sera déterminante pour garantir la cohérence et l'efficacité de sa démarche.

DE MISSION

Enfin, alors que le passage d'une stratégie RSE à une entreprise à mission représente un changement de paradigme, il est essentiel de clarifier ce que ce statut implique et en quoi il constitue un véritable levier de différenciation. Qu'est-ce qui fait du Groupe Rocher un acteur unique ? Son modèle repose sur une combinaison singulière : des produits engagés, une action concrète pour la biodiversité, un ancrage territorial fort et une expertise botanique reconnue. Ce socle, à la fois historique et en constante évolution, confère au groupe une responsabilité et une légitimité accrues pour bâtir une performance durable et exemplaire. Le comité de mission salue cette trajectoire et réaffirme sa confiance dans la capacité du Groupe Rocher à poursuivre et accélérer cette transformation.

Plus que jamais, la mission du groupe doit être un catalyseur d'actions, au service d'une transformation pérenne, tout en s'alignant de plus en plus étroitement avec son plan RSE 2030 et sa stratégie de performance globale.

Responsable de la publication :
Direction Mission & Impact Groupe Rocher.

Sources : Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF) 2021/2022/2023/2024 et Rapport du Comité de Mission 2020/2021/2022/2023.

Crédits photos : Emmanuel Berthier, Ronan Mouchebœuf, Edouard Monfrais, Groupe Rocher, Yves Rocher, Arbonne, Dr Pierre Ricaud, Sabon, Stanhome, Petit Bateau.

Conception réalisation : Agence 3e étage

Juin 2025

Reconnect people to nature

Docusign Envelope ID: D5AECEEC-9D08-4FB9-BD26-4ADD2DB24E2B

LABORATOIRES DE BIOLOGIE VEGETALE YVES ROCHER
7 chemin de Bretagne
92130 Issy-les-Moulineaux

RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT SUR LA VERIFICATION DE L'EXECUTION DES OBJECTIFS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Période allant du 1er janvier 2024 au 31 décembre 2024

Le 28 mars 2025

Docusign Envelope ID: D5AECEEC-9D08-4FB9-BD26-4ADD2DB24E2B

Passionnément engagé.

Tel: +33 (0)1 58 36 04 30

www.bdo.fr

43-47 avenue de la Grande Armée
75116 Paris
FRANCE

LABORATOIRES DE BIOLOGIE VEGETALE YVES ROCHER

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

Période allant du 1er janvier 2024 au 31 décembre 2024

A l'Assemblée Générale,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société (ci-après « entité ») désigné organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par Cofrac Validation/Vérification n° 3-1900 (portée disponible sur www.cofrac.fr), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que votre entité s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission telles que présentées dans le rapport du comité de mission et relatives à la période allant du 01 janvier au 31 décembre 2024, joint au rapport de gestion en application des dispositions de l'article L.210-10 du code de commerce.

Conclusion

Non-respect d'un objectif social et respect de chacun des autres objectifs sociaux et environnementaux

L'objectif social « Promouvoir et faire vivre des expériences de nature » n'a pas été respecté. Il est composé de deux objectifs opérationnels « Faire vivre aux salarié(e)s des expériences de nature et/ou sensibiliser aux enjeux environnementaux » et « Focus sur le programme Nature Academy ». Ces deux objectifs opérationnels n'ont pas été atteints. L'objectif opérationnel « Faire vivre aux salarié(e)s des expériences de nature et/ou sensibiliser aux enjeux environnementaux » a atteint plus de 95% des salarié(e)s alors que l'objectif était fixé à 100%. L'objectif opérationnel « Focus sur le programme Nature Academy » a atteint 2 906 salarié(e)s alors que l'objectif était fixé à 3 000 salarié(e)s.

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », des éléments que nous avons collectés, et compte tenu de ce qui précède, nous constatons que l'objectif social « Promouvoir et faire vivre des expériences de nature » retenu en application du 2° de l'article L.210-10 du code de commerce et inscrits dans ses statuts, sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification :

- L'entité n'a pas atteint l'ensemble des objectifs opérationnels qu'elle a définis et sous-tendant l'objectif social précité,
- L'entité a pourtant mobilisé les moyens adéquats et cohérents au regard du plan d'actions défini par la direction,
- Aucune circonstance exceptionnelle, extérieure à l'entité, ne pouvant pas être anticipées au moment où les objectifs opérationnels ne peut justifier cette situation et que
- Par conséquent, la société ne respecte pas l'objectif inscrit dans ses statuts mentionné ci-dessus qu'elle s'est donné pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité.

Docusign Envelope ID: D5AECEEC-9D08-4FB9-BD26-4ADD2DB24E2B

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, pour chacun des autres objectifs sociaux et environnementaux « Former aux enjeux de la nature » et « Agir en faveur de la nature », sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification :

- Le fait que l'entité ait atteint les objectifs opérationnels qu'elle a définis et sous-tendant les objectifs sociaux et environnementaux précités,

- Le fait que l'entité ait mobilisé les moyens adéquats au regard du plan d'actions défini par la direction, et que

- Par conséquent, la société respecte chacun des autres objectifs inscrits dans ses statuts qu'elle s'est donnée pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux.

Commentaires

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous formulons les commentaires suivants :

- La cohérence d'ensemble de la Mission Statutaire est satisfaisante : cohérence de la raison d'être avec l'activité et les objectifs sociaux et environnementaux inscrits dans ses statuts ;

- Le comité de mission se réunit régulièrement, il intègre à la fois des membres internes et des membres externes. Il dispose d'une expérience et d'une connaissance des enjeux de développement et des engagements pris par la société LABORATOIRES DE BIOLOGIE VEGETALE YVES ROCHER qui lui permettent de jouer pleinement son rôle dans le suivi de la mission.

Préparation des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux doivent être lues et comprises en se référant aux procédures de l'entité, (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont présentés dans le rapport du comité de mission.

Limites inhérentes à la préparation des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

Les informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations présentées sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement.

Docusign Envelope ID: D5AECEEC-9D08-4FB9-BD26-4ADD2DB24E2B

Responsabilité de l'entité

Il appartient à la direction :

- 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 ;

- de sélectionner ou d'établir des critères et procédures appropriés pour élaborer le Référentiel de l'entité ;

- de concevoir, mettre en œuvre et maintenir un contrôle interne sur les informations pertinentes pour la préparation du rapport du comité de mission ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultant d'erreurs ;

- d'établir les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux conformément au Référentiel et mises à disposition du comité de mission.

Il appartient au comité de mission d'établir son rapport en s'appuyant sur les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux transmises par l'entité et en procédant à toute vérification qu'il juge opportune.

Ce rapport est joint au rapport de gestion du Président.

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné 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 sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce et à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention notamment l'avis technique de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes, *Intervention du commissaire aux comptes - Intervention de l'OTI – Sociétés à mission*.
Par ailleurs la mission a été effectuée selon notre programme de vérification (8.2 2023-09-19 Programme de vérification SAM) joint durant notre intervention.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du code de commerce et le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. 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 de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

Docusign Envelope ID: D5AECEEC-9D08-4FB9-BD26-4ADD2DB24E2B

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 3 personnes et se sont déroulés entre février et mars 2025 sur une durée totale d'intervention de 10 jours homme.
Nous avons notamment mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation des informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les informations relatives à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que l'entité se donne pour mission de poursuivre sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée.

Nous avons pris connaissance 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 ses enjeux sociaux et environnementaux.

Nos travaux ont porté sur :

- d'une part, la cohérence d'ensemble de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 du code de commerce et inscrits dans ses statuts ;
- d'autre part, l'exécution de ces objectifs.

Concernant la cohérence d'ensemble de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux de l'entité, nous l'avons appréciée au regard d'une part, de son activité et d'autre part, des objectifs opérationnels qu'elle a retenus :

- Cohérence de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus au regard de l'activité de l'entité
  - Nous avons conduit des entretiens destinés à apprécier l'engagement de la direction et des membres de la gouvernance au regard des attentes des principales parties prenantes internes ou externes concernées par l'activité de l'entité.
  - Nous avons apprécié les processus mis en place pour structurer et formaliser cette démarche en nous appuyant sur :
    - les 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) ;
    - la feuille de route de société à mission et le dernier rapport du comité de mission établi depuis la dernière vérification ;
    - le cas échéant, ses publications (par exemple, plaquette commerciale, rapport de gestion, rapport intégré, Déclaration de performance extra-financière, sur le site internet).
  - Nous avons apprécié si la raison d'être et les objectifs sociaux et environnementaux retenus
    - sont explicites et permettent à un lecteur qui ne connaît pas l'entreprise d'identifier son activité ;
    - permettent de comprendre la contribution de l'entreprise à la société et si l'entreprise est en capacité de maîtriser et d'agir sur ses enjeux sociaux et environnementaux ;

Docusign Envelope ID: D5AECEEC-9D08-4FB9-BD26-4ADD2DB24E2B

  - sont spécifiques à l'entreprise, au regard de ceux des autres sociétés à mission du même secteur ;
  - sont alignés avec le modèle d'affaire de l'entité ; nous avons vérifié notamment que le chiffre d'affaires de l'entité n'est pas déconnecté de sa raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus et que l'évolution du chiffre d'affaires n'est pas potentiellement sans rapport, voire partiellement contradictoire, avec sa raison d'être et les objectifs sociaux et environnementaux retenus ;
  - sont exprimés avec des termes précis en lien avec l'activité de l'entreprise et non avec des termes génériques tels que durable, responsable, soutenable.

- Cohérence et articulation de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux au regard des objectifs opérationnels retenus

  Nous avons apprécié si :

  - les objectifs statutaires sont cohérents avec la raison d'être, s'ils constituent des leviers pour l'accomplir ou des engagements sur la façon de l'accomplir ;
  - les objectifs opérationnels contribuent à l'atteinte de l'objectif statutaire (ou au respect de l'engagement correspondant) et s'ils sont indispensables pour l'atteindre ;
  - l'atteinte des objectifs opérationnels apportera une preuve convaincante de l'atteinte de l'objectif statutaire ou du respect de l'engagement correspondant ;
  - les objectifs opérationnels sont vérifiables et si les mesures retenues sont cohérentes avec eux.

Nous avons ainsi apprécié, compte tenu de l'activité de l'entité, la cohérence entre :
- les informations collectées ;
- la raison d'être et
- les objectifs sociaux et environnementaux formulés dans les statuts.

Concernant l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous avons vérifié l'existence d'objectifs opérationnels et d'indicateurs clés de suivi et de mesures de leur atteinte par l'entité à la fin de la période couverte par la vérification, nous avons apprécié si l'entité a mobilisé les moyens adéquats au regard de ses ressources et du plan d'action défini et si les objectifs opérationnels sont cohérents avec les valeurs attendues des trajectoires définies par l'entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Pour ce faire, nous avons réalisé les diligences suivantes :

- Prise de connaissance :
  - nous avons pris connaissance des documents établis par l'entité pour rendre compte de l'exercice de sa mission, notamment les dispositions précisant les objectifs opérationnels et les modalités de suivi qui y sont associées, ainsi que le rapport du comité de mission ;
  - nous avons échangé avec le comité de mission sur son appréciation de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux et, le cas échéant, avec les parties prenantes pour les objectifs qui les concernent. Par ailleurs, nous avons revu l'analyse présentée dans le rapport du comité de mission, les résultats atteints à échéance des objectifs opérationnels en regard de leurs trajectoires définies, pour permettre d'apprécier le respect des objectifs sociaux et environnementaux ;
- Moyens mobilisés :
  - par entretien avec l'organe de direction de l'entité, nous avons apprécié les moyens financiers et non financiers mis en œuvre pour le respect des objectifs sociaux et environnementaux ;
  - nous avons apprécié, au regard de l'évolution des affaires sur la période, l'adéquation de ces moyens et de ceux visant spécifiquement au respect des objectifs opérationnels par rapport à leurs trajectoires, ;

Docusign Envelope ID: D5AECEEC-9D08-4FB9-BD26-4ADD2DB24E2B

- Sincérité des indicateurs de performance
  - nous avons vérifié la présence dans le rapport du comité de mission d'indicateurs de performance cohérents avec les objectifs opérationnels et aptes à démontrer leur positionnement sur les trajectoires définies ;
  - nous avons apprécié la sincérité de l'ensemble de ces indicateurs et, notamment nous avons :
    - apprécié le caractère approprié du Référentiel de l'entité 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 ou d'autres méthodes de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés s'il y a lieu par des vérifications sur site et au siège de l'entité et couvrent entre 10 et 100% des données utilisées pour le calcul des indicateurs ;
    - apprécié la cohérence d'ensemble du ou des rapports du comité de mission au regard de notre connaissance de l'entité et du périmètre concerné par la qualité de société à mission.
- dans le cas où un ou des objectifs sociaux et environnementaux ne sont pas atteints, nous avons pris connaissance des raisons le justifiant, présentées dans le rapport du comité de mission. Au regard du contexte de la société, nous avons apprécié si ces raisons sont liées à des circonstances exceptionnelles, extérieures à l'entité, ne pouvant pas être anticipées au moment où les objectifs opérationnels ont été définis.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Paris, le 28 mars 2025

DocuSigned by:
Audrey LEROY
5D1362FD90E342C...

L'organisme tiers indépendant,
BDO PARIS
Représenté par Audrey LEROY
Associée