

Déclaration de Performance Extra-Financière 2024

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

3 juin 2025

Mesdames, Messieurs,

Conformément aux articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du Code de Commerce, nous vous présentons ci-après la Déclaration de Performance Extra-Financière de la société Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher et de ses filiales (ci-après « Groupe Rocher » ou « le groupe » ou « Groupe » ou « groupe »).

LABORATOIRES DE BIOLOGIE VÉGÉTALE YVES ROCHER

Société anonyme au capital de 4 396 350,15 euros

Siège social : La Croix des Archers 56 200 La Gacilly

N°876 580 077 R.C.S. Vannes

ÉDITO	4
MODÈLE D’AFFAIRES	5
LA PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE 2024 DU GROUPE ROCHER	18
DÉVELOPPER UN MODÈLE SOCIAL AU SERVICE DES SALARIÉ(E)S ET DE LA MISSION	18
Culture : favoriser l'éthique, la culture du résultat et l'orientation client(e)s, salarié(e)s et planète.....	19
Santé, sécurité et bien-être au travail : protéger et prendre soin des salarié(e)s.....	20
Reconnaissance : valoriser les contributions et performances individuelles et collectives.....	23
Développement : faire grandir les individus	24
Appartenance : respecter et valoriser les différences et faire grandir le sentiment d'appartenance au groupe.....	26
Accomplissement de soi : permettre aux collaboratrices et collaborateurs de trouver du sens dans leur métier et d'être des ambassadrices et ambassadeurs de la mission.....	29
DÉVELOPPER DES PRODUITS, DES SERVICES ET DES MODES DE CONSOMMATION PLUS RESPECTUEUX DE LA NATURE	35
Proposer des produits de qualité et écoconçus.....	35
Promouvoir des modes de consommation plus responsable	45
Développer la transparence vis-à-vis des consommatrices et des consommateurs.....	50
AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ ET RÉDUIRE L’EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE	54
Agir en faveur de la biodiversité sur les territoires.....	54
Lutter contre le changement climatique et s'adapter	58
Diminuer l'empreinte environnementale groupe et favoriser l'économie circulaire	67
Préserver la ressource en eau	71
Assurer une transition vers un numérique plus responsable.....	73
COLLABORER AVEC LES PARTIES PRENANTES POUR LES ENGAGER DANS LA MISSION	76
Développer des achats durables au sein des chaînes d'approvisionnement	76
Engager les communautés autour d'enjeux liés à la raison d'être du groupe	81
ANNEXES	98
DÉVELOPPER DES PRODUITS, DES SERVICES ET DES MODES DE CONSOMMATION PLUS RESPECTUEUX DE LA NATURE	101
AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ POUR PROTÉGER LE VIVANT	101
COLLABORER AVEC LES PARTIES PRENANTES POUR LES ENGAGER DANS LA MISSION	103

Chères lectrices, chers lecteurs,

Partager avec vous notre Performance Extra-Financière et nos engagements, c'est prendre du recul sur notre action, mesurer le chemin parcouru et réaffirmer nos trajectoires. Faire cet état des lieux chaque année, c'est ancrer nos engagements dans la durée, en retraçant, année après année, les transformations à l'œuvre et les défis encore à relever.

À l'orée de cette édition 2024, force est de constater, à nouveau, que les enjeux planétaires nous imposent de faire évoluer nos modèles, afin de conjuguer performance et responsabilité. Parallèlement, la pression pour agir s'accélère : les citoyens, les clients et nos équipes attendent des actions concrètes, dans la transparence. Enfin, l'année 2024 a été marquée par l'intensification des exigences réglementaires pour les entreprises. Celles-ci peuvent paraître contraignantes. Mais, lorsqu'elles sont pertinentes, mises en place avec discernement et selon un calendrier réaliste, elles constituent non une contrainte mais une opportunité pour renforcer nos engagements et accompagner les nécessaires transitions.

Parce que les grands enjeux environnementaux façonnent notre transformation sur le temps long, que les attentes sociétales demandent des ajustements progressifs et que les impératifs réglementaires nous commandent d'agir sans délai, nous nous attachons à conjuguer ces différents horizons de temps.

De la même manière, notre groupe doit conjuguer plusieurs temporalités. À court terme, nous devons assurer notre performance financière, car elle est la condition de notre capacité à agir. À moyen terme, notre feuille de route stratégique nous permet de structurer notre croissance et de concrétiser nos ambitions. Enfin, c'est dans le temps long que nous poursuivons notre transformation, portée par une Raison d'Être qui « *s'incarne dans des expériences, des services et des produits qui procurent du bien-être, grâce aux bienfaits de la nature* ».

Le document que vous vous apprêtez à lire reflète cet équilibre entre court, moyen et long terme, qu'il s'agisse par exemple de déployer dès à présent le Green Impact Index pour mesurer et faire savoir l'impact de nos produits, d'accélérer notre engagement climatique avec une trajectoire carbone validée par la SBTi à horizon 2030 ou de renforcer notre engagement historique pour préserver la biodiversité.

Vous y découvrirez nos avancées 2024, inscrites dans des trajectoires cohérentes et ambitieuses. Vous pourrez constater notre détermination à faire de chacun de nos engagements une réalité, convaincus que la performance économique et environnementale doivent non seulement coexister, mais surtout se renforcer mutuellement.

Je salue l'engagement des équipes du Groupe Rocher qui, chaque jour au quotidien, rendent cette transformation possible. Ensemble, forts des avancées déjà réalisées, nous avons encore beaucoup à construire !

Jean-David SCHWARTZ

Directeur Général Exécutif du Groupe Rocher

MODÈLE D'AFFAIRES



GROUPE ROCHER

Un groupe familial

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

Reconnect people to Nature

Entreprise à Mission depuis octobre 2019

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

NOS RESSOURCES

Humaines



13 330 collaboratrices et collaborateurs dont 82% de femmes

51% de femmes dans les comités de direction des marques et des métiers

Moyenne de 11,02 h de formation par salarié(e)/an

Environnementales



66 929 MWh d'énergie consommés

220 004 m³ d'eau consommés

93% d'ingrédients d'origine naturelle

34% des ingrédients botaniques cultivés en agriculture biologique

490 filières végétales

Financières



Un actionariat familial à 99,16%

Communautés



Une force de vente de plus d'un million de personnes

Près de 16 000 fournisseurs

NOTRE CHAÎNE DE



Fabrication

73% de nos produits fabriqués dans les 6 sites de production du groupe.



Recherche et développement

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



G

Des marques engagées

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



YVES ROCHER
Bretagne, France



STANHOME

arbonne.



Dr. Pierre Ricaud



KIOTIS

VALEUR INTÉGRÉE



Distribution

Distribution dans le monde entier via 11 sites logistiques en propre et des sites partenaires du groupe.



Commercialisation

Vente dans plus de 111 pays à travers un réseau de près de 2 500 magasins, de la vente par internet, directe et par correspondance.

Fin de vie

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

NOTRE CRÉATION DE VALEUR

Humaine

Un taux d'engagement des collaboratrices et collaborateurs de 68,7%



Au cours des deux dernières années, 99% des salarié(e)s ont eu accès à une expérience de nature et/ou une action de sensibilisation environnementale

Environnementale

-31% d'émissions GES vs 2022

30 787 MWh d'énergie renouvelable consommés

Plus de 114 766 m³ d'eau économisés vs 2019

12% de filières "gold"



Client(e)s

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

50 millions de client(e)s

Présence dans 111 pays



Financière

2,2 milliards € de chiffre d'affaires dont 60% en Europe



Communautés

1,1 millions de produits proposés au don

6,5 millions € donnés à des associations

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



Un groupe international et intégré

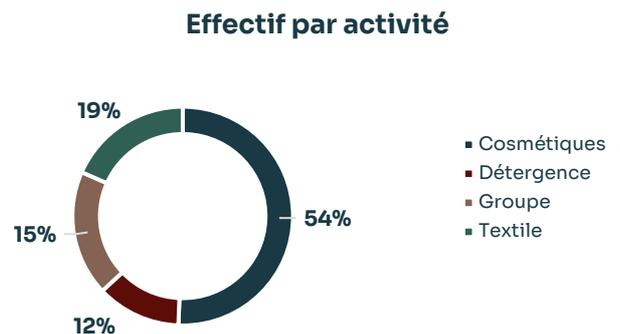
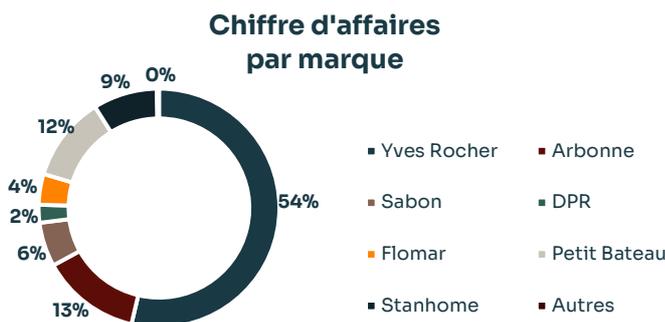
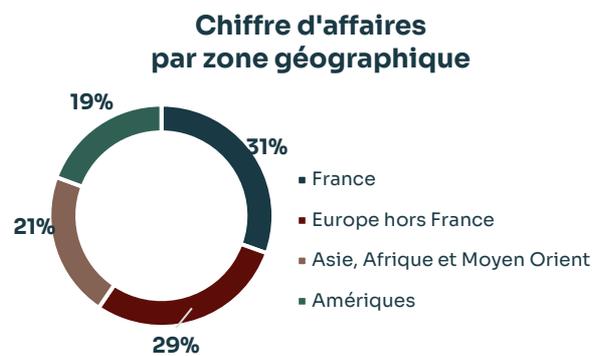
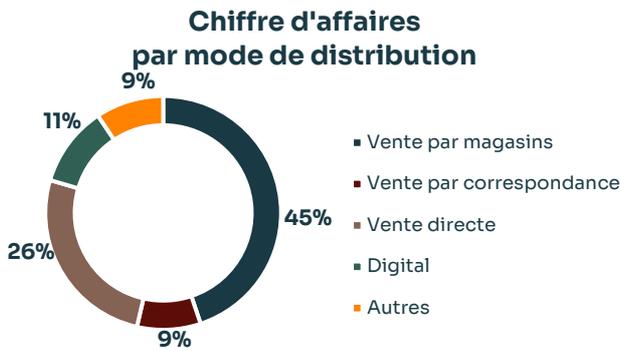
Créateur de la Cosmétique Végétale®, le Groupe Rocher met depuis plus de 60 ans son expertise au service de produits de qualité et efficaces pour toutes et tous. Le groupe rassemble des sociétés ayant toutes en commun une démarche écocitoyenne et la préservation de la biodiversité.

Depuis 2022, pour s'adapter au contexte conjoncturel, améliorer sa rentabilité, respecter ses engagements financiers et préparer l'avenir, le groupe a initié une phase de transformation impliquant un travail d'adaptation de ses organisations. Des réorganisations ont été entamées en 2023 dans plusieurs filiales à l'international et se sont poursuivies sur 2024.

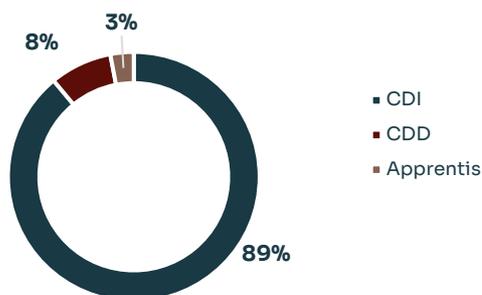
Ainsi, en 2024, le Groupe Rocher a cédé la Marque Flomar à un repreneur ayant des ambitions adaptées pour accompagner et poursuivre le développement de cette marque, notamment à l'international, tout en libérant des marges de manœuvre pour le groupe.

Afin d'anticiper et accompagner les évolutions de ses activités, le groupe a également cédé le site de production de parfum de Ploërmel à un acteur aux valeurs proches des siennes, animé par des ambitions de développement de l'activité du site, permettant ainsi d'assurer un avenir pérenne à cette usine historique et à son savoir-faire humain et technologique exceptionnel.

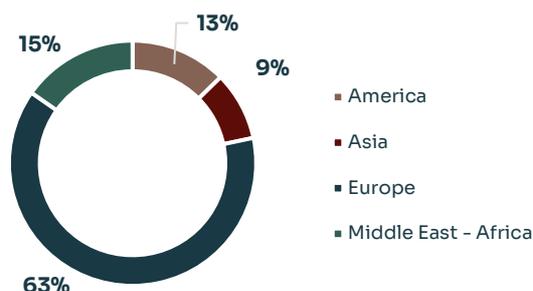
Aujourd'hui, les différentes marques du groupe en font un acteur incontournable des secteurs de la beauté et du bien-être, de la détergence et du textile-habillement.



Effectif par type de contrat



Effectif par zone géographique



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

Profondément attaché à ses racines bretonnes, le groupe se tourne aussi vers l'international et stimule la vitalité de tous les territoires où il est implanté grâce à ses activités industrielles mais aussi grâce à son implication dans le développement local.

Le Groupe Rocher médaille d'or EcoVadis 2023-2024

Le Groupe Rocher a poursuivi en 2024 l'évaluation régulière d'une partie du panel de ses fournisseurs sur la base du référentiel EcoVadis et reste attentif à se faire régulièrement évaluer selon ce même standard. La dernière évaluation EcoVadis du groupe pour 2023-2024 a montré une progression de 10 points versus 2021. Avec un score de 75/100 le groupe a intégré le top 3% des entreprises les mieux notées de son secteur, se voyant décerner la médaille d'Or pour ses pratiques RSE avancées.



Des marques engagées



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

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



Moments de beauté enchantés inspirés par les merveilles de la nature. Fondée en 1997, la marque Sabon propose des produits pour le visage, le corps, le bain et la maison infusés de minéraux précieux et d'ingrédients botaniques de la Méditerranée. Les créations Sabon naissent de la rencontre d'une touche de poésie et d'un don pour la découverte, pour l'émerveillement.

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



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

Soin de la maison, de la famille ou de beauté, les produits des marques Stanhome, reconnus pour leur qualité, sont dédiés au bien-être et au mieux-vivre. Engagée auprès de ses 200 000 conseillères passionnées, dans 4 pays, et auprès de ses client(e)s exigeant(e)s, la marque Stanhome l'est aussi envers l'environnement en travaillant particulièrement sur la gestion des ressources pour limiter son impact.



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



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



Une gouvernance au service des ambitions RSE

Afin d'incarner et déployer sa mission, le Groupe Rocher a mis en place une organisation adaptée pour répondre aux exigences de la Loi PACTE¹ française et intégrer plus en amont la RSE dans les stratégies des marques et métiers, garantissant coordination et cohérence globale via un pilotage central.

<p>Sous le contrôle du Conseil d'Administration, le Comité Exécutif Groupe (Direction Générale Exécutive Groupe) est responsable de la définition des ambitions RSE et la validation de la Stratégie RSE Groupe.</p>	<p>Responsable de la cohérence de la Stratégie RSE, la Direction Mission & Impact Groupe inspire le Comité Exécutif Groupe pour la définition et la vision de la Stratégie RSE. Elle pilote le déploiement de la mission et nourrit le Comité de Mission. Elle coordonne, accompagne et pilote pour le groupe, le déploiement des ambitions RSE à 2030. Elle valide les stratégies RSE des marques et métiers ainsi que l'adéquation des plans d'actions identifiés. Elle consolide la performance RSE globale et publie la Déclaration de Performance Extra-Financière, le Rapport du Comité de Mission et le Rapport d'engagement annuel et est garante de l'ensemble des politiques RSE.</p>
	<p>En se dotant depuis fin 2021 d'un Comité d'Audit et des Risques, le Conseil d'Administration s'attache notamment à questionner la bonne intégration des risques environnementaux et sociaux dans les politiques RSE mises en œuvre par le groupe.</p>
	<p>Garant de l'avancement des objectifs statutaires de la mission, le Comité de Mission vérifie l'allocation effective de moyens au service de la mission et la cohérence des orientations du groupe par rapport à celle-ci. Ses conclusions sont publiées dans le Rapport du Comité de Mission annuellement et présentés au Conseil d'Administration ainsi qu'aux instances représentatives du personnel.</p>
	<p>Ainsi, au sein de chaque marque ou métier, le Comité de Direction s'est doté d'un(e) Sponsor RSE, chargé(e) d'intégrer les sujets RSE au plus haut niveau de la stratégie des marques ou des départements. Ces Sponsors se réunissent tous les mois avec la Direction Mission & Impact Groupe à laquelle elles et ils sont rattachés fonctionnellement, afin de partager, suivre et challenger les avancées RSE des marques et départements. Ils sont responsables de la cohérence entre la Stratégie Globale et la Stratégie RSE de leur périmètre.</p>
	<p>Des comités ad hoc sont également mis en place pour piloter collectivement des enjeux RSE transverses, par exemple le carbone, la biodiversité ou la CSRD². Ils favorisent la synergie, la cohérence et la coopération entre les marques et les métiers.</p>
	<p>Afin de faire vivre la RSE et la mission du Groupe Rocher dans tous les sites, les Sponsors et Leaders RSE collaborent avec un réseau de correspondant(e)s RSE locaux. Celles-ci et ceux-ci collectent des données, relayent les informations et créent des animations auprès des collaboratrices et collaborateurs pour sensibiliser aux problématiques environnementales et sociales. Elles et ils collectent localement les données nécessaires aux différents reporting³ de leur périmètre avec les expert(e)s métiers locaux.</p>

¹ PACTE : Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises.

² CSRD : *Corporate Sustainability Reporting Directive*, directive européenne applicable depuis le 1er janvier 2024 qui fixe de nouvelles normes et obligations de reporting extra-financier et qui concerne les grandes entreprises et les petites et moyennes entreprises cotées en bourse.

³ Reporting : collecte de données à partir de différentes sources avec présentation de la manière la plus claire et visuelle possible pour qu'elles soient prêtes à être analysées.

La raison d'être et la mission du Groupe Rocher

Depuis le 24 octobre 2019, le Groupe Rocher est devenu Société à Mission, au sens de la Loi PACTE⁴ française. Au-delà de sa rentabilité économique, la raison d'être du groupe prend racine dans ses valeurs historiques et projette toutes les parties prenantes dans un futur collectif, liant les humains et la nature. La raison d'être de la société, conformément à l'article 1835 du Code Civil, est la suivante :

RAISON D'ÊTRE DU GROUPE ROCHER

Convaincue grâce à l'expérience personnelle de Monsieur Yves Rocher, que la nature a un impact positif sur le 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.

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

À cette fin, la société revendique un modèle d'entreprise familiale ayant pour ambition de développer un écosystème durable qui combine création de richesses, innovation frugale et écologisme humaniste.

Forte de ses expertises botaniques, agronomiques et scientifiques et du modèle unique créé à La Gacilly en Bretagne, la société cultive un lien direct avec ses communautés et ses territoires.

Reconnect people to nature

Cette raison d'être reflète une mission au service du bien commun : **reconnecter les femmes et les hommes à la nature**. Pour remplir sa mission, le Groupe Rocher se donne comme ambition de mobiliser ses parties prenantes internes et externes en les sensibilisant et les formant aux enjeux de la nature afin qu'elles puissent finalement passer à l'action en faveur de la nature. Pour cela le groupe a revu ses objectifs statutaires en 2022 (cf. *Rapport du Comité de Mission 2022*).

1

Promouvoir et faire vivre des expériences de nature

à ses parties prenantes, à travers un ensemble d'animations en vue de leur prise de conscience des enjeux de la nature et d'opportunités à expérimenter et ressentir les liens avec la nature.

2

Former aux enjeux de la nature

et aux limites de la Terre, par un corpus de formations et programmes d'éducation favorisant la compréhension par ses parties prenantes et nourrissant leur capacité d'agir en faveur de la nature.

3

Agir en faveur de la nature

en visant à concilier activités humaines et réduction de l'impact sur les ressources naturelles, intégrant les limites de la Terre.

⁴ PACTE : Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises.

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

Le Groupe Rocher poursuit par ailleurs son engagement comme pionnier de l'Entreprise à Mission et partage son expérience pour inciter d'autres structures et entreprises à adopter ce statut :

- **en témoignant lors de conférences ou tables rondes** : Bris Rocher, Président du Groupe Rocher est intervenu par exemple lors d'un débat portant sur « *L'obsolescence programmée du contrat social* » aux Rencontres Economiques d'Aix-en-Provence le 6 juillet 2024 organisées par Le Cercle des économistes⁵, mais aussi à l'occasion d'une table ronde intitulée « Pourquoi attend-on autant des entreprises aujourd'hui ? » à l'occasion du Congrès Européen des Entreprises à Mission le 16 mai 2024
- **en s'engageant aux côtés de parties prenantes externes** : Bris Rocher est administrateur de la Communauté des Entreprises à Mission⁶ depuis 2023.

En 2021, Yves Rocher Italie⁷ et Stanhome Italie⁸ ont également adopté le statut de *Societa Benefita* codifié par le droit italien et s'apparentant au statut de Société à Mission français. Dans le cadre de ce changement de statut, Yves Rocher Italie et Stanhome Italie publient chaque année leur Rapport d'Impact annuel fixant les objectifs à poursuivre au cours de l'année et visant à mesurer l'impact généré sur la gouvernance, les salarié(e)s les parties prenantes locales et l'environnement⁹.

Un plan stratégique à horizon 2030

Une gouvernance et une stratégie adaptées

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

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

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

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

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

Enfin, pour accompagner cette transformation, la Direction Générale Exécutive Groupe promeut une nouvelle dynamique reposant sur les principes suivants :

⁵ Cercle des économistes : cercle de réflexions fondé en 1992 réunissant une trentaine d'économistes et universitaires pour organiser et promouvoir le débat économique.

⁶ Communauté des Entreprises à Mission : collectif d'actrices et acteurs engagés pour transformer les entreprises.

⁷ <https://www.yves-rocher.it/societa-benefit>

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

⁹ Rapport d'impact 2023 Yves Rocher Italia : <https://album.yvesrocher.it/report-societa-benefit-2023/>

Rapport d'impact 2023 Stanhome Italia: [Relazione d'impatto 2023-last](https://album.yvesrocher.it/report-societa-benefit-2023/)

- un équilibre entre droits et devoirs, qui s'inscrit dans la confiance, la libération des énergies, un supplément d'autonomie et une responsabilisation renforcée notamment sur l'exigence de résultats ;
- une orientation produits et client(e)s renforcée, afin de répondre toujours mieux aux évolutions et besoins des consommateurs ;
- un esprit collectif au sein de toutes les équipes, unies par la même volonté de réussir ensemble.

Dans ce cadre, la Direction RI&D s'est transformée en 2024 en Direction Scientifique intégrant l'ensemble des métiers de l'amont à l'aval de la science : « processus de bout-en-bout » rassemblant le jardin botanique, les cultures en agroécologie jusqu'à la formulation et la mise sur le marché ; avec l'arrivée d'une nouvelle Directrice Scientifique au sein du COMEX. L'évolution de cette direction s'inscrit pleinement dans le cadre du plan de transformation du groupe, ayant notamment pour objectif de concentrer sa stratégie « produits » sur des projets à forte valeur ajoutée pour ses client(e)s et à moindre impact pour l'environnement. Cette nouvelle organisation va permettre au groupe de consolider sa position de leader sur le marché tout en répondant aux attentes croissantes des consommatrices et consommateurs en matière d'efficacité, de qualité et responsabilité environnementale.

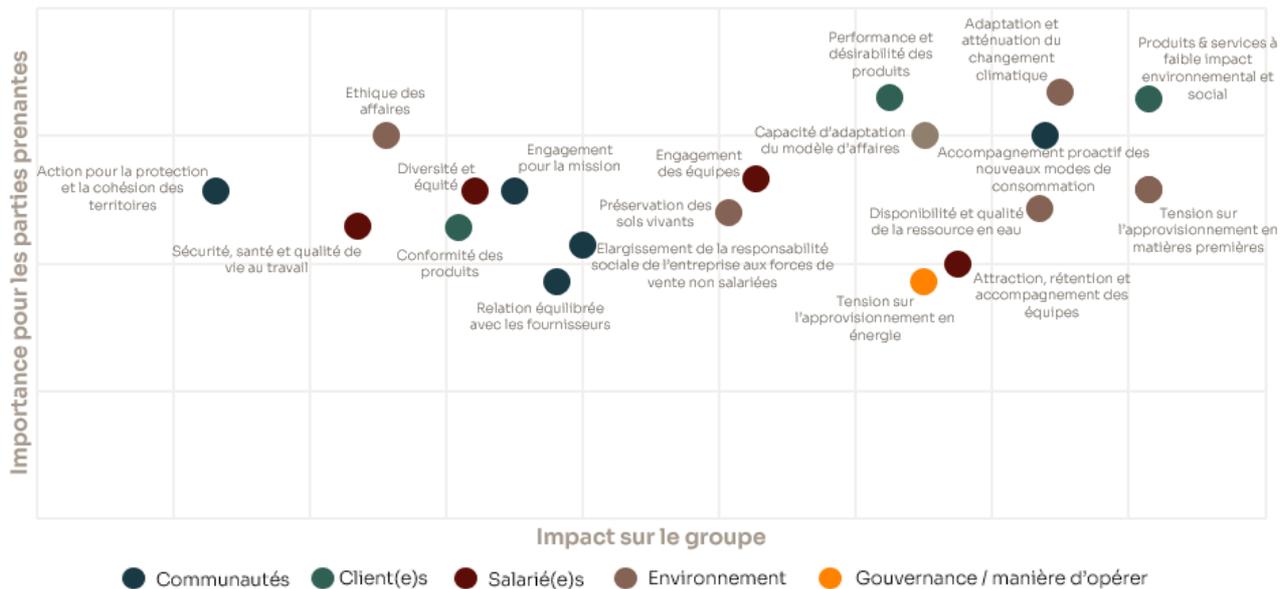
Pour mener à bien les transformations nécessaires, le groupe promeut une logique de co-construction avec les comités de direction, les représentants du personnel, ainsi que les syndicats et les salarié(e)s pour mettre en œuvre ces actions d'adaptation. Ainsi, le plan stratégique global du Groupe Rocher s'appuie sur la RSE comme un des moteurs de la transformation du groupe. Les ambitions 2023-2026 de ce plan stratégique ont été déclinées sur les différents enjeux RSE du groupe sur la base de ses enjeux matériels.

Matrice de matérialité

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

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

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



Cet exercice n'a pas été mis à jour en 2024 car le Groupe Rocher a travaillé à l'anticipation de sa future analyse de double matérialité qui sera publiée dans ses premiers états de durabilité.

Plan d'ambitions RSE à 2030

À la suite des travaux des comités consultatifs et de la mise à jour de la matrice de matérialité en 2022, le Groupe Rocher a formalisé son plan d'ambitions RSE à 2030. Construit autour de sa mission et de quatre grands piliers, dont chacun comporte des ambitions précises et des projets concrets, il représente la feuille de route RSE commune à toutes les marques et métiers du groupe. Ce plan a pour objectif d'adresser des priorités et d'y faire face dans le futur en permettant la mise en œuvre d'actions concrètes pour améliorer la performance extra-financière du Groupe Rocher.

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



SALARIÉ(E)S

Accompagner nos équipes, actrices de notre mission

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



CLIENT(E)S

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

- Écoconception
- Transparence
- Consommation responsable



ENVIRONNEMENT

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

- Biodiversité
- Carbone / Plastique / Eau
- Numérique responsable



COMMUNAUTÉS

Collaborer avec nos parties prenantes pour les engager dans notre mission

- Impact sur les communautés
- Achats responsables
- Ancrage territorial

Synthèse de la performance RSE du Groupe Rocher

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

SALARIE(E)S			
OBJECTIF GROUPE ROCHER	2022	2023	2024
Appartenance			
Taux d'engagement Tell Us parmi le top quartile du panel de référence*	Oui ✓	Oui ✓	Oui ✓
Diversité & Inclusion			
50% de femmes dans les Comités de Direction Marques & Métiers d'ici 2030	49% ●	49% ●	51% ✓
Epanouissement personnel			
4000 personnes formées aux Essentiels de la RSE à fin 2024	⚙	2 292 ●	4 582 ✓

*Le nouvel objectif Tell US pour 2025 se définit au regard du nouveau panel de référence et avec pour cible d'être au moins égal à la moyenne de ce nouveau panel (moyenne qui était à 3,9/5 en 2024 et qui sera mise à jour pour 2025 selon l'évolution du panel).

CLIENT(E)S			
OBJECTIF GROUPE ROCHER	2022	2023	2024
Écoconception			
Augmenter significativement la part des ventes réalisées avec des produits responsables	⚙	⚙	25% Périmètre Yves Rocher ⚙
Consommation responsable			
20% des produits "hygiène" de la Marque Yves Rocher seront des produits Gestes Engagés d'ici 2025	⚙	⚙	14,7% ●
Transparence			
20% du chiffre d'affaires annuel Yves Rocher réalisé avec des produits ayant un score Green Impact Index d'ici 2025	⚙	⚙	16% ●

ENVIRONNEMENT

OBJECTIF GROUPE ROCHER	2022	2023	2024
Biodiversité			
Augmenter la part d'ingrédients botaniques issus de plantes certifiées AB d'ici 2030	⚙️	⚙️	34% ●
Augmenter la part d'ingrédients botaniques issus de filières "vertes" d'ici 2030	43% ●	31% ●	30% ●
Carbone			
-42% tCO ₂ eq en 2030 vs. 2022 au niveau du groupe sur le scope 1 et 2	16 513	-17% ●	-31% ●
-25% tCO ₂ eq en 2030 vs. 2022 au niveau du groupe sur le scope 3 (périmètre SBTi)	222 203	-14% ●	-19% ●
Plastique			
-30% de plastique (g/ml) mis sur le marché en 2030 vs. 2019	-7,7% ●	-4,8% ●	-15,7% ●
100% de plastique recyclé d'ici à 2030	34% ●	38% ●	38% ●
Eau			
-30% de consommation d'eau industrielle (m ³ /t de produit) d'ici 2030 vs. 2019	-11% ●	-37% ✓	-30% ✓
100% de nos formules détergentes rinçables contiennent au moins 95% d'ingrédients biodégradables d'ici 2030	89% ●	88% ●	90% ●

COMMUNAUTÉS

OBJECTIF GROUPE ROCHER	2022	2023	2024
Achats responsables			
80% des montants d'achats couverts par le Code de Conduite Fournisseurs Groupe en 2023	76% ●	82% ✓	81% ✓
100% des montants d'achats couverts par le Devoir de Vigilance en 2023	⚙️	100% ✓	100% ✓
Ancre territorial			
-75% tCO ₂ eq sur les 14 établissements Groupe à La Gacilly, Rieux & Ploërmel à 2025 vs. 2019	⚙️	-35% ●	-50% ●

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

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

La culture : faire évoluer la culture d'entreprise, l'organisation, les modes de fonctionnement et les comportements attendus au sein du groupe pour atteindre les objectifs stratégiques fixés ;

La sécurité, la santé et le bien-être au travail : mettre en place des actions de prévention, de mesure et d'action en matière d'accidentologie, de risques psychosociaux (RPS) et de bien-être au travail ;

La reconnaissance : développer un cadre et des pratiques de reconnaissance communs (monétaires et non-monétaires) au sein du groupe via les modes de management¹⁰, de rémunération, de communication ;

L'appartenance : accueillir les différences et développer le sentiment de communauté au sein du groupe ;

Le développement des compétences : adapter les compétences aux enjeux stratégiques et augmenter l'employabilité des personnes grâce à l'apprentissage en situation de travail, dans les interactions et lors des formations ;

L'accomplissement de soi : donner du sens à l'action pour chacun(e) dans son travail au quotidien, pour avoir de l'impact sur les résultats de l'entreprise, comprendre et agir en faveur de la mission du groupe et de ses marques.



¹⁰ Management : ensemble des techniques d'organisation et de gestion pour conduire, piloter l'action des individus.

Culture : favoriser l'éthique, la culture du résultat et l'orientation client(e)s, salarié(e)s et planète

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

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

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

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

Ainsi, quel que soit le rôle des collaboratrices et collaborateurs dans le groupe, chacun(e) se doit de respecter les principes éthiques et de responsabilité sociale du groupe.

Au-delà des audits des filiales du groupe, dans le cadre du Plan de Vigilance¹¹ et des audits de contrôle interne¹², les collaboratrices et collaborateurs sont sensibilisés sur le sujet via non seulement la diffusion du Code de Conduite des Affaires mais également via le déploiement d'un dispositif d'apprentissage en ligne (ou *e-learning*).

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

Le Groupe Rocher doit proposer de nouvelles solutions pour répondre aux nouvelles attentes sociétales, au contexte économique qui évolue et pour atteindre ses objectifs. Les managers occupent un rôle essentiel dans cette transformation et l'atteinte des ambitions stratégiques du groupe. Le Groupe Rocher les accompagne dans l'adoption de nouveaux comportements et nouvelles méthodologies pour mieux appréhender les défis auxquels ils sont confrontés.

Cette transformation a débuté en 2023 par le déploiement dans l'ensemble de l'organisation de la méthode OKR « *Objectives and Key Results* ». Cette méthode permet à chaque direction de définir avec son équipe trois objectifs clés de transformation à moyen terme (2 à 3 ans). Chaque objectif est ensuite complété par des indicateurs chiffrés de mesure intermédiaire (les « *Key Results* ») qui permettent de piloter les progrès accomplis tout au long de l'année. Cette méthode, déployée depuis la Direction Générale de l'entreprise à l'ensemble des équipes opérationnelles, permet d'assurer une cohérence de l'action, une mobilisation sur les priorités communes, et l'ancrage d'une culture du résultat au service des client(e)s, des salarié(e)s et de la planète. Un suivi régulier de l'avancement des OKR a été fait tout au long de l'année 2024 à l'ensemble des équipes, et le Groupe Rocher entend poursuivre l'implémentation de cette méthode, largement plébiscitée, en 2025.

Dans un second temps, le Groupe Rocher a établi en 2024 un référentiel commun de pratiques et comportements attendus pour l'ensemble de ses managers (le *Groupe Rocher Management Way*). Des formations à ce référentiel ont été construites et testées au sein des marques Yves Rocher en France et Petit Bateau. Le groupe entend poursuivre le déploiement de cette formation à l'ensemble de ses managers des autres marques et fonction, en France et à l'international, sur les années 2025 et 2026. D'autres outils viennent supporter cette transformation managériale par exemple au travers de formations au management en mode hybride ou en période d'incertitude, mise à disposition d'outils de pilotage de l'engagement à travers la plateforme Tell Us ou encore au dispositif de feed-back 360°.

¹¹ Le Plan de Vigilance est un document émis conformément aux articles de la Loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre.

¹² Sur un cycle d'audit de cinq à six ans.

Bonnes pratiques

En 2024, 54 managers ont été formés dans les sessions pilotes du programme de Formation « Groupe Rocher Management Way ».

Par ailleurs six sessions de formation à destination des managers dans le monde ont été organisées en 2024 pour leur permettre de prendre en main le nouvel outil d'enquête d'engagement « Tell Us », leur permettant une meilleure responsabilisation dans l'analyse des résultats et le pilotage des plans d'action auprès de leurs équipes.

Petit Bateau a lancé un parcours de formation pour tous ses managers (135). Les thèmes abordés concernent le management individuel et collectif, la gestion d'équipe dans un contexte incertain et dans un format hybride (inter-sites, télétravail), les conversations à enjeux et les ressources humaines (recrutement, motivation et développement de son équipe). 3 sessions de co-développement jalonnent le parcours afin de favoriser le partage et l'entraide entre les managers.

Santé, sécurité et bien-être au travail : protéger et prendre soin des salarié(e)s

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

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

En 2024, le Groupe Rocher exerçant notamment des activités dans certains pays impactés par des conflits locaux, a continué de soutenir et accompagner la sécurité et la santé des collaboratrices et collaborateurs dans les pays concernés. Les actions du groupe à ce titre au cours de l'année 2024 sont détaillées dans son Plan de Vigilance¹³.

Sécurité

Afin de renforcer la sécurité de ses salarié(e)s, le Groupe Rocher met en œuvre des outils de détection des risques et de prévention. En amont de ces démarches, une sensibilisation individuelle et collective aux risques spécifiques à chaque poste est déployée. Celle-ci vise à instaurer une compréhension approfondie des exigences sécuritaires propres à chaque fonction, insistant sur le respect intransigeant de ces normes par l'ensemble du personnel.

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

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

Afin d'améliorer le pilotage de la santé et sécurité des salarié(e)s les équipes RH ont développé un outil de suivi dédié à l'absentéisme et à l'accidentologie. Cet outil, accessible à l'ensemble des périmètres en France, permet de collecter et d'analyser les données liées aux absences des collaboratrices et collaborateurs. En offrant une meilleure visibilité sur l'évolution de nombreux indicateurs quantitatifs et qualitatifs, il facilite la compréhension des dynamiques structurelles et conjoncturelles et renforce les actions de prévention adaptées.

Performance

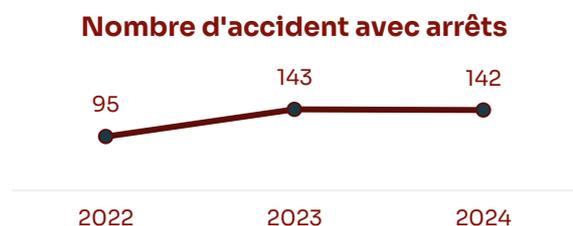
142 accidents de travail avec arrêt ont été recensés en 2024 sur les différents sites du Groupe Rocher dans le monde, soit une baisse de 4,1% par rapport à 2023.

En 2024, le taux de fréquence du Groupe Rocher s'établit à 6,27, enregistrant une baisse de près de 3,5% par rapport à 2023. Le taux de gravité du groupe s'élève quant à lui à 0,208 soit une augmentation de 10% par rapport à 2023.



La sécurité au travail est une priorité du groupe, d'autant plus importante dans le contexte de transformation actuel. Après une hausse du taux de fréquence entre 2022 (4,21) et 2023 (6,50), l'année 2024 marque une légère amélioration (6,27), illustrant l'engagement des équipes.

Dans un contexte de baisse d'activité ces dernières années, la réduction du nombre d'heures travaillées tend à augmenter mécaniquement le taux de fréquence, même si le nombre d'accidents reste stable. Ce contexte de baisse d'activité rend donc l'indicateur plus sensible aux variations. De la même manière, le taux de gravité peut être amplifié par quelques arrêts prolongés, dont l'impact relatif est plus marqué lorsque l'activité globale est en diminution. Sur le périmètre industriel français du groupe, cette évolution s'explique notamment par une meilleure organisation du travail, caractérisée par une planification plus fluide et anticipée des charges de production. Les années précédentes avaient été marquées par des perturbations de la *supply chain*, rendant la planification plus instable. L'amélioration récente de cette organisation a permis d'harmoniser le rythme de travail, d'atténuer les fluctuations et d'offrir une visibilité accrue sur les périodes d'activité. La mise en place de semaines de 4 jours ont également permis un repos plus important des salarié(e)s de production.



Toutefois, une légère augmentation de la gravité des accidents souligne la nécessité de poursuivre ces efforts. Le groupe reste engagé dans une démarche proactive pour ancrer durablement une culture de la sécurité et assurer des conditions de travail optimales à chaque salarié(e). En 2025, l'amélioration de la sécurité et de la santé des collaboratrices et collaborateurs a été réaffirmée comme une priorité par la gouvernance.

Bonnes pratiques

En 2024, le périmètre boutiques Yves Rocher a retravaillé le Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels (DUERP) afin d'en faciliter l'appropriation par les responsables de magasins. Cette démarche s'est accompagnée d'une analyse approfondie des résultats en matière d'accidentologie, notamment pour l'année 2023, permettant d'identifier les principaux risques professionnels et les situations de travail caractéristiques des boutiques. Cette mise à jour doit renforcer la prévention des risques et vise à instaurer une gestion proactive et adaptée des problématiques de santé et de sécurité au sein des points de vente.

Par ailleurs, afin d'améliorer le confort ergonomique des équipes en boutique Yves Rocher et sur les sites industriels bretons, la solution KIMEA, qui utilise des outils de captation vidéo et d'intelligence artificielle pour détecter les postures à risque et évaluer les contraintes physiques des employés, a été déployée en 2024. Ce dispositif permet d'élaborer un plan d'actions pour améliorer le confort au travail et réduire les risques de blessures ou de maladies professionnelles et pourrait être étendue progressivement aux activités du groupe en France et à l'international.

En 2024, Stanhome Italie est devenu une entreprise cardio-protégée grâce à l'installation de deux défibrillateurs et à la réalisation d'un cours de formation *Basic Life Support and Defibrillation* (BLS) pour fournir les bases des interventions de premiers secours.

Santé et bien-être au travail

Au-delà de l'engagement envers la sécurité et la préservation de l'intégrité physique, le Groupe Rocher demeure déterminé à améliorer continuellement les conditions de travail de ses collaboratrices et collaborateurs, en mettant un accent particulier sur la préservation de leur santé mentale, notamment dans les contextes de transformation. Après des initiatives locales ayant démontré des résultats positifs, tels que les ateliers d'accompagnement des managers, la démarche d'accompagnement de la santé mentale vise à être étendue plus largement au sein du groupe.

Le groupe a par exemple relancé la hotline *Telushealth* permettant un accès 24h/24' et 7j/7' à des spécialistes (psychologues, juristes, conseillers, etc.) afin de permettre à chaque collaborateur d'avoir accès à des conseils et un soutien en externe. De plus, pour les managers basés en France, le groupe a développé une hotline spécialisée dans la prise en charge de problématiques psychosociales pour les aider sur leurs sujets spécifiques.

Enfin, des psychologues sont disponibles en présentiel sur les périmètres en transformation en France, afin de permettre aux salarié(e)s qui en ressentiraient le besoin d'être accompagnés lors de ces transitions (mobilité interne ou externe notamment).

Performance

D'après l'enquête salarié(e)s annuelle *Tell Us 2024*, la note sur la question des « signes extérieurs de stress en lien avec le travail » est de 3.1 / 5 (soit 0.1 points de moins que le panel de référence), ce qui réaffirme la matérialité du sujet de santé et sécurité, notamment dans les équipes en transformation. Des plans d'action ont ainsi été identifiés au niveau du groupe et des marques et métiers concernés afin de répondre aux enjeux spécifiques soulevés dans cette enquête et des mesures régulières seront menées pour suivre l'avancement et l'impact de ces actions sur 2025.

Bonnes pratiques

En 2024, le groupe a poursuivi ses formations managériales dédiées à la préservation de la santé mentale. Fort des retours des managers participants et conscient de l'importance de développer une culture de prévention sur ce sujet spécifique, le groupe a décliné, à partir de cette formation, un projet pilote en France au sein de la Marque Yves Rocher de sensibilisation pour tous les salarié(e)s. Ce programme a été coconstruit avec les représentants du personnel afin de prendre en compte l'ensemble des parties prenantes. Ce parcours a permis de former 155 collaboratrices et collaborateurs et a reçu un retour de 4,7/5 de la part des participants.

En écho à la campagne « Octobre Rose », le Groupe Rocher en France s'est associé à PREDILIFE, spécialiste de la prédiction des risques pathologiques, afin de proposer un dispositif novateur de prévention du cancer du sein à plus de 380 collaboratrices âgées de plus de 40 ans. Ce partenariat permet aux collaboratrices d'accéder à un bilan prédictif personnalisé grâce à une évaluation clinique et médicale. L'objectif : sensibiliser, détecter précocement les risques et, le cas échéant, offrir un suivi adapté.

L'initiative a été bien accueillie par les collaboratrices, comme en témoignent les résultats de l'enquête de satisfaction menée à l'issue du dispositif. Avec une note globale de 4,8/5 et un taux de recommandation de 92%, l'accompagnement proposé a été largement plébiscité. En particulier, la qualité des échanges avec les médecins a été saluée, avec une satisfaction de 4,7/5. Ces retours confirment la pertinence et l'utilité de cette démarche de prévention, qui s'inscrit pleinement dans la politique de santé et de bien-être au travail du Groupe Rocher.

Reconnaissance : valoriser les contributions et performances individuelles et collectives

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

En 2024, le groupe a finalisé la conception de sa Politique Rémunération et Avantages Sociaux. Au terme d'une phase de redéfinition complète, incluant notamment des échanges avec la Direction, les équipes RH, mais également des opérationnels de différents services, les principes de cette politique ont été validés par le comité exécutif du groupe.

La Politique Rémunération et Avantages Sociaux définit un cadre homogène de principes communs à l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs, quel que soit leur statut, et en ligne avec les enjeux du groupe. On retrouve notamment parmi les 5 principes directeurs, les enjeux fondamentaux d'équité et de justice et la lutte contre toutes les formes de discriminations. Le déploiement de cette politique a débuté en 2024 et se prolongera en 2025.

En pratique, la politique s'est déjà matérialisée au cours de l'année 2024 par la poursuite du projet « *Job Grading* » (méthodologie globale de cotation des postes permettant de garantir l'objectivité des niveaux de rémunération). A l'avenir, cet outil permettra notamment la mise en place d'indicateurs de suivi de l'équité, en particulier l'équité femmes/hommes, et d'améliorer la transparence de ce sujet auprès des salarié(e)s.

Performance

A fin 2024, 60% de la population totale est couverte par un « *job grading* » revu et sécurisé et l'ensemble des équipes RH opérationnelles formées à la méthodologie.

Bonne pratique

Petit Bateau a lancé en 2024 et en France une newsletter « Zoom RH » à destination de ses salarié(e)s pour rappeler ou faire connaître l'ensemble des avantages sociaux.

Développement : faire grandir les individus

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

Encourager l'évolution professionnelle et développer les talents

Les salarié(e)s sont actrices et acteurs de leur parcours professionnel et ce, dès la phase d'intégration et tout au long de leur carrière au sein du Groupe Rocher. Avec son nouveau modèle social, le Groupe Rocher cherche à identifier et créer les conditions du développement des talents pour chacune de ses collaboratrices et chacun de ses collaborateurs.

L'identification des compétences (actuelles et cibles) est clef pour accompagner les talents dans leurs évolutions. Des travaux ont été amorcés au sein de plusieurs directions en 2024 pour répondre à cette nécessité. Le succès de ces évolutions est notamment mesuré par le niveau de satisfaction des collaboratrices et collaborateurs concernant l'offre de formation et développement des carrières au sein du groupe.

Performance



Le taux de mobilité s'établit à 9,66% en 2024, soit une augmentation de 29% par rapport à 2023. Cette amélioration s'inscrit dans le contexte de transformation du groupe qui implique l'évolution de certains emplois vers de nouveaux besoins de l'organisation. Des actions spécifiques de soutien à la mobilité interne ont ainsi été mises en place.

Bonnes pratiques

En 2024, en France et dans un contexte de GEPP¹⁴, le groupe a accentué l'accompagnement des collaboratrices et collaborateurs sur la mobilité interne afin d'offrir des perspectives de carrières au sein du groupe. Ainsi la politique mobilité interne a été remise à jour, communiquée à l'ensemble des salarié(e)s France et des événements ont été mis en place pour faire découvrir des métiers méconnus et expliquer les outils et processus en place. Le groupe a mis à disposition des RH et salarié(e)s des documents en ligne d'accompagnement de carrière permettant d'harmoniser la méthode, de garder un suivi individualisé et de piloter la démarche au global.

En 2024, le Groupe Rocher a continué de promouvoir les parcours de formations internes 70 / 20 / 10. Ce modèle d'apprentissage met en exergue le fait que, le développement des compétences se fait à 70% d'expériences vécues, 20% au contact de ses pairs et managers et enfin 10% à partir de formations académiques. Dans ce cadre, les portraits de 23 collaboratrices et collaborateurs ont été réalisés et présentés à leurs pairs, aussi bien en France qu'à l'international, afin d'encourager chacun(e) à se projeter dans l'évolution possible de ses compétences au travers de l'expérience développée par les mises en situation dans de nouveaux postes.

¹⁴ Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels.

Développer une employabilité durable à travers la formation

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

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

L'harmonisation des reportings locaux permettant la bonne collecte des informations de formation s'est poursuivie en 2024 et continuera en 2025 afin d'accompagner le pilotage de la démarche au niveau global.

Performance

Le nombre d'heures moyen de formation par personne est de 11,05 en 2024, soit une augmentation de 47% par rapport à 2023.

Des programmes de formation (par exemple les programmes de formation à l'IA ou au management) et d'intégration ont commencé à être déployés en 2024 au sein des différentes entités du groupe et se prolongeront sur 2025.

Nb d'heures de formation moyen par salarié



Bonnes pratiques

Une formation à la pratique de l'utilisation des intelligences artificielles (IA) génératives ou *prompting* sur l'outil *ChatGPT* a été initiée en 2023 en France. A ce jour, 542 collaboratrices et collaborateurs, de toutes entités, ont été formés sur l'usage de cet outil. Cette initiative a été récompensée lors du dernier Digital HR Awards dans la catégorie Innovation. De plus, la constitution d'une équipe d'IA *Champions* inter-métiers au sein du groupe, permet de détecter et d'accélérer la mise en œuvre de cas d'usages concrets favorisant l'acculturation et l'utilisation de l'IA tout en permettant de développer l'employabilité des collaboratrices et collaborateurs.

Par ailleurs, pour la seconde année consécutive, une « Semaine du développement RH » a été organisée sur les sites de Cap Connect¹⁵ et du Morbihan en octobre 2024 afin de familiariser les collaboratrices et collaborateurs avec l'offre de formation du groupe, programmes de formation phares, dispositifs de formation (CPF¹⁶, bilan des compétences), découverte des tendances dans le domaine du développement des compétences, conférences apprenantes, ateliers sur développement personnel, tables rondes. Au total, plus de 12 thématiques ont été proposées avec une inscription ouverte à toutes et tous (indépendamment du type de contrat, métier ou marques). Organisée en mode hybride, avec plusieurs créneaux horaires par thématique et différent(e)s interlocutrices et interlocuteurs, l'événement a reçu 554 inscriptions et un taux de satisfaction de 4,4/5.

¹⁵ Siège du groupe situé à Issy-les-Moulineaux (France).

¹⁶ CPF : Compte Personnel de Formation.

Petit Bateau a poursuivi en 2024 le déploiement du parcours de formation certifiante en excellence Opérationnelle. 16 salarié(e)s pilotant des chantiers d'amélioration ont été formés, 21 personnes ont obtenu la certification *Yellow Belt*, et 2 personnes ont obtenu la certification *Green Belt* au sein des Opérations mais également dans les Directions support.

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

Cette dimension du modèle social vise la promotion de la diversité et l'inclusion, le dialogue et la communication transparente, l'innovation participative et des relations de travail fructueuses où chacun(e) trouve sa place individuellement et au sein du collectif.

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

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

Performance

Le taux de participation en 2024 pour l'ensemble des salarié(e)s du groupe est de 82%, soit 6 points de moins qu'en 2023. Le taux d'engagement global *Tell Us* 2024 est de 68,7%, soit 2.7 points de plus par rapport à 2023 à méthodologie équivalente¹⁷. Un changement d'outil ayant été réalisé en 2024, 2 nouveaux indicateurs additionnels ont été calculés en 2024 :

- Le *Employee Net Promoter Score* (eNPS) avec un score de 4 en 2024, sur l'échelle eNPS qui se situe entre -100 et +100
- Le score d'engagement basé sur le nouveau référentiel avec un score de de 3.9 sur 5 (équivalent à la moyenne du nouveau panel de référence qui regroupe l'ensemble des entreprises du nouveau prestataire)

Les priorités exprimées par les salarié(e)s à l'occasion de cette enquête donnent lieu à des plans d'action dédiés qui seront suivis jusqu'à la prochaine enquête annuelle de 2025.

Bonne pratique

En 2024, un outil de pilotage à la main des managers et des salarié(e)s a été déployé pour l'ensemble du groupe afin de favoriser la transparence sur les résultats de l'enquête et permettre la responsabilisation de chacun(e) dans les actions d'amélioration. Des accompagnements dédiés ont été mis en place pour l'ensemble des managers du groupe afin de leur permettre d'animer le sujet avec leurs équipes. Enfin, des communications régulières sont déployées depuis 2024 afin de donner des retours transparents aux salarié(e)s sur l'avancement des actions mises en place.

¹⁷ Le benchmark, ou panel de référence, est construit par le prestataire externe en charge de la collecte et consolidation des données. Ce prestataire a changé entre 2023 et 2024. Le panel repose sur les données client(e)s de chaque prestataire.

Favoriser le dialogue social

Le groupe est attaché à la qualité du dialogue social, considéré comme un pilier essentiel de la démarche de responsabilité sociétale. Il vise à maintenir un échange constructif et transparent avec l'ensemble de ses parties prenantes, notamment les collaboratrices et collaborateurs et leurs représentants. En favorisant une communication ouverte et régulière, le groupe souhaite promouvoir un climat social serein et collaboratif, propice à l'épanouissement professionnel et à la réussite collective.

Bonne pratique

En 2024 en France, sur l'ensemble du groupe, se sont tenus en plus des réunions ordinaires, 12 Comités Sociaux et Economiques Centrales extraordinaires, 30 Comités Sociaux Economiques d'Etablissement. Des Commissions facultatives ont également été mises en place afin de favoriser l'échange avec les partenaires sociaux et les salarié(e)s (57 commissions obligatoires et 30 commissions facultatives au niveau local et central). En 2024, le groupe a négocié et conclu trois accords collectifs : un accord relatif à l'égalité professionnelle la mixité et la responsabilité familiale, un accord relatif au travail hybride ainsi qu'un accord relatif à l'emploi et à l'intégration des travailleurs en situation de handicap.

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

Le sentiment d'appartenance, d'être accueilli et respecté au sein d'un collectif, contribue au bien-être des salarié(e)s et à leur participation à la transformation et à la mission du groupe. Le Groupe Rocher promeut une culture d'inclusion et de respect des différences, afin de permettre à chacun(e) de s'exprimer, d'être entendu et d'accéder à des opportunités de développement personnel et d'évolution de carrière de manière juste et équitable.

Diversité et inclusion

Le Groupe Rocher et ses marques intègrent les enjeux de diversité et inclusion dans la gestion des ressources humaines au niveau central et local depuis de nombreuses années. Au-delà de sensibiliser ses équipes, la volonté du groupe et de ses marques est de rendre chaque collaboratrice ambassadrice et chaque collaborateur ambassadeur de la promotion de la diversité et de l'inclusion.

En 2021, le Groupe Rocher a intégré la notion de diversité et inclusion dans ses dix principes de responsabilité sociale. En 2023, un comité de pilotage dédié et composé de membres de différents régions, marques et métiers, a été mis en place avec pour vocation de structurer les actions et la démarche de progrès spécifique aux enjeux de diversité et d'inclusion au sein du groupe en se basant sur les éléments de diagnostics propres du Groupe Rocher. En 2024, des relais par marques et pays ont été identifiés avec pour rôle de déployer la politique groupe et définir des actions spécifiques locales adaptées à leurs contextes.

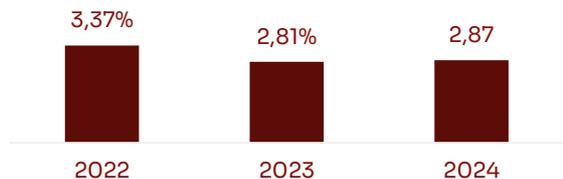
Une politique a ainsi été formulée, validée par le Comité Exécutif Groupe et déployée en 2024 afin de donner un cadre stratégique d'action autour des enjeux de diversité et d'inclusion. Trois axes de travail y ont été définis de manière globale :

- Développer une culture de l'inclusion
- Améliorer l'égalité professionnelle entre femmes et hommes
- Améliorer la capacité d'inclusion et de valorisation de la diversité culturelle

Cette politique s'est accompagnée de la mise en place d'une gouvernance dédiée ainsi que de feuilles de route globale et locales et d'indicateurs de pilotage.

Performance

Taux d'emploi moyen des personnes en situation de handicap



Le taux d'emploi des personnes en situation de handicap dans le groupe dans le monde est de 2,87% en 2024, soit une augmentation de 2%. Les actions de soutien en faveur du handicap se poursuivent dans les entités du groupe, comme en France avec l'application de l'accord d'entreprise au sein de l'UES, renouvelé en 2024.

La note Tell US sur les sujets de

diversité et d'inclusion en 2024 est de 4 sur 5.

En 2024, le pourcentage de ressortissant(e)s étranger(e)s¹⁸ est de 3,28% soit une augmentation de 18% par rapport à 2023. Les évolutions du marché de l'emploi d'une part et les intentions du groupe de s'étendre à l'international d'autre part mettent en valeur le besoin de diversifier les profils et nationalités recrutés.

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



Bonne pratique

En complément des sensibilisations déjà menées au sein de la Marque Stanhome autour des biais et stéréotypes, des sessions ont été poursuivies dans différentes marques et métiers en 2024 et 102 personnes ont ainsi été sensibilisées au cours de l'année.

Plusieurs conférences en ligne ont également été animées par le groupe en 2024 pour l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices connectées¹⁹ autour des sujets de leadership inclusif, de management interculturel et de micro-agressions. Respectivement 171 personnes, 192 personnes et 377 personnes se sont inscrites à ces conférences.

Un guide sur le recrutement inclusif a été créé et communiqué à destination des recruteurs du groupe. Plus de 70 professionnels du recrutement ont ainsi été formés en 2024.

Égalité des genres

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

Afin de renforcer le cadre de son engagement en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes, le Groupe Rocher s'est engagé auprès de l'Organisation des Nations Unies (ONU) Femmes et a signé en avril 2016 les *United Nations Women Empowerment Principles*, sept principes d'action qui permettent d'agir en faveur de l'égalité femmes/hommes au sein de l'entreprise.

Des engagements locaux ont été pris de manière complémentaire en 2024, comme au travers de la démarche française #StOpE²⁰ qui lutte contre le sexisme ordinaire, dont l'acte d'engagement a été signé par les Directions Groupe Rocher Opérations (GRO) et Yves Rocher France.

En 2024, un parcours de développement de l'impact et leadership féminin a été lancé auprès de 22 salarié(e)s du groupe (France et l'international) et se poursuivra en 2025 afin de soutenir les enjeux de promotion des femmes au sein du groupe.

¹⁸R ressortissant(e)s étranger(e)s : collaboratrices et collaborateurs ayant fait une mobilité internationale et travaillant dans un pays dont ils ne sont pas originaires.

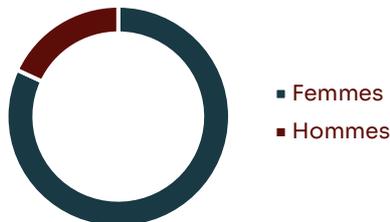
¹⁹ Les collaborateurs et collaboratrices disposant d'un identifiant et d'un accès informatique.

²⁰ #StOpE : Stop au sexisme ordinaire en entreprise.

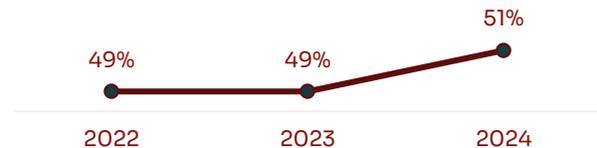
Performance

En 2024, les Comités de Directions marques et métiers sont composés de 51% de femmes, soit une légère augmentation de 2% par rapport à 2023. Dans le cadre de sa politique diversité et inclusion, le groupe s'est fixé comme objectif de maintenir la parité au sein des instances de direction et anime des actions de développement des profils féminins pour les postes de direction ainsi que des actions de sensibilisation pour limiter les biais et freins à cet objectif.

Effectif par genre



% de femmes dans les Comités de Direction Marques & Métiers



Bonnes pratiques

1 017 salarié(e)s ont été formé(e)s à reconnaître et agir contre le harcèlement et les agissements sexistes en France en 2024 et un réseau de référentes et référents a animé des sessions des sensibilisations sur 8 sites du groupe en France.

Cette année, Stanhome Italie a lancé le projet de formation sur les violences de genre impliquant les employé(e)s du siège et la force de vente. Un parcours de formation et de sensibilisation qui vise à reconnaître et à combattre les différentes formes de violence de genre dans le monde du travail.

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

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

Sensibiliser les salarié(e)s aux enjeux environnementaux

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

Le Groupe Rocher propose ainsi chaque année à ses salarié(e)s de vivre des expériences de nature et/ou de participer à des activités de sensibilisation aux enjeux environnementaux. Quelques exemples d'animations ci-dessous organisées en 2024 sur les sites du groupe par les équipes locales :

Quelques exemples d'expériences de nature proposées en 2024

- **Journées dédiées à la plantation, au maraîchage et à la permaculture**, organisées en France, au cœur du jardin du site de Cap Connect, lors d'ateliers potagers. Ces expériences immersives se déploient également à l'international : au Portugal, en Turquie, en République Tchèque, à Hong Kong, en Italie, au Maroc et au Mexique avec Yves Rocher, ainsi qu'en Israël, en Roumanie, au Japon et aux États-Unis avec Sabon. Ces moments de connexion avec la nature s'inscrivent dans les initiatives de mobilisation des marques, notamment à travers les « *Act Beautiful Days* » d'Yves Rocher et les « *Seeds of Joy* » de Sabon.
- **Act Beautiful Days** : dans le cadre de son programme de mobilisation interne et de sa feuille de route RSE, chaque collaboratrice et collaborateur des filiales de la Marque Yves Rocher est invité à participer à une demi-journée de mobilisation. Celles-ci permettent aux salarié(e)s de s'engager concrètement dans des actions de protection de la nature, comme des chantiers environnementaux ou des projets avec des associations locales. Cette initiative s'appuie sur un partenariat de long terme avec la Fondation Yves Rocher et bénéficie du soutien d'un vaste réseau d'ambassadeurs présents dans les filiales à travers le monde, actifs sur le terrain pour coordonner et promouvoir ces actions.
- **Seeds of Joy** : à travers son programme de mobilisation interne, la Marque Sabon collabore avec des associations locales pour aménager des espaces végétalisés dans des environnements urbains et hospitaliers. Ces initiatives, menées en France, en Roumanie, en Israël et au Japon, visent à introduire davantage de végétation dans des zones fortement minéralisées. En favorisant la plantation d'espèces adaptées aux conditions locales, ce projet contribue à l'amélioration de la biodiversité urbaine et au bien-être des usagers, tout en sensibilisant les communautés aux enjeux écologiques.
- **La Semaine Etincelle** : Petit Bateau a organisé une semaine de sensibilisation à la RSE pour l'ensemble de ses collaboratrices et collaborateurs 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 également été proposés, notamment autour du dispositif proches aidants et des labels GOTS (Global Organic Textile Standard) et EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant).
- **Global Day of Caring** : Arbonne organise chaque année cette initiative afin d'encourager ses employé(e)s à s'engager bénévolement dans leurs communautés locales. Chaque année, cette journée mobilise les équipes d'Arbonne autour d'actions concrètes, comme des opérations de nettoyage ou des projets solidaires.
- **D'autres expériences de nature** : formations en apiculture (Mexique, France), marches en forêt pour en apprendre plus sur les plantes et insectes (France), nettoyages de quartiers et espaces verts (France, Italie, Mexique, Israël, Japon).

Quelques exemples d'activités de sensibilisation environnementale proposées en 2024

- **Fresques** : Plusieurs fresques ont été réalisées, notamment une Fresque du Climat avec 37 participants sur les sites d'Yves Rocher à Rennes et du Groupe Rocher à Issy-les-Moulineaux, ainsi qu'une Fresque de l'Entreprise Régénérative pour les leaders RSE de Petit Bateau. Une fresque du numérique et des ateliers de sensibilisation au numérique responsable ont également eu lieu à La Croix des Archers en Bretagne.
- **Ateliers et évènements** : Des ateliers ont été organisés par Sabon en Israël pour l'« *Earth Day* », où des jouets en bois ont été fabriqués pour des ONG. Stanhome a proposé un atelier en France sur la découverte d'un écosystème autour d'un étang, incluant la construction d'abris à hérissons et de nichoirs. En parallèle, Cap Connect a organisé une Semaine du Numérique Responsable avec des webinaires et des ateliers pour sensibiliser aux enjeux du numérique.

- **Comités et conférences** : Le Comité Carbone, une conférence annuelle réunissant plus de 100 participants pour discuter des initiatives liées à la réduction carbone du groupe. Par ailleurs, des conférences ont été tenues sur la biodiversité à Shibuya à l'occasion du « *Petit Bateau's Ocean Day* » et sur le principe de durabilité à Israël chez Sabon. Arbonne a également proposé des webinaires RSE pour partager ses engagements et les actualités concernant sa certification B Corp.

Performance

Au cours des deux dernières années, 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, c'est-à-dire plus de 99% des effectifs²¹.

Parmi ces actions et dans le cadre des « *Act Beautiful Days* », la Marque Yves Rocher mobilise ses collaboratrices et collaborateurs pour agir en faveur de la nature. Ainsi, en partenariat avec la Fondation Yves Rocher, la marque a engagé 1 088 collaboratrices et collaborateurs aux côtés de 15 ONG dédiées à des projets de végétalisation et de protection de la nature dans 10 pays. Cette initiative a permis de consacrer près de 4 915 heures à des actions concrètes sur le terrain, illustrant ainsi la mission de la marque : « Agir pour révéler, protéger et transmettre le pouvoir des plantes ».

Bonne pratique

Le groupe et la Marque Yves Rocher, avec d'autres entreprises du secteur cosmétique, ont collaboré à la création et au déploiement d'un nouvel atelier de sensibilisation environnementale et sociale, en partenariat avec la *Fédération des Entreprises de la Beauté (FEBEA) : La fresque de la cosmétique responsable*. Il a semblé essentiel pour le groupe qu'une fresque dédiée spécifiquement à cette industrie soit co-construite par des entités expertes en la matière. En septembre 2024, cette fresque a été testée au sein du Groupe Rocher auprès d'un groupe de collaborateurs et collaboratrices expert(e)s de l'industrie, issus de divers métiers (formulation, opérations, RSE, marketing, merchandising, etc.), afin d'apporter des améliorations et de pouvoir la déployer à une échelle plus large dès 2025.

Le Groupe Rocher a 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 immerger²²,

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.

Après une première phrase de lancement en 2021, un bilan d'étape a été réalisé fin 2022 de façon à ajuster les formats suivant les zones géographiques, les métiers et les cultures de l'entreprise, et avec l'objectif de proposer à terme ce programme dans le parcours d'intégration de chaque salarié(e) du groupe. L'ambition est ainsi de proposer à chaque salarié(e) entrant(e) la possibilité de s'inscrire à une session de *Nature Academy* l'année de son arrivée dans le groupe d'ici à 2025.



²¹ Périmètre total : Cet indicateur porte sur les deux dernières années 2023 et 2024 ainsi que sur les 5383 salarié(e)s de nos filiales hors Retail & VRP / hors sites fermés en cours d'années et site inférieurs à 10 personnes / hors Russie (contexte géopolitique).

²² <https://www.deeptimewalk.org/>

Performance

Depuis 2020, 2906 collaboratrices et collaborateurs du groupe ont été sensibilisé(e)s à la *Nature Academy dont 549 personnes en 2024*, avec un taux de satisfaction mesuré sur le nouveau format lancé en 2023 de 4,7/5²³.

Former les salarié(e)s aux enjeux environnementaux

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

Le Groupe Rocher s'engage selon son objectif statutaire n°2 à **former aux enjeux de la nature** et aux limites de la Terre à travers un corpus de formations et programmes d'éducation favorisant la compréhension par ses parties prenantes et nourrissant leur capacité d'agir en faveur de la nature.

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

Modules de formation « Les Essentiels de la RSE »

Selon le baromètre RSE CEGOS de septembre 2021, 70% des collaboratrices et collaborateurs en entreprise connaissent la notion de RSE mais seulement 29% savent « précisément de quoi il s'agit »²⁴.

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

A l'occasion de la Semaine Européenne du Développement Durable (SEDD) de septembre 2023, le Groupe Rocher a déployé deux modules de formation en ligne destinés à l'ensemble de ses collaboratrices et collaborateurs, sur les Essentiels de la RSE, pour qu'elles et ils aient toutes et tous le même socle de connaissances commun et puissent agir.

L'objectif de former 4 000 personnes d'ici la fin 2024 a été atteint grâce à un plan de déploiement global via tous les canaux de communication internes et à la mobilisation des équipes RSE et RH pour diffuser ces modules de formation.

Performance

Depuis son lancement en septembre 2023, 4 582 collaboratrices et collaborateurs ont complété les deux modules Groupe « Essentiels RSE » avec un taux de satisfaction mesuré de 4,6/5²⁵.

Formations expertises RSE marques

Les marques du Groupe Rocher ont également l'ambition d'adapter cette formation RSE Groupe avec des formations spécifiques à leurs engagements RSE propres.

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 sont ainsi obligatoires pour l'ensemble des salarié(e)s Yves Rocher :

²³ Enquête de satisfaction menée sur 117 répondants(e)s sensibilisé(e)s.

²⁴ <https://info.cegos.fr/rs/675-BZO-542/images/Etude-Cegos-RSE-2021-web.pdf>

²⁵ Enquête de satisfaction menée sur 1 748 personnes formées (hors Arbonne).

- Module 1 : Démocratiser la beauté responsable ;
- Module 2 : Transformer durablement la chaîne de valeur ;
- Module 3 : Agir avec le plus grand nombre.

Pour les sites 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, 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. Les formations restent accessibles à toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs du Groupe Rocher, afin d'assurer une approche commune et renforcer l'impact des initiatives RSE à tous les niveaux.

Performance

Depuis son lancement fin 2023, 1 182 collaboratrices et collaborateurs ont complété le module 3 de la formation de la Marque Yves Rocher « *Act Beautiful* ».

Bonne pratique

En 2024, 115 responsables de boutiques Petit Bateau venant de toute l'Europe ont suivi une journée d'immersion au cœur de l'usine historique de Troyes. Cette visite à la fois pédagogique et ludique avait pour objectif d'en faire des ambassadeurs de la marque auprès des client(e)s afin de valoriser son savoir-faire unique, son histoire, ses exigences qualités et les certifications obtenues. Pour ancrer sa stratégie RSE localement, Petit Bateau a également déployé en 2024 un réseau de connecteurs RSE en France. Leur mission : relayer la démarche RSE auprès des différentes directions, en diffusant les messages clés et en partageant les bonnes pratiques. Ils ont également lancé une newsletter RSE permettant de valoriser les différentes initiatives.

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.

Formations expertises RSE métiers

Afin de mettre en œuvre de façon collective la transformation durable de ses modèles d'affaires et de sa chaîne de valeur, le Groupe Rocher souhaite apporter aux expert(e)s de chaque métier les connaissances théoriques et les applications pratiques des enjeux de durabilité liés à leur périmètre métier pour créer de la valeur durable pour l'entreprise et leur donner capacité à agir. Depuis 2023, le groupe vise à former chaque année une population de 100 salarié(e)s sur les expertises RSE métiers.

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

Performance

Sur la cible de 100 expert(e)s métiers formés en 2024, le Groupe Rocher est au-dessus de l'objectif : 239 expert(e)s formé(e)s aux enjeux RSE de son métier.

- En 2024, la Marque Yves Rocher a formé 65 expert(e)s en communication aux enjeux de la communication plus responsable lors d'une formation en présentiel sur le site de Cap Connect. Parallèlement, un module de e-learning sur la communication responsable a été développé par l'équipe Impact de la Marque Yves Rocher afin de le déployer à l'international.
- Aussi, la Marque Yves Rocher a formé ses équipes impliquées tout au long du cycle de développement de ses nouveaux produits à la mise en place des critères RSE (sur les plantes, la formule, et le packaging) dans le cadre de ce processus. 135 collaboratrices et collaborateurs de la marque ont été formé(e)s, à savoir, les équipes de développement marketing, les expert(e)s filières, formulation, packaging, ainsi que les équipes de management opérationnel des projets.

En 2024, les équipes de la Direction informatique du groupe ont développé un module de e-learning sur le numérique plus responsable, disponible en anglais et en français pour l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs du Groupe Rocher. Destinée aux nouveaux entrants de la direction informatique GRTS²⁶ ainsi qu'aux autres collaborateurs, cette formation vise à sensibiliser aux impacts environnementaux et sociaux du numérique. Cette année, 39 expert(e)s métiers de l'informatique l'ont suivie, intégrant ainsi les principes de la RSE dans leur pratique professionnelle.

Bonne pratique

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.

²⁶ Groupe Rocher Technology Solutions

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

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

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

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

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

Proposer des produits de qualité et écoconçus

L'écoconception, au cœur des processus de développement

STRATÉGIE ÉCOCONCEPTION

Rédaction d'un cahier des charges écoconception par activité (Textile / Détergence / Cosmétique)

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

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

Pilotage de la stratégie

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

Formation des expert(e)s produits

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

Afin de proposer des produits ayant de moins en moins d'impact sur l'environnement, le Groupe Rocher place l'écoconception au cœur des processus de recherche et développement, de qualification et d'approvisionnement en matières premières et en actifs. A chaque étape de ces processus, le Groupe Rocher assure la prise en compte de critères internes obligatoires (approvisionnement, naturalité, biodégradabilité, écotoxicité, transformation).

Ainsi, les expert(e)s des Direction Scientifique Groupe et Direction Opérations Groupe sont impliqués tout au long de la démarche d'écoconception du groupe. Cette démarche permet de répondre aux enjeux de performance et durabilité des produits, de tension sur l'approvisionnement en matières premières et de conformité des produits identifiés.

Faisant écho à sa raison d'être, qui « s'incarne dans des expériences, des services et des produits qui procurent du bien-être, grâce aux bienfaits de la nature », le groupe a défini un cahier des charges du « produit plus responsable » pour chacune de ses activités. En généralisant l'intégration de critères RSE ambitieux dans la conception de ses produits, le groupe vise ainsi à faire évoluer son offre pour réduire toujours plus son empreinte sur l'environnement et la nature.

Pour ce faire, chaque produit devra respecter une douzaine de critères portant sur ses ingrédients et matières premières, sa formule et son packaging. Ce cahier des charges permet ainsi de guider les équipes dans la conception des innovations, dans l'optique de limiter l'impact environnemental de chaque produit sur toute sa chaîne de valeur : en amont, lors de son utilisation et au moment de sa fin de vie.

Des outils d'aide à la décision sont en cours de finalisation et de déploiement afin de permettre d'accompagner les équipes de développement dans la prise en compte des impacts environnementaux d'un produit sur l'ensemble de son cycle de vie, dès la conception de celui-ci.

Choix et qualification des matières premières

Cosmétique

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

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

L'homologation de nouveaux ingrédients et nouvelles compositions parfumantes dans le groupe suit un processus strict d'évaluation, via des tests et des méthodes définis pour l'ensemble des expertises (analytiques, toxicologiques, microbiologiques, réglementaires, etc.), afin d'assurer la sécurité de ses salarié(e)s et de ses produits pour ses client(e)s comme l'impose la réglementation, mais également d'assurer la conformité avec les chartes interne du groupe, ainsi que de privilégier des ingrédients à moindre impact environnemental.

Aujourd'hui, le portefeuille ingrédients du groupe comporte 1322 ingrédients références commerciales et 628 compositions parfumantes qualifiés, principalement composés d'ingrédients naturels et végétaux, et mis à disposition des formulatrices et formulateurs pour composer les formules cosmétiques des marques du groupe.

Evaluation RSE des ingrédients

Le Groupe Rocher évalue également l'impact de ses ingrédients et de ses compositions parfumantes selon plusieurs piliers RSE :

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

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

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

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

Pour affiner cette démarche, ce référentiel d'évaluation de la durabilité des filières a été mis à jour en 2024. L'appréciation du critère « risque pays » s'appuie désormais sur une évaluation du risque proposée par l'UEBT ce qui a pour impact de dégrader la performance.

Zoom sur le pilier « *Politique Sourcing durable* »

Une attention particulière est portée aux ingrédients d'origine naturelle, qui représentent la majorité du portefeuille du groupe, et notamment aux ingrédients d'origine végétale. Le Groupe Rocher mène depuis de nombreuses années une évaluation détaillée pour analyser les pratiques économiques, sociales et environnementales de ses fournisseurs directs et de leurs chaînes d'approvisionnement.

Pour le pilier sourcing, des points sont attribués à l'ingrédient évalué en fonction de son niveau de conformité avec quatre niveaux définis en interne : « gold » (la filière respecte des critères associés aux trois piliers du développement durable²⁷) ; « vert » (la filière respecte au moins un pilier du développement durable), « orange » et « rouge » ; Les filières rouges, oranges et vertes font l'objet de plans d'amélioration *ad hoc* selon des règles de priorisation spécifiques à chaque catégorie d'ingrédients ou de parfums.

La stratégie de sourcing durable, mise en place pour les équipes opérationnelles en charge de l'approvisionnement des matières (Direction Scientifique, Achats, Qualité, RSE etc.), repose sur trois axes majeurs :

- S'approvisionner en quantité et en qualité pour un usage industriel en assurant une traçabilité jusqu'à la parcelle, en évaluant la fiabilité des approvisionnements, et en limitant l'interdépendance entre le Groupe Rocher et ses fournisseurs ;
- Protéger les êtres humains et la biodiversité en s'assurant du respect des droits humains dans les filières, en cherchant à co-construire une rémunération juste des productrices et producteurs/récoltant(e)s et en soutenant la préservation de la biodiversité dans les filières via de bonnes pratiques agricoles et de collecte ;

²⁷ Les piliers du développement durable sont : le pilier social, le pilier sociétal et le pilier environnemental.

- Partager de manière juste les avantages tirés de la biodiversité, conservant le savoir-faire des communautés locales, conformément au Protocole de Nagoya.

Savoir-faire sur les ingrédients botaniques

En 2024, le Groupe Rocher recense parmi ses filières végétales 490 filières dont sont issus les ingrédients botaniques²⁸ sur un ensemble de plus de 200 origines botaniques (plantes) différentes. Dans le cadre de sa démarche d'approvisionnement durable, le Groupe Rocher s'est donné pour ambition de développer des filières d'approvisionnement plus durables appelées « gold » notamment pour ses ingrédients botaniques. Pour être considérée comme gold, une filière botanique doit avoir un impact positif sur chacun des trois axes de la Politique Sourcing durable précédemment citée. La Marque Yves Rocher est devenue membre de l'UEBT²⁹ en 2020, en s'engageant dans une démarche d'amélioration continue pour un approvisionnement durable.

Performance³⁰

Savoir-faire ingrédients

Le total des ingrédients achetés représente 11 475 tonnes³¹ dont 93% sont d'origine naturelle selon la norme ISO 16 128. Le total des ingrédients botaniques achetés représente 1 065 tonnes soit 9% des quantités 2024.

- 87% des ingrédients botaniques sont issus de filières dont la culture / cueillette de la plante est tracée jusqu'au pays d'origine ;
- 34% des ingrédients botaniques sont issus de filières de plantes certifiées AB³² ;
- 30% des ingrédients botaniques proviennent de filières « vertes » selon la définition interne du groupe ; dont 12% des ingrédients botaniques proviennent de filières « gold » selon la définition interne du groupe.

14 filières de plantes emblématiques de la Marque Yves Rocher cultivées en agriculture biologique et en agroécologie à La Gacilly ont renouvelé leur certification UEBT en 2024 : bleuet, arnica, camomille romaine, calendula, camomille matricaire, menthe poivrée, capucine, ficoïde glaciale, carpobrotus edulis, mauve, orpin, mélisse, verveine, et phacélie.

La filière tiare de Tahiti, iconique de la gamme de produits Yves Rocher à base de Monoï, a été certifiée UEBT en 2024, dans le cadre d'un travail d'amélioration sur le plan environnemental et socio-économique en collaboration avec les partenaires fournisseurs du groupe.

Savoir-faire formules

Le pourcentage moyen d'ingrédients d'origine naturelle dans les formules mises sur le marché est :

- 82% d'ingrédients d'origine naturelle en moyenne dans les formules mises sur le marché pour la Marque Yves Rocher ;
- 81% pour la Marque Dr. Pierre Ricaud ;
- 90% pour la Marque Kiotis ;
- 94% pour la gamme Stanhome Family Care ;

²⁸ Les ingrédients botaniques sont des ingrédients issus d'une plante peu ou pas transformés, soit qui n'ont subi, en grande majorité, que des transformations physiques (huiles, beurre, cires, extraits, etc.).

²⁹ *Union for Ethical Biotrade*.

³⁰ Périmètre des produits développés par Groupe Rocher Opérations – Arbonne en cours de déploiement.

³¹ Périmètre des ingrédients achetés par Groupe Rocher Opérations en 2024 hors ingrédients spécifiques LECC et SABON.

³² Agriculture Biologique.

La Marque Arbonne va lancer une évaluation de cet indicateur pour l'ensemble de leur portfolio de produits selon le référentiel groupe en 2025.

Bonne pratique

Au 1er janvier 2024, les Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher, Solvay et TechnoServe ont signé un accord pour un programme « *Sustainable Guar Initiative* (SGI) » d'une durée de trois ans visant à améliorer les revenus de 300 producteurs de guar de deux villages du district de Bikaner, Rajasthan. Le guar est un ingrédient fonctionnel, non-botanique présent dans de nombreuses gammes du soin pour cheveux. Il s'agit d'un plan d'actions holistique qui comporte quatre domaines thématiques d'intervention :

- Agronomie : promouvoir des pratiques durables pour accroître la production de guar sans irrigation en formant les agriculteurs aux bonnes pratiques agricoles (BPA) et à la résilience climatique ;
- Social : Participer à l'émancipation des femmes bénéficiaires en matière d'autonomie alimentaire par le biais de jardins potagers et la diffusion de bonnes pratiques en matière sanitaire. Contribuer à l'éducation des enfants ;
- Economique : Connecter le groupement d'agriculteurs aux acheteurs institutionnels pour une meilleure construction des prix et accès au marché ;
- Environnement : Fournir des plants d'arbre aux agriculteurs pour mise en culture dans des plantations en arrière-cour et en parcelles agroforestières.

Détergence

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

- Des tests d'usage sous contrôle dermatologique afin d'évaluer la tolérance cutanée ;
- Des tests de biodégradabilité sur la partie organique de la formule et selon les lignes directrices de la norme OCDE 301F extrapolées pour des produits formulés ;
- Des tests d'évaluation des émissions d'aldéhydes et de composés organiques volatils (label Air Label Score³³).

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

Concernant les matières premières sensibles, et plus particulièrement l'huile de palme et ses dérivés, la Marque Stanhome s'inscrit dans la Politique Sourcing Durable Groupe (*cf. page 55*).

³³ Air Label Score : premier label international indiquant clairement la non-toxicité des produits dans l'air intérieur. Des tests, réalisés dans un laboratoire indépendant, attribuent à chaque produit un indice de pollution allant de A+ (très faibles émissions) à C (fortes émissions). Il représente le risque de toxicité par inhalation des polluants détectés. Des contrôles aléatoires sont ensuite réalisés tous les ans afin de contrôler que les produits labellisés n'ont subi aucune modification volontaire ou involontaire. Pour en savoir plus : <https://air-label.com/>

Performance

Concernant le portefeuille 2024 de la Marque Stanhome :

- 9 produits sont sur le marché avec la certification écolabel européen (représentant 8 formules), correspondant à 19% du chiffre d'affaires 2024 de Stanhome Home Care ;
- 28 formules ont passé le test d'évaluation des émissions d'aldéhydes et de composés organiques volatils de l'Air Label Score et toutes ont obtenu les notes A+ ou A.

En ligne avec le programme d'engagements de 2023 (cuisine, linge, sol, salle de bain, gros travaux, aircare et vitres), les indicateurs suivants ont été atteints :

- 87% d'ingrédients d'origine naturelle en moyenne ;
- 90% des formules dites « rincées » sont facilement biodégradables sur la partie organique de la formule et selon les lignes directrices de la norme OCDE 301F extrapolées à un mélange ;
- 95% des formules contiennent un amérisant afin de limiter le risque d'ingestion par les bébés et les enfants (hors aérosols, solides et formules contenant une autre matière première avec une odeur répulsive).

Enfin, dans le cadre du cahier des charges internes du « produit plus responsable », en 2024, 57% du portefeuille de produits Homecare (hors accessoires) est conforme aux critères de responsabilité étudiés. Ce qui représente un total de 55% du chiffre d'affaires du périmètre Homecare de la Marque Stanhome en Europe.

Textile

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

- Qualité des fils utilisés pour garantir la durabilité des produits de la collection Petit Bateau ;
- Relations équilibrées avec les fournisseurs pour garantir la pérennité des partenariats Petit Bateau ;
- Traçabilité : les documents d'achats de matières premières (filés) précisent l'origine des fibres.

Le cahier des charges et les fiches techniques permettent à Petit Bateau de contrôler et garantir la qualité des filés achetés.

Les partenaires de rang 1 auprès desquels Petit Bateau achète ses fils de coton pour son outil intégré sont historiquement connus par la marque. Lorsqu'il s'agit de matières utilisées pour les produits Petit Bateau fabriqués par d'autres partenaires, elles sont soumises aux mêmes normes de qualité et d'exigences environnementales. Elles sont systématiquement vérifiées par le laboratoire intégré de Petit Bateau ou un laboratoire externe indépendant.

Petit Bateau s'est fixé un objectif d'avoir à fin 2025, 100% des matières de la collection Petit Bateau s'intégrant dans une démarche dite « écoresponsable », c'est-à-dire qu'elles comportent un seuil minimum de fibres organiques et/ou recyclées permettant de répondre aux différents standards de certification retenus par la marque³⁴.

³⁴ [1] GOTS : Global Organic Textile Standard.

[2] GRS : Global Recycled Standard.

[3] RWS : Responsible Wool Standard.

[4] Master of Linen® : certification qui garantit la production d'un lin de qualité, traçable, écologique et 100% européen.

[5] European Flax™ : garantie de traçabilité pour la fibre de Lin premium cultivée en Europe de l'Ouest pour tous ses débouchés.

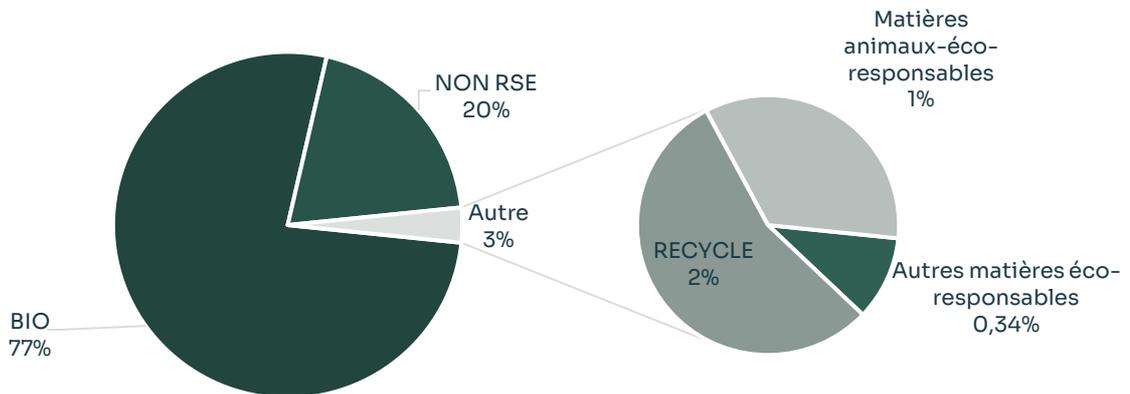
[6] PEFC : Pan European Forest Certification, programme de reconnaissance des certifications forestières.

[7] FSC : Forest Stewardship Council, certification qui garantit la légalité du bois et la gestion durable de l'exploitation.

Performance

- 41% des tricots sont réalisés en France et 77% sont confectionnés avec les fils achetés par la Marque Petit Bateau.
- 94% des fils de cotons achetés sont certifiés issus de l'agriculture biologique, tout en répondant aux attentes de qualité des client(e)s.
- 80% des produits de la collection Petit Bateau sont confectionnés avec des matières écoresponsables (conçues avec au moins 50% de fibres écoresponsables et certifiées), contre 81% en 2023, selon la répartition ci-dessous :

Répartition de la collection par typologie de matières RSE chez Petit Bateau en 2024



Nutrition

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

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

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

- **Filière mica** : Le Groupe Rocher met en œuvre les différents leviers cités ci-dessus avec le développement d'un approvisionnement aux États-Unis, mais également à travers le partenariat *Responsible Mica Initiative* (RMI), afin de promouvoir la mise en place de pratiques sociales et environnementales plus responsables au niveau des collectes basées en Inde. Les actions coordonnées par la RMI visent également le déploiement d'actions auprès des populations locales pour aider à la mise en place de ces pratiques sociales et environnementales, et plus largement de conditions de vie acceptables pour les populations locales en Inde ;
- **Filière huile de palme et ses dérivés** : Le Groupe Rocher a établi une Politique Sourcing Responsable Groupe dédiée, s'appuyant sur les principes directeurs « NDPE ³⁶ » et visant à mettre en œuvre des leviers d'action multiples : le partage des engagements NDPE auprès de ses fournisseurs et leurs chaînes d'approvisionnement, l'amélioration de la traçabilité de l'huile de palme et ses dérivés, la certification des volumes en grades RSPO « *mass balanced* », « *segregated* » et « *identity preserved* », les mécanismes d'alerte à disposition des actrices et acteurs de la chaîne d'approvisionnement, le soutien de programmes de transformation terrain dans les zones d'approvisionnement du groupe et la participation à une démarche collective d'animation des actrices et acteurs de la filière.

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

- **Filières de fragrances naturelles** : Le Groupe Rocher soutient, grâce à son partenariat avec le projet Fair Labor Association Harvesting the Future of Jasmine in Egypte, l'amélioration des pratiques sociales des agriculteurs et cueilleurs saisonniers, et de leurs familles, en Egypte et en Turquie. Ce projet réunit les différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement : entreprises du secteur de la beauté et de la parfumerie, processeurs, mais aussi les gouvernements et les acteurs de la société civile.
- **Filière carnauba** : La Marque Yves Rocher a intégré en novembre 2024 l'*Initiative for Responsible Carnauba* (IRC) sous l'égide de l'UEBT. Elle participe à des groupes de travail visant à améliorer la sécurité des machines servant à fabriquer la cire de carnauba, les bonnes pratiques agricoles, la traçabilité et la transparence sur l'origine du carnauba dans les régions du Caatinga et du Cerrado au Nord-Est du Brésil. Ce programme est une alliance entre plusieurs entreprises internationales, des transformateurs locaux, le gouvernement et des organisations de la société civile.

³⁵ Matières présentant sur leur chaîne d'approvisionnement un risque identifié de non-conformité à l'une des 5 mesures de vigilance (voir Devoir de vigilance Groupe Rocher).

³⁶ NDPE : *No Deforestation, No Peat, and No Exploitation*.

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

Performance

99,4% des volumes actuels d'ingrédients achetés contenant de l'huile de palme, ou des dérivés de l'huile palme sont certifiés RSPO « *mass-balanced* » (bilan de masse), « *segregated* » (ségrégation) ou « *identity preserved* » (identité préservée) –le pourcentage restant étant en cours de transition.

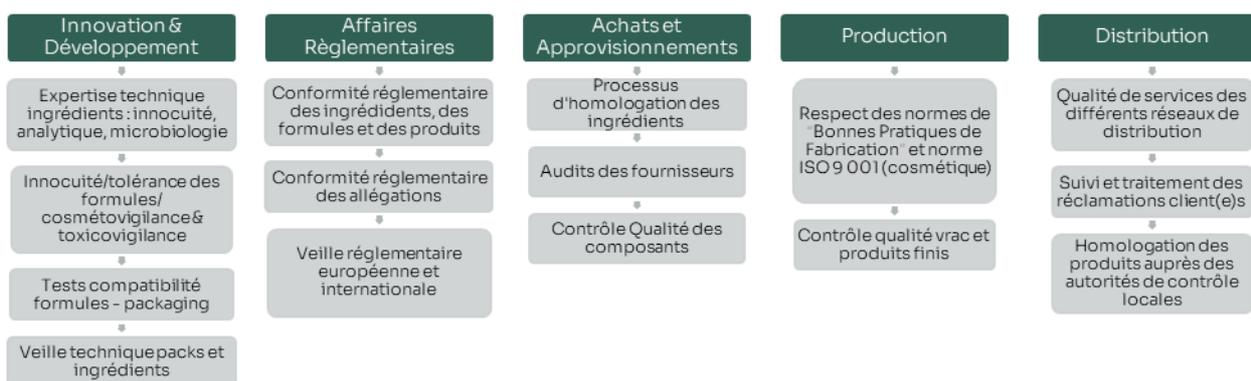
Qualité des produits et services

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

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

Cosmétique et détergence

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



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

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

En détergence, les sous-traitants doivent se conformer à des exigences dans tous les domaines (ingrédients, réglementations, qualité, packaging, produit fini, etc.) décrites dans les briefs produits. Ils doivent se soumettre à un audit qualité d'homologation sur chaque site de production. L'auditeur qualité évalue le niveau du sous-traitant sur les sujets suivants : système de management de la qualité, analyse de risques produits et procédures, achats et réceptions opérationnelles et méthode et suivi de la production. Un niveau minimum est requis pour débiter un partenariat. Des audits de suivi sont réalisés à fréquence définie, afin de garantir la réalisation des plans d'actions définis avec les sous-traitants. Lors du développement d'un produit, chaque formule est analysée selon différents aspects.

Pour identifier les risques de la formule et définir ainsi les conditions d'utilisation sûres du produit pour les client(e)s, une analyse réglementaire complète des risques des ingrédients est réalisée. Une veille réglementaire est également effectuée en France, en Italie et en Espagne mais également au niveau européen et au niveau international par les équipes locales. Afin de garantir la conformité à toutes les exigences qualité et réglementaires des produits cosmétiques et détergents, des cahiers des charges formule, packaging et logistique sont signés pour chaque produit.

Les sites de production cosmétiques du groupe sont certifiés norme ISO 9001 « Systèmes de management de la qualité – Exigences » par une tierce partie indépendante et reconnue (Bureau Veritas), pour le développement, la production et le contrôle des produits cosmétiques. Cette certification garantit que les produits fabriqués et conditionnés sont contrôlés selon des méthodes établies ; gérés dans le respect des « Bonnes Pratiques de Fabrication (BPF) des produits cosmétiques » (norme ISO 22 716), lesquelles prévoient des contrôles aux différentes étapes de la production (réception, contrôle en cours de production, contrôle final et libération des produits) par les équipes qualité des sites. Le respect par les sites des BPF est régulièrement audité par les services centraux internes ou des tierces parties.

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

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

Nutrition

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

Textile

La Politique Qualité Petit Bateau, est basée sur l'innocuité et les qualités d'usage des produits. La Marque Petit Bateau s'impose les standards les plus stricts en termes de toxicologie via le label OEKO-TEX³⁷. La certification OEKO-TEX® STANDARD 100 garantit l'innocuité du vêtement en contrôlant la teneur des produits chimiques nocifs pour la santé.

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

³⁷ OEKO-TEX® : association indépendante allemande délivrant un label visant à garantir les qualités humano-écologiques des textiles, exempts de produits toxiques pour le corps et pour l'environnement.

Performance

88% des produits Petit Bateau réceptionnés en 2024 sont certifiés OEKO-TEX® STANDARD 100 (volumes à la pièce).

Promouvoir des modes de consommation plus responsable

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

Développer des offres de consommation engagée

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

Proposer aux client(e)s des produits et des services plus responsables

Chaque marque du groupe travaille à développer une offre de produits plus responsables à travers des démarches d'écoconception. Ces démarches reposent sur une approche globale de réduction de l'impact environnemental sur tout le cycle de vie des produits et services. La nature de l'offre de produits et services plus responsables varie selon la typologie de produit, du service et le modèle d'affaires de la marque mais, sont régies par des critères définis par le groupe dans des cahier des charges internes par activité, portant sur les ingrédients, formules et packagings pour la détergence et la cosmétique ; ainsi que sur les fibres, les process de fabrication et les emballages pour les produits textiles. Ces gammes de produits et services plus responsables permettent aux client(e)s de réaliser un acte d'achat plus engagé par rapport aux alternatives traditionnelles proposées par le reste de l'industrie.

Bonnes pratiques

En 2024, la Marque Kiotis a renforcé son portefeuille de produits avec les lancements suivants : le savon solide à la camomille, le savon exfoliant à la mandarine. En 2025, la marque souhaite poursuivre le développement de cette typologie de produits afin d'accompagner ses client(e)s vers une consommation plus responsable. A titre d'exemple, troquer un produit liquide classique de 300 ml pour un produit solide, emballé dans du papier certifié FSC, permet de réduire de cinq fois l'impact CO₂ du packaging.

La Marque Yves Rocher cherche à promouvoir des produits plus écoconçus, c'est-à-dire ayant un impact environnemental réduit comparativement à leur alternative classique. Les produits solides sont un exemple de ces nouvelles gestuelles de beauté plus responsables, avec une satisfaction client(e)s de 4,2/5 pour les shampoings solides Yves Rocher en 2024. Depuis février 2024, la marque propose une recharge de gel douche pour sa gamme Bain de Nature, entièrement recyclable, utilisant du plastique recyclé OBP³⁸, qui permet une réduction de 80% de plastique comparé au flacon à usage unique. Cette année, 14,7% des volumes de la catégorie « Hygiène » vendus étaient des produits dits « Gestes Engagés ».³⁹

La gamme premium de la Marque Dr. Pierre Ricaud, « Essence de beauté », existe en version rechargeable depuis plus de 20 ans. Elle a été relancée en 2022 dans un nouveau pot toujours aussi premium mais allégé de 18% en plastique et 40% en verre en comparaison à la référence précédente.

Développer le réemploi

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

Bonnes pratiques

Afin de favoriser l'économie circulaire, la Marque Petit Bateau 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.

En complément de ses ambitions en termes de réduction des packagings plastiques, la Marque Yves Rocher explore également des leviers de réemploi des packagings verre, qui représentent 45,4% du poids du packaging Yves Rocher en 2024. C'est ainsi que la marque a rejoint la coalition *Recosm* promouvant la consigne dans l'industrie cosmétique, pilotée par Circul'R et Citeo. Cette initiative a permis à la marque de lancer un premier test pilote de produits consignés en France dans trois de ses boutiques en 2024. Ce test concerne 36 références dans la gamme des soins pour le visage, et chaque pot retourné donne droit à une récompense de 1€ sous forme de carte cadeau. L'objectif de la marque est d'atteindre un taux de retour de 10% à l'issue du test. À fin décembre 2024, un taux de retour de 4,5% de retours a déjà été enregistré.

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 ml⁴⁰ non rechargeable. En 2025, la marque souhaite poursuivre le développement de cette typologie de produits.

Promouvoir le marketing plus responsable

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

³⁸ OBP : Ocean Bound Plastic - terme anglais qui définit le plastique « risquant de se retrouver dans l'océan ».

³⁹ Gestes Engagés : Les "Gestes Engagés" s'apparentent à une gamme de produits ayant un impact environnemental réduit, conçus pour aider les consommateurs à adopter une routine beauté plus responsable. Ces produits incluent des cosmétiques solides ainsi que leurs accessoires (aimant, boîte), des gels-douches concentrés ainsi que des recharges entièrement recyclables assorties de leur flacon permanent.

⁴⁰ Deo Soft, ref : 83806 et Deo Fresh, ref : 83605 en référent.

Réduire l'impact des campagnes de marketing

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

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

Bonne pratique

Conscient de l'impact environnemental de ses produits et outils commerciaux, Yves Rocher France a poursuivi le projet RECOLTE en 2024 visant à assurer le recyclage de plusieurs éléments du parcours marchand et marketing. Ainsi, les client(e)s peuvent déposer leurs cartes postales papiers en magasin, et Yves Rocher s'assure de leur recyclage. 650 boutiques ont mis en place ce dispositif, collectant 98,8 tonnes de papier. En complément, 3,3 tonnes d'éléments du parcours marchands ont été collectés sur l'année 2024.

En parallèle, les équipes cadeaux Yves Rocher ont entrepris un travail sur la mesure de l'impact des matières utilisées sur les gaz à effet de serre. Un scoring carbone a ainsi été développé pour permettre aux chefs de produits d'estimer l'empreinte carbone de chaque cadeau en amont et tout au long de son développement. Cette innovation leur permet de faire des choix éclairés et stratégiques, afin de proposer des cadeaux attractifs aux client(e)s tout en maîtrisant leur impact écologique. Depuis 2022, les efforts se sont également accélérés afin d'améliorer la conception des cadeaux, notamment en travaillant sur leur poids, les matières et la simplification des designs.

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

Le marketing est un enjeu clé pour partager les engagements des marques auprès de leurs client(e)s et ainsi augmenter les actes d'achat plus responsables. Pour lutter contre le greenwashing⁴¹, chaque marque du groupe a mis en place un processus de validation des allégations environnementales liées à ses produits. Chaque marque a la responsabilité de s'assurer que les messages et engagements communiqués à ses client(e)s sont alignés avec ses valeurs mais également avec les enjeux RSE du groupe.

Pour garantir une communication transparente sur les produits, la Marque Yves Rocher a formé ses équipes marketing à la communication plus responsable et a développé un module e-learning dédié.

Performance

123 personnes, donc 65 expert(e)s (cf. page 32), de la Marque Yves Rocher ont été formées aux enjeux de la communication plus responsable en 2024, via une formation sur site et un module e-learning développé sur ce sujet.

⁴¹ Greenwashing : éco-blanchiment ou verdissage en français, méthode de marketing consistant à communiquer en utilisant l'argument écologique de manière trompeuse pour améliorer son image.

Bonnes pratiques

En 2024, la Marque Stanhome a continué d'éduquer ses consommatrices et consommateurs aux écogestes. La réutilisation des flacons est essentielle pour limiter la production de nouveaux emballages et ainsi minimiser l'impact des produits sur l'environnement. C'est pourquoi, la marque a développé des outils de communication pour informer et sensibiliser au bon usage de certains de ses flacons réutilisables. Ces messages peuvent prendre la forme de pictogrammes dans les catalogues produits ou de vidéos tutoriels sur les réseaux sociaux.



En septembre 2024, la Marque Yves Rocher a lancé sa première marketplace, pensée en adéquation avec son ambition de démocratiser une beauté plus responsable. Sélectionnées pour leurs engagements RSE, les marques « amies » doivent respecter la charte RSE conçue par la Marque Yves Rocher autour de dix thématiques RSE, de critères de transparence et de qualité du service proposé. En offrant la possibilité aux marques amies de rejoindre son site e-commerce, la Marque Yves Rocher souhaite rendre visible les entreprises qui orientent l'industrie de la beauté vers plus de durabilité et encourager les consommatrices et consommateurs à les plébisciter.

Concevoir des points de vente plus responsables

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

Écoconception des points de vente, du mobilier et des équipements

Certaines marques du groupe (Yves Rocher, Petit Bateau, Sabon, Stanhome) commercialisent leurs produits via un réseau international de points de vente physiques. Afin de réduire l'impact environnemental de ces derniers, un comité annuel animé par la Direction Mission & Impact Groupe et regroupant les expert(e)s RSE et Retail de chaque marque, a été lancé depuis 2021 pour favoriser les partages de bonnes pratiques et les synergies entre les marques. En 2024, l'échange de bonnes pratiques et de retours d'expériences sur les outils de collecte d'informations a ainsi continué.

La première phase d'état des lieux a permis d'identifier les principaux facteurs d'impact environnemental des magasins. Une Politique Retail⁴² Responsable Groupe a été diffusée à l'ensemble des marques impliquées dans le projet afin de les outiller pour la mise en place d'un Système de Management Environnemental (SME) des points de vente.

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

Bonne pratique

À fin 2024, un outil de supervision énergétique a été déployé à toutes les boutiques Petit Bateau Europe (succursales et magasins d'usine – soit 131 boutiques). Cet outil est désormais 100% opérationnel sur le périmètre France et Italie avec une connexion directe aux fournisseurs d'énergies. Grâce à cela, la consommation d'énergie des boutiques Petit Bateau est en baisse de 15% en France et 11% en Italie sur les 12 derniers mois grâce à des actions de sensibilisation des équipes, à la diffusion de consignes et bonnes pratiques et grâce à un plan d'investissement débuté en 2022, pour basculer les éclairages en ampoules à LED.

⁴² Retail : commerce de détail.

En 2024, la Marque Yves Rocher a continué le déploiement des modifications de son concept de magasin en France, Espagne, Italie, Maroc, Belgique, République Tchèque et Pologne. Certains équipements jusqu'alors en plastique ont évolué vers des matériaux tels que le bambou ou le kraft, favorisant l'utilisation de ressources renouvelables plutôt que fossiles. Dans une démarche d'économie circulaire, les nouveaux présentoirs de stock des produits maquillage contiennent jusqu'à 60% de matières recyclées issues des anciens équipements de magasins Yves Rocher. La conception des vitrines a aussi été revue afin de réduire l'impact environnemental des changements de campagnes publicitaires, notamment en proposant des décors en carton ne nécessitant pas de dispositifs en métal, permettant d'éviter la génération de déchets métalliques chaque année sur ces périmètres.

Communication et participation aux engagements de marque

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

Accompagner les client(e)s vers l'économie circulaire

Afin de réduire l'utilisation de ressources vierges et la destruction de produits finis, le Groupe Rocher est acteur de l'économie circulaire selon deux axes principaux : le soutien à des filières de recyclage et l'allongement de la durée de vie des produits via le don de produits finis.

Soutien à des filières de recyclage

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

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

Bonne pratique

Sur son site Internet, Yves Rocher France a publié un Guide du Tri afin d'inciter ses client(e)s à effectuer du tri dans leur salle de bain. Pour pallier l'inexistence des filières de recyclage pour les packagings maquillage en France, Yves Rocher France a poursuivi le projet RECOLTE en 2024 pour permettre à ses client(e)s de les déposer en magasin et trouver des filières de recyclage. 472 boutiques sont engagées dans ce dispositif, collectant 1 043 kg de packs maquillage sur l'année 2024, soit 3 501 kg depuis 2022.

Financé par l'Union européenne, le projet « *System Circularity and Innovative Recycling of Textiles* » (SCIRT) a été lancé officiellement en juin 2021. Ce programme rassemble 18 partenaires issus de cinq pays, dont Petit Bateau, autour d'un objectif commun : développer en trois ans des solutions innovantes pour le recyclage des textiles. Dans ce cadre, Petit Bateau s'est particulièrement investi dans l'étude du recyclage mécanique du fil de coton à partir de vêtements usagés. Pour clore le projet, une mise en application concrète a été réalisée : la production d'une centaine de T-shirts composés à 50% de coton recyclé et à 50% de coton vierge issu de l'agriculture biologique.

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 Etats-Unis.

Dons de produits

Le Groupe Rocher entend œuvrer en faveur de la lutte contre la précarité (physique, hygiénique et sanitaire) et la réduction de son impact environnemental, en donnant à des associations ses produits invendus. En application de la Loi AGECE⁴³ française, le groupe et ses marques se sont ainsi associés à plusieurs ONG afin de faire des dons de produits neufs (en surstock et/ou avec une date limite d'utilisation proche).

Performance

En 2024, 1 066 751 produits cosmétiques et d'entretien et 2 818 produits Petit Bateau ont été donnés à diverses associations⁴⁴.

Bonne pratique

En 2024, Dr. Pierre Ricaud a donné 56 000 produits à Dons Solidaires pour une valeur de 116 000€. Partenaire de Dons Solidaires depuis 9 ans, la Marque Yves Rocher a, quant à elle, fait don de 1 172 149 produits et accessoire en 2024

En 2024, Stanhome Italie, à travers sa politique des produits invendus et grâce à l'utilisation de la plateforme Regusto, a réduit ses déchets en faisant don de ses invendus (en surstock et/ou avec une date limite d'utilisation proche) à des associations caritatives. Au total il y a 89 797 invendus, évalués à environ 56 617€, ont été soit donnés à hauteur de 84%, soit ont été distribués aux employés à hauteur de 16%.

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

Parce que les client(e)s sont au cœur du modèle économique des marques, le Groupe Rocher entend construire avec elles et eux une relation de confiance basée sur une communication transparente. Ceci passe par la mise à disposition d'informations sur les produits et services afin de permettre des choix de consommation éclairés, mais aussi une écoute attentive et un dialogue ouvert à travers la réponse aux questions et interrogations des client(e)s.

Informer sur les produits et services

Les consommatrices et consommateurs sont de plus en plus demandeuses et demandeurs d'informations sur les produits et services qu'elles ou qu'ils achètent. En effet, selon le baromètre GreenFlex & ADEME 2024, 77% d'entre eux se considèrent aujourd'hui comme « engagés » ou « concernés » par le *Consommer moins, mais mieux*.⁴⁵ Soucieuses de répondre à leurs attentes, les marques du Groupe Rocher s'engagent pour une communication plus transparente et répondant à leurs attentes (traçabilité des ingrédients, composition des produits, fournisseurs et sous-traitants, lieu de fabrication des produits, certifications / labels, emballage, usage et fin de vie des produits, etc.).

⁴³ Loi AGECE : Loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire.

⁴⁴ Dons Solidaires, Agence du Don en Nature, La Croix Rouge, Le Secours Populaire, Les Restos du Cœur, Goods to Give etc.

⁴⁵ GreenFlex_Barometre_Consommation_Responsable_Edition_2024.pdf

Le Green Impact Index, un outil de transparence de la stratégie d'écoconception

En parallèle de ce travail en interne, le Groupe Rocher participe à l'initiative du Consortium *Green Impact Index*⁴⁶, dont il est l'un des membres fondateurs. Cette démarche collective a été lancée en 2022 sous l'initiative de 22 entreprises, associations et fédérations. Grâce à la contribution d'un collectif de 120 participant(e)s issus de 26 organisations différentes représentant plus de 1 000 entreprises, des TPE⁴⁷ aux grands groupes internationaux, incluant des fournisseurs, des bureaux d'études indépendants et une structure académique, cette démarche a abouti à la création de l'AFNOR Spec 2215. Toutes ces organisations ont en effet décidé de mettre en commun leurs expertises respectives pour proposer une méthodologie fiable, robuste et accessible sur l'affichage de l'impact environnemental et sociétal des produits cosmétiques, des compléments alimentaires et des produits de santé familiale et de bien-être.

Dans le cadre de cet outil d'affichage environnemental, des partis pris forts ont été définis, comme le fait de baser la méthodologie sur des référentiels, labels et normes pour crédibiliser et uniformiser la démarche (normes ISO 16 128⁴⁸, Ecolabel européen⁴⁹, normes OCDE 301 liées à la biodégradabilité, etc.). Le fait aussi d'aller au-delà de l'Analyse du Cycle de Vie (ACV) en introduisant des critères tels que la biodiversité, la spécificité des produits d'origine naturelle et biologiques et les aspects sociétaux. Ces choix stratégiques permettent à toute entreprise de structurer et capitaliser sur les efforts déjà engagés, de prendre en compte les législations françaises et européennes en cours et à venir et de chercher le meilleur compromis entre le prisme impact environnemental de l'ACV et l'ensemble des enjeux RSE.

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

Performance

38 produits Yves Rocher ont été cotés selon le *Green Impact Index*, représentant plus de 16% du chiffre d'affaires de la marque en 2024.

Bonne pratique

La Marque Dr. Pierre Ricaud a renforcé la transparence auprès de ses client(e)s via la mise à disposition de caractéristiques environnementales sur son site internet France. Sur chaque fiche produit, les client(e)s peuvent avoir accès à la composition du produit, son taux de naturalité, les informations relatives à sa matière et à sa recyclabilité ainsi que les consignes de tri de chaque composant du produit. En 2024, Dr. Pierre Ricaud a mis en avant un format de vidéos sur les fiches produits pour informer les client(e)s sur la fabrication, l'utilisation des produits, les avis des autres client(e)s et les avis des influenceuses. Fin 2024, seront mis en ligne sur la page cadeau les avis des client(e)s sur les produits offerts.

⁴⁶ <https://www.greenimpactindex.com/>

⁴⁷ TPE : très petites entreprises.

⁴⁸ Norme ISO 16 128 : Lignes directrices relatives aux définitions techniques et aux critères applicables aux ingrédients et produits cosmétiques naturels et biologiques.

⁴⁹ <https://www.ecologie.gouv.fr/lecolabel-europeen>

Depuis 2021, Petit Bateau s'est doté d'une plateforme de traçabilité centralisant les données liées aux produits finis. Cet outil stratégique permet d'exploiter ces informations notamment pour anticiper les exigences réglementaires telles que l'affichage environnemental ou le passeport numérique des produits, *Digital Product Passport* (DPP). En 2024, Petit Bateau a investi dans une seconde plateforme SaaS, connectée à celle de traçabilité, afin de calculer à grande échelle les impacts environnementaux de ses produits textiles. Désormais, Petit Bateau franchit une étape majeure : 100% des données relatives aux produits fabriqués sont intégrées dans la plateforme de traçabilité. De plus, tous les fournisseurs de produits finis textiles sont désormais enregistrés dans la plateforme et ont commencé à saisir leurs propres données.

Dialoguer avec les parties prenantes

Le Groupe Rocher entretient un dialogue ouvert, constructif et permanent avec ses client(e)s et reste à l'écoute de leurs attentes pour se transformer afin de mieux y répondre. Afin d'être parfaitement à l'écoute de ses consommatrices et consommateurs, trois procédures sont effectives dans le groupe :

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

Au-delà de ces procédures groupe, chaque marque est tenue de mettre en place un espace d'échange (processus de réponse aux questions sensibles, FAQ⁵⁰, etc.) avec ses client(e)s afin de répondre à leurs questions et interrogations, en portant une attention particulière aux questions les plus fréquentes.

Communiquer sur les engagements

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

⁵⁰ FAQ : Foire aux questions.

Bonnes pratiques

Afin de communiquer de manière transparente à ses client(e)s, la Marque Arbonne met à leur disposition plusieurs ressources, et notamment depuis 2020 un Rapport RSE annuel⁵¹ (*Arbonne Sustainability Reports*). Ce rapport témoigne des engagements sociaux et environnementaux de la marque et des progrès réalisés par rapport aux attentes des parties prenantes. Il est disponible en anglais, espagnol, polonais et français.

Dans le parcours digital Yves Rocher, une page dédiée a été créée sur le site e-commerce français pour mettre en lumière les engagements de la marque, en exposant de manière claire sa stratégie RSE et ses ambitions de transformation en faveur d'une beauté plus durable. Les client(e)s peuvent également y consulter le premier Rapport RSE publié par la marque au début de l'année 2024, dans lequel sont détaillés l'ensemble des engagements inscrits dans son programme « *Act Beautiful* ».

Le Groupe Rocher publie depuis 2015 pour ses salarié(e)s et ses parties prenantes externes de façon annuelle son Rapport RSE accessible depuis le site internet du groupe⁵².

⁵¹ <https://www.arbonne.com/us/en/our-story/sustainability>

⁵² <https://groupe-rocher.com/strategie-rse>

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

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

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

Le Groupe Rocher s'inscrit donc dans les lignes directrices du Protocole de Nagoya de la Convention sur la diversité biologique (CDB) des Nations Unies⁵³, pour la conservation de la biodiversité, l'utilisation durable de ses composants et le partage juste et équitable des avantages découlant de l'exploitation des ressources génétiques et des connaissances traditionnelles qui y sont associées. Depuis 2022, la stratégie biodiversité du Groupe Rocher s'inscrit également dans le Cadre mondial de la biodiversité (CMB) de Kunming-Montréal adopté lors de la COP15⁵⁴ sur la diversité biologique.

Le Groupe Rocher est par ailleurs membre de l'initiative « Entreprises engagées pour la nature » (EEN)⁵⁵ portée par l'Office Français de la Biodiversité (OFB), sous la tutelle des Ministères de la Transition écologique et de l'Agriculture et de l'Alimentation (cf. page 878282).

Agir en faveur de la biodiversité sur les territoires

Le Groupe Rocher a formalisé sa première Politique Biodiversité Groupe en faveur de la protection de la biodiversité sur ses territoires et tout au long de sa chaîne de valeur en 2010, sur la base d'une analyse exhaustive de ses impacts sur les milieux naturels et dépendances aux services écosystémiques rendus par le vivant.

En 2024, cette politique a été enrichie afin de garantir la continuité de la vision du Groupe Rocher et l'ambition de contribuer à la préservation de la biodiversité ainsi qu'à la réduction des pressions exercées par les activités du groupe sur la nature. Pour cela, le groupe en 2024 a :

- mobilisé la Direction Générale Exécutive, la Présidence et un groupe de travail interne regroupant les principaux expert(e)s du sujet ;
- revu l'inventaire de ses impacts et dépendances à la biodiversité ;
- rencontré une douzaine de parties prenantes internes et externes pour les réinterroger sur les impacts, risques et opportunités liés à la biodiversité pour le groupe ;
- réactualisé sa stratégie en faveur de la protection de la biodiversité.

⁵³ Protocole de Nagoya : https://treaties.un.org/pages/ViewDetails.aspx?src=IND&mtdsg_no=XXVII-8-b&chapter=27&clang=_fr

⁵⁴ COP : Conférence des Parties, organe directeur onusien.

⁵⁵ <https://engagespouurlanature.ofb.fr/entreprises/engagements/groupe-rocher>

Une expédition de terrain dédiée à la revue des enjeux de biodiversité du groupe a en particulier été organisée avec les expert(e)s internes à La Gacilly, en Bretagne, au cœur du centre pilote en agroécologie et botanique du groupe, avec le Directeur général, le Président du groupe et la Direction People et Mission.

Les résultats de ces travaux ont mené à l'aboutissement de la réactualisation des axes de travail sur lesquels le groupe souhaite s'engager à partir de 2025, afin de contribuer, à sa mesure, à restaurer les chaînes du vivant. La stratégie en faveur de la biodiversité du groupe repose sur trois piliers qui seront développés dans les états de durabilité du groupe :

- Approvisionnements plus durables
- Produits plus responsables
- Gestion plus vertueuse des sites

Approvisionnements plus durables

Le Groupe Rocher souhaite adresser ses principaux domaines d'impact sur la biodiversité. Pour ses approvisionnements, qu'ils soient issus de filières de commodités ou de filières plus spécifiques au secteur de la cosmétique, le groupe souhaite agir de manière collective avec ses pairs et au-delà de son secteur afin de :

- Travailler à améliorer la traçabilité de ses ingrédients au-delà du rang 1 de ses fournisseurs et jusqu'à la zone de culture pour les ingrédients d'origine végétale : pour ce faire, le groupe travaille en collaboration avec ses fournisseurs et s'engage dans des partenariats collectifs tels que TRASCE⁵⁶.
- Promouvoir les pratiques plus vertueuses de culture et cueillette des plantes dont sont issus ses ingrédients cosmétiques, de détergence et fibres pour matières textiles : le groupe promeut des cahiers des charges fournisseurs respectueux du vivant et s'appuie au maximum sur des certifications reconnues (AB, GOTS, UEBT, RSPO, *Faire for life*, *Rainforest Alliance*, etc.).
- Mettre en œuvre des projets de soutien, financier ou extra-financier, pour ses filières, répondant à des besoins formulés par ses partenaires locaux : En effet, le groupe souhaite contribuer effectivement à la conservation durable et équitable des ressources naturelles et choisit d'agir à travers le soutien à des actions concrètes et de terrain. Ces projets s'inscrivent soit dans un cadre réglementaire (Protocole de Nagoya, APA, lois de biodiversité locales) soit dans une démarche proactive pour contribuer au développement de ses filières d'approvisionnement de manière vertueuse, en France et à l'international.

Performance

Cf. partie Choix et qualification des matières premières (*page 36*).

⁵⁶ L'Alliance pour la traçabilité : Quand la beauté rencontre la durabilité – Transparency-One.

Bonnes pratiques

Le Groupe Rocher a choisi de travailler des formes résilientes d'agriculture pour l'avenir et de participer au développement de l'agroécologie⁵⁷ via un modèle agricole systémique, durable et performant, allant plus loin que des modes de culture responsables plus traditionnels, tels que la certification Agriculture Biologique⁵⁸. Un système de production agroécologique doit être raisonné en fonction du territoire (conditions pédoclimatiques, tissu socio-économique), mais aussi des objectifs de l'exploitant (qualité de vie). Le Groupe Rocher cultive ainsi à La Gacilly plus de 60 hectares en agroécologie (sans usage de pesticides, prairies humides, haies bocagères, insectes pollinisateurs, couverts végétaux, rotation des cultures, accompagnement des fermes locales et de leurs agricultrices et agriculteurs etc.) et vise à étendre ces pratiques avec pour objectif 110 hectares en agroécologie pour les filières locales de La Gacilly d'ici 2030.

L'Herbier s'est également engagé dans une démarche d'accélération de la transition agroécologique de ses tunnels froids, ce qui a mené, en quatre ans, à changer de nombreux paramètres de culture sans variation sur la qualité de l'actif cosmétique. Ces changements, dont la pertinence a été validée au moyen d'expérimentations scientifiques, vont de la modification de la façon dont est cultivée la ficoïde, maintenant hydratée par goutte à goutte et conservée fraîche sous paillage pour économiser la ressource en eau, à l'introduction de bandes fleuries au centre des tunnels pour maximiser la biodiversité dans l'univers protégé des tunnels.

Conscient des enjeux environnementaux associés à la culture conventionnelle du coton, Petit Bateau a amorcé dès 2019 une transition vers l'utilisation exclusive de coton issu de l'agriculture biologique. Cette transformation, progressive par nature, a permis de gérer de manière équilibrée l'absorption des surcoûts et d'accompagner techniquement ses fournisseurs pour garantir une conciliation réussie entre écoresponsabilité et exigence de qualité. En 2024, cette démarche a atteint une étape majeure : 99% des fils de coton achetés par Petit Bateau pour sa production intégrée sont désormais certifiés GOTS (Global Organic Textile Standard), attestant de son origine biologique et de pratiques respectueuses de l'environnement.

Produits plus responsables

Le Groupe Rocher souhaite également continuer à réduire l'impact des produits et services qu'il met sur le marché en intégrant la prise en compte de ses impacts sur la biodiversité dès la conception de ses produits jusqu'à leur fin de vie.

Intégrer la biodiversité au cœur de l'écoconception des produits

Un cahier des charges interne du « produit plus responsable » a été défini. En formalisant l'intégration de critères de performance environnementale dans la conception de ses produits, le groupe vise ainsi à faire évoluer son offre pour réduire toujours plus son empreinte sur l'environnement et la nature. L'impact sur la biodiversité est intégré notamment au travers de critères portant sur le choix des ingrédients ou fibres textiles, l'impact de ses formules (biodégradabilité, écotoxicité, naturalité), les process de fabrication ainsi que les emballages.

⁵⁷ Qu'est-ce que l'agroécologie ? (Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire) : L'agroécologie est une façon de concevoir des systèmes de production qui s'appuient sur les fonctionnalités offertes par les écosystèmes. Elle les amplifie tout en visant à diminuer les pressions sur l'environnement et à préserver les ressources naturelles. Il s'agit d'utiliser au maximum la nature comme facteur de production en maintenant ses capacités de renouvellement. Elle implique le recours à un ensemble de techniques qui considèrent l'exploitation agricole dans son ensemble. L'agroécologie réintroduit de la diversité dans les systèmes de production agricole et restaure une mosaïque paysagère diversifiée et le rôle de la biodiversité comme facteur de production est renforcé, voire restauré. L'agroécologie s'applique donc à deux niveaux d'organisation : la parcelle agricole et le territoire, qui doivent être intégrés de façon cohérente.

⁵⁸ La certification en agriculture biologique (ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire) : L'agriculture biologique (AB) est un système global de production agricole qui allie les meilleures pratiques environnementales, le respect de la biodiversité, la préservation des ressources naturelles et l'application de normes élevées en matière de bien-être animal. L'agriculture biologique est encadrée par une réglementation européenne.

Au-delà de ces cahiers des charges de développement interne, le groupe déploie la méthodologie de scoring environnemental et social *Green Impact Index*, intégrant un critère d'impact sur la biodiversité. Le score est mis à disposition dans le but d'informer les consommatrices et consommateurs sur la composition des produits et leur impact environnemental avec plus de transparence.

Bonne pratique

En 2024, Petit Bateau a développé un module spécifique dans sa plateforme de traçabilité pour le suivi, la collecte et la validation des documents justificatifs, garantissant ainsi la conformité de ses produits finis avec les certifications RSE (OEKO-TEX, GOTS, GRS et RWS) et la sécurité de la marque par une collecte des éléments de preuves plus fiable. Sa mise en application est prévue courant 2025.

La gestion vertueuse des sites

Chaque site du groupe ayant un rôle à jouer dans l'engagement du groupe pour préserver la biodiversité, des plans de gestion de la biodiversité sont élaborés et déployés progressivement sur l'ensemble des sites industriels, agricoles et tertiaires gérés par le groupe. Un standard différencié de gestion écologique des sites est en cours de rédaction au sein du groupe afin de pouvoir définir des niveaux d'ambition adaptés selon la typologie des sites du groupe et leurs espaces verts selon au moins trois catégories :

- Sites avec espaces verts
- Sites urbains avec balcons ou toits terrasses
- Sites urbains sans espaces extérieurs

Ces plans de gestion de la biodiversité visent à définir une feuille de route adaptée aux spécificités des sites pour réduire leur impact sur la biodiversité. Afin de faciliter l'élaboration et la mise en œuvre des plans de gestion de la biodiversité, les sites du groupe sont dotés progressivement de référent(e)s biodiversité. L'animation de ces référents biodiversité sera redynamisée en 2025 à travers la formation d'un réseau collectif pour animer ces salarié(e)s, le « réseau sentinelles de la biodiversité ».

Performance

En 2024, les dix sites bretons du groupe font l'objet d'une convention Refuge LPO en cours.

Bonne pratique

Forts de leurs quinze ans d'histoire et de l'importante surface concernée avec près de 120 hectares au total, les refuges LPO morbihannais du Groupe Rocher constituent, à leur échelle, un laboratoire d'observation et d'étude de la biodiversité et de son évolution. Une connaissance édifiante pour l'écriture d'un standard de référence de gestion écologique. En 2024, la LPO a réalisé une synthèse des données récoltées lors des 36 études réalisées durant cette période. En résulte un impact positif exemplaire pour la biodiversité locale : plus de 20% d'augmentation du nombre d'espèces d'oiseaux, 44% pour les papillons de jour, 37% pour les orthoptères (grillons, sauterelles, etc.) et 87% chez les odonates (libellules, demoiselles, etc.) dont de nombreuses espèces patrimoniales. Les sites industriels, agricoles et tertiaires gérés par le groupe jouent ainsi un rôle important pour le maintien et la préservation de ces espèces grâce au développement et la bonne gestion des milieux tels que les zones humides, les prairies naturelles, le bâti ancien, les landes ou les ronciers, etc.

Lutter contre le changement climatique et s'adapter

La lutte contre le changement climatique repose sur l'implication de toutes et tous vers une transition énergétique mondiale réussie. L'Accord de Paris de 2015 engage en ce sens 195 pays à diminuer leurs émissions nationales afin de maintenir l'augmentation de température en dessous de 2°C en 2100, avec comme objectif 1,5°C (par rapport aux températures moyennes de 1870). Pour atteindre cet objectif, le GIEC⁵⁹ estime qu'il faut réduire drastiquement les émissions anthropiques annuelles d'ici 2030 par rapport à 2010.

Afin de contribuer à son échelle à ces objectifs de réduction et à l'atténuation des effets du changement climatique, le Groupe Rocher a construit une stratégie bas carbone autour des principes de sobriété. En 2024, le groupe a validé sa trajectoire de réduction de son empreinte carbone auprès de la *Science-Based Targets initiative* (SBTi)⁶⁰. Le Groupe Rocher s'est ainsi fixé pour objectif une réduction de 42% de ses émissions de gaz à effet de serre (GES) scope 1 et 2 et de 25% de ses émissions scope 3 d'ici 2030 par rapport à 2022 en valeur absolue.

Mettre en œuvre une gouvernance des enjeux climat

La gouvernance des enjeux climat est pleinement intégrée à la gouvernance RSE Groupe (*cf. page 1210*). La Direction Mission & Impact Groupe a ainsi la charge de définir la stratégie bas carbone du groupe et de piloter le déploiement des ambitions qui y sont associées. Elle informe le Comité Exécutif de manière biannuelle des progrès réalisés pour atteindre les ambitions « bas carbone » du groupe. Le Comité Exécutif revoit également annuellement la stratégie bas carbone afin de s'assurer de sa pertinence et de sa cohérence au regard des enjeux climatiques liés aux activités du groupe.

Afin d'assurer un suivi spécifique du déploiement de la stratégie bas carbone, le groupe a mis en place, en juillet 2021, un Comité Bas Carbone composé des représentant(e)s des Départements et Directions Groupe Opérations, Achats, Transport, Retail, Systèmes d'Information (DSI), Mission & Impact ainsi que des Sponsors RSE marques & métiers. Ce comité se réunit une fois par an pour partager les avancées des marques et métiers sur la stratégie bas carbone et s'assurer de la bonne progression vers l'atteinte des objectifs groupe.

De plus, un atelier prospectif a été organisé en juillet 2024 pour projeter le management dans un monde à +2° à +3°C par rapport aux niveaux préindustriels. Malgré la difficulté de l'exercice, ce type d'échanges permettent d'imaginer une trajectoire adéquate et préparer petit à petit les collaboratrices et collaborateurs aux enjeux de demain afin d'adapter les modèles d'affaires du groupe.

Enfin, afin de projeter l'ensemble des marques et des métiers au cœur de la stratégie d'atténuation, une projection de l'empreinte carbone des différents périmètres du Groupe Rocher a été travaillée et validée par les équipes dirigeantes. Cette analyse a permis d'évaluer la capacité du groupe à atteindre ses objectifs, quelles priorités doivent être portées en 2025 et les plans d'actions à mener, notamment par les plus hautes instances.

Gestion des risques climat

Le processus d'analyse des risques climat a été intégré à l'analyse des risques RSE du Groupe Rocher. Ainsi, la mise à jour de la matrice de matérialité en 2022 a permis d'identifier trois enjeux majeurs liés au climat : « Adaptation et atténuation du changement climatique », « Tension sur l'approvisionnement en matières premières », « Tension sur l'approvisionnement en énergie et préservation des sols vivants ». Dans le cadre de cet exercice de matérialité, un travail d'analyse

⁵⁹ GIEC : Le groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat a été créé en 1988 en vue de fournir des évaluations détaillées de l'état des connaissances scientifiques, techniques et socio-économiques sur les changements climatiques, leurs causes, leurs répercussions potentielles et les stratégies de parade.

⁶⁰ Science Base Target Initiative (SBTi) : Initiative regroupant des partenaires de la sphère publique (programme *Global Compact* des Nations Unies) et privée World Wildlife Fund (WWF), World Resources Institute, Carbon Disclosure Project) en charge de la validation d'objectifs basés sur la science et des trajectoires climat des entreprises.

spécifique des sous-risques climat a été mené, permettant d'identifier et de qualifier les risques physiques, leur horizon temporel, leur impact financier potentiel et leur impact sur la stratégie et la planification financière.

Enfin, le Groupe Rocher a choisi de devenir, fin janvier 2021, membre de la *Task Force on Climate-related Financial Disclosure* (TCFD) ⁶¹ afin d'assurer une communication cohérente, fiable et transparente de ses informations relatives au climat. La stratégie bas carbone du Groupe Rocher est ainsi détaillée en suivant les recommandations de la TCFD et une table de correspondance entre les informations publiées dans ce chapitre et la TCFD a été réalisée (*cf. page suivante*).

⁶¹ Groupe de travail sur l'information financière relative au changement climatique.

Table de correspondance TCFD

Thématique	Recommandations de la TCFD	Source de l'information	Avancement	Perspectives 2025
GOVERNANCE				
Décrire la gouvernance de l'organisation concernant les risques et opportunités relatifs au climat	a) Décrire la supervision des risques et opportunités relatifs au climat par le Conseil d'Administration	Gouvernance des enjeux climat	●	/
	b) Décrire le rôle du management dans l'évaluation et la gestion des risques et opportunités relatifs au climat	Gouvernance des enjeux climat	●	/
STRATÉGIE				
Décrire les impacts existants et potentiels des risques et opportunités relatifs au climat sur les activités de l'organisation, sa stratégie et sa planification financière, dans la mesure où l'information est pertinente	a) Décrire les risques et opportunités relatifs au climat que l'organisation a identifiés pour le court, moyen et long terme	Stratégie Bas Carbone	●	/
	b) Décrire les impacts des risques et opportunités relatifs au climat sur les activités de l'organisation, sa stratégie et sa planification financière	Stratégie Bas Carbone		Evaluation de l'impact financier des risques climat
	c) Décrire la résilience de la stratégie de l'organisation, en prenant en considération différents scénarios relatifs au climat, y compris un scénario à 2°C ou moins	Stratégie Bas Carbone	●	En démarrage
GESTION DES RISQUES				
Décrire comment l'organisation identifie, évalue et gère les risques relatifs au climat	a) Décrire les processus de l'organisation pour identifier et évaluer les risques relatifs au climat	Gestion des risques climat	●	
	b) Décrire les processus de l'organisation pour gérer les risques relatifs au climat	Gestion des risques climat	●	/
	c) Décrire comment les processus pour identifier, évaluer et gérer les risques relatifs au climat sont intégrés dans le management des risques de l'organisation	Gestion des risques climat	●	
INDICATEURS ET OBJECTIFS				
Décrire les indicateurs et objectifs utilisés pour évaluer et gérer les risques et opportunités relatifs au climat, dans la mesure où l'information est pertinente	a) Décrire les indicateurs utilisés par l'organisation pour évaluer les risques et opportunités relatifs au climat, en liaison avec sa stratégie et son processus de management des risques	Bilan GES scope 1 & 2 Bilan GES scope 3		/
	b) Publier les émissions GES scope 1, scope 2 et, si c'est pertinent, de scope 3, et les risques correspondants	Bilan des émissions GES Performance scope 3	●	/
	c) Décrire les objectifs utilisés par l'organisation pour gérer les risques et opportunités relatifs au climat, et sa performance par rapport aux objectifs	Maîtriser les émissions directes Réduire les émissions indirectes	●	En cours

● En démarrage ● En cours ● Complet

Mise en place d'une stratégie bas carbone

Dans une démarche d'atténuation de son impact sur le changement climatique, le Groupe Rocher a fait le choix de la sobriété carbone et de la transition énergétique. La sobriété carbone consiste d'abord à diminuer sa consommation énergétique et ensuite à améliorer ses processus pour réduire son impact carbone. La stratégie bas carbone du Groupe Rocher s'appuie donc sur deux leviers principaux : la maîtrise des émissions scope 1 & 2 et la réduction des émissions indirectes (scope 3).

Par ailleurs, un projet doté d'une ambition spécifique a été lancé sur le territoire emblématique de La Gacilly qui regroupe certains des sites majeurs du groupe : *La Gacilly Territoire Bas Carbone*. L'ambition est de faire de La Gacilly un territoire bas carbone d'ici à 2025 en réduisant de 75% ses émissions de gaz à effet de serre des scope 1 & 2 vs 2019 et en alimentant les structures du territoire avec 85% d'énergie renouvelable.

De son côté, la Marque Petit Bateau poursuit son grand chantier pour réduire les consommations d'énergie de son outil industriel à Troyes en France, intitulé *Mission 003*. La diminution des émissions de gaz à effet de serre repose à la fois sur des actions de sobriété énergétique et sur la transition vers des sources d'énergie renouvelables avec pour objectif à fin 2025 d'atteindre une baisse de 50% des scope 1 & 2 vs 2019.

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

*Émissions scope 1 / 2 / 3⁶²

STRATÉGIE BAS CARBONE

Maîtriser les émissions directes (scope 1 & 2)

Réduire la dépendance du groupe aux énergies fossiles

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

Objectif 2030 scope 1 & 2 : réduction des émissions de CO₂eq de 42% vs 2022

Réduire les émissions indirectes (scope 3)

Réduire l'impact des produits du groupe

Travailler avec les fournisseurs et sous-traitants sur la réduction de leur impact carbone

Réduire l'impact du transport

Réduire l'impact des magasins

Réduire l'impact des activités digitales

Objectif 2030 scope 3 : réduction des émissions de CO₂eq de -25% vs 2022

Accroître la résilience face aux effets du changement climatique

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

⁶² Émissions scope 1 : émissions directes de gaz à effet de serre liées à la fabrication de produits et provenant de sources possédées ou contrôlées par le Groupe Rocher (combustion dans les chaudières, bâtiments, véhicules de fonction, etc.).

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

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

Maîtriser les émissions directes

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

Réduire sa dépendance aux énergies fossiles

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

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

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

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

Performance

Le Groupe Rocher a consommé sur l'ensemble de son périmètre 66 813 MWh d'énergie en 2024 contre 76 288 MWh en 2023, soit une baisse 12% de sa consommation.

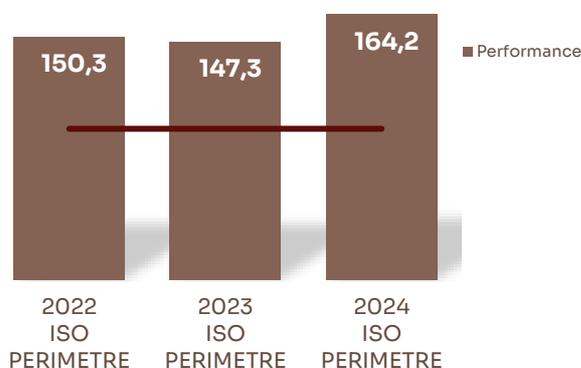
A isopérimètre, le groupe a réduit sa consommation de 9% par rapport à 2022. Cette baisse est principalement liée à la baisse d'activité du groupe qui s'est poursuivie en 2024 et donc du nombre de produits fabriqués dans les usines du groupe, principalement dans les usines cosmétiques.

De ce fait, malgré le plan de sobriété énergétique mené par le groupe depuis 2019 et renforcé en 2022, la performance énergétique des sites de production a été impactée négativement. Certaines consommations d'énergie restent incompressibles, telles que le chauffage des usines et ne dépendent pas des volumes produits.

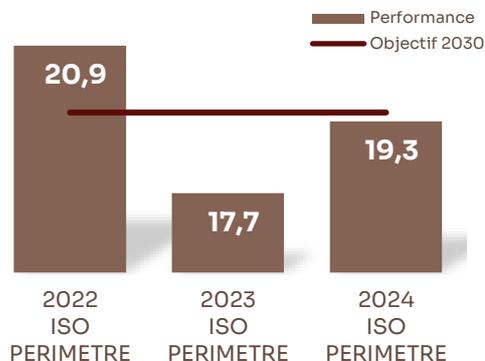
Le ratio de performance énergétique des activités cosmétique et détergence (qui représentent 66% des consommations du groupe) s'est dégradé de 9% (MWh/nombre de produits fabriqués) en 2024 vs. 2022, notamment du fait d'une baisse des volumes produits depuis 2022. Les améliorations de productivité et les actions de sobriété mises en œuvre ne permettent pas d'absorber les consommations fixes d'énergies notamment des sites de distribution.

L'activité textile a, quant à elle, amélioré son ratio de performance énergétique de 8% par rapport à 2022 (MWh/tonnes de tricot traité), grâce aux nombreux investissements et actions de sobriété énergétiques menés. A noter que cette performance s'est légèrement dégradée entre 2024 et 2023, mais reste au-delà de l'objectif à 2030.

Objectif & Performance - Energie
MWh/unité de production COSMETIQUE & DETERGENCE



Objectif & Performance - Energie
MWh/unité de production TEXTILE



De plus, le groupe continue à investir dans le parc de véhicules hybrides et électriques, qui représentent en 2024 89% du parc total des véhicules du groupe en France, soit 8 points de plus qu'en 2023.

Bonne pratique

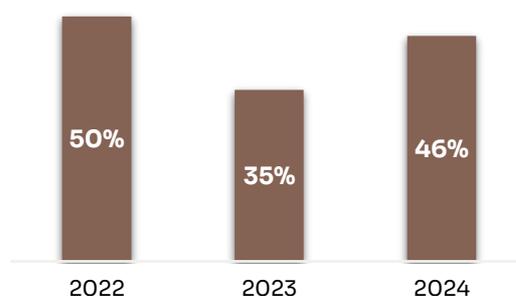
Dans le cadre de sa démarche de sobriété énergétique, la filiale Yves Rocher Maroc a mis en place plusieurs actions concrètes sur le site de Marrakech en 2024. Une sensibilisation spécifique a été menée auprès des collaboratrices et collaborateurs et des équipes chargées de l'entretien des locaux, avec un engagement renforcé des membres du Comité de direction local pour encourager des gestes plus responsables. Par ailleurs, un suivi des consommations a été instauré, avec une vérification et un ajustement des températures des climatiseurs et chauffages en fonction des besoins réels. Des affichages de sensibilisation ont également été installés sur les portes des salles de réunion pour rappeler les bonnes pratiques. Cette approche globale permet d'inscrire la filiale dans une dynamique efficace de réduction de son impact énergétique.

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

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

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

Part d'énergie renouvelable
Groupe Rocher



Performance

En 2024, les sites de la Marque Arbonne, 3 des sites du groupe à La Gacilly, 3 sites Yves Rocher ainsi que le site italien de Stanhome ont eu une démarche d'achat volontaire d'électricité issue de source renouvelable. Au total, 55% de l'électricité consommée par le groupe est d'origine renouvelable.

Par ailleurs, deux des principaux sites de distribution logistique des produits cosmétiques situés en Bretagne sont équipés de chaudières à bois (installées respectivement en 2011 et 2014), chauffant ainsi plus de 1 200 salarié(e)s à l'énergie renouvelable. De plus, l'un des principaux investissements pour la transition énergétique du groupe est la mise en place d'un réseau de chaleur depuis la chaudière à bois du site logistique à La Gacilly de La Croix des Archers vers le site de production des Villes Geffs. Ce réseau de chaleur est fonctionnel depuis décembre 2022. Au global, ces chaudières ont permis d'éviter l'émission de 1 608 tCO₂eq en 2024, et 19 570 tCO₂eq depuis leurs installations.

Bonne pratique

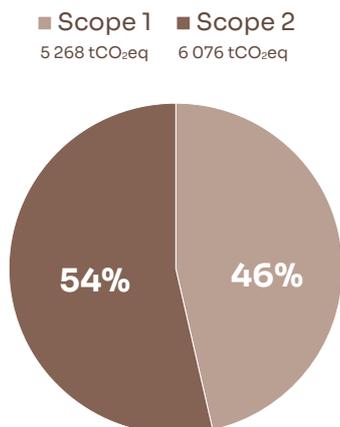
Dans le cadre de leurs ambitions bas carbone, les sites logistiques de La Villouët (La Gacilly) et Buchères (Troyes) ainsi que les sites de production de cosmétiques à Rieux (La Gacilly) et de Murard (textile à Troyes) ont été alimentés à 34% en biogaz sur l'année 2024.

En 2024, Yves Rocher Turquie a réalisé un benchmark des acteurs locaux en mesure de fournir des I-REC (*International Renewable Energy Certificates*), soutenant les filières locales d'énergie verte. La filiale turque a validé l'achat d'électricité renouvelable d'origine solaire, produite localement, couvrant l'ensemble des consommations des boutiques détenues par le groupe en Turquie. Ce changement d'énergie a permis d'éviter en 2024 l'émission de 1 375 tCO₂eq.

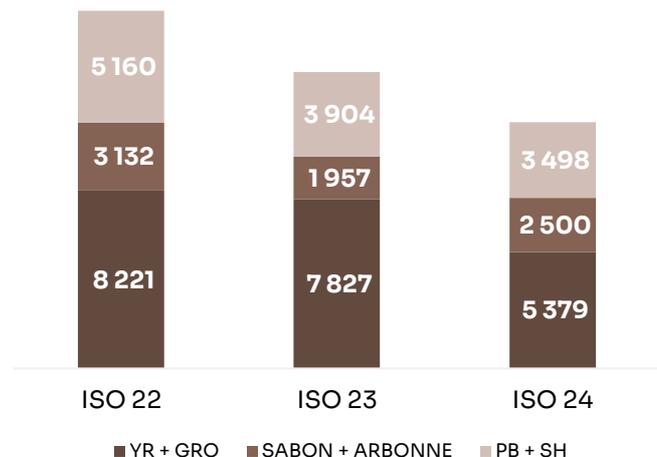
Bilan des émissions de gaz à effet de serre scope 1 & 2

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

Emissions de gaz à effet de serre Groupe Rocher - Scope 1 & 2



Groupe Rocher - Scope 1 & 2 ISO périmètre par marques



Les émissions de gaz à effet de serre du Groupe Rocher représentent 11 344 tCO₂eq en 2024 sur le scope 1 & 2 (incluant les consommations de l'ensemble de ses magasins en fonds propres) A isopérimètre, le Groupe Rocher a réduit de 31% ses émissions par rapport 2022.

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

La diminution des émissions de gaz à effet de serre repose d'une part sur la baisse de l'activité des sites détenus par le groupe ainsi que sur des actions de sobriété énergétique (réduction des consommations d'énergie) et d'autre part sur des investissements dans les énergies renouvelables.

A isopérimètre, le Groupe Rocher a réduit ses émissions de gaz à effet de serre de 17% entre 2023 à 2024, soit une seconde année de baisse (17% entre 2022 et 2023). Ces réductions sont donc en avance sur la trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre déposée auprès de SBTi (cf. page 54).

Réduire les émissions indirectes

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

Réduire l'impact des produits proposés par le groupe (cf. page 453556)

Réduire l'impact du transport

Le transport est un poste d'émissions de gaz à effet de serre majeur du groupe. Faisant suite à un diagnostic détaillé des pratiques et des leviers de décarbonation, une Politique Transport Groupe a été formalisée et partagée aux équipes du groupe depuis 2023 et une trajectoire a été dessinée par chaque périmètre notamment sur les postes d'émissions du transport. La trajectoire de décarbonation du groupe prévoit un objectif de baisse de 24% des émissions liées au transport d'ici à 2030 vs. 2022 grâce à trois leviers majeurs :

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

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

Bonne pratique

En 2024, faisant suite à un appel d'offre, les équipes transports ont eu l'opportunité d'affecter sur l'Est de la France, un nouveau transporteur pour la distribution des magasins Yves Rocher, engagé depuis plusieurs années dans le verdissement de sa flotte. La couverture de livraison du dernier km en énergie alternative est passée de 5% à 87% sur cette zone. Également, l'acheminement des produits depuis la Bretagne vers la plateforme d'entrée centrale de cette région s'opère en biocarburant. Ce mix énergétique sur la majeure partie de la chaîne de transport a permis de réduire les émissions de GES de 60% sur ce périmètre Est France.

Réduire l'impact des activités Retail

Depuis 2022, un projet inter-marques visant à déployer un Système de Management Environnemental (SME) sur le réseau retail international a été poursuivi. La première phase d'état des lieux réalisée en 2021 a permis d'identifier les principaux facteurs impactant les consommations d'énergie des magasins. En ce sens, trois leviers majeurs ont été identifiés :

- Mise en place d'un outil de supervision énergétique ;
- Passer les magasins sur des compteurs réels vs des consommations estimées ;
- Au long des rénovations, passer l'éclairage en LED, automatiser les portes du magasin, renouveler le matériel énergivore.

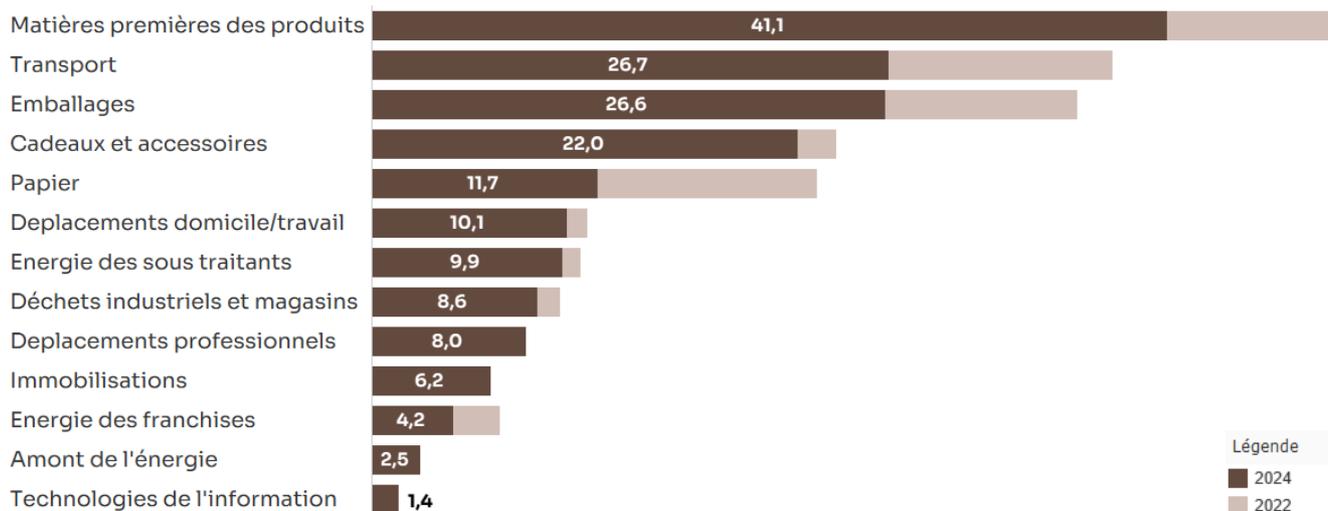
A titre d'exemple, les marques impliquées dans le projet ont pu formaliser leur propre SME et démarrer son implémentation. En complément des actions menées dans la cadre du plan de sobriété énergétique Groupe, des actions concrètes de réduction des consommations d'énergie ont été poursuivies, notamment le déploiement des éclairages LED⁶³.

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

Bilan des émissions de gaz à effet de serre scope 3

Les émissions de gaz à effet de serre induites indirectement par les activités du groupe (scope 3) sont estimées à environ 244 008 tCO₂eq pour l'année 2024⁶⁴. Ces émissions sont générées principalement par les approvisionnements liés aux produits (production des matières premières consommées par le groupe et emballages), le fret mais aussi les cadeaux et accessoires.

Emissions de gaz à effet de serre (k t CO₂) – Groupe Rocher scope 3 – SBTi



⁶³ LED : Light-Emitting Diode.

⁶⁴ Tous postes du scope 3 inclus. Le graphique présenté ci-après ne porte que sur les postes d'émissions compris dans le périmètre SBTi, soit hors achats hors production (54 881 ktCO₂eq) et fret non-maîtrisé (10 048 ktCO₂eq).

Les émissions du scope 3 ont diminué de 20% par rapport à 2022. La diminution des émissions de gaz à effet de serre est principalement liée à la baisse de l'activité des marques du groupe mais aussi grâce à la mise en place de stratégies de réductions de l'impact notamment des packagings des produits mis sur le marché par le groupe. Ces réductions sont en avance sur la trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre telle que déposée auprès de SBTi en 2024 (cf. page 58).

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

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

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

- Au travers de la Politique Biodiversité Groupe visant à développer les filières d'approvisionnement durables et à favoriser la biodiversité sur ses sites (cf. page 57);
- Plus largement, le Groupe Rocher est un des principaux mécènes de la Fondation Yves Rocher, ayant le statut de Fondation reconnue d'utilité publique (FRUP). La Fondation Yves Rocher s'engage dans la préservation de la biodiversité via trois leviers d'actions complémentaires :
 - Le développement de l'agroforesterie en partenariat notamment en France avec Le Réseau Haies France ;
 - La restauration des forêts et la régénération naturelle des espaces naturels ;
 - La promotion de l'engagement citoyen via des actions de sensibilisation.

En particulier, le programme Plant for Life engagé dans la plantation d'arbres depuis plus de 30 ans, dans 45 pays, aux côtés de 77 ONG partenaires qui œuvrent localement sur leurs territoires, a permis la plantation de plus de 130 millions d'arbres dont plus de 6 millions en France.

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

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

Diminuer l'usage de plastique

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

STRATÉGIE PLASTIQUE

Réduire de 30% le plastique mis sur le marché

Réduire le poids de certains éléments d'emballage
Supprimer des éléments d'emballage
Miser sur le concentré / Développer le solide
(en g plastique/ml formule en 2030 versus 2019)

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

Supprimer des perturbateurs de recyclage
Supprimer des résines non recyclables et des matériaux mixtes

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

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

Lancer des stratégies de réemploi pour toutes les marques

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

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

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

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

- Des standards d'écoconception déclinés en plans d'action par marque ;
- Un accompagnement à la montée en compétences des équipes sur ces sujets ;
- Des KPIs⁶⁵ de pilotage et de mesure.

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

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

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

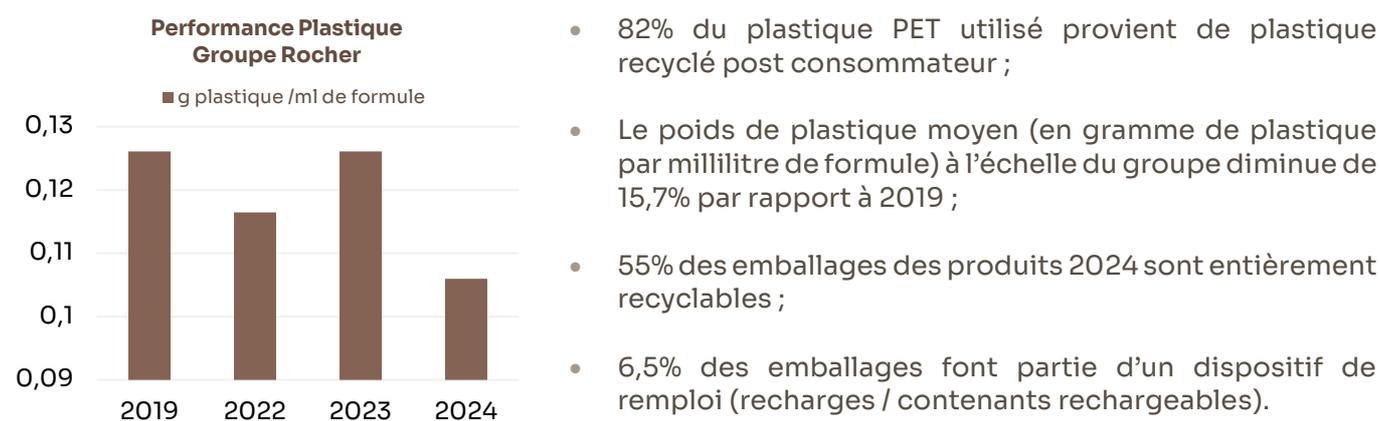
⁶⁵ Key Indicator Performance : indicateurs d'une entreprise qui permettent de mesurer une performance.

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

Les fondamentaux et méthodes de travail sont établis pour permettre le pilotage des indicateurs mesurant la performance environnementale packaging. La démarche globale d'écoconception packaging a continué de faire l'objet de revues de performance en 2024, avec l'animation d'une gouvernance par marque et la capitalisation sur les actions et bonnes pratiques des différentes entités afin de gagner en efficacité (cf. page 35).

Performance

Le groupe avec l'ensemble de ses marques a utilisé 5 831 tonnes de plastique pour ses emballages en 2024, dont 2 214 tonnes de plastique recyclé, soit 38% du plastique utilisé, soit 4 points de plus de plus qu'en 2022 à isopérimètre.



Depuis 2022, le groupe est signataire du Plastic Act de la FEBEA⁶⁶, un plan d'actions collectif pour réduire l'empreinte plastique du secteur cosmétique.

Bonne pratique

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

La Marque Dr. Pierre Ricaud avait déjà fait le choix depuis 2021 de retirer progressivement les décors métallisés de ses emballages de soins du corps, capillaires, solaires et démaquillants. En 2024, Dr. Pierre Ricaud a décidé d'aller plus loin, en proposant une nouvelle charte graphique 100% blanche avec 0% de métallisation pour sa gamme maquillage. Les lancements de l'année comme le sérum de teint lissant et les mascaras fortifiants sont désormais dans des emballages blancs, représentant l'expertise soin des formules et plus éco-conçus par rapport aux emballages précédents.

Depuis que la Marque Arbonne s'est engagée à réduire sa consommation de plastique de 50% par rapport à son niveau de référence de 2019, elle a éliminé plus de 220 tonnes de plastique à travers le choix de matériaux renouvelables.

⁶⁶ Fédération des Entreprises de la Beauté (parfum, soin, maquillage, hygiène et capillaire).

Réduire la génération de déchets

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

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

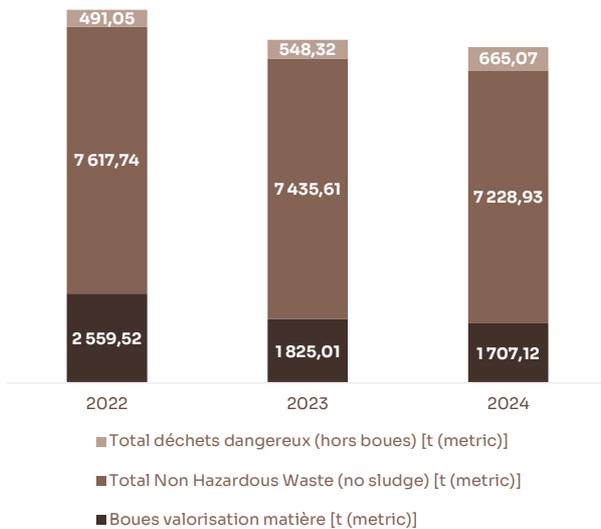
Performance

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

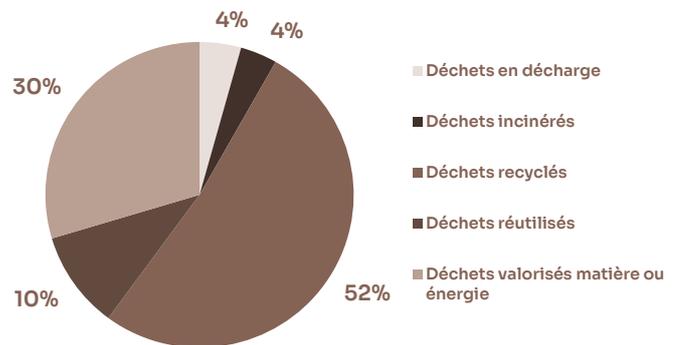
Le groupe a généré 9 687 tonnes de déchets en 2024 sur l'ensemble des sites dont 92% sont valorisés, recyclés ou réutilisés vs 10 941⁶⁷ tonnes en 2023, soit une baisse de 11%.

A isopérimètre, le groupe a réduit ses déchets de 10% par rapport à 2022, une diminution de la production de déchets majoritairement liée à la baisse des volumes de production. Les sites cherchent à diminuer la part de leurs déchets mis en décharge. Ainsi en 2024, 4,4% des déchets ont été mis en décharge, et 52,4% des sites n'ont envoyé aucun déchet en décharge.

Répartition par type de déchets isopérimètre (tonnes)



Part des déchets par filières d'élimination



⁶⁷ Un recalcul de la quantité de déchets produits sur l'année 2023 a eu lieu post-publication de la DPEF 2023.

Préserver la ressource en eau

L'eau est une ressource indispensable à la fois pour la production et l'utilisation des produits des marques du Groupe Rocher. Or, cette ressource fait face à des enjeux de plus en plus problématiques : augmentation de la demande en eau dont les stocks sont limités, dégradation de la qualité de l'eau, multiplication des zones de stress hydrique, etc.

La gestion de l'eau est donc un sujet majeur pour le Groupe Rocher qui s'attache à préserver cette ressource précieuse tout au long de sa chaîne de valeur. La Politique Eau Groupe est ainsi construite autour de trois axes d'action :

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

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

La majorité des sites se fournissent en eau auprès du réseau municipal de leur localité. Les sites de production textile Petit Bateau Troyes et cosmétique Sabon Israël utilisent de l'eau directement pompée dans les nappes phréatiques locales. Seule l'usine de production Sabon Israël est localisée en zone de stress hydrique intense⁶⁸.

STRATÉGIE EAU

Collaborer avec les fournisseurs et sous-traitants

Prise en compte de l'empreinte eau dans le choix des matières premières notamment végétales

Accompagnement des sous-traitants et principaux fournisseurs dans la gestion de leurs consommations d'eau et de la qualité de leurs rejets

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

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

Adaptation des systèmes en zone de stress hydrique

Qualité des rejets

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

Commercialiser des produits qui respectent la ressource en eau

Développement de produits sans rinçage ou facilement rincables

Développement de formules cosmétiques et détergence rincées biodégradables

Impact réduit des textiles sur les eaux usées de lavage

Objectifs 2030 :

100% des formules cosmétiques et détergentes rincées biodégradables

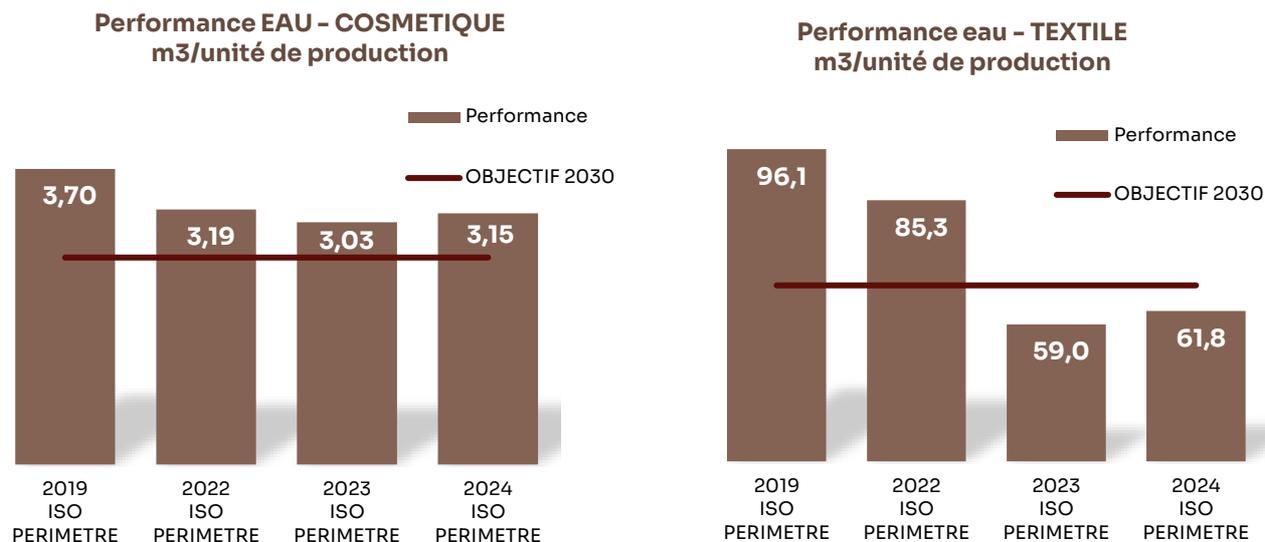
100% de produits textiles certifiés OEKO-TEX® STANDARD 100 ou GOTS

Performance

Le groupe a consommé au total 219 879 m³ d'eau en 2024 sur l'ensemble de ses sites pour alimenter les processus de production (74% de la consommation totale d'eau) et répondre aux besoins sanitaires des salarié(e)s.

⁶⁸ <https://www.wri.org> - NATIONAL WATER STRESS RANKINGS

A isopérimètre, le groupe a réduit ses consommations de 21% vs. 2022 et de 30% vs. 2019.



Les principales consommations de l'industrie cosmétique et détergence sont dues aux opérations de nettoyage des installations de fabrication et de conditionnement, indispensables au respect des réglementations sur l'hygiène.

La production cosmétique et détergence a réduit ses besoins en eau industrielle de 15% entre 2019 et 2024 (m³/tonne de vrac produite). La production textile a quant à elle réduit ses besoins en eau industrielle de 36% entre 2019 et 2024 (m³/tonne de tricot traité).

L'industrie textile consomme environ 35% de l'eau industrielle utilisée par le groupe principalement pour les bains de teinture, l'impression numérique textile et les procédés de thermo-fixation.

Tous les sites du groupe travaillent de longue date à réduire leur consommation d'eau et d'important projets sont en cours, et ont déjà permis au groupe d'atteindre ses ambitions de réduction. Ainsi, depuis 2019, le groupe a amélioré sa performance eau de 30% confirmant l'atteinte de son objectif à 2030.

Bonnes pratiques

Groupe Rocher Opérations a diminué d'environ 1 000 m³ d'eau par an sa consommation d'eau grâce au projet reliant le réseau de chaleur du site de La Croix des Archers au site des Villes Geffs, ce site fonctionnant en autonomie avant l'installation de ce réseau.

Avec le soutien de l'ADEME et de l'Agence de l'Eau, ainsi qu'une étude approfondie sur la situation hydrique de la région de Troyes, Petit Bateau a initié en 2020 un ambitieux plan de transformation de son outil industriel, en focalisant ses efforts sur son atelier de teinture. L'objectif : réduire de 95% la consommation d'eau par rapport aux niveaux de 2019. Dans un premier temps, des gains ont été obtenus grâce à l'optimisation des processus de teinture et à un travail de fond sur l'amélioration des auxiliaires utilisés. En juillet 2023, Petit Bateau a franchi une étape décisive avec l'installation de nouvelles machines de teinture dans son site de production de Troyes. Ces équipements innovants contribuent à des économies supplémentaires d'eau et d'énergie. À la fin de l'année 2024, la consommation moyenne par kilogramme de coton teint est passée sous la barre des 60 litres, représentant une réduction de près de 35% par rapport à 2019.

En 2024, Stanhome Italie a lancé un projet visant à réduire la consommation d'eau au siège de la marque. Une installation de récupération des eaux usées a été installée. Les eaux usées seront purifiées et utilisées pour irriguer une partie du jardin de la siège, réduisant ainsi la consommation d'eau de puits. Le suivi du système de récupération permettra de déterminer la quantité d'eau économisée

Assurer une transition vers un numérique plus responsable

Chaque année, près de 4% des émissions mondiales de gaz à effet de serre sont générées par le numérique⁶⁹. Les tendances observées à l'échelle mondiale présagent un accroissement de 45% des émissions de gaz à effet de serre liées au numérique d'ici à 2030, sans actions menées par les parties prenantes⁷⁰. Dans ce contexte, la maîtrise des impacts environnementaux et sociaux générés par les activités numériques du groupe est un enjeu majeur pour limiter le changement climatique.

C'est pourquoi, la Direction des Systèmes d'Information (DSI) du Groupe Rocher a défini en 2020 une Politique Numérique Responsable, composée de quatre piliers : Green IT, Conception Responsable des systèmes d'information, Sobriété des usages numériques et IT for Green. Cette stratégie de responsabilité numérique est portée par la Direction CIO Office & Transformation et est animée quotidiennement par un réseau d'ambassadrices et d'ambassadeurs et une large communauté de collaboratrices et collaborateurs engagés. Cette mobilisation en faveur d'un numérique plus responsable est un levier fort pour faire vivre la démarche au quotidien et faciliter la mise en œuvre des actions identifiées par la DSI et les entités du Groupe Rocher.

Green IT⁷¹

Le Groupe Rocher s'est engagé à mesurer et réduire en valeur absolue les émissions GES émises par ses activités numériques de 30% d'ici à 2030 par rapport à 2020.

Les estimations de l'empreinte carbone, mesurée en tCO₂eq des activités numériques du groupe, réalisées en 2020 puis en 2024, ont permis de mettre en évidence une réduction de 26% des émissions de gaz à effet de serre. La mesure a notamment permis d'identifier les prochaines priorités pour atteindre l'objectif d'ici à 2030 :

1. Maîtriser l'impact du stockage des données en travaillant avec les partenaires et fournisseurs de *cloud* à la réduction des émissions de gaz à effet de serre, en favorisant l'adoption de bonnes pratiques auprès des collaboratrices et collaborateurs connectés et en poussant à l'écoconception du système d'information ;
2. Agir sur les consommations énergétiques des infrastructures possédées (centres de données et salles techniques) ;
3. Poursuivre les actions sur le cycle de vie des équipements électroniques et électriques (incluant téléphonie, ordinateurs, moniteurs et télévisions, accessoires, équipements de visioconférence et imprimantes) ;

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

- Equiper les salarié(e)s en smartphones reconditionnés ;
- Autoriser et rendre possible d'utiliser leurs équipements personnels à des fins professionnelles pour les salarié(e)s éligibles (*Bring Your Own Device*) ;
- Privilégier la réparation des équipements et les options d'économie circulaire au lieu d'un recyclage systématique.

69 Rapport-final-v8-WEB.pdf (theshiftproject.org) : « Compte tenu du mix électrique mondial, la part d'émissions de gaz à effet de serre (GES) attribuable au Numérique passerait ainsi de 2,5% en 2013 à 4% en 2020 (2,1 Gt) selon notre estimation. ».

70 Etude ADEME – Arcep sur l'empreinte environnementale du numérique en 2020, 2030 et 2050 | Arcep : « Dans le scénario tendanciel, les émissions de gaz à effet de serre du numérique augmentent de 45% à horizon 2030, et triplent à horizon 2050 ».

71 Green IT : informatique durable.

Performance :

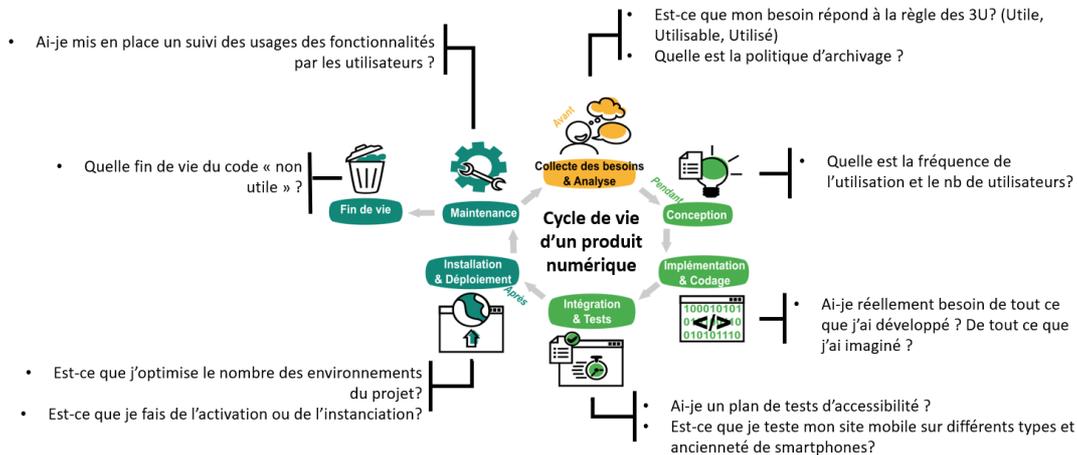
- Fin 2024, c'est 100% du parc de smartphone français qui est reconditionné contre 40% en 2023 ; et 10% en 2022 ;
- Chaque année et depuis 2021, plus de 70% des ordinateurs confiés aux partenaires sont réparés et/ou réemployés ;
- Enfin, 15 serveurs physiques ont été décommissionnés cette année, réduisant ainsi les consommations énergétiques des salles techniques.

Bonne pratique

La DSI a organisé la première édition de la braderie informatique en 2024, permettant de proposer aux collaboratrices et collaborateurs de racheter des écrans d'ordinateurs en seconde main, à des prix accessibles. Résultats, plus d'une centaine d'écrans et autres petits équipements numériques ont rejoint le circuit de la seconde main.

Conception plus responsable des systèmes d'information

La conception plus responsable des systèmes d'information est un des leviers identifiés pour réduire les consommations de ressources dans le cadre du développement de nouveaux projets informatiques. La DSI intervient à chaque étape du cycle de vie des systèmes d'information :



A ce titre, le Groupe Rocher s'est fixé pour ambition d'éco-concevoir 100% des nouveaux produits et services numériques d'ici à 2030.

Pour y parvenir, la DSI sensibilise ses équipes et partenaires à l'éco-conception, favorise la formation et met à disposition des outils d'aide à la décision afin d'être en mesure de faire les bons choix en termes de technologies, d'infrastructures, de partenaires et de développement des systèmes d'informations :

- Une nouvelle application a été déployée afin de faciliter le remplissage des grilles d'évaluation « *CSR Technology Scorecard* » de tout nouveau projet informatique ;
- Un référentiel contenant les orientations pour une architecture IT plus responsable ;
- Une évaluation en continu de l'éco-conception des solutions API par la grille d'évaluation et référentiel de bonnes pratiques « *API Green Score* ».

Chaque année, la DSI s'engage à :

- Evaluer 100% des projets informatiques avant le démarrage ;
- Conduire le changement au sein de ses équipes en sensibilisant aux enjeux de la conception plus responsable.

Sobriété des usages numériques

La DSI du groupe a pour ambition de sensibiliser 100% de ses collaboratrices et collaborateurs à la responsabilité numérique chaque année ainsi que d'accompagner les marques et entités du groupe à contribuer à cette aspiration.

Pour ce faire, la DSI Groupe anime :

- Un réseau d'ambassadrices et d'ambassadeurs engagés qui ont pour mission de participer à la déclinaison des ambitions stratégiques sur leur périmètre respectif et d'effectuer le relai entre la Direction CIO Office & Transformation et leur marque ou entité ;
- La « Semaine du Numérique Responsable », un parcours international de sensibilisation, comprenant diverses conférences et ateliers permettant d'adresser les principaux enjeux de la responsabilité numérique et de prendre connaissance de nombreuses bonnes pratiques à mettre en œuvre sur le plan professionnel et personnel.

A partir de 2024, la DSI invite le numérique plus responsable dans le processus d'intégration de tous ses nouveaux salarié(e)s, en développant une formation en ligne certifiante disponible en français et anglais, permettant de prendre connaissance des principaux enjeux environnementaux et sociaux du numérique accompagnés de bonnes pratiques. Dans le cadre de sa démarche de sobriété numérique et pour répondre aux enjeux environnementaux liés à la gestion des données, la DSI a également lancé et animé le Challenge « *DATA Detox* ». Cette initiative vise à encourager les collaboratrices et collaborateurs à adopter les bons réflexes de suppression de leurs données inactives afin d'optimiser les espaces de stockage virtuels durablement.

Ces actions menées à partir de 2024 sont une nouvelle étape dans la feuille de route de la DSI en faveur d'un numérique plus responsable et favorise l'atteinte de l'objectif de sensibilisation fixé.

Performance

- La 5ème édition de la Semaine du Numérique Responsable a réuni plus de 535 participants autour de 17 conférences et 4 fresques du numérique ;
- Dans le cadre du projet « La Gacilly Territoire Bas Carbone », ce sont 40 sessions de sensibilisation qui ont été réalisées sur le thème de l'accessibilité numérique auprès de 625 collaboratrices et collaborateurs ;
- Un nouveau module de formation « Les Essentiels Numérique Responsable » a été lancé en novembre 2024 avec déjà plus de 70 salarié(e)s formés.

IT for Green

En parallèle, le numérique peut avoir une contribution positive et mesurable à la mise en œuvre de la stratégie RSE du Groupe Rocher. A cette fin, la DSI a créé un portefeuille de projets IT pour suivre spécifiquement les initiatives informatiques au service des objectifs RSE du groupe.

Performance

- A l'aube du reporting de durabilité, la collaboration entre la DSI et la Direction Mission & Impact du groupe a été renforcée afin d'identifier les meilleurs indicateurs environnementaux et proposer des solutions pour en assurer le suivi ;
- Déploiement d'un outil de nettoyage des espaces de stockages virtuels sur un périmètre international, afin de réduire les impacts environnementaux liés au stockage de données. Déjà plus de 6 téraoctets de fichiers inactifs ont été éliminés par les collaboratrices et collaborateurs depuis mai 2024.

COLLABORER AVEC LES PARTIES PRENANTES POUR LES ENGAGER DANS LA MISSION

Le Groupe Rocher coopère avec des parties prenantes diverses (entreprises, entités professionnelles, associations, organisations gouvernementales et non-gouvernementales, organismes internationaux, réseaux locaux, systèmes éducatifs et universitaires, conventions, manifestes, labels et certifications, etc.) pour entretenir un dialogue riche, innover et se transformer, et dans l'optique de développer des relations plus responsables et durables avec ses partenaires externes tout au long de sa chaîne de valeur.

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

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

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

Développer des achats durables au sein des chaînes d'approvisionnement

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

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

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

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

STRATÉGIE ACHATS DURABLES : SOURCE

Développer des chaînes d'approvisionnement plus responsables

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

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

Améliorer la traçabilité des produits et des fournisseurs

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

Objectif : 100% du panel couvert par les mesures du devoir de vigilance

*KPI2 : Déployer le Code de Conduite Fournisseurs**

Objectif : 80% de la dépense achats couverte par la signature du Code de Conduite Fournisseurs d'ici à 2025

Promouvoir des écosystèmes engagés

Intégrer des critères RSE en appel d'offres et dans l'évaluation des fournisseurs en panel

Promouvoir la diversité des panels

*KPI: Améliorer la performance RSE du panel fournisseurs**

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

Faire grandir l'expertise RSE

Développer et accroître l'expertise RSE au sein des équipes Achats

Inspirer et partager l'expertise RSE avec les fournisseurs

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

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

Sensibiliser et encourager la réduction de l'utilisation des matières premières vierges

Encourager les fournisseurs à réduire leur impact et préserver l'environnement

*Périmètre : achats directs et indirects, toutes marques et entités

Développer des chaînes d'approvisionnement plus responsables

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

Devoir de vigilance

Depuis 2017, le groupe a beaucoup investi dans la mise en œuvre d'un système de conformité à la Loi sur le devoir de vigilance. Les détails du système mis en place ainsi que les résultats associés sont présentés dans le Plan de Vigilance⁷² du Groupe Rocher et son compte-rendu d'application, disponibles sur le site internet du groupe⁷³.

Dans ce paragraphe, sont présentés les résultats issus de la dernière cartographie complète des risques des chaînes d'approvisionnement externes du groupe. Les résultats de cette cartographie définissent la politique d'évaluation des fournisseurs déployée à partir de 2023 jusqu'à la fin de l'année 2025.

⁷² Le Plan de Vigilance est un document émis conformément aux articles de la Loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre.

⁷³ <https://groupe-rocher.com/strategie-rse>

Cette politique a pour objectif d'identifier les audits documentaires et terrains à effectuer d'après les conclusions des analyses de risques fournisseurs, afin de suivre l'évolution de leurs pratiques RSE. Ce processus de conformité est déployé sur toutes les filiales du groupe.

Performance

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

Au 31 décembre 2024, 76% des audits terrains et documentaires prévus sur l'année ont été réalisés. Une gouvernance ad hoc a été mise en place afin de statuer systématiquement sur le cas des fournisseurs non conformes.

En 2024, 66% des fournisseurs du groupe évalués via EcoVadis ont amélioré leur note à la suite d'une réévaluation, soit 423 fournisseurs. Malgré un pourcentage identique en valeur relative, cette progression du nombre de fournisseurs en valeur absolue témoigne de l'amélioration progressive de la performance des panels du groupe sur les sujets environnementaux et sociétaux.

Sur ces bases, l'année 2025 s'inscrit dans la continuité de l'année 2024 avec pour objectifs majeurs :

- La poursuite des audits terrain et documentaires sur les mêmes bases volumétriques qu'en 2024 ;
- La continuité de la gouvernance mise en place pour traiter des cas de non-conformités ;
- La poursuite des actions initiées sur les fournisseurs au-delà du rang 1 pour renforcer la gestion des risques sur les filières les plus à risques.

Déploiement du Code de Conduite Fournisseurs

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

Ce Code de Conduite est soumis à la signature des fournisseurs du groupe, afin de s'assurer de sa bonne compréhension et de sa prise en compte.

Performance

- 100% de la dépense achats 2023⁷⁴ est couverte par le processus de gestion des risques du devoir de vigilance ;
- 81% de la dépense achats 2023 couverte par la signature du Code de Conduite Fournisseurs.

Bonne pratique

En 2024, le Groupe Rocher a rejoint le consortium TRASCE, une alliance sectorielle fondée par quinze entreprises de l'industrie cosmétique visant à accélérer la transformation durable des filières. Lancé en février 2023, TRASCE met la force du collectif au service du secteur, en cartographiant les chaînes d'approvisionnement des membres du consortium sur une plateforme digitale commune. À terme, le consortium a l'ambition de consolider une approche collective de l'analyse des risques RSE liés aux approvisionnements, pour interpréter les données collectées et définir des plans de progrès communs. TRASCE répond ainsi à trois enjeux fondamentaux pour l'industrie : renforcer la compréhension collective des chaînes d'approvisionnement, évaluer les risques sociaux et environnementaux liés et déterminer les actions nécessaires pour accompagner les filières dans leur transition.

⁷⁴ Les indicateurs sur les volumes d'achats portent chaque année sur l'année n-1 de la publication.

Dans le cadre de la transformation de la Marque Petit Bateau, un des premiers piliers a consisté à opérer une transition vers une démarche de production plus responsable. Les acheteurs directs de Petit Bateau ont joué un rôle clé dans cet effort, en menant un travail d'accompagnement de leurs fournisseurs de produits finis, de composants tels que les boutons ou fermetures éclair, ou encore de packaging et de matières premières, vers l'obtention de nouvelles certifications. À fin 2024, près de 100% des fournisseurs de Petit Bateau répondent aux normes de certification exigées, marquant une étape majeure dans l'engagement de la marque pour une chaîne d'approvisionnement plus durable et responsable.

Promouvoir des écosystèmes engagés

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

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

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

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

- **Phase d'homologation** : l'équipe Achats s'assure de la conformité minimale du fournisseur en matière de RSE (cf. page 18) et intègre également des éléments de performance notamment via la prise en compte de certifications type EcoVadis ou autres référentiels spécifiques (UEBT, Fair for Life, GOTS, etc.) ;
- **Phase d'appel d'offres** : l'équipe Achats définit des critères RSE permettant une comparaison objective des offres fournisseurs ;
- **Phase de pilotage** : l'équipe Achats définit et partage lors des *Business Reviews*⁷⁵ fournisseurs le cap à tenir en matière de RSE en fonction de la notation et des recommandations EcoVadis ainsi que des enjeux matériels spécifiques à la catégorie innovation responsable.

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

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

Performance

A fin 2024, 50% de la dépense 2023 a été évaluée par EcoVadis.

⁷⁵ Rencontres privilégiées avec les partenaires et fournisseur de l'entreprise.

Bonne pratique

L'activité de transport étant totalement sous-traitée par le groupe, la mise en œuvre de la feuille de route passe notamment par une évolution forte de la performance des fournisseurs. Des critères spécifiques ont été introduits dans les appels d'offres menés depuis 2023 portant notamment sur le pourcentage d'énergies alternatives incitant les fournisseurs à travailler au maximum leurs offres. Également, les équipes Achats travaillons sur un schéma de transport permettant un taux de remplissage le plus optimisé possible. Sur le périmètre France par exemple, un nouveau fournisseur a été intégré sur une partie de la distribution ce qui a permis d'augmenter la part de livraison plus responsable à 56% vs 43% l'an passé.

Promouvoir la diversité des panels

Le groupe favorise la diversité des structures présentes parmi ses fournisseurs depuis plusieurs années. Une attention particulière est portée à l'intégration des entreprises du secteur adapté et protégé. Un indicateur relatif au montant d'achats réalisés auprès d'entreprises adaptées et d'établissements de service d'aide par le travail (ESAT) pour les activités d'assemblage sera suivi en 2024 avec un objectif minimal de 75%. Depuis 2023, 100% de l'assemblage requis pour les OSFA Yves Rocher est fait via les ESAT / EA.

Faire grandir l'expertise RSE

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

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

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

Performance

Le module de formation « Achats Responsables » a été suivi par 48 acheteurs et acheteuses depuis 2023.

Bonne pratique

Cette année, dans la continuité des visites de partenaires à La Gacilly, la direction Finance et Légal du groupe a organisé la première « Convention ESG ». Cet événement visait à renforcer la collaboration entre le groupe et ses partenaires clés (banquiers, assureurs, commissaires aux comptes, avocats, partenaires mécénat & fournisseurs indirects) en partageant des exemples concrets d'engagements RSE du groupe sur le territoire gacilien. Après une présentation de la stratégie RSE du groupe, les partenaires ont été invités à découvrir sur le terrain les cinq piliers du projet emblématique La Gacilly Bas Carbone : les installations de réduction énergétique (chaudière à bois) sur les sites industriels ; la filière bois durable et locale pour la préservation de la biodiversité ; la partenariat avec un prestataire de restauration collective durable ; les infrastructures pour la flotte de véhicules électriques ; et enfin, les équipements pour le numérique plus responsable.

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

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

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

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

Performance

En novembre 2023, le groupe s'est vu attribuer la médaille d'or EcoVadis, récompensant le top 3% des entreprises du secteur des Cosmétiques & Détergents (hors activités textiles du groupe). Le groupe a notamment obtenu la note de 80 points sur le volet Achats Responsables de cette évaluation 2023-2024, se plaçant dans le top 1% des entreprises du secteur sur le sujet.

Bonne pratique

Via leurs échanges réguliers avec les fournisseurs du groupe ou de nouveaux prospects, les équipes achats favorisent la mise à disposition de solutions innovantes pour le groupe pouvant contribuer à la fois à la dynamique d'écoconception des packagings ou à la naturalité des formules. A titre d'exemple, afin de répondre aux objectifs de réduction de consommation de plastique dans les emballages, les équipes achats ont permis la mise en place d'un partenariat avec un fournisseur proposant une nouvelle génération de tube allégée. Plusieurs gammes de produits ont été développées avec cette technologie, tels que les gels nettoyants « Pure Algue » et « Pure Menthe » de la Marque Yves Rocher.

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

S'engager par la philanthropie et le mécénat

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

La mission environnementale de chaque marque est en lien direct avec ses spécificités : son identité, son modèle d'affaires, ses enjeux matériels, ses pays d'implantation. Elle est fédératrice pour les salarié(e)s et les parties prenantes puisqu'elle permet une projection dans un futur collectif et positif.

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

Bonne pratique

En 2024, Petit Bateau a de nouveau proposé des journées de mécénat de compétences à ses collaboratrices et collaborateurs pour qu'ils puissent participer activement à la mission de la marque : connecter les enfants à la nature. Pour l'année 2024, 400 enfants ont été sensibilisés à l'importance de la ressource eau lors d'animations en partenariat avec la Water Family (en classe et lors d'une Odyssee).

Pour la 3ème année consécutive, 40 salarié(e)s de Dr. Pierre Ricaud ont participé volontairement au challenge sportif avec *Cancer At Work* en 2024, afin de promouvoir les bienfaits de l'activité physique et soutenir les actions solidaires de l'association. Ce challenge s'est déroulé pendant quatre semaines en juin, où les salarié(e)s ont participé avec plus de 300 autres équipes aux différentes épreuves. Grâce à cette mobilisation qui a permis de dépasser le million de kilomètres parcourus, *Cancer at Work* va pouvoir accompagner le retour à l'emploi de 100 personnes touchées par un cancer ou une maladie chronique.

En 2024, Dr. Pierre Ricaud a soutenu pour la 3ème année consécutive l'association Joséphine avec une opération de produit partage et la remise d'un chèque de 15 000€.

Le Groupe Rocher a consacré 6,5 millions d'euros de dons et mécénat en 2024 dans le cadre de sa mission de reconnecter ses communautés à la nature et des missions spécifiques des différentes marques. Ces montants se répartissent comme illustré ci-contre :

Répartition des actions de dons & mécénat du Groupe Rocher



Entretenir des liens avec les parties prenantes



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

Afin de préciser comment le Groupe Rocher intègre concrètement sa stratégie RSE dans le cadre mondial des ODD un tableau de concordance de certains projets clés à chaque ODD est disponible ci-dessous. La première colonne du tableau expose les ODD reformulés pour les mettre en lien avec les actions du groupe, présentées ensuite dans la seconde colonne et illustrées par des exemples concrets pour en faciliter la compréhension⁷⁶.

⁷⁶ Source : <https://www.agenda-2030.fr/17-objectifs-de-developpement-durable/>

Tableau de concordance ODD & démarches RSE Groupe Rocher

	<p>Éliminer la pauvreté dans le monde sous toutes ses formes, en luttant contre les inégalités.</p>	<p>S'engager par la philanthropie et le mécénat. Dons de produits (ex : Dons Solidaires en France).</p>
	<p>Éliminer la faim et la malnutrition en assurant un accès universel à une alimentation sûre, nutritive et suffisante. Encourager la mise en place de pratiques agricoles durables et résilientes.</p>	<p>Travailler des formes résilientes d'agriculture pour l'avenir et participer au développement de l'agroécologie. Travailler avec les productrices et producteurs locaux à La Gacilly. Mise en place de fonds pour promouvoir l'agroforesterie (Fonds pour l'arbre par la Fondation Yves Rocher).</p>
	<p>Améliorer la santé et le bien-être des salarié(e)s en réduisant les risques sanitaires, en assurant un accès universel aux soins, et en soutenant la recherche médicale, avec un accent particulier sur la santé procréative et maternelle.</p>	<p>Sensibilisation des salarié(e)s aux risques spécifiques de chaque poste. Mise en œuvre de stratégies de détection des risques et de prévention. Mise à disposition de postes de travail ergonomiques afin d'accroître le confort des salarié(e)s. Evaluation annuelle de la satisfaction des salarié(e)s vis-à-vis de leur santé mentale et de leurs conditions de travail. Initiative Octobre Rose et prévention Cancer du sein.</p>
	<p>Garantir une éducation de qualité, accessible à toutes et tous sans distinction de genre ou de revenu, tout au long de la vie. L'accent est mis sur l'acquisition de compétences essentielles et avancées pour soutenir le développement durable.</p>	<p>Proposition de formation à travers des modules de <i>e-learning</i> RSE. Mise à disposition des salarié(e)s du catalogue des formations accessibles au sein du groupe. Développement de l'employabilité durable à travers la formation. Soutien financiers et humains apportés aux écoles doctorales.</p>
	<p>S'engager à éliminer toutes les discriminations et violences mondiales envers les femmes. Les cibles incluent la lutte contre la discrimination et les violences, l'accès des femmes à des postes de direction, et l'accès universel aux droits sexuels et reproductifs.</p>	<p>Engagement du groupe auprès de l'Organisation des Nations Unies (ONU) Femmes et signature en avril 2016 de United Nations Women Empowerment Principles. Lancement d'un parcours de développement de l'impact et leadership féminin à destination de 20 salariées du groupe en 2024. Programme Terre de Femmes Fondation Yves Rocher.</p>
	<p>S'engager à une gestion durable des ressources en eau, incluant la réduction du nombre de personnes souffrant de la rareté de l'eau.</p>	<p>Fabriquer des produits qui respectent la ressource en eau par la production industrielle et la consommation. Assurer une gestion plus responsable de l'eau dans tous les sites du groupe et réduire de 30% en 2030 vs 2019 les consommations d'eau industrielle (m³/t de produit). Travailler avec ses fournisseurs & sous-traitants à la réduction de leurs impacts sur l'eau.</p>
	<p>Augmenter considérablement la part des énergies renouvelables et doubler le taux mondial d'amélioration de l'efficacité énergétique. Développer l'infrastructure pour fournir des services énergétiques durables aux habitant(e)s des pays en développement.</p>	<p>Mise en place de mesures de sobriété énergétique complémentaires aux plans d'économie d'énergie appliquées dans l'ensemble des sites du groupe. Investissement du groupe dans les énergies renouvelables via des contrats avec des fournisseurs d'énergie renouvelable et la mise en place d'équipement de production d'énergie d'origine renouvelable.</p>

8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



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

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

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

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

Contrôle et audit régulier des pratiques du groupe.

9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE



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

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

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

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

10 INÉGALITÉS RÉDUITES



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

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

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

11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES



Rendre les villes et établissements humains accessibles, sûrs, résilients, et durables. Encourager la réhabilitation urbaine pour offrir des opportunités équitables en matière d'emploi, d'accès aux services, tout en préservant le patrimoine culturel et naturel mondial.

Développement territorial à travers l'emploi direct ou indirect de 10 000 personnes dans la région de la Gacilly.

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

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

Projet la Gacilly Territoire Bas Carbone.

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

12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



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

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

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

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

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

Former les salarié(e)s aux enjeux environnementaux.

Consortium Green Impact Index pour informer de manière transparente et améliorer l'impact environnemental et sociétale des produits.



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

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

Former les salarié(e)s aux enjeux environnementaux.

Sensibiliser les salarié(e)s aux enjeux environnementaux.

Consortium Green Impact Index pour informer de manière transparente et améliorer l'impact environnemental et sociétale des produits.



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

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

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



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

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

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

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

Préservation des sols vivants.



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

Collaborer avec les parties prenantes pour les engager dans la mission.

Entretenir les liens avec les parties prenantes :

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

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

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

Engagement au sein de Consortium : Green Impact Index, TRASCE, etc.

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

- **Collaboration avec les parties prenantes pour innover conjointement sur des projets déclinables opérationnellement**, c'est par exemple la raison pour laquelle le Groupe Rocher est membre du Consortium *Green Impact Index* (cf. pages 33 et 48) aux côtés d'autres entreprises du même secteur comme le Groupe Laboratoires Pierre Fabre ou le Groupe Léa Nature pour mieux mesurer l'impact environnemental et social des produits cosmétiques, de bien-être et de santé familiale (cf. page 32); ou encore le consortium TRASCE, alliance sectorielle fondée par quinze entreprises de l'industrie cosmétique visant à accélérer la transformation durable des filières, et à répondre à un objectif de long terme de consolider l'approche collective des risques RSE et en définir des plans de progrès communs.

- **Participations actives aux côtés des parties prenantes à des groupes de travail pour coconstruire un cadre plus durable visant l'amélioration continue**, le Groupe Rocher est par exemple membre de plusieurs instances de la FEBEA (Fédération française des Entreprises de la Beauté) sur les sujets d'affaires environnementales, de l'eau ou de la biodiversité et produit, aux côtés d'autres acteurs du secteur comme le Groupe L'Oréal ou le Groupe L'Occitane, qui s'engagent via la rédaction de guides de bonnes pratiques ou d'autres actions ;
- **Engagements de plaidoyer pour affirmer les convictions du groupe et fédérer d'autres parties prenantes autour des enjeux du groupe et de ses marques**, la Directrice Mission & Impact Groupe Marie Marache est membre du Collège des Directeurs du Développement Durable (C3D) qui crée des synergies pour accélérer le changement et maximiser l'impact collectif. La Directrice Impact & Transformation RSE de la Marque Yves Rocher Alexandra Ferré mène également un plaidoyer actif en intervenant dans plusieurs instances, parmi lesquelles les « Universités d'Été de l'Économie de Demain » du mouvement Impact France afin de mettre en lumière les défis et arbitrages stratégiques auxquels les entreprises font face pour maintenir une trajectoire durable. Aussi en 2024, Bris Rocher a été nommé Président du Consortium *Green Impact Index*. Cette nomination est en parfaite adéquation avec les valeurs du groupe et reflète son engagement continu en faveur d'une consommation plus durable.

Faire émerger des modèles socio-économiques plus respectueux des écosystèmes

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

Le Groupe Rocher soutient des initiatives innovantes pour encourager ses salarié(e)s à transformer leurs métiers

De nombreux salarié(e)s ont ainsi pu participer en 2024 à des ateliers pédagogiques et ludiques de sensibilisation appelés « fresques »⁷⁷, sur le modèle de la Fresque du Climat créée en 2018, dont le concept s'est essaimé depuis sur d'autres thématiques de la transition écologique, notamment opérationnelles métiers ou secteurs :

Fresque du Management Responsable⁷⁸ : En 2024, la Direction Mission & Impact Groupe a organisé une séquence test de la Fresque du Management Responsable en février pour une partie du réseau RSE interne (10 personnes), en vue d'un éventuel déploiement dès fin 2024 auprès de la cible managériale. Cet atelier, porté par le collectif *Here & Now*, engage les dirigeant(e)s et les managers dans la transformation durable de leur entreprise, en reconnaissant le rôle clé qu'ils jouent pour réussir cette mutation vers une économie plus écologique.

Fresque de la Cosmétique : Le Groupe Rocher a activement participé en tant que mécène en allouant des ressources financières et humaines au projet de développement de la Fresque de la Cosmétique, porté par la FEBEA et l'agence R3, qui devrait voir le jour d'ici fin 2024. En amont, la Fresque a été testée au sein du groupe auprès de collaboratrices et collaborateurs afin de recueillir des retours et d'ajuster son contenu. La Marque Yves Rocher intègre cet atelier dans son parcours de mobilisation sur le périmètre France en 2025.

Fresque du Climat : 37 salarié(e)s ont participé à un atelier fresque du climat en 2024 (*cf. page 29*).

⁷⁷ Liste non exhaustive de l'ensemble des Fresques disponibles en France : https://wiki.climatefresk.org/?title=Les_fresques_amies

⁷⁸ Fresque du Management Responsable : <https://fresquedumanagementresponsable.org/>

Autres Fresques : D'autres salarié(e)s ont enfin participé de façon individuelle à la Fresque des Nouveaux Récits, la Fresque de l'Économie Régénératrice, la Fresque du Numérique ou encore l'atelier 2Tonnes. Le Groupe Rocher n'envisage à ce stade pas de déploiement plus large de ces nombreuses Fresques pour prioriser le déploiement d'actions de sensibilisation liées à sa mission comme la *Nature Academy* (cf. page 31).

Le Groupe Rocher s'engage à participer à la transformation durable des entreprises et se challenger sur ses ambitions en termes d'impact environnemental et social

En mars 2023, le Groupe Rocher avait reçu le premier rapport d'évaluation de l'OFB concernant ses engagements 2020-2025, déposés en 2020 dans le cadre du programme Entreprises Engagées pour la Nature (EEN), après deux ans d'exercice (2021-2022). La méthodologie d'évaluation comprenait une analyse technique du plan d'actions par un groupement de bureaux d'études mandatés par l'OFB (ACTeon et HYSSOP), suivie d'une relecture par un collectif d'actrices et d'acteurs représentatif du programme EEN (représentant(e)s d'entreprises, associations, ONG, fondations, autorités publiques, collectivités locales, établissements de recherche et expert(e)s qualifiés).



Le rapport avait conclu à un niveau global de reconnaissance « En progrès » (Niveau 1), avec des évaluations « suffisantes » ou « insuffisantes » selon certains critères SMART. À la suite de cette évaluation, le Groupe Rocher avait exercé son droit de réponse en juin 2023 pour interroger les modalités d'évaluation et échanger de manière ouverte et constructive avec les équipes de l'OFB. Dans la continuité de ces discussions, le Groupe Rocher avait annoncé son intention de déposer de nouveaux engagements avant la fin de 2024, adaptés à ses ambitions en matière de biodiversité et prenant en compte les recommandations issues de l'évaluation.

En octobre 2024, un nouveau plan d'action en faveur de la préservation de la biodiversité a été remis par le groupe à l'OFB et est en cours d'évaluation.

Panorama des parties prenantes externes du Groupe Rocher⁷⁹

Gouvernance & transparence	Plateforme Impact, Clear Fashion, Union for Ethical BioTrade (UEBT), Consortium <i>Green Impact Index</i>
Entreprise Mission	à Communauté des Entreprises à Mission, Ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance
Engagement social	Groupement des Etablissements de Services et Travaux (GESAT)
Matières Premières	Responsible Mica Initiative (RMI), Union for Ethical BioTrade (UEBT), Fair Labor Association (FLA), Ministère de l'Agriculture et de l'alimentation, Groupement des Agriculteurs Biologiques-Fédération Régionale des Agrobiologistes de Bretagne (GAB-FRAB), Conservatoire Botanique National de Brest, Fondation Earthworm, Consortium TRASCE
Initiatives professionnelles	Fédération de la Beauté (FEBEA), Responsible Beauty Initiative (RBI), Association Française des Industries de la Détergence (AFISE), Fédération de la Franchise, Fédération de la Vente Directe, Association Française des Entreprises Privées (AFEP), Food and Drug Administration (FDA), Supply Chain 4 Good by ASLOG (Association Française pour la Logistique), Les

⁷⁹ Liste non-exhaustive.

entreprises pour la Cité, Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD), 1% for the Planet, Planet Tech'Care, Pôle d'Excellence de la Maille 4.03, Chaire BALI - Biarritz Active Lifestyle Industry, Chaire industrielle Connected Innovation, Fédération de la maille de la lingerie et du balnéaire, Alliance du commerce, Union des Industries Textiles Champagne-Ardenne, Union des Industries Textiles France, Sedex, C3D (Collège des Directeurs du Développement Durable), Union des marques (UDM)

Biodiversité Entreprises engagées pour la nature-act4nature France (Office français de la biodiversité (OFB)), Business & Biodiversity Pledge, Business For Nature, Statement For Business Leaders For Renewed Cooperation, 50 Sustainability & Climate Leaders, Fédération Biogée, Ligue de Protection des Oiseaux (LPO), Museum national d'Histoire naturelle (MnHn), Fondation pour la Recherche sur la Biodiversité (FRB), Office Français de la Biodiversité (OFB), Ministère de la Transition Écologique, Ministère de l'Agriculture et de l'alimentation, Ministère de la Mer, Agence Régionale de la Biodiversité de Bretagne, Syndicat Mixte du Grand Bassin de l'Oust (Smgbo), Afac-Agroforesteries (Fonds pour l'Arbre), Fondation Yves Rocher, Chaire Global Partnership Business and Biodiversity (GPBB) de la Convention de la Diversité Biologique (CDB) des Nations Unies (ONU), Water Family, Fondation Daniel Jouvance, Union internationale pour la conservation de la nature (UICN), BioTrade Facilitation Programme for Biodiversity Products and Services (BTFFP) de la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (CNUCED), VeNatata, laboratoire de recherche ECOBIO de l'Université Rennes 1, Centre national de la recherche scientifique (CNRS)

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

Plastique Feuille de route pour l'Economie Circulaire (FREC) avec l'ADEME (Agence de la Transition Ecologique), Pacte National sur les emballages plastiques (réseau mondial des Pactes Plastiques de la Fondation Ellen MacArthur)

Groupe Rocher

- Top 3 des entreprises préférées des salariés dans le secteur du commerce de détail pour 2024 selon Capital – France
- Prix ESSEC du commerce Responsable 2024 pour le projet « La Gacilly Territoire Bas Carbone » - France
- Médaille d'or Ecovadis 2023-2024 – France
- Positive Awards pour le projet « La Gacilly Territoire Bas Carbone »- Catégorie Innovation impact carbone/climat- France
- Prix de l'Innovation Start-Up DRH pour la collaboration avec Mendo autour de l'intelligence artificielle – France
- Trophée Or du Sommet du Droit en Entreprise – Catégorie « Data & IA » - France
- Victoires du Capital Humain pour la démarche d'acculturation à l'intelligence artificielle – Catégorie DRH Connectée – France
- Digital HR Awards pour la démarche d'acculturation à l'intelligence artificielle- Catégorie Innovation – France
- Sailpoint Identity Champion récompensant le programme de déploiement de la gestion des identités numériques au sein du Groupe Rocher – Angleterre

Yves Rocher

- Une clef au guide Michelin pour l'éco hôtel spa Yves Rocher, la Grée des Landes- France
- Numéro 1 des franchises de France – France
- Numéro 1 du baromètre de la reconnaissance client Isoskele – France
- Top 10 des enseignes préférées des Français en 2023 selon OC&G Strategy Consultant – France
- Prix du concept retail de l'année : Magasin responsable – France
- Prix santé Magazine Beauté 2024 pour le sérum Hydratation Non-Stop 100h Hydra Végétal – France
- Le shampoing anti-chute, élu meilleur produit par les lecteurs du magazine U beauty - Hong Kong
- Grand Prix du Développement Durable (Semi-permanent / Permanent) pour le nouveau concept de vitrine LEDBOX au SHOP! AWARD PARIS 2024 – France
- Prix de la Vitrine (Parfum, Beauté) pour la vitrine de Noël 2023 au SHOP! AWARD PARIS 2024 – France
- Green Award d'Or pour le film publicitaire Eco-Refill - Catégorie Spot / Consommation durable et écolabels – France
- Great Place to Work – Turquie
- Prix de la Collaboration publicitaire de l'année pour la collaboration avec Miray Daner, ambassadrice des gammes Pure Menthe et Repair – Turquie
- 5e position du classement Infopro Digital Études de la Responsabilité des Grandes Marques – France
- 2^e place pour l'Huile de Monoï aux Cosmopolitan Beauty Awards 2024 – République Tchèque.
- 3^e place pour le Démaquillant Express Pur Bleuet aux Cosmopolitan Beauty Awards 2024 – République Tchèque
- 3^e entreprise la plus plébiscitée par les Français selon le baromètre Posternak / IFOP en novembre 2024 – France
- Entreprise la plus vertueuse selon Capital Magazine – Catégorie « Soins et Beauté » - France
- Prix de la Meilleure chaîne de magasins de l'année 2025 - Catégorie « Cosmétique Naturelle & Bio » - France
- Prix du Meilleur e-commerçant de l'année 2025 - Catégorie « Cosmétique Naturelle & Bio » - France
- Prix Bronze du Grand Prix de la Marque Engagée® pour l'Eco-Recharge « Bain de Nature » dans la catégorie « Produit BtoC » - France
- 3^e place des « Champions de la santé et de la beauté » selon Capital Magazine -Catégorie « Instituts de beauté » - France
- « Marque Client de l'Année » - Catégorie « Soin Personnel » lors des ALFA Awards 2024 – Turquie
- Prix décerné à la gamme Lift Pro-Collagène par le magazine Twój Styl - Catégorie « Cosmétiques Naturels - Soins Visage » - Pologne
- « Marque la plus fiable 2024 » - Catégorie Vente de cosmétiques botaniques – République Tchèque
- Enseigne la plus attractive de France en 2024, secteur Hygiène Beauté, selon le Baromètre de l'attractivité commerciale Bonial et Ipsos – France
- Récompense pour la recharge Bain de Nature - Trophées La Conso S'engage 2024 – France

⁸⁰ Liste non-exhaustive.

Petit Bateau

- Prix femme du Digital 2024, décernée par EcommerceMag et Cofidis Group à Barbara Sohier – France
- Top 2 des entreprises les mieux notées par Scoring en 2023 – France

Dr. Pierre Ricaud

- Prix Santé magazine beauté 2024 pour La Crème Nuit Régénération Supreme – France
- Grand Prix Avantages de la Beauté, juin 2024, La Crème de Nuit Régénération Supreme est élue coup de cœur de la rédaction – France
- Prix Avantages de la Beauté du magazine Avantages pour la crème de nuit Régénération suprême – France

Stanhomes

- Top 100 ESG Excellence 2024 – parmi les 100 entreprises italiennes d'excellence en développement durable lors du Sustainability Award® - Italie
- Top 75 ESG Performances 2024 – pour ses progrès en matière de performance ESG lors du Sustainability Award® - Italie
- Top 75 Innovation for Sustainability 2024 – pour sa capacité à innover lors du Sustainability Award® - Italie

Sabon

- Prix « Scent of Success - Excellence in Care Retailing » remis à Cristina Ivasuc, Directrice Nationale de SABON Roumanie lors CEO Awards Gala 2024 – Roumanie
- 1 prix décerné à la marque par le media TopBeauty – Catégorie Body Care – Hong Kong
- 2e place pour le Black Bath Salt SABON dans le classement des Best Cosmetics in 2H 2024 selon Mimi Beauty – Catégorie Bath salt – Japon
- 2e place pour le Black Body Cleanser SABON dans le classement des Best Cosmetics in 2H 2024 selon Mimi Beauty – Catégorie Body wash – Japon
- 14 prix décernés au Body Scrub SABON par des magazines comme Voce, Classy ou encore Biteki – Japon
- 1 prix décerné à la CICA Cream SABON par le magazine Biteki – Japon
- 5 prix décernés au Face Polisher SABON par des magazines comme Lips, Men's nonno, ou Mery – Japon
- 11 prix décernés au Head Scrub SABON par des magazines comme Cosme, Maquia ou Lips – Japon
- 1ère placée décernée au Rose Hydrating Serum SABON par le magazine Biteki Grand – Japon
- 1ère place décernée au Bath ball SABON par Mimi TV – Catégorie Bath Salt – Japon
- 1ère place décernée à la Blossom Nail Oil SABON par LDK the Beauty – Japon
- 3ème place décernée à la Hand Cream SABON par LDK the Beauty – Japon
- 1ère place décernée au Refreshing Foot Scrub par Voce – Catégorie Body – Japon

Arbonne

- Cigna Healthcare Workforce 2023 catégorie « Silver » récompense les entreprises qui s'engagent à améliorer la vitalité et le bien être des employés.
- Great Place to Work 2024 – USA
- Southern California's Best and Brightest Companies to Work For 2024 – USA
- The Nation's Best and Brightest in Wellness – USA
- 100 Best Places to Work in L.A 2025
- 100 Best Midsize Places to Work in LA 2025
- 100 Best U.S. Midsize Companies to Work for 2025

Garantir des pratiques éthiques et lutter contre la corruption

Le Groupe Rocher s'engage à appliquer des règles de conduite claires, partagées et correctement assimilées par l'ensemble de ses membres, en matière d'éthique et de lutte contre la corruption. Il met également en place des mécanismes permettant d'écouter et de traiter les signalements de manquement grave portés à son attention par ses parties prenantes internes et externes.

Opérer selon des règles claires et respecter des principes communs

Le Groupe Rocher veille à ce que ses filiales, collaboratrices et collaborateurs, ainsi que ses parties prenantes, opèrent dans un cadre conforme à des principes communs de bonne conduite et d'éthique. À cette fin, le groupe actualise régulièrement son Code de Conduite des Affaires, qui définit douze principes fondamentaux. Ce cadre est enrichi par deux guides pratiques spécifiques : l'un consacré à la lutte contre la corruption et l'autre à la prévention et gestion des conflits d'intérêts. Ces documents, disponibles en onze langues, sont accessibles à l'ensemble des équipes via l'intranet du groupe.

Dans une démarche d'intégration de ces pratiques tout au long de sa chaîne de valeur, le groupe a élaboré un Code de Conduite Fournisseurs, reposant sur les mêmes bases éthiques. Afin de renforcer l'engagement de ses partenaires, ce code est soumis à l'approbation formelle des fournisseurs et partenaires stratégiques. Des objectifs de déploiement ont été définis pour en assurer une adoption généralisée dans le cadre des initiatives en faveur de chaînes d'approvisionnement plus responsables (cf. page 77).

Dans une dynamique de progression continue, le Groupe Rocher a, en 2023, présenté à ses instances représentatives du personnel un corpus de règles éthiques mis à jour fin 2022, intégrant des évolutions en matière d'éthique, de prévention de la corruption et gestion des conflits d'intérêts. Ces ajustements se sont traduits par la modification des règlements intérieurs de plusieurs entités, consolidant ainsi l'ancrage de ces principes au sein de l'organisation.

En 2024, le groupe a poursuivi ses efforts en matière d'éthique et a revu le processus d'évaluation de l'intégrité des tiers. Ce dernier a été fluidifié grâce à l'introduction d'un outil plus performant. Le déploiement de ce dispositif se poursuivra en 2025, contribuant à renforcer le contrôle des standards appliqués aux partenaires du groupe.

Recueillir les alertes et les signalements

Depuis 2012, le Groupe Rocher possède d'un dispositif d'alerte éthique conçu pour signaler tout manquement grave ou toute violation des règles internes, des procédures ou de la législation en vigueur. Ce dispositif est accessible à :

- L'ensemble des collaboratrices et collaborateurs du groupe, qu'ils soient internes, externes ou occasionnels ;
- Ses parties prenantes, notamment les fournisseurs, sous-traitants, partenaires, organisations, syndicats, collectivités locales.

Toute personne, interne ou externe au groupe, qui aurait connaissance ou suspecterait, en toute bonne foi, une irrégularité ou une infraction peut utiliser ce dispositif pour signaler des faits en lien avec :

- Le domaine économique et financier (écritures comptables, actes relevant de la corruption, pratiques anticoncurrentielles etc.) ;
- Les droits humains et libertés fondamentales, la santé et la sécurité ;
- L'environnement ;
- La protection des données personnelles ;
- ou tout acte ou comportement contraire aux règles éthiques du groupe.

Les signalements peuvent être transmis via la ligne éthique, accessible par courrier électronique à : **ethics@yrnet.com**. Ce mécanisme de recueil des alertes répond notamment aux obligations des lois françaises Sapin II et devoir de vigilance, auxquelles le groupe et ses filiales sont soumis.

La ligne éthique est clairement présentée sur le site internet du groupe et référencée dans plusieurs documents accessibles en ligne, notamment le Plan de Vigilance, le Code de Conduite des Affaires et ses guides pratiques, le guide des dix principes de responsabilité sociale, ainsi que le Code de Conduite Fournisseurs.

Dans une démarche d'amélioration continue, le Groupe Rocher a introduit en 2023 un nouveau Guide pratique relatif au recueil des signalements, offrant un cadre clair et détaillé pour le traitement des alertes.

En 2024, un nouveau programme d'information sur la ligne éthique a été lancé pour une durée de deux ans, avec deux axes principaux.

- A destination des Ressources Humaines : des sessions de re-sensibilisation aux bonnes pratiques de gestion des signalements ont été organisées, pour accompagner la création d'un mémento d'enquête. Elles se poursuivront en 2025.
- A destination de l'ensemble des salarié(e)s : une campagne de communication sur la ligne éthique a été lancée pour 2024-2025. Elle inclut notamment un nouveau module de e-learning, et a pour objectif de refamiliariser les collaboratrices et collaborateurs avec le dispositif d'alerte, qui existe depuis 2012. Le déploiement de cette formation en ligne est progressif et concerne chaque marque du groupe, en France comme à l'international. Il se poursuivra en 2025.

Performance

En 2024, le groupe a reçu 9 signalements, dont la majorité portaient sur des questions liées aux ressources humaines. Après analyse, il a été constaté qu'aucun de ces signalements ne constituait une violation des droits humains.

Former régulièrement les collaboratrices et collaborateurs et sensibiliser les parties prenantes

Pour permettre une appropriation effective des règles éthiques au sein du groupe et ses filiales, un plan pluriannuel de formation est proposé aux collaboratrices et collaborateurs. Ces formations visent à renforcer les connaissances nécessaires pour respecter les règles de droit et obligations applicables à leurs activités professionnelles. Chaque membre du groupe, en fonction de ses responsabilités et du poste occupé, est encouragé à suivre des modules d'apprentissage en ligne afin d'acquérir et de maintenir une compréhension suffisante des exigences légales et éthiques, et à les appliquer avec intégrité.

Concernant le Code de Conduite des Affaires, déployé auprès de l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs, une formation e-learning a été mise en place dès 2021, ciblant spécifiquement les acheteuses et acheteurs. En 2022, la formation au devoir de vigilance avait été reconduite pour intégrer les nouvelles recrues de cette population. Par ailleurs, quatre sessions spécifiques portant sur la lutte contre la corruption et la prévention des conflits d'intérêts avait été organisées à destination des salarié(e)s du groupe. En 2024, des sessions interactives dédiées à la lutte contre la corruption ont été réalisées auprès de certaines marques du groupe pour leurs entités les plus à risque. Celles-ci se poursuivront en 2025.

Enfin, dans le cadre du déploiement du Code de Conduite Fournisseurs, le groupe a mis en place un programme de communication et de formation spécifique, visant à sensibiliser ses parties prenantes et partenaires aux attentes éthiques du groupe (*cf. page 78*).

Bonne pratique

En 2023, dans un contexte international marqué par des tensions croissantes dans certaines régions, le Groupe Rocher avait développé une formation dédiée aux Risques Voyages, afin de sensibiliser les collaboratrices et collaborateurs concernés et d'assurer leur sécurité dans le cadre de leurs déplacements professionnels. En 2024, des sessions interactives portant sur les bonnes pratiques à adopter lors de voyages dans les pays à risques et sur l'utilisation du programme d'assistance existant ont été réalisées pour les entités du groupe concernées. Ce programme se poursuivra en 2025, en parallèle de la diffusion de la nouvelle politique voyages et déplacements.

Contrôler et auditer régulièrement les pratiques

Le Groupe Rocher s'appuie sur sa Direction de l'Audit et du Contrôle Interne pour mener régulièrement des audits de contrôle interne visant à vérifier, dans la mesure du possible, le respect des procédures de contrôle interne par l'ensemble de ses filiales. Ces audits permettent de s'assurer de la conformité des pratiques et de renforcer la rigueur dans l'application des processus établis. Les conclusions issues des audits sont présentées au Comité d'Audit et des Risques garantissant ainsi une supervision adéquate et une prise en compte des recommandations.

En 2023, une révision de la comitologie des différentes instances du groupe impliquées dans le contrôle des pratiques a été réalisée, dans le but de renforcer l'efficacité des mécanismes de supervision. Ce nouveau modèle de gouvernance a été appliqué pour la première fois en 2024, avec des instances organisées selon cette approche révisée.

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

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

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

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

Consolider la confiance

En 2024, les actions suivantes ont été menées, permettant de consolider cette confiance :

- Le Groupe Rocher a mené l'enquête *privacy* pour la troisième année consécutive avec Kantar auprès de 1 000 personnes représentatives de la population, hommes et femmes de tous âges, pour mieux comprendre leurs attentes, leurs besoins et les leviers de confiance en matière de protection et de sécurité de leurs données. Les résultats de cette étude ont été présentés au Comité Exécutif et à l'ensemble des Data Protection Officers (DPO) de toutes les marques et entités, afin de s'appuyer et capitaliser sur ces leviers de confiance. Pour la deuxième année, la thématique de l'intelligence artificielle a été intégrée dans l'enquête afin de mieux comprendre quel est le ressenti de la population française face aux enjeux de son utilisation responsable ;

- L'année 2024 a encore été marquée par une forte influence de l'intelligence artificielle (IA) dans le quotidien de l'entreprise, pour ses salarié(e)s et ses client(e)s. Le Comité d'Oversight IA créé en 2023 par le Groupe Rocher pour assurer une utilisation plus responsable de l'IA, a poursuivi en 2024 ses actions de définition et de co-construction du cadre d'une IA éthique, responsable et conforme. Notamment, le Comité d'Oversight IA a édicté sept « Règles d'Or » pour l'utilisation de l'IA Générative et l'une de ces règles prévoit que tout projet utilisant l'IA générative doit être soumis à son analyse et à son approbation. En mai 2024, les DPO sont devenus « DPO & AI Protection Officers », traduisant l'évolution de leur rôle pour intégrer la conformité de l'IA au plus près des projets. En 2024, le groupe a accompagné l'adoption et l'utilisation de l'IA générative par plus de 600 salarié(e)s grâce à un outil d'auto-formation, Mendo. Le Groupe Rocher s'est également vu décerner le Trophée d'Or par Décideurs juridiques et Leaders League lors du Sommet du Droit en Entreprise pour sa gouvernance de conformité d'IA ;
- Enfin, en signant le Pacte IA de l'Union Européenne, visant à promouvoir une utilisation éthique et plus responsable de l'intelligence artificielle, le groupe a fait le choix de s'engager pour une IA plus responsable et éthique et réaffirmé ainsi sa démarche et sa volonté d'intensifier ses efforts en matière de gestion des risques, de formation des collaboratrices et collaborateurs et d'innovation responsable, avec le respect des droits fondamentaux de ses salarié(e)s et client(e)s au cœur de son approche.

Se protéger contre les cybermenaces

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

- L'implémentation de contrôle et de protection de l'information dans tout son écosystème informatique ;
- L'intégration de la sécurité dans les projets afin de s'assurer que toute nouvelle application mise en œuvre au sein du système d'information est conforme aux exigences de sécurité. Le Groupe Rocher a mis en place un « *cyber score* » afin de garantir une intégration sécurisée du projet et selon le cas de son fournisseur dans l'écosystème du Groupe Rocher ;
- Une plateforme de gestion des identités permettant d'assurer la sécurité des accès applicatifs des salarié(e)s au niveau mondial ;
- La mise en place d'un Centre de Supervision de la sécurité (*Cyber Security Operation Center*), afin de détecter et bloquer différentes menaces et incidents, telles que l'usurpation d'identité, *ransomware*⁸¹, fuite d'information, attaque par déni de service ou *phishing*⁸² ;
- L'adoption des bonnes pratiques de protection des données au quotidien, au travers de campagne de simulation de phishing tout au long de l'année.

La cybersécurité des systèmes d'information constitue une priorité stratégique pour le Groupe Rocher. Face à l'évolution des cybermenaces, des politiques de gestion des risques adaptées sont développées pour protéger les actifs numériques, les données des client(e)s, et garantir la continuité des activités.

Dans le cadre de la démarche de gestion des risques numériques et de réduction de son empreinte environnementale, le groupe a déployé une solution innovante permettant de renforcer la sécurité des données sensibles tout en optimisant l'utilisation des ressources numériques. Cet outil assure une gestion proactive des accès aux données critiques, en détectant les activités inhabituelles et en renforçant la transparence pour les utilisateurs.

⁸¹ *Ransomware*: Un rançongiciel, logiciel rançonneur, logiciel de rançon ou logiciel d'extorsion, est un logiciel malveillant qui prend en otage des données personnelles.

⁸² *Phishing*: L'hameçonnage ou phishing est une technique utilisée par des fraudeurs pour obtenir des renseignements personnels dans le but de perpétrer une usurpation d'identité.

En favorisant une approche plus responsable de la gestion des espaces numériques, cette solution contribue à limiter les flux inutiles de données et à rationaliser leur usage. Cela s'inscrit dans l'engagement pour une sobriété numérique, visant à réduire l'impact environnemental des infrastructures technologiques tout en garantissant une protection optimale des informations sensibles.

Ces mesures démontrent l'engagement continu du Groupe Rocher envers la cybersécurité et sa volonté de garantir la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des données essentielles à ses activités.

Les équipes DPO & AI Officers et cybersécurité du Groupe Rocher sont mobilisées sur de nouveaux défis réglementaires sous l'impulsion de l'Union Européenne, notamment liés à de nouveaux textes tels que l'Acte sur l'intelligence artificielle, l'Acte sur les marchés numériques, l'Acte sur la gouvernance des données et l'Acte sur la cyber-résilience.

Néanmoins, la vision du Groupe Rocher sur la gouvernance, la protection et la sécurité des données personnelles évolue continuellement pour être toujours en harmonie avec les attentes dynamiques et innovantes de la société et de ses communautés. Cette vision prend en compte les réglementations applicables, mais au-delà, elle se concentre sur la confiance de ses client(e)s et salarié(e)s ainsi que sur la responsabilité du Groupe Rocher en tant que protecteur des informations personnelles qu'ils lui partagent et des données d'affaires. Plus que jamais, les DPO & AI Officers et les expert(e)s en cybersécurité groupe sont là pour faire le pont entre l'innovation, la conformité et la sécurité.

Agir de manière responsable en matière fiscale

Le Groupe Rocher soutient la vision selon laquelle les économies d'aujourd'hui ne peuvent que s'appuyer sur des systèmes fiscaux équitables, qui conditionnent la réalisation d'investissements plus responsables et permettent de générer une croissance durable.

En 2022, en conformité avec cette vision, le Groupe Rocher a adopté une Charte Fiscale qui définit les principes de Politique Fiscale responsable et transparente que le groupe applique. Cette charte s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue afin de refléter les évolutions réglementaires et les meilleures pratiques. La Charte Fiscale Groupe est annexée au présent rapport.

La Politique Fiscale Groupe s'appuie sur les trois principes clés suivants :

- Accompagner le développement des activités Groupe en s'assurant de leur juste imposition ;
- Compliance fiscale dans le respect des règles nationales et internationales ;
- Agir en transparence et dans un souci de dialogue permanent avec l'ensemble des parties prenantes de la sphère fiscale.

La Politique Fiscale Groupe relève du Conseil d'Administration, qui l'approuve. La stratégie fiscale du groupe fait l'objet d'une information annuelle au Comité d'Audit. Le 1er septembre 2023, un premier comité s'est réuni pour présenter aux administratrices et administrateurs la Politique Fiscale Groupe. Le 18 septembre 2024, un deuxième comité a eu lieu afin de poursuivre l'adaptation de cette politique aux évolutions réglementaires. Afin de renforcer le suivi et l'engagement, un support dédié à la présentation de cette politique fiscale est présenté annuellement au Comité d'Audit.

L'approche du Groupe Rocher en matière fiscale

La Politique Fiscale Groupe est déterminée de façon à aligner création de valeur et localisation des profits et à s'adapter aux diverses évolutions opérationnelles et organisationnelles. Elle est définie dans un souci de dialogue permanent, que ce soit avec les salarié(e)s ou les administrations. Elle permet de s'assurer que chacune des filiales du groupe supporte la charge cohérente d'impôt due.

Le groupe veille à se conformer à l'ensemble de ses obligations fiscales, internationales, régionales ou locales. Dans ce cadre, le Groupe Rocher s'engage à mettre en place des contrôles internes et une veille réglementaire afin d'anticiper les évolutions fiscales et d'assurer leur bonne application.

En matière de prix de transfert, le Groupe Rocher s'assure que ses transactions intragroupes respectent scrupuleusement le principe de pleine concurrence, en conformité avec les lignes directrices de l'OCDE et les réglementations locales applicables.

En effet, en raison de sa présence géographique dans plus de 111 pays, les entités du groupe sont engagées dans de nombreux flux transfrontaliers qui consistent majoritairement en des flux de ventes de produits, de prestations de services rendus par les équipes centrales aux différents sites du groupe et de redevances facturées en contrepartie de la concession de droits incorporels. Le Groupe Rocher met en place des procédures de documentation robuste pour garantir une traçabilité et une justification économique claire de ces transactions.

La détermination des prix de transfert applicables à ces transactions transfrontalières et le respect des obligations fiscales qui en découlent revêtent donc une importance particulière. En matière de conformité, le groupe veille à respecter la structure à trois niveaux, préconisée par l'OCDE : rédaction d'un fichier principal groupe, rédaction de fichiers locaux, déclaration du « reporting pays par pays ». De plus, dans un environnement fiscal en constante évolution, le Groupe Rocher s'assure de répondre aux obligations déclaratives requises dans le cadre du Pilier 2 de l'OCDE, visant à garantir un niveau minimum d'imposition mondial.

Dans un souci de transparence, le groupe accorde par ailleurs une importance particulière au fait de nouer une relation de confiance avec l'ensemble des parties prenantes de la sphère fiscale, y compris les administrations. Le Groupe Rocher entretient ainsi un dialogue ouvert et constructif avec les autorités fiscales dans les pays où il opère. Le groupe veille également à étendre ses bonnes pratiques de coopération fiscale à toutes les juridictions dans lesquelles il opère, en promouvant une approche proactive de prévention des risques fiscaux et de résolution anticipée des litiges fiscaux.

Lors des contrôles fiscaux menés par les autorités fiscales locales, le groupe engage un dialogue ouvert et constructif avec les administrations concernées. En cas de divergence sur l'interprétation des réglementations fiscales, le groupe peut envisager des voies de recours, y compris contentieuses, ou l'accès aux voies de résolutions internationales.

La fonction fiscale est assurée en central par la Direction Fiscale, qui est rattachée à la Direction Finance & Legal Groupe et en local par les relais appropriés. Lorsque cela est nécessaire, les intervenant(e)s en fiscalité du groupe sont assistés par des conseils externes. Toutes les intervenantes et tous les intervenants en fiscalité du groupe travaillent en étroite collaboration avec les salarié(e)s en interne.

Annexes

ANNEXES

Note de méthodologie

Choix des indicateurs

La démarche de reporting extra-financier du Groupe Rocher a été établie sur la base de :

- L'article 116 de la Loi NRE (Nouvelles Régulations Économiques) de 2001 ;
- L'article L. 225-102-1 du Code de commerce, revu faisant suite à la transposition de la Directive 2014/95/UE sur la déclaration de performance extra-financière, et précisé par le décret n° 2017- 1265 ;
- Loi n° 2016-1088 du 8 août 2016 relative au travail, à la modernisation du dialogue social et à la sécurisation des parcours professionnels ;
- Décret n° 2016-1138 du 19 août 2016 relatif aux informations environnementales communiquées par les entreprises.

Périmètre global

Par « Groupe Rocher » est entendu l'ensemble des sociétés détenues directement ou indirectement par la société-mère Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher, comme présenté dans les Comptes Consolidés au 31 Décembre 2024 (à exclusion des sites fermés durant l'année 2024).

La période de reporting de l'ensemble des indicateurs court du 1^{er} janvier 2024 au 31 décembre 2024.

Pour rappel, seuls les sites présentant des effectifs au 31 décembre de l'exercice sont intégrés dans le périmètre de la DPEF. Ainsi, les entités cédées sur l'année ne sont pas prises en compte dans les indicateurs de performance et les entités intégrées au cours de l'année sont comptabilisées l'année suivante. Concernant les changements majeurs en 2024, les trois sites de la Marque Flormar et le site industriel Ploërmel ont été cédés au cours de l'année 2024 et sont exclus de l'intégralité de la DPEF.

Exclusions des thématiques obligatoires

Compte tenu de la nature des activités du groupe, les thèmes suivants sont considérés comme ne constituant pas des risques RSE principaux et ne justifient pas un développement dans le présent rapport de gestion :

- Les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire ;
- La lutte contre la précarité alimentaire ;
- Une alimentation responsable, équitable et durable ;
- Les actions visant à promouvoir le lien Nation-armée et à soutenir l'engagement dans les réserves.

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

Périmètre de reporting

Le périmètre de consolidation pour la partie DÉVELOPPER UN MODÈLE SOCIAL AU SERVICE DES SALARIÉ(E)S ET DE LA MISSION est basé sur les effectifs des filiales du Groupe Rocher ayant des salarié(e)s au 31 décembre 2024. Concernant les changements majeurs en 2024, les trois sites de la Marque Flormar sont exclus des indicateurs sociaux (hors % de femmes dans les instances de direction). Les données sont calculées selon le nombre de personnes avec un contrat actif et non en ETP (Equivalent Temps Plein).

Les effectifs totaux incluent l'ensemble des salarié(e)s quels que soit leur contrat (Contrat à durée indéterminée (CDI), Contrat à durée déterminée (CDD), Contrat de professionnalisation et Contrat d'alternance).

La répartition entre les hommes et les femmes, par zone géographique et par type de contrat et par activités sont consolidés dans le présent rapport incluant l'ensemble des filiales du groupe.

Au total, 95% des effectifs sont intégrés dans le système d'information RH Groupe (*SuccessFactors*). Les filiales non intégrées couvrent notamment les périmètres suivants : Petit Bateau international (hors Japon), Yves Rocher Russie.

Les taux de couverture varient selon les différents indicateurs présentés dans le document. Ces derniers sont détaillés ci-dessous sur la base des effectifs au 31 décembre 2024.

Indicateurs	Taux de couverture	Exclusions
Taux de mobilité	87,2%	Petit Bateau international (sauf Japon), Yves Rocher Russie, Yves Rocher Hong Kong, Sabon France, Sabon Roumanie.
Taux de ressortissant(e)s étrangères / étrangers	83,9	Petit Bateau international (sauf Japon), Yves Rocher Russie, Yves Rocher Hong Kong, Yves Rocher Roumanie, Yves Rocher Canada, Arbonne US, Arbonne Canada
Taux de salarié(e)s en situation de handicap	90,5%	Des périmètres intégrés ont été exclus pour des raisons de protection des données personnelles (législation locale et/ou non-consentement de la personne)
Nombre d'heures de formations moyen par salarié(e)	87,7%	Petit Bateau international (sauf Japon), Yves Rocher Russie, Yves Rocher Ukraine Sabon Japon SEP Redon
Taux de fréquence + taux de gravité	98,8%	Petit Bateau international (sauf Japon), Yves Rocher Russie, SEP Redon.

Dans le paragraphe performance de la partie *Ecouter l'ensemble des salarié(e)s et faire grandir l'engagement*, l'enquête d'engagement *Tell Us* a été déployée sur le périmètre groupe (95,4% des salariés avec un taux de participation à hauteur de 82%).

Protocole de reporting

Les données quantitatives sont calculées directement au niveau central et issues de deux sources distinctes :

- De façon mensuelle et sur la base des données individuelles de chaque collaboratrice et collaborateur local(e) pour les entités intégrées dans le système d'information RH Groupe. La collecte s'effectue chaque mois via une interface automatisée, semi-automatisée (extraction automatique du système de paie local et un dépôt manuel sur le serveur central) ou complètement manuel, et dans le respect des règles de protection des données personnelles.
- A l'aide de fichiers Excel types transmis par le groupe et complétés par les filiales en local pour les entités non intégrées. Les données sont ici agrégées par entité et non nominatives. La collecte s'effectue de façon trimestrielle ou annuelle selon la donnée.
- Les données suivantes sont collectées de façon annuelle : le nombre d'accidents du travail, les heures de formation et le taux de salariés en situation de handicap.

Lors de l'import mensuel dans le système d'information RH Groupe, des contrôles automatiques sont mis en place pour garantir une qualité de données constante (des macros et robots développés par les équipes IT). La Direction RH Groupe vérifie dans un second temps leur cohérence et leur exactitude avec les contributrices et contributeurs locaux.

Les informations qualitatives sont apportées par la Direction RH Groupe et ses représentant(e)s et dans les filiales.

La Direction RH en charge de la data est constituée d'un data analyste et d'un expert en systèmes d'informations. L'équipe s'est en effet renforcée en intégrant, côté métier, les compétences techniques spécifique au traitement de la donnée.

Définitions des indicateurs :

Effectifs : les effectifs présentés incluent les salarié(e)s en CDI (dont les vendeuses et vendeurs représentant(e) placiers (VRP)), en CDD (incluant les contrats de professionnalisation), et les contrats d'alternance au 31 décembre de l'exercice.

Mobilité : sont pris en compte les changements d'établissement au sein de la même entreprise, les changements de poste sans changer d'établissement ainsi que les mutations d'une entreprise à une autre au sein du Groupe Rocher.

Nombre d'accidents du travail :

Nombre d'accidents survenus pendant les heures de travail sur le lieu de travail avec arrêt, (hors accidents de trajet vers ou depuis le lieu de travail).

Nombre d'accidents du travail dont la date de début se situe entre le 1er et le dernier jour de l'année 2024.

En cas de récurrence, l'accident n'est pas comptabilisé plusieurs fois.

Taux de fréquence :

Nombre d'accidents du travail sur l'ensemble de l'année 2024 avec au moins un jour d'absence déclaré rapporté au nombre d'heures travaillées x 1 000 000.

Les heures travaillées sont comptabilisées selon le temps de présence réel annuel de chaque salarié. Lorsque la comptabilisation des heures réelles est rendue trop complexe (collecte, retraitement), ce sont les heures théoriques qui sont recensées, c'est-à-dire la durée hebdomadaire théorique prévue dans le contrat de travail. La collecte des données est mensuelle auprès des filiales grâce à des interfaces entre les SIRH locaux et le SIRH central. A ce jour, la majorité des filiales sont en capacité de remonter de façon automatique et nominative le temps de travail contractuel (théorique), pas le temps de travail réellement travaillé⁸³.

En 2024, les heures réellement travaillées ont été recensées pour la France et ce sont les heures théoriques qui ont été recensées pour les autres entités à l'international.

Nombre de jour d'absence :

Nombre de jours calendaires d'arrêt de travail en raison d'un accident du travail (= nombre de jour entre la date d'arrêt et la date de reprise, y compris les week-end et jours fériés).

Sont pris en compte également les jours d'absence liés à un arrêt se prolongeant sur l'année 2024 et résultant d'un accident survenu antérieurement.

Il est ici précisé que le jour de l'accident n'est pas pris en compte dans le calcul des jours d'absence.

Taux de gravité :

Nombre de jours d'absence sur l'ensemble de l'année 2024 rapporté au nombre d'heures travaillées x 1000.

Les heures travaillées sont comptabilisées selon le temps de présence réel annuel de chaque salarié. Par exception, lorsque la comptabilisation des heures réelles est rendue trop complexe (collecte, retraitement), ce sont les heures théoriques qui sont recensées, c'est-à-dire la durée hebdomadaire théorique prévue dans le contrat de travail. La collecte des données est mensuelle auprès des filiales grâce à des interfaces entre les SIRH locaux et le SIRH central. A ce jour, la majorité des filiales sont en capacité de remonter de façon automatique et nominative le temps de travail contractuel (théorique), pas le temps de travail réellement travaillé⁸⁴.

En 2024, les heures réellement travaillées ont été recensées pour la France et ce sont les heures théoriques qui ont été recensées pour les autres entités à l'international.

Le nombre de jours d'absence liés à un arrêt se prolongeant sur l'année 2024 et résultant d'un accident survenu antérieurement sont pris en compte.

Handicap : la notion de personne en situation de handicap ne recouvre pas les mêmes réalités selon les pays du périmètre du groupe. Lorsque l'information n'est pas communicable par la filiale pour des raisons de protection des données personnelles (législation locale et/ou non-consentement de la personne), les salarié(e)s sont exclu(e)s du scope de calcul de l'indicateurs.

Taux de ressortissant(e)s étrangères/étrangers : les ressortissant(e)s étrangères et étrangers sont les salarié(e) travaillant dans un pays dont elles ou ils ne portent pas la nationalité. Lorsque l'information n'est pas communicable par la filiale pour des raisons de protection des données personnelles (législation locale et/ou non-consentement de la personne), les salarié(e)s sont exclu(e)s du scope de calcul de l'indicateur.

Nombre de collaboratrices et collaborateurs ayant eu accès à une ou plusieurs expériences de nature et/ou à des actions de sensibilisation environnementale en 2024 : nous considérons les salarié(e)s de nos filiales hors Retail & VRP, hors sites fermés en cours d'années (Yves Rocher Suède), hors site inférieurs à 10 personnes (Arbonne Australie, Petit Bateau Belgique, Petit Bateau Allemagne, Yves Rocher Allemagne, Yves Rocher Pologne, Yves Rocher Singapour, CNC La Grée des Landes dont le Camping, l'Eclosarium et la Bergerie, Sabon USA) et hors Russie suite au contexte géopolitique. De plus, le pourcentage de 95% des effectifs s'explique par la comptabilisation de sites dans le périmètre qui n'ont pas proposé d'active sensibilisation en 2024 : Yves Rocher Belgique, Yves Rocher Espagne, Yves Rocher Vietnam, Yves Rocher Russie.

⁸³ Même si la filiale est en capacité de communiquer un calcul consolidé des heures réellement travaillées, nous privilégions une donnée nominative et un calcul consolidé en central afin de garantir une méthodologie de calcul identique.

⁸⁴ Même si la filiale est en capacité de communiquer un calcul consolidé des heures réellement travaillées, nous privilégions une donnée nominative et un calcul consolidé en central afin de garantir une méthodologie de calcul identique.

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

Périmètre de reporting

L'ensemble des indicateurs concernant les ingrédients cosmétiques sont reportés sur le périmètre Groupe Rocher Opérations – Les indicateurs sont en cours de mesure chez Arbonne et Sabon pour la part des produits fabriqués en Israël. Les produits Sabon développés par les équipes de la Direction Scientifique et de Groupe Rocher Opérations sont déjà intégrés soit 42% des produits Sabon fabriqués en 2024.

Protocole de reporting

La part de naturalité des ingrédients présentés est calculée sur la méthode de calcul basée sur la masse moléculaire (ratio masse moléculaire d'origine naturelle/masse moléculaire totale).

Des premiers calculs de naturalité selon la norme ISO 16 128 ont été réalisés afin de mesurer l'impact de ce changement de méthode. Cette norme est définitivement utilisée pour l'ensemble des ingrédients depuis début 2021.

Les informations présentées concernant les matières premières sensibles sont directement fournies par les Directions Achats & Qualité et la Direction RI&D. Les informations portant sur l'activité cosmétique ne couvrent pas la Marque Arbonne et partiellement la Marque Sabon.

Définitions :

- **Une filière** est une chaîne d'approvisionnement définie par un trio entre un ingrédient d'origine naturelle (végétale ou minérale), un fournisseur et une origine géographique.
- **Une filière stratégique** est une filière prioritaire d'ingrédient botanique, porteuse de valeur ajoutée pour les marques (en termes de revendication, d'efficacité, de spécificité, d'attentes consommatrice et consommateur, de fonctionnalité et/ou de volume). Elle est spécifique et tracée (jusqu'à l'ingrédient), engagée dans une démarche d'amélioration continue sur la durabilité.
- **Une filière verte** est une filière engagée dans une démarche d'amélioration continue, pour laquelle la gestion du risque est prise en compte et dont l'impact positif doit pouvoir être démontré sur au moins un pilier du développement durable (ex : filière certifiée UEFT comme les ingrédients cultivés à la Gacilly ou filière certifiée bio & équitable comme le karité au Burkina Faso). De ce fait, elles incluent les filières gold.
- **Une filière gold** est une filière engagée dans une démarche d'amélioration continue, pour laquelle la gestion du risque est prise en compte et dont l'impact positif doit pouvoir être démontré sur les trois piliers du développement durable (ex : filière certifiée UEFT comme les ingrédients cultivés à la Gacilly ou filière certifiée bio & équitable comme le karité au Burkina Faso).
- **Une filière botanique** est une filière issue du végétal et dont l'ingrédient un ingrédient d'origine végétale, et qui n'a subi, en grande majorité, que des transformations physiques (huiles, beurre, cires, extraits, etc.)

AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ POUR PROTÉGER LE VIVANT

Périmètre de reporting environnemental

Au total, les données de 43 sites sont consolidées dans la partie environnementale du reporting pour l'année 2024.

Le périmètre de consolidation pour la partie environnementale inclut les sites industriels de production et de distribution des branches cosmétique, détergence et textile, et les sites tertiaires appartenant au Groupe Rocher (voir ci-dessous).

En plus de l'exclusion des 3 sites de la Marque Flormar et du site industriel de Ploërmel, est exclu du périmètre environnemental le site tertiaire de Arbonne Australie fermé pour l'année 2024.

Pour les calculs à isopérimètre, sont compris les sites présents dans le périmètre 2022 et dans le périmètre 2024, soit sont exclus les 3 sites de Flormar, le site industriel de Ploërmel et le site tertiaire de Sabon Roumanie. Seules les données pour le périmètre « Eau » sont comparées à l'année 2019 plutôt qu'à 2022 pour assurer le suivi de l'atteinte de l'objectif 2030.

6 sites de production : Les sites des Villes Geffs (FR), Rieux (FR), Petit Bateau Troyes (FR), Sabon Kiryat Gat (IL), Arbonne Levlad & Chatsworth (US), Petit Bateau Tenmar Confection (MAROC).

10 sites logistiques : Les sites de La Croix des Archers (FR), La Villouët (FR), Stanhome Les Lauriers Verts (FR), Stanhome Italie (IT), Petit Bateau Buchères (FR), Yves Rocher Portugal (POR), Yves Rocher Canada (CA), Yves Rocher Maroc (MAROC), Sabon Logistique (IL), et Arbonne Greenwood Indiana (US).

27 sites tertiaires : 9 sites situés en France (Yves Rocher Rennes Beaumont, Les Gâtinais, Cap Connect à Issy-les-Moulineaux, L'Atelier des Primevères, l'Eco-Hôtel Spa La Grée des Landes, la Maison Yves Rocher, Rives Nature, La Bergerie et DJ Eclousarium), 18 sites tertiaires internationaux (Arbonne Northampton UK, Arbonne Headquarter Irvine, Yves Rocher Belgique, Yves Rocher Roumanie, Yves Rocher Pologne, Yves Rocher République Tchèque, Yves Rocher Madrid, Yves Rocher Milan, Yves Rocher Hong

Kong, Yves Rocher Thaïlande, Yves Rocher Ukraine, Yves Rocher Russie, Sabon Japon, Arbonne Mississauga Canada, Origami Stanhome, Yves Rocher Turquie, Sabon Roumanie, Sabon Offices).

Pour les indicateurs de consommations d'énergie la mention « groupe » ou « Groupe Rocher » fait référence à l'ensemble des sites du périmètre global environnemental à l'exclusion d'un site de distribution (Yves Rocher Canada). À isopérimètre 2022 sont exclus Sabon Roumanie & Yves Rocher Canada. Sont affichés les données 2022, 2023 et 2024.

L'indicateur de performance énergie (ratio énergie par unité de production cosmétiques) est calculé sur le périmètre industriel et logistique hors Yves Rocher Canada.

Pour les indicateurs de consommations d'eau la mention « groupe » ou « Groupe Rocher » fait référence à l'ensemble des sites du périmètre global environnemental à l'exclusion d'un site de distribution (Yves Rocher Canada) et deux sites tertiaires (Yves Rocher Russie et Sabon Roumanie). À isopérimètre 2019 sont exclus Sabon Roumanie & Yves Rocher Canada.

Pour les indicateurs de performance eau les consommations d'eau concernées sont les eaux à usage industriel pour les 5 sites de production du groupe à isopérimètre 2019 (les Villes Geffs (FR), Rieux (FR), Petit Bateau Troyes (FR), Sabon Kiryat Gat (IL), Arbonne Levlad & Chatsworth (US)), ce qui exclut Petit Bateau Tenmar Teinture Tricot présent dans le groupe jusqu'au premier trimestre 2021.

Pour les indicateurs déchets la mention « groupe » ou « Groupe Rocher » fait référence à l'ensemble des sites du périmètre global environnemental à l'exclusion de 17 sites tertiaires suivants (Yves Rocher Espagne, Yves Rocher Pologne, Yves Rocher Roumanie, Yves Rocher Ukraine, Yves Rocher République Tchèque, Yves Rocher Hong Kong, Yves Rocher Italie, Arbonne Northampton UK, DJ Ecosarium, La Bergerie, La Maison Yves Rocher, Rives Nature, Stanhome Mexique, Sabon Roumanie et Sabon Japon) et de 3 sites logistiques (Yves Rocher Maroc, Arbonne Canada, L'Atelier des Primevères). A noter que les déchets du site des Gâtinais sont comptabilisés dans les déchets du site des Villes Geffs. À isopérimètre 2022 est exclu Sabon Roumanie. Sont affichés les données 2022, 2023 et 2024.

Pour les indicateurs « émissions de gaz à effet de serre »

- sont comprises dans le scope 1 les émissions liées aux consommations de combustibles de l'ensemble des sites du périmètre global environnemental ainsi que les émissions liées aux consommations de carburants des 375 véhicules de fonction et de service du groupe ;
- sont comprises dans le scope 2 les émissions liées aux consommations d'électricité et de chauffage urbain de l'ensemble des sites du périmètre global environnemental ainsi que les émissions liées aux consommations d'électricité et de chauffage urbain du parc de 1159 magasins exploités directement par les marques du Groupe Rocher (fonds propres et succursales) dans le monde ;
- sont comprises dans le scope 3 les émissions liées aux consommations d'électricité et de chauffage urbain des 1444 points de ventes exploités sous les enseignes des marques du groupe en franchise, gérance libre, location-gérance, concession de surface et en commission-affiliation dans le monde ;
- sont exclus de l'ensemble des indicateurs les plus de 5 000 points de vente mult Marques et exploités par des agents Groupe.

Les émissions de gaz à effet de serre des magasins sont constituées à 48% de données réelles et à 52% de données extrapolées (pour les magasins dans le scope 2 & 3).

Protocole de reporting

Données de performance environnementale :

Les données sont recueillies via un outil de partage et suivi en ligne. Un(e) ou plusieurs contributrices et contributeurs par site saisissent mensuellement des données quantitatives et qualitatives relatives à l'eau, l'énergie et les déchets sur leur périmètre. Ces données sont consolidées annuellement par la Direction Mission & Impact Groupe. Chaque site doit ensuite valider les données consolidées qui lui sont communiquées.

Autres données d'activité :

Une collecte de données d'activité est réalisée auprès des différentes contributrices et contributeurs identifiés. Sur la base de ces données, les calculs des KPIs environnementaux sont calculés en central pour chacun des périmètres et consolidés pour l'ensemble du Groupe Rocher une fois par an.

La collecte des données d'activité est réalisée par marque, en dissociant les emballages des produits et des accessoires vendus et les emballages des cadeaux.

Les objets/cadeaux en plastique ne font pas partie du reporting plastique du groupe. Cependant, des politiques de réduction et de substitution des matières plastique sont mises en œuvre par les différentes marques.

Bilan carbone :

Le périmètre opérationnel des émissions GES comprend le scope 1, 2 & 3. Les facteurs d'émissions utilisés sont ceux de la Base Empreinte® de l'ADEME ainsi que de la méthodologie du GHG Protocol pour le scope 3. La part de l'électricité d'origine renouvelable pour chaque pays provient de l'Observ'ER (Observatoire des énergies renouvelables) pour les pays de l'Union Européenne et des données de l'IEA (<https://www.iea.org/data-and-statistics/data-product/electricity-information>) pour les pays hors Union Européenne. Lorsqu'un contrat spécifique est passé avec un fournisseur d'électricité proposant une offre d'énergie renouvelable supérieur au mix moyen du pays, les facteurs d'émissions pour l'électricité et la part de l'électricité

d'origine renouvelable sont issus directement des documentations fournisseurs, dans le cas contraire le facteur d'émissions utilisé pour l'électricité est celui du mix moyen national.

Pour les sites Arbonne Greenwood Indiana et Arbonne Levlad Production Chatsworth, Arbonne Headquarter Irvine, Arbonne Northampton UK, les facteurs d'émissions sont issus soit de la donnée spécifique du fournisseur, soit de la base de l'US EPA (*U.S. Environmental Protection Agency*).

Pour le calcul du Scope 3, les bases de données utilisées sont l'Ecobalyse, l'EDL et la *European Plastics Manufacturers*.

Les émissions scope 3 couvrent les postes suivants pour l'ensemble des marques du groupe : énergie hors scope 1 & 2 (amont de l'énergie consommée, consommation d'énergie des sous-traitants, consommation d'énergie des centres de préparation de commande (CPC) non détenus), produits (matières premières, emballages), cadeaux et accessoires (matières, déchets), magasins hors fonds propres (consommation d'énergie, déchets), déchets industriels, papier, fret, déplacements professionnels, déplacements domicile travail, IT, achats hors production.

COLLABORER AVEC LES PARTIES PRENANTES POUR LES ENGAGER DANS LA MISSION

Périmètre de reporting

Les indicateurs concernant le devoir de vigilance sont consolidés par la Groupe Rocher Opérations et portent sur les filiales suivantes : LBVYR, Groupe Rocher Opérations, Arbonne, Petit Bateau, Sabon, Stanhome International et Stanhome Mexico. Les indicateurs de suivi des audits se basent sur les volumétries identifiées à la suite de la dernière analyse de risques effectuée.

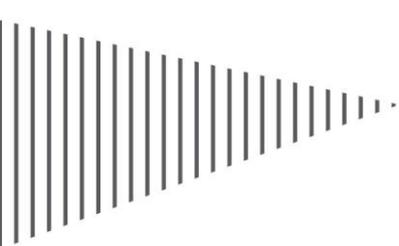
Les volumes d'achats présentés dans la DPEF sont ceux de l'année n-1, soit l'année 2023 pour la DPEF 2024. De plus :

- La base de dépenses fournisseurs utilisée pour le pourcentage de la dépense évaluée par EcoVadis comprend la totalité des dépenses fournisseurs du Groupe Rocher. Ces dépenses sont prises en compte sans contrainte de date d'évaluation.
- La base de dépenses fournisseurs utilisée pour le pourcentage de la dépense totale couverte par la signature du Code de conduite fournisseurs porte sur les dépenses d'achats directs pilotées par Groupe Rocher Opérations, les dépenses d'achats indirects pilotées par la Direction Finance et Legal du Groupe Rocher et les dépenses d'achats cadeaux pilotées par la Direction cadeaux Yves Rocher.

Protocole de reporting

L'indicateur concernant le chiffre d'affaires réalisé auprès d'entreprises adaptées est fourni par la Direction Achats Groupe. Les informations portent sur le périmètre production de Groupe Rocher Opérations.

Les données relatives aux alertes de la ligne éthique sont consolidées par la Direction Gouvernance & Conformité.



Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher

Exercice clos le 31 décembre 2024

**Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la
déclaration consolidée de performance extra-financière**

EY & Associés



Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher

Exercice clos le 31 décembre 2024

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière

A l'Assemblée Générale,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC (Accréditation COFRAC Validation/Vérification, n° 3-1891, portée disponible sur www.cofrac.fr) et membre du réseau de l'un des commissaires aux comptes de votre société (ci-après l'« Entité »), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur la conformité de la déclaration consolidée de performance extra-financière, pour l'exercice clos le 31 décembre 2024 (ci-après la « Déclaration ») aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du Code de commerce et sur la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du Code de commerce (ci-après les « Informations ») préparées selon les procédures de l'Entité (ci-après le « Référentiel »), présentées dans le rapport de gestion en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du Code de commerce.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration consolidée de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Préparation de la déclaration de performance extra-financière

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

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration (ou disponible au siège de l'Entité).

Limites inhérentes à la préparation des Informations

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



Responsabilité de l'Entité

Il appartient à la direction de :

- sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- préparer une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance ;
- préparer la Déclaration en appliquant le Référentiel de l'Entité tel que mentionné ci-avant ;
- ainsi que mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie par le conseil d'administration.

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du Code de commerce ;
- la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3^o du I et du II de l'article R. 225-105 du Code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'Entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du Code de commerce, à notre programme de vérification constitué de nos procédures propres (*Programme de vérification de la déclaration de performance extra-financière*, du 16 juin 2024) et à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, notamment l'avis technique de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes, *Intervention du commissaire aux comptes - Intervention de l'OTI - Déclaration de performance extra-financière*, et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée)¹.

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



Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 821-28 du Code de commerce et le Code de déontologie de la profession. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de cinq personnes et se sont déroulés entre décembre 2024 et mars 2025 sur une durée totale d'intervention de douze semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, représentant notamment les directions Mission & Impact Groupe, Ressources humaines et Scientifique.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

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

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce en matière sociale et environnementale et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2^e alinéa du III de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 du Code de commerce lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- nous avons vérifié que la Déclaration comprend une explication claire et motivée des raisons justifiant l'absence de politique concernant un ou plusieurs de ces risques conformément au I de l'article R. 225-105 du Code de commerce ;

- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés ;
 - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considéré les plus importantes présentées en Annexe 1. Pour certains risques (Proposer des produits de qualité et éco-conçus, Développer des achats durables au sein des chaînes d'approvisionnement), nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante, pour les autres risques, des travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et dans une sélection d'entités listées ci-après : Cap Rocher (France), Les Villes Geffs (France), Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher (France), Groupe Rocher Opérations (France) et Arbonne international LLC (Etats-Unis) ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 du Code de commerce avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'Entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considéré les plus importants présentés en Annexe 1, nous avons mis en œuvre :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - des tests de détail, sur la base de sondages ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices listées ci-dessus et couvrent entre 19 % et 37 % des données consolidées sélectionnées pour ces tests (19 % des effectifs, 32 % des consommations d'énergie et 37 % des consommations d'eau) ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

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

Paris-La Défense, le 1^{er} avril 2025

L'organisme tiers indépendant
EY & Associés

Thomas Gault
Associé, Développement Durable

Annexe 1 : informations considérées comme les plus importantes

Informations sociales	
<i>Informations quantitatives (incluant les indicateurs clés de performance)</i>	<i>Informations qualitatives (actions ou résultats)</i>
<p>Effectif total, répartition par sexe, contrats, activités, zone géographique.</p> <p>Taux de fréquence des accidents du travail (%).</p> <p>Taux de gravité des accidents du travail (%).</p> <p>Part des femmes au sein des Comités de Direction des marques (%).</p>	<p>Les principes de responsabilité sociale.</p> <p>Les conditions de travail (santé-sécurité, bien-être au travail).</p> <p>Le développement des compétences et la gestion des carrières.</p> <p>La diversité (lutte contre les discriminations, égalité des genres, gestion des âges).</p>
Informations environnementales	
<i>Informations quantitatives (incluant les indicateurs clés de performance)</i>	<i>Informations qualitatives (actions ou résultats)</i>
<p>Consommation d'énergie par unité de production pour l'activité cosmétique et détergence et pour l'activité textile (MWh/unité de production).</p> <p>Emissions de gaz à effet de serre scope 1 et 2 (teqCO₂).</p> <p>Consommation d'eau par unité de production pour l'activité cosmétique et détergence et pour l'activité textile (m³/unité de production).</p>	<p>Les mesures prises pour lutter contre le changement climatique.</p> <p>Les mesures prises pour protéger la ressource en eau.</p> <p>Les mesures prises pour diminuer l'usage du plastique.</p> <p>Les mesures prises pour agir en faveur de la biodiversité.</p> <p>La méthodologie utilisée pour le Scope 3 avec un focus pour le Poste « Produits ».</p>
Informations sociétales	
<i>Informations quantitatives (incluant les indicateurs clés de performance)</i>	<i>Informations qualitatives (actions ou résultats)</i>
<p>Part des produits Petit Bateau majoritairement conçus à partir de matières éco-responsables (%).</p> <p>Part des ingrédients botaniques issus de filières qualifiées de « gold » et « vertes » par le Groupe Rocher (%).</p> <p>Part des ingrédients botaniques issus de filières de plantes certifiées Agriculture Biologique (%).</p> <p>Part de la dépense évaluée par EcoVadis (%).</p>	<p>L'approvisionnement et le choix des matières premières et ingrédients pour les activités cosmétique, textile.</p> <p>Les actions d'identification, d'évaluation et d'atténuation des risques des fournisseurs.</p>

Publication :

Direction Mission & Impact Groupe Rocher

csrgrouperocher@yrnet.com

Impression :

HandiPRINT, entreprise adaptée

contact@handi-print.fr