



RAPPORT D'ENGAGEMENT

ESSENTIELS RSE 2024



GROUPE ROCHER
reconnect people to nature

SOMMAIRE

- 4 ÉDITO
- 6 CULTURE DE L'ENGAGEMENT
- 8 GOUVERNANCE
- 10 PLAN STRATÉGIQUE
- 12 DES PRODUITS ÉCOCONÇUS TOUJOURS PLUS RESPONSABLES, SUR TOUT LEUR CYCLE DE VIE
- 22 UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL RÉDUIT À TOUTES LES ÉTAPES CLÉS DE LA CHAÎNE
- 32 UNE MOBILISATION DE TOUTES NOS PARTIES PRENANTES
- 44 INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE
- 46 GLOSSAIRE

L'ÉDITO DE JEAN-DAVID SCHWARTZ

Une beauté responsable, au service de la nature et de nos communautés

Chères lectrices, chers lecteurs,

Dans un monde confronté à des défis environnementaux et sociaux sans précédent, notre responsabilité est claire : conjuguer performance économique et responsabilité sociétale pour façonner une beauté naturelle, efficace et engagée. Ce chemin, semé de défis, nous pousse à progresser sans relâche. Cette édition 2024 de notre Rapport d'engagement illustre nos progrès et notre ambition de transformer chaque produit, chaque boutique, chaque échange et chaque usage, pour cultiver nos liens avec la nature.

Le Groupe Rocher se caractérise par son modèle intégré « de la plante à la peau », cycle complet qui s'étend de la recherche scientifique à la vente, en passant par la culture de nos champs, la production dans nos usines, la gestion de nos centres logistiques, la distribution par nos différents canaux de vente, l'accueil de nos client(e)s... jusqu'à l'usage final du produit et, idéalement, son recyclage.

Notre démarche d'écoconception globale, qui fait pleinement écho à ce cheminement, s'est encore renforcée en 2024. Vous le découvrirez à la lecture de ce rapport. Nous nous efforçons, toujours plus, de progresser à chaque étape de la chaîne de valeur : produits écoconçus, ingrédients soigneusement sélectionnés, formules rigoureusement développées, emballages à impact minimal, usage frugal des



Jean-David Schwartz,
Directeur Général
Exécutif
du Groupe Rocher

ressources industrielles et énergétiques,
matériaux durables dans nos boutiques,
exigences RSE pour nos différents partenaires...

En collaborant avec des fournisseurs partageant
nos priorités environnementales et sociales,
et en mobilisant des acteurs engagés dans
nos projets, nous cocréons un écosystème
responsable. Nos 50 millions de client(e)s,
invités à adopter des pratiques de consommation
plus durables, sont aussi partie prenante
de cette vision.

Je tiens à particulièrement saluer le rôle
des 13 000 salarié(e)s de notre groupe, qui
sont au cœur de cette dynamique. Conscientes
que notre ambition exige des efforts constants
face aux complexités, ainsi que des ajustements
face aux réalités changeantes, nos équipes
évoluent, innovent et progressent chaque jour.

En 2025, nous poursuivons cette trajectoire,
convaincus que performance et responsabilité
se renforcent mutuellement. Ensemble,
nous continuerons d'œuvrer pour une beauté
qui crée de la valeur pour nos communautés
– entreprise, marques, équipes et parties
prenantes. Une beauté qui engage nos client(e)s
dans des choix de consommation durables.
Une beauté, enfin, qui préserve, respecte
et célèbre la nature.



GROUPE ROCHER: UNE CULTURE DE L'ENGAGEMENT

Le Groupe Rocher en 2024

Un chiffre d'affaires
de près de

2,2 MILLIARDS €
dont 60 % réalisé
en Europe

Plus de

13 000
COLLABORATRICES
ET COLLABORATEURS

Présence dans

111 PAYS

90 %

DES PRODUITS

de soin et bien-être des
marques du groupe sont
fabriqués dans les usines
du groupe

93 %

D'INGRÉDIENTS

d'origine naturelle
en moyenne

50

MILLIONS
de client(e)s

ACTIONNARIAT
FAMILIAL À

+ DE **99 %**

UN GROUPE FAMILIAL AUX ACTIVITÉS INTERNATIONALES

Fondé en 1959 par Monsieur Yves Rocher à La Gacilly, dans le Morbihan en Bretagne, le Groupe Rocher, dont l'actionnariat est principalement familial, est un acteur international des secteurs de la beauté et du bien-être, de l'entretien de la maison et de la mode enfantine. Il regroupe des marques et entreprises ayant en commun des engagements sociaux et environnementaux avérés.

YVES ROCHER
FRANCE

 arbonne.



Dr. Pierre Ricaud



STANHOME



La médaille Gold place
le Groupe Rocher dans
le top 5 % des entreprises
évaluées par EcoVadis.

UNE ENTREPRISE À MISSION

Le Groupe Rocher est, depuis 2019, entreprise à mission telle que définie la même année par la loi Pacte : une entreprise ayant inscrit dans ses statuts juridiques sa raison d'être au moyen d'un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux qu'elle poursuit dans le cadre de son activité. Le Groupe Rocher affirme ainsi sa volonté de concilier performance économique et sociétale à travers sa mission :

reconnecter ses communautés à la nature.

UNE RAISON D'ÊTRE

Notre conviction

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

Nos activités

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

Nos principes

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

Nos manières d'agir

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

TROIS OBJECTIFS STATUTAIRES AU SERVICE DE LA MISSION DU GROUPE

1

Promouvoir et faire vivre des expériences de nature à ses parties prenantes.

2

Former aux enjeux de la nature et aux limites planétaires.

3

Agir en faveur de la nature en visant à concilier activités humaines et réduction de l'impact sur les ressources naturelles.



LA GOUVERNANCE DU GROUPE ROCHER

ADAPTÉE À SON ENVERGURE ET SA STRUCTURE

Suivant les meilleures pratiques des groupes internationaux, la gouvernance du Groupe Rocher distingue clairement les rôles attribués aux fonctions dirigeantes :

Le Président du Conseil d'Administration du Groupe Rocher définit et porte la vision stratégique ainsi que le statut d'entreprise à mission sur le long terme.

La Direction Générale Exécutive assure la conduite opérationnelle des affaires et le déploiement de la stratégie à court et à moyen termes.

COHÉRENTE AVEC SES ENGAGEMENTS D'ENTREPRISE À MISSION

La volonté de s'appuyer sur la RSE comme l'un des moteurs de la transformation du groupe est relayée à tous les niveaux de l'organisation :

La Direction Mission & Impact Groupe pilote le déploiement de la stratégie RSE (telle qu'elle est définie par la Direction Générale Exécutive Groupe).

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

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

Le Comité d'Audit et des Risques permet, quant à lui, de questionner la bonne intégration des risques environnementaux et sociaux dans les politiques RSE du groupe et de ses marques.



LA MÉTHODE OKR : OBJECTIVES AND KEY RESULTS

Ce cadre encourage la mobilisation collective autour d'ambitions communes. L'objectif « engagement » est stratégique, au même rang que la « désirabilité » des marques, la « croissance » des ventes et l'amélioration de la « rentabilité ». En 2024, l'OKR « engagement » intègre des résultats clés liés au développement des produits responsables, à la poursuite de la trajectoire carbone et à la mobilisation des collaborateurs.



«
Porté par une
gouvernance engagée
et soutenu par des
actionnaires familiaux,
le groupe réinvente
avec détermination
sa mission à l'aune des
enjeux du ^{XXI}^e siècle.

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



Tarik CHEKCHAK,
membre du Comité
de Mission
du Groupe Rocher
et Directeur du Pôle
Stratégies Inspirées
du Vivant à l'Institut
des Futurs souhaitables

LA RSE AU CŒUR DU PLAN STRATÉGIQUE

Le plan stratégique à horizon 2030 du Groupe Rocher fait de sa politique RSE l'un des moteurs de sa transformation.

Celle-ci est organisée autour d'engagements environnementaux, sociaux et sociétaux qui sont au cœur de la proposition de valeur pour les client(e)s du Groupe Rocher.

Ces engagements couvrent toute la chaîne de valeur, depuis le choix des ingrédients jusqu'à leur fin de vie.

**DES PRODUITS
ÉCOCONÇUS
TOUJOURS PLUS
RESPONSABLES,
SUR TOUT LEUR
CYCLE DE VIE**



**UN IMPACT
ENVIRONNEMENTAL
RÉDUIT À TOUTES
LES ÉTAPES CLÉS
DE LA CHAÎNE**

**UNE MOBILISATION
DE TOUTES LES
PARTIES PRENANTES**





**DES PRODUITS ÉCOCONÇUS
TOUJOURS PLUS
RESPONSABLES, SUR
TOUT LEUR CYCLE DE VIE**





INGRÉDIENTS



FORMULES



EMBALLAGES

TOUT COMMENCE PAR L'ÉCOCONCEPTION

Pour aller plus loin dans sa transformation, le Groupe Rocher a mis en place une démarche de progrès mobilisant l'ensemble de ses marques.

Dans ce cadre d'ici 2030, chaque produit devra s'attacher à répondre une douzaine de critères portant à la fois sur les matières premières, les formules et les emballages.

Cette méthode, à la fois structurante et évolutive, permet de renforcer la cohérence du portefeuille tout en respectant l'identité de chaque marque.

Une ambition commune guide ce mouvement : rendre l'offre toujours plus pertinente, exigeante et responsable.

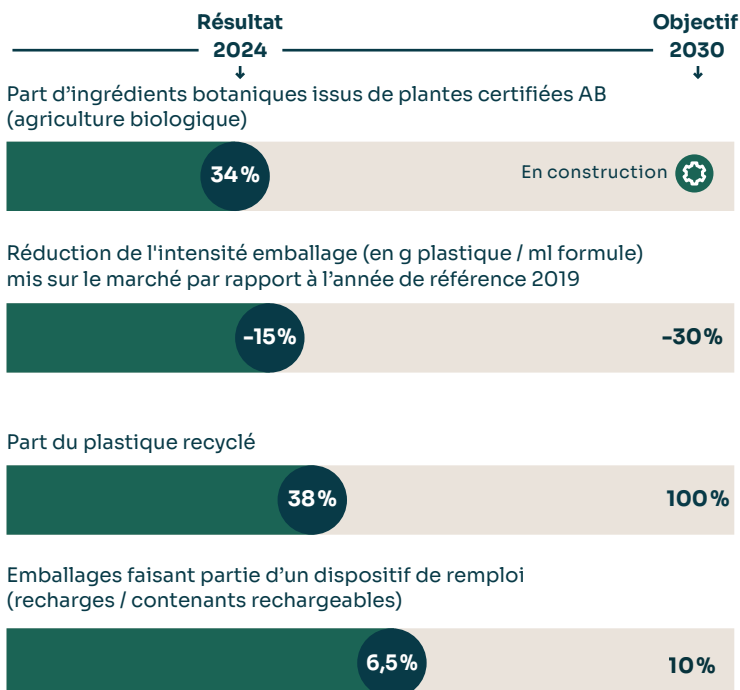


L'innovation responsable guide chacune de nos actions, avec 68 brevets déjà déposés et 6 nouveaux en 2024. Portée par une équipe de 220 experts, notre vision « De la plante à la peau » se concrétise à travers des soins performants et durables, comme le sérum Lift Pro-Collagène d'Yves Rocher ou Rose Intense Rehydrating Serum de SABON.



Véronique SCHWARTZ-BOISHU,

Directrice Scientifique du Groupe Rocher



DES INGRÉDIENTS SOIGNEUSEMENT CHOISIS



UNE ÉVALUATION COMPLÈTE

Toutes les marques du groupe portent une attention particulière aux matières premières entrant dans la composition de leurs produits. Elles doivent répondre à des impératifs de qualité, de sécurité et de naturalité, mais ce n'est pas tout : le Groupe Rocher tient également à les évaluer en fonction de critères RSE.

Par exemple, les ingrédients et compositions parfumantes des produits cosmétiques sont évalués en fonction de six critères :

93%
DES VOLUMES
D'INGRÉDIENTS

achetés par le Groupe Rocher
sont **d'origine naturelle**
(selon la norme ISO 16 128).

Conformité à la
politique ingrédients
du groupe

Localisation des sites
de production

Évaluation des procédés
de fabrication

Biodégradabilité
et écotoxicité

Naturalité (sur la base
de la norme ISO 16 128)

Politique de
sourcing durable



VERS DES FILIÈRES PLUS DURABLES



Conscient de sa dépendance aux approvisionnements végétaux, le Groupe Rocher cartographie depuis de nombreuses années les pratiques économiques, sociales et environnementales de ses fournisseurs directs et de leurs réseaux d'approvisionnement. Une connaissance approfondie de ces chaînes de valeur souvent complexes est la clé d'un sourcing respectueux du vivant. Elle est aujourd'hui portée au sein du groupe par une équipe dédiée.

Ces analyses, qui tiennent compte de la réalité de la production agricole et de la cueillette, permettent de qualifier et classer les filières en fonction de leurs risques ou de leurs impacts positifs selon les trois piliers du développement durable (social, économique et environnemental). Elles permettent, en concertation avec l'ensemble des métiers, de prioriser les actions à mener pour chaque filière : sortie du portefeuille ou plan d'amélioration partagé avec les fournisseurs.

1313

MATIÈRES PREMIÈRES
cartographiées en 2024.

BONNE PRATIQUE

SUSTAINABLE GUAR INITIATIVE

Dans le cadre de ses plans d'amélioration, le Groupe Rocher a signé le 1^{er} janvier 2024 avec Solvay et TechnoServe un programme d'accompagnement de 300 familles productrices de guar – un ingrédient présent dans de nombreuses gammes de soins pour cheveux – de deux villages du district de Bikaner au Rajasthan, en Inde. D'une durée de trois ans, il comprend des volets agronomiques (via la formation), sociaux (pour l'émancipation des femmes et l'éducation des enfants), économiques (pour des prix plus justes) et environnementaux (fourniture de plants d'arbre).

PASSI FACILE

Les chaînes d'approvisionnement de matières premières sont souvent longues et complexes, car elles impliquent de nombreux acteurs, généralement dans des pays différents, depuis les lieux de culture ou de cueillette des matières végétales jusqu'à ceux de leur transformation, en passant par leur transport.

DES FORMULES RIGOREUSEMENT DÉVELOPPÉES



« Nous avons développé un savoir-faire unique dans la formulation d'ingrédients de la nature pour créer des formules naturelles, sensorielles et efficaces, en harmonie avec la peau et ses exigences. Ce savoir-faire unique, nous l'améliorons formule après formule, en favorisant l'assimilation des actifs et l'efficacité de nos textures. »

Estelle Bouvet, Directrice de la Formulation

NATURALITÉ: UN SAVOIR-FAIRE HISTORIQUE

Une beauté efficace, naturelle et engagée : c'est la ligne que défend le Groupe Rocher pour l'ensemble de ses marques de cosmétique. Depuis la création de la Cosmétique Végétale® par Monsieur Yves Rocher en 1959, la recherche de naturalité sans compromis sur l'efficacité guide les équipes scientifiques. Les chartes ingrédients et parfums du groupe sont mises à jour régulièrement. Elles regroupent :

les engagements et critères à respecter concernant **les ingrédients entrant dans les formules** et dans les 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**.

POURCENTAGE MOYEN D'INGRÉDIENTS D'ORIGINE NATURELLE DANS LES FORMULES :

YVES ROCHER
FRANCE

82%



93%



Dr. Pierre Ricaud

81%



94%

DEUX CRITÈRES CLÉS: BIODÉGRADABILITÉ ET INNOCUITÉ ENVIRONNEMENTALE

Au moment du choix des formulations, les équipes scientifiques du Groupe Rocher portent une attention particulière à leur biodégradabilité et leur innocuité environnementale, garantissant ainsi des produits respectueux de l'environnement et de la biodiversité.

89 %
DE NOS SOINS LAVANTS*
sont hautement biodégradables
au rinçage.

*Yves Rocher



DISTINCTION

SABON Japon a décroché la 2^e place pour son Black Body Cleanser dans le classement des « Best Cosmetics 2H 2024 », publié par Mimi Beauty dans la catégorie Body Wash.



COUP DE CŒUR



Le Sérums Lift Pro-Collagène a obtenu la note B selon le Green Impact Index, un outil d'affichage de l'impact environnemental et sociétal des produits cosmétiques, grâce à sa formule à 98 % d'ingrédients d'origine naturelle, biodégradable et conçue pour limiter son impact sur le milieu aquatique.



PACKAGING : UN ENGAGEMENT MULTIFORME

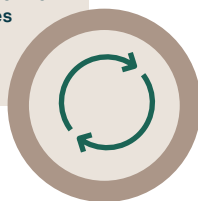
UNE PRIORITÉ : LA RÉDUCTION DU PLASTIQUE

Le meilleur déchet étant celui que l'on ne produit pas, la diminution de l'usage du plastique dans les emballages est un enjeu fondamental de la démarche d'écoconception du Groupe Rocher. Une politique spécifique a été définie en 2015, fixant des objectifs ambitieux à horizon 2030 pour toutes les marques. Elle vise notamment la diminution du poids de certains emballages, la suppression d'éléments, ou encore le développement de gammes solides et rechargeables. Depuis 2022, le groupe est également signataire du Plastic Act, un plan collectif d'actions de réduction de l'empreinte plastique du secteur cosmétique.

FOCUS ARBONNE

ARBONNE DIVISE PAR DEUX SON USAGE DE PLASTIQUE

dans les emballages en 2024 et atteint son ambition avec deux ans d'avance (en intensité plastique g plastique/ ml de formule) vs. 2019. Cela représente une économie de plus de 220 tonnes de plastique par an.



LE RÉEMPLOI : CLÉ DE VOÛTE DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

La récupération des emballages et le réemploi des produits font partie des actions phares du groupe pour réduire les impacts environnementaux de la fin de vie des produits et les intégrer dans l'économie circulaire.

Plusieurs actions ont été mises en place par les marques, comme le circuit de seconde main de Petit Bateau, lancé dès 2017, ou le test pilote de produits en verre consignés réalisé en 2024 par Yves Rocher.



FAVORISER LA RECYCLABILITÉ

Accroître la part des emballages qui seront recyclés passe d'abord, pour le Groupe Rocher, par la suppression des éléments perturbateurs de recyclage, des résines non recyclables et des matériaux mixtes. Les décors métallisés, par exemple, ont été supprimés sur certains capots de produits Dr. Pierre Ricaud et sur les emballages des collections de Noël de la Marque Yves Rocher. Ainsi, en 2024, 55 % des emballages du groupe sont entièrement recyclables.

1043 KG

DE PACKS MAQUILLAGE

récupérés pour être recyclés via le programme de collecte « Récolte » dans 472 boutiques Yves Rocher en 2024.

... ET L'USAGE DE RECYCLÉ

Depuis 2009, le Groupe Rocher s'engage à réduire l'utilisation de matériaux primaires en maximisant l'usage de plastique recyclé, avec pour objectif d'atteindre 100 % d'ici 2030.

92 %

DU PLASTIQUE PET UTILISÉ

DANS LE GROUPE

est issu du recyclage de déchets post-consommation.

PAS SI FACILE

L'utilisation de matières plastiques recyclées dans les emballages cosmétiques présente plusieurs défis : elles ne sont pas toujours disponibles, elles sont plus chères et posent des difficultés techniques à l'utilisation (couleur, casse, contact avec les formules) qui nécessitent des efforts continus en R&D pour les surmonter.

The background of the entire page is a close-up, high-resolution image of a wood grain. The grain is composed of numerous curved, wavy lines that create a sense of depth and texture. The colors range from light tan to deep brown, with the darker tones appearing in the recesses of the grain and the lighter tones on the raised surfaces. The overall effect is organic and natural.

UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL RÉDUIT À TOUTES LES ÉTAPES CLÉS DE LA CHAÎNE



RESSOURCES



FABRICATION



COMMERCIALISATION

VERS UNE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE RÉDUITE

Animé par la conviction que la performance d'une entreprise se mesure à sa capacité à concilier performance économique et préservation du vivant, le Groupe Rocher défend une approche respectueuse de l'environnement, aussi économe en ressources que possible.

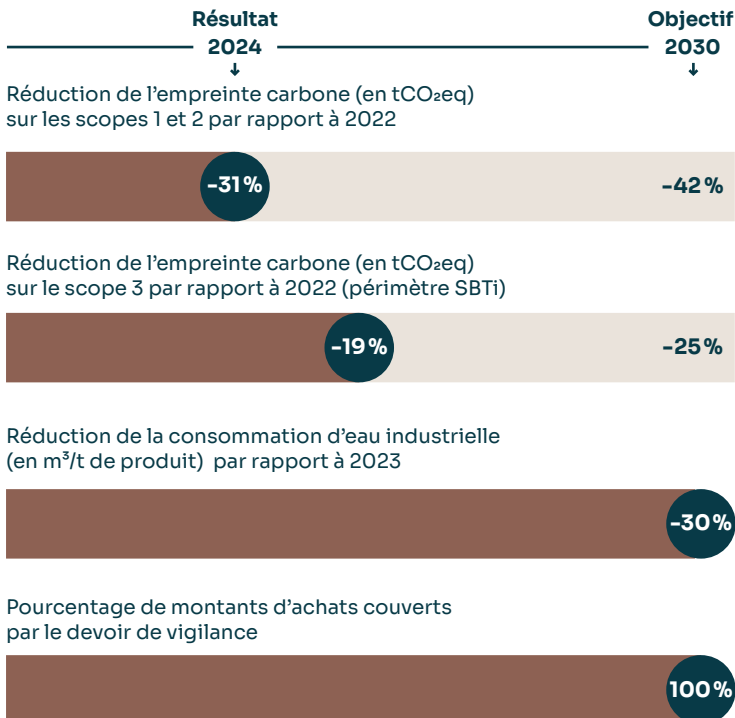
Le groupe s'engage ainsi à réduire les empreintes biodiversité, carbone et eau des trois étapes essentielles à la production et à la mise sur le marché d'un produit : son sourcing, sa fabrication et sa commercialisation.



Le respect du vivant est au cœur de notre démarche RSE. C'est en plaçant la biodiversité comme point d'ancrage que nous repensons l'ensemble de notre impact : climat, eau, sols, agriculture, approvisionnement. Chaque levier est activé pour préserver les écosystèmes et limiter notre empreinte à toutes les étapes de la chaîne de valeur.



Marie Marache,
Directrice Mission & Impact



SOURCING : LES RACINES DE LA DURABILITÉ

UNE STRATÉGIE D'ACHATS DURABLES

« Source », le programme d'achats durables du Groupe Rocher, qui s'inscrit dans un contexte de raréfaction des ressources et de complexification des filières d'approvisionnement, fait de la sélection et de la relation avec les fournisseurs l'un des leviers majeurs pour atteindre les objectifs RSE du groupe.

Les relations du Groupe Rocher avec ses fournisseurs reposent notamment sur l'application rigoureuse du devoir de vigilance et sur le déploiement d'un code de conduite. Ce dernier stipule 10 engagements attendus de leur part en matière d'éthique, de préservation de l'environnement et de responsabilité sociétale. L'objectif est que 80 % des dépenses d'achats du groupe soient couvertes par cette charte.

FOCUS TRASCE



LE GROUPE ROCHER EST MEMBRE DU CONSORTIUM TRASCE

En 2024, le groupe a rejoint ce collectif d'une vingtaine d'entreprises de l'industrie cosmétique réunies pour accélérer la transformation durable de leurs filières en cartographiant les chaînes d'approvisionnement, en évaluant leurs risques RSE et en déterminant les actions nécessaires à leur transition.



BIODIVERSITÉ: UN ENGAGEMENT RENOUVELÉ

Afin de contribuer à restaurer les chaînes du vivant, le Groupe Rocher a réaffirmé en 2024 sa stratégie biodiversité établie depuis 2010, s'appuyant sur son expertise historique. Trois axes permettent de réduire l'impact des activités du groupe sur la biodiversité :



Pour les ingrédients et actifs issus du végétal, le groupe s'engage en faveur d'un approvisionnement plus durable, en s'assurant qu'ils sont cultivés ou récoltés dans le respect de l'environnement et des droits humains. Le groupe s'appuie notamment sur des certifications (AB, RSPO, UEBT, Fair For Life, Rainforest Alliance), sur ses multiples collaborations et sur ses recherches pour améliorer ses pratiques.



Le groupe intègre la biodiversité dans l'écoconception de ses produits en appliquant des critères obligatoires sur l'origine des matières premières, formules et emballages, mais aussi en réduisant l'impact potentiel des produits lors de leur phase d'usage. Le groupe s'engage aussi dans la réduction de ses déchets grâce à l'économie circulaire.



Le groupe assure une gestion écologique de ses sites, par la mise en place d'un référentiel selon leurs types : espaces verts ou sites urbains. Sur tous ses sites français, le groupe collabore avec La Ligue pour la Protection des Oiseaux (LPO) et la Fondation Yves Rocher.

FOCUS LPO



PENDANT **15 ANS**, LA LIGUE POUR LA PROTECTION DES OISEAUX (LPO) A RÉCOLTÉ DES DONNÉES SUR LES SITES REFUGES

du Groupe Rocher en Bretagne. La synthèse de ces analyses, réalisée en 2024, démontre 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.).

UNE FABRICATION PLUS RESPONSABLE

LA STRATÉGIE BAS CARBONE DU GROUPE ROCHER

En 2024, le groupe a fait valider sa trajectoire de réduction d'empreinte carbone par la Science Based Targets initiative (SBTi). **Objectifs ? Une réduction de 42 % des émissions directes de gaz à effet de serre (GES) et de 25 % des émissions indirectes d'ici 2030 (vs. 2022).**

Pour les émissions directes, les efforts portent principalement sur des économies d'énergie et, en complément, sur l'investissement dans des énergies renouvelables. Les objectifs de réduction des émissions indirectes concernent l'impact des produits, des fournisseurs, du transport, des magasins et des activités digitales.

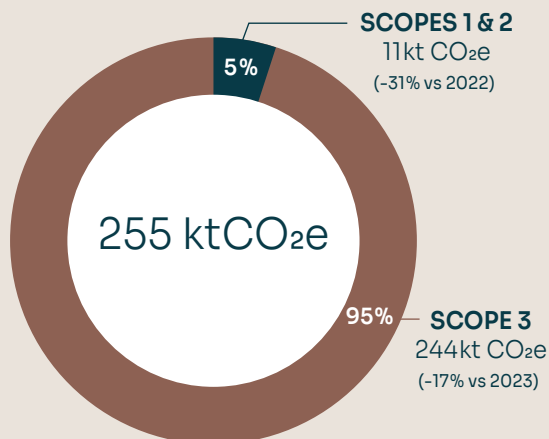
Outre ses efforts d'atténuation, le groupe mène également des actions d'adaptation pour accroître sa résilience face aux effets du changement climatique ainsi que pour contribuer à la neutralité carbone planétaire en préservant les puits de carbone naturels.



En complément de ses programmes de sobriété, le Groupe Rocher choisit d'investir dans les énergies renouvelables.

RÉSULTAT 2024
46 % d'énergie renouvelable

Bilan carbone



SCOPE 1

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

SCOPE 2

Émissions de GES liées à la production d'électricité, de vapeur et de froid.

SCOPE 3

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



QUELS CRITÈRES POUR CHOISIR LES FOURNISSEURS DE TRANSPORT ?

Le fret représente le 2^e poste d'émissions indirectes de GES du Groupe Rocher. Afin de les réduire, trois critères ont été intégrés dans les appels d'offres des transporteurs :

1

Optimisation du taux de remplissage des camions et containers.

2

Réduction des distances parcourues.

3

Développement de modes de transport et d'énergies alternatives.

53 %

DES MAGASINS

YVES ROCHER en France sont en livraison green* : objectif 65 % à fin 2025.

*décarbonation de la livraison dernier kilomètre (KM) via un mix énergétique (électrique, biogaz, biocarburant)

MAÎTRISER L'EMPREINTE EAU SUR TOUT LE CYCLE DE VIE DES PRODUITS

La stratégie eau du Groupe Rocher repose sur des objectifs de réduction de consommation et de préservation de la ressource en eau à toutes les étapes de la vie des produits : depuis le choix des matières premières et de leurs fournisseurs jusqu'à leur utilisation finale (en favorisant par exemple les produits sans rinçage), tout en passant par les procédés de fabrication dans les usines du groupe. Ici, des efforts particuliers sont réalisés sur les consommations, le recyclage des eaux usées ou encore la qualité des rejets.

15 %

DE RÉDUCTION DES BESOINS EN EAU INDUSTRIELLE

pour le Groupe entre 2019 et 2024 (m³/tonne de vrac produite) sur sa production cosmétique et détergence.

PASSI FACILE

Certaines consommations d'énergie, notamment sur les sites de production, restent difficiles à réduire. C'est le cas du chauffage et de l'électricité, nécessaires aux bonnes conditions de travail des salarié(e)s et au bon fonctionnement des sites, quel que soit le niveau de production. Elles pèsent donc sur la performance énergétique du groupe et son bilan carbone.

UNE COMMERCIALISATION ALIGNÉE SUR LES ENGAGEMENTS RSE



YVES ROCHER : S'ENGAGER SUR TOUS LES CANAUX DE VENTE

En 2024, la marque Yves Rocher a poursuivi le déploiement de son concept de magasins plus responsables en France, en Espagne, en Italie, en Belgique, en République tchèque, en Pologne et au Maroc. Les matériaux de certains équipements jusqu'alors en plastique ont été remplacés par du bambou ou du kraft. Les nouveaux présentoirs de stock des produits de maquillage contiennent jusqu'à 60 % de matières recyclées issues d'anciens équipements. Enfin, la conception des vitrines a été revue afin de réduire l'impact environnemental des changements de campagnes publicitaires, par exemple en utilisant des décors en carton sans dispositif en métal.

En septembre, la marque a lancé sa première marketplace, une plateforme mettant en avant des « marques amies » qui partagent des standards élevés de durabilité et d'éthique. Celles-ci sont tenues de respecter une charte RSE conçue autour de dix thématiques clés, ainsi que d'exigences en matière de transparence et de qualité de service. Une manière pour la marque Yves Rocher d'affirmer son engagement en faveur d'une beauté responsable.



BONNE PRATIQUE

UN SCORING CARBONE POUR LES CADEAUX YVES ROCHER

Depuis 2023, un travail de mesure de l'empreinte carbone des cadeaux de la marque a été mis en place par les équipes dédiées avec l'objectif de réduire de 30 % le poste cadeaux d'ici 2030. Une manière de faire des choix éclairés et stratégiques afin de proposer des cadeaux attractifs tout en maîtrisant leur impact écologique.



« Nous avons franchi une nouvelle étape cette année en lançant la première marketplace dédiée à la beauté et au bien-être responsables. Ce projet digital reflète notre double ambition : rendre la marque Yves Rocher plus désirable et démocratiser une beauté plus responsable. Nous invitons des « marques-amies » qui partagent nos valeurs à rejoindre cette plateforme unique sur notre site internet qui enregistre déjà 50 millions de visites par an en France. »

Louise Elineau-Bleu,
Directrice Marketplace Yves Rocher

BONNE PRATIQUE

263 BOUTIQUES YVES ROCHER EN TURQUIE

couvrent leurs besoins en électricité grâce à l'énergie solaire via l'achat de « Renewable Energy Certificates ».



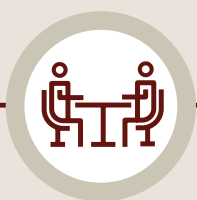


UNE MOBILISATION DE TOUTES LES PARTIES PRENANTES





SALARIÉ(E)S



FOURNISSEURS



PARTENAIRES



CLIENT(E)S

POUR UN ÉCOSYSTÈME RESPONSABLE

Pour répondre à sa mission et rendre son modèle d'affaires plus durable, le Groupe Rocher imagine chacun de ses produits en cocréation et au service de communautés engagées : des fournisseurs qui partagent ses priorités environnementales et sociales, des salarié(e)s qui en sont à la fois bénéficiaires et acteurs, des tiers (partenaires, associations, concurrents) qui collaborent à la transformation du secteur, et des client(e)s invité(e)s à choisir une consommation plus responsable.



Le Groupe Rocher a la capacité de mobiliser un vaste réseau – ses 13 000 collaborateurs, près de 16 000 fournisseurs, 50 millions de clients et la Fondation Yves Rocher – pour préserver la nature. Notre ambition est à la fois de protéger la planète pour les générations futures et de préparer ces générations à en prendre soin. Nos objectifs statutaires reflètent cette vision : sensibiliser, former et agir en faveur de la préservation de la nature.



Jeanne Renard,
Directrice People et Mission
et membre du Comité Exécutif du Groupe Rocher

99 % DE SALARIÉ(E)S

ont eu accès à une expérience de nature
et/ou une action de sensibilisation environnementale.

11 H

DE FORMATION PAR SALARIÉ(E)/AN EN MOYENNE

50 MILLIONS

DE CLIENT(E)S

1,1 MILLION

DE PRODUITS PROPOSÉS AU DON

(équivalent à 6,5 M€ de dons aux associations).

450 PERSONNES

rejoindront en 2025 les quelque 4 000 salarié(e)s déjà
sensibilisé(e)s grâce au programme Nature Academy.

DES FOURNISSEURS IMPLIQUÉS



LA GACILLY : LIEU EMBLÉMATIQUE ET LABORATOIRE DE MODÈLES DURABLES

À La Gacilly, en Bretagne, sont réunis tous les éléments clés du modèle d'affaires durable souhaité par le Groupe Rocher : des cultures agroécologiques (herbier, jardin botanique), un pôle industriel (usine et logistique) engagé dans la réduction de son impact environnemental, des structures d'écotourisme (musée, restaurant, tiers-lieu) et la Fondation Yves Rocher. Le tout en favorisant des liens solides avec les communautés et fournisseurs locaux.

Ce lieu emblématique du Groupe Rocher est aussi adapté pour tester, à l'échelle du territoire, des programmes ambitieux comme « La Gacilly - Bas Carbone », dont les objectifs ont été atteints en 2024.

-50 %
D'ÉMISSIONS DE GES
DES SITES (VS. 2019)
OBJECTIF 2025 :
- 75 % D'ÉMISSIONS DE GES
ET 85 % D'ÉNERGIE
RENOUVELABLE.

C'est ici aussi que sont régulièrement invités les fournisseurs et parties prenantes à venir partager la vision du groupe, des expériences de nature ou des engagements concrets, comme lors de la première « convention ESG » organisée en 2024 (voir focus ci-contre).





« Le Groupe Rocher contribue au développement des filières locales de valorisation du bois issu du bocage. Cette initiative permet aux agriculteurs de trouver un débouché en circuit-court, en les rémunérant par l'intermédiaire de Collectif Bois Bocage (35) et la SCIC Argoat Bois Energie (56). Cela aura un impact bénéfique sur les haies et sa biodiversité en adoptant des prélèvements raisonnés sans atteintes aux autres services rendus (stockage carbone, régulation des eaux de surface...). »

Samuel Le Port,
SCIC Argoat Bois Energie

FAVORISER DES ÉCOSYSTÈMES ENGAGÉS ET PLURIELS

S'appuyer sur un écosystème de fournisseurs engagés est fondamental pour la réussite de la transition écologique et sociale du Groupe Rocher. Les critères RSE et les exigences de durabilité sont ainsi intégrés à toutes les étapes de la relation avec les fournisseurs : homologation, appels d'offres et pilotage quotidien.

66 %
DES FOURNISSEURS
DU GROUPE ÉVALUÉS
VIA ECOVADIS ont
amélioré leur note à la suite
d'une réévaluation en 2024.

À ce titre, une attention particulière est portée à l'intégration d'entreprises du secteur adapté et protégé dans notre panel de fournisseurs.

FOCUS ESG

CONVENTION ESG : À LA DÉCOUVERTE DE « LA GACILLY BAS CARBONE »

À l'invitation de la Direction Finance & Légal du Groupe Rocher, 33 partenaires (fournisseurs, banquiers, assureurs) sont venus à La Gacilly en septembre 2024 découvrir sur le terrain les cinq piliers du projet bas carbone :

la sobriété et la transition énergétiques, notamment grâce aux chaudières biomasses des sites industriels;

le soutien à une filière bois durable et locale;

l'alimentation bio et locale;

la mobilité responsable;

la sobriété numérique.



SALARIÉ(E)S : UN MODÈLE SOCIAL ENGAGÉ ET INSPIRANT

SÉCURITÉ, SANTÉ ET BIEN-ÊTRE AU PREMIER PLAN

Assurer aux salarié(e)s un environnement de travail attentif à leur sécurité, à leur santé et propice à leur bien-être constitue le premier engagement du Groupe Rocher en tant qu'employeur. Des actions de sensibilisation et de prévention des risques sont déployées chaque année. Elles prennent notamment la forme de mesures de réduction de la pénibilité, d'audits ergonomiques, d'optimisation du matériel, ou encore d'ajustements des postes.

En 2024, la solution KIMEA a été déployée au sein des sites de production et de logistique français du groupe ainsi que dans les boutiques Yves Rocher. Fondée sur des outils de captation vidéo et d'intelligence artificielle, elle améliore le confort au travail et réduit les risques de blessures ou de maladies professionnelles. Par ailleurs, un dispositif de prévention du cancer du sein fondé sur un bilan prédictif, réalisé par Predilife, a été proposé aux collaboratrices de plus de 40 ans, qui ont été 380 à en bénéficier.

FAVORISER LA DIVERSITÉ, L'ÉGALITÉ ET L'INCLUSION

Les notions de diversité et d'inclusion sont intégrées depuis plusieurs années dans les principes RSE du Groupe Rocher et font l'objet, depuis 2023, d'un comité de pilotage dédié. En complément, des relais par marques et pays ont été identifiés en 2024 afin de décliner la politique du groupe dans des actions locales adaptées à leurs contextes. Parmi celles-ci, on compte notamment des **sessions de sensibilisation aux biais et stéréotypes, une conférence sur le leadership inclusif ou encore des formations contre le harcèlement et les agissements sexistes.**

DÉVELOPPER LES CONNAISSANCES ET EXPERTISES RSE DES ÉQUIPES

« Former aux enjeux de la nature et aux limites planétaires » est l'un des objectifs statutaires du Groupe Rocher, qu'il s'emploie à réaliser en proposant à ses salarié(e)s un corpus de formations adaptées. **Un parcours généraliste aux enjeux de la nature est accessible à l'ensemble du personnel via deux modules en ligne, « Les Essentiels de la RSE »**, lancés en septembre 2023 et déployés en 2024. En complément, des formations « expertises RSE métiers » sont dispensées aux expert(e)s de chaque métier du groupe afin qu'elles et ils aient connaissance des enjeux de durabilité liés à leur périmètre. Les marques complètent ces parcours avec des formations propres en lien avec leurs engagements.

**COUP
DE CŒUR**

4 582 SALARIÉ(E)S

formés aux deux modules
« Les Essentiels de la RSE ».
Une note moyenne
de satisfaction de 4,6/5
(sur un panel de 3 982 personnes).

5 320

**COLLABORATRICES
ET COLLABORATEURS,**

soit 90 % des effectifs, ont eu accès
à une ou plusieurs expériences
de nature et/ou à des actions
de sensibilisation environnementale
au cours des années 2023 et 2024.



2 906

**COLLABORATRICES
ET COLLABORATEURS**

ont participé à cette
demi-journée de sensibilisation
immersive et théorique organisée
par le Groupe Rocher en deux
étapes :

une marche de reconnexion dans
un milieu naturel ;

un atelier d'intelligence collective
sur les crises de la biodiversité.

4,7/5

**DE NOTE DE SATISFACTION
MOYENNE** du nouveau format
(lancé en 2023) .

PARTENAIRES ET COMMUNAUTÉS: AVANCER ENSEMBLE

GREEN IMPACT INDEX: COLLABORER POUR PLUS DE TRANSPARENCE

Le Groupe Rocher est l'un des 22 membres fondateurs du consortium Green Impact Index, qui réunit fabricants, fournisseurs, associations et fédérations œuvrant ensemble à la transition de l'industrie vers plus de responsabilité et de transparence.

Sous l'égide de l'AFNOR, ce collectif a travaillé à la création d'un outil de calcul et d'affichage de l'impact environnemental et sociétal des produits cosmétiques, des compléments alimentaires et des produits de santé familiale et de bien-être.

Ce score s'appuie sur une approche holistique du cycle de vie des produits, intégrant plusieurs enjeux essentiels à la durabilité. Il permet aux consommateurs de faire des choix éclairés en privilégiant des produits à plus faible impact et des entreprises engagées.

En septembre 2024, Bris Rocher (Président du Groupe Rocher) a été nommé à la tête du consortium.

Yves Rocher est la première marque du Groupe Rocher à déployer progressivement l'affichage du Green Impact Index auprès de ses consommateurs.



Résultats 2024 Yves Rocher :

16 %

DU CHIFFRE D'AFFAIRES

réalisé avec des produits
affichant un Green Impact Index.



130 MILLIONS

D'ARBRES PLANTÉS

dans le monde (dont plus de 6 millions en France) grâce au programme « Plant for Life ».

FOCUS
FONDATION YVES ROCHER

FONDATION YVES ROCHER
POUR LA NATURE

Reconnue d'utilité publique depuis 2020, la Fondation Yves Rocher, créée en 1991, est engagée dans la préservation de la biodiversité via trois principaux leviers d'actions:

le développement de l'agroforesterie;

la restauration des forêts et la régénération naturelle des espaces naturels;

la promotion de l'engagement citoyen via des actions de sensibilisation.

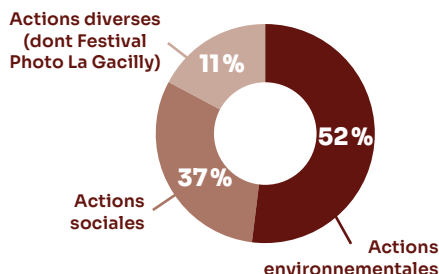
S'ENGAGER PAR LA PHILANTHROPIE ET LE MÉCÉNAT

Chacune des marques définit sa mission singulière contribuant à la mission globale du groupe. Une manière pour elles de défendre leur vision en faveur du bien commun, au-delà des enjeux financiers et commerciaux. Leurs engagements philanthropiques et de mécénat en découlent. Parmi les actions de 2024, on compte par exemple la participation, pour la troisième année consécutive, de 40 salariés de Dr. Pierre Ricaud au challenge sportif Cancer@Work.

6 MILLIONS

D'EUROS de dons et de mécénat venant du Groupe Rocher et de ses marques.

RÉPARTITION DES MONTANTS DE DONS DU GROUPE ROCHER 2024



CLIENT(E)S : AU CŒUR DU MODÈLE D'AFFAIRES DURABLE

PROMOUVOIR UNE CONSOMMATION RESPONSABLE

En tant que fabricant et distributeur de produits, le Groupe Rocher est conscient du **rôle fondamental qu'il a à jouer dans l'accompagnement de ses client(e)s vers des modes de consommation plus responsables**. Cette ambition guide tous les aspects des propositions commerciales des marques du groupe : depuis l'offre de produits jusqu'à leur fin de vie, en passant par les modalités de leur promotion et commercialisation, ainsi que leur utilisation. Objectif ? Faciliter à chaque fois les options plus responsables pour les consommatrices et consommateurs.

LA MARQUE YVES ROCHER TESTE LA CONSIGNE

En complément de ses objectifs de réduction d'utilisation du plastique, la marque Yves Rocher entend explorer la piste du réemploi des packagings en verre qui, en 2024, représentaient 45,4 % du poids total de ses emballages.

Ayant rejoint ReCosm - la coalition de promotion de la consigne dans l'industrie cosmétique pilotée par Circul'R et Citeo -, la marque a pu lancer dans 3 boutiques en France un test pilote de produits consignés pour 36 références de soins pour le visage.

Elle propose une récompense de 1 € sous forme de carte-cadeau pour chaque pot retourné. Fin 2024, le taux de retours était de 4,5 %, pour un objectif fixé à 10 %. Le test est poursuivi en 2025.





« Chez Dr. Pierre Ricaud, l'attention portée à nos clientes se traduit par une transparence totale sur nos formules, nos engagements et nos processus de fabrication. Depuis trente-cinq ans, nous maîtrisons chaque étape de création de nos soins, dans nos propres usines en France, afin de garantir efficacité, traçabilité et respect de l'environnement. Cette exigence nous permet de proposer des produits toujours plus responsables, pensés pour le bien-être de nos clientes et de la planète. »

PAS SI FACILE

Proposer des produits considérés comme responsables, selon une pluralité de critères, demande de conjuguer de multiples exigences. Notre charte interne s'appuie sur notre expérience en écoconception et renforce nos ambitions sur une douzaine de leviers. Le véritable défi : concilier performance, désirabilité, accessibilité et impact réduit, sans compromis.

Nathalie Lagron,
Directrice Générale Dr. Pierre Ricaud

COUP DE CŒUR

Yves Rocher, marque **NUMÉRO 1 EN FRANCE** (en volume et valeur) sur les shampoings solides et les produits cosmétiques solides.



« **ESSENCE DE BEAUTÉ** », LA GAMME PREMIUM DE LA MARQUE DR. PIERRE RICAUD existe en version rechargeable depuis plus de vingt ans. Elle a été relancée en 2022 dans un nouveau pot, toujours aussi beau mais allégé de 18 % en plastique et de 40 % en verre.

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE

SALARIÉ(E)S

OBJECTIFS DU 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 %
ÉPANOUISSEMENT PERSONNEL			
4000 personnes formées aux Essentiels de la RSE d'ici fin 2024.		2292 	4582

*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

OBJECTIFS DU GROUPE ROCHER	2022	2023	2024
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 %

Légende

Objectifs atteints	 En bonne voie	 En retard	En construction
--------------------	---	---	-----------------

ENVIRONNEMENT

OBJECTIFS DU 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 sur les scopes 1 et 2.	16513	-17 %	-31 %
-25 % tCO ₂ eq en 2030 vs. 2022 sur le scope 3 (périmètre SBTi).	222203	-14 %	-19 %
PLASTIQUE			
-30 % de plastique (g/ml) mis sur le marché en 2030 vs. 2019.	-7,7 %	-4,8 %	-15 %
100 % de plastique recyclé d'ici 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

OBJECTIFS DU GROUPE ROCHER

2022

2023

2024

ACHATS RESPONSABLES			
80 % des montants d'achats couverts par le Code de conduite Fournisseurs Groupe.	76 %	82 %	81 %
100 % des montants d'achats couverts par le devoir de vigilance.		100 %	100 %
ANCRAGE TERRITORIAL			
-75 % tCO ₂ eq sur les 14 établissements Groupe à La Gacilly, Rieux et Ploërmel en 2025 vs. 2019.		-35 %	-50 %

GLOSSAIRE

1 / BILAN CARBONE (P. 29)

Méthode de calcul des émissions de gaz à effet de serre (GES) d'une organisation, englobant les émissions directes (scope 1, liées à ses activités propres) et indirectes (scope 2, liées à l'énergie consommée, et scope 3, liées à sa chaîne de valeur). Le bilan carbone est exprimé en tonnes d'équivalent CO₂ (tCO₂eq) et guide la stratégie de réduction des impacts carbone.

2 / ÉCOCONCEPTION

(P. 4, 14, 20, 27, 44)

Démarche visant à minimiser l'impact environnemental d'un produit dès sa conception, en tenant compte de toutes les étapes de son cycle de vie : extraction des matières premières, fabrication, utilisation et fin de vie. Elle privilégie des choix durables, comme l'usage de matériaux recyclés ou biodégradables.

3 / FILIÈRE VÉGÉTALE

Ensemble des acteurs, tels que les agriculteurs, les coopératives et les transformateurs, collaborant à la culture, la transformation et l'approvisionnement durable d'ingrédients végétaux. Cette chaîne favorise des pratiques respectueuses de l'environnement et des communautés.

4 / GES : GAZ À EFFET DE SERRE

(P. 28, 29, 36)

Gaz tels que le dioxyde de carbone (CO₂), le méthane (CH₄) ou le protoxyde d'azote (N₂O), issus d'activités humaines (transports, industrie, agriculture, énergie) ou de sources naturelles. En retenant la chaleur dans l'atmosphère, ils contribuent au réchauffement climatique. Leur concentration croissante est la principale cause du réchauffement.

5 / INGRÉDIENT D'ORIGINE

NATURELLE (P. 6, 16, 18, 19)

Ingrédient obtenu à partir de ressources naturelles (végétales, animales ou minérales), transformé par des procédés physico-chimiques limités. À part le miel et la cire d'abeille, aucune matière animale n'entre dans la composition des produits des marques du Groupe Rocher.

6 / SBTi (SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVE) (P. 28, 45)

Initiative soutenue par le Carbon Disclosure Project (CDP), le Pacte mondial des Nations Unies, le World Resources Institute (WRI) et le Fonds mondial pour la nature (WWF). Elle accompagne les entreprises dans la définition d'objectifs de réduction des gaz à effet de serre (GES) fondés sur la science, en cohérence avec l'Accord de Paris pour limiter le réchauffement climatique à 1,5°C.

Responsable de la publication :

Direction Mission & Impact Groupe Rocher
et Direction de la communication Groupe Rocher

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

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

Conception réalisation : Agence 3^e étage

Juin 2025

