

■ Message du président

- ☐ De la croissance qui dure à la croissance durable

■ L'Oréal prend part au Développement Durable

- ☐ La démarche de développement durable du groupe
- ☐ Nos enjeux de développement durable
- ☐ Nos valeurs et nos comportements
- ☐ Le Gouvernement d'entreprise chez L'Oréal

■ Un modèle économique

- ☐ Activité
- ☐ Nos métiers et nos marques
- ☐ Moyens économiques durables
- ☐ Création de Valeur

■ Recherche et Développement

- ☐ Au service des principes de la durabilité
- ☐ La Recherche au cœur de l'entreprise
- ☐ Sélectionner les matières premières
- ☐ Développer des méthodes alternatives aux tests chez l'animal
- ☐ Répondre aux besoins spécifiques de la diversité des populations

■ Social et Humain

- ☐ Le développement humain, une finalité de l'entreprise
- ☐ Des effectifs croissants
- ☐ Un recrutement de cadres internationaux et multiculturels
- ☐ Un développement de carrière personnalisé
- ☐ Une mobilité encouragée
- ☐ Une politique de développement des compétences
- ☐ Une politique de rémunération motivante pour tous
- ☐ Un dialogue permanent à tous les niveaux
- ☐ Des programmes d'insertion et d'apprentissage
- ☐ Des conditions de travail favorables

■ Sécurité, Hygiène et Environnement

- ☐ Des priorités dans l'activité du groupe
- ☐ Organisation et Management
- ☐ Sécurité au travail sur les sites industriels
- ☐ Politique énergétique
- ☐ Consommation d'eau
- ☐ Rejets atmosphériques
- ☐ Déchets
- ☐ Effluents
- ☐ Emballages

■ Responsabilité et Société

- ☐ S'engager au côté des communautés

- ☐ L'Unesco et L'Oréal Pour les Femmes et la Science
 - ☐ Récompenser les talents et encourager les vocations
 - ☐ Un partenariat au rayonnement international
-
-
-

■ Message du président

- ☐ De la croissance qui dure à la croissance durable

Message du PRÉSIDENT



- ☐ De la croissance qui dure à la croissance durable
-

- Dépasser un modèle purement économique
- Un projet social
- Respect des cultures, de l'environnement

Au-delà de la réalité économique de notre entreprise, détaillée dans notre rapport annuel, nous avons souhaité présenter dans ce premier document nos valeurs et nos règles de conduite. Elles expriment nos convictions forgées depuis près d'un siècle pour une croissance durable et responsable.

Ce rapport décrit les progrès les plus significatifs accomplis depuis plusieurs années. Il fixe aussi des horizons pour l'avenir car nous sommes pleinement conscients du travail qui reste à accomplir. Avec détermination, nous entendons progresser pas à pas à travers des initiatives concrètes et mesurables.

Haut

■ Dépasser un modèle purement économique

Une première idée forte nous guide depuis toujours : il ne peut y avoir de développement durable de l'entreprise sans une croissance économique qui dure. En 2003, L'Oréal a connu une nouvelle année de progression à deux chiffres de son résultat opérationnel et nous employons toutes nos énergies pour

continuer dans ce sens. C'est notre ambition.

Mais, fidèles à notre culture d'entreprise, nous sommes intimement convaincus que pour être vraiment durable notre croissance doit dépasser un modèle purement économique.

C'est pourquoi nous cherchons toujours à lier notre performance économique avec des principes éthiques forts et une conscience réelle de nos responsabilités à l'égard de l'ensemble des publics de l'entreprise, de notre environnement et de la communauté au sens large.

Cette attitude citoyenne est intimement liée à notre mission : L'Oréal est au service de toutes les expressions de la beauté et du bien-être qu'elle cherche à rendre accessibles aux femmes et aux hommes du monde entier. Les produits cosmétiques permettent à chacun de se sentir mieux dans son corps, d'exprimer sa beauté, d'affirmer son identité, d'exprimer sa créativité. Ils apportent en cela une aide dans la dimension la plus profonde de l'être humain.

Haut

■ Un projet social

C'est un projet d'entreprise exaltant qui s'appuie d'abord sur nos 50.000 collaborateurs.

Motivation, sentiment d'appartenance, adhésion aux objectifs économiques et sociétaux sont essentiels dans une entreprise dont le modèle de développement repose essentiellement sur la croissance interne.

Cette grande aventure humaine repose sur une ambition : faire de la croissance un élément de la politique sociale et de la politique sociale un élément de la croissance.

Haut

■ Respect des cultures, de l'environnement

Nous voulons aussi une entreprise ouverte à la diversité car nous sommes pleinement convaincus qu'être différents nous enrichit.

Cette différence se concrétise également dans notre approche du développement de nos marques. Ne voulant imposer un visage unique de la beauté, L'Oréal cherche à favoriser l'expression de toutes les beautés qui font la variété exceptionnelle des visages de l'humanité.

Le respect de la diversité des cultures du monde s'accompagne d'une volonté de limiter l'impact de nos activités sur l'environnement. Dans une industrie déjà peu consommatrice de ressources et peu polluante, le groupe a réalisé, depuis une dizaine d'années, des avancées extrêmement significatives et se fixe de nouveaux objectifs ambitieux pour l'avenir.

Notre responsabilité s'exerce également à travers la volonté d'assumer nous-même notre production. Ce sont là des garanties supplémentaires de la qualité globale du produit, mais aussi du respect de règles sociales, éthiques et environnementales.

Mais, pour L'Oréal, la responsabilité de l'entreprise va au-delà. Elle se traduit également par des gestes qui montrent notre volonté d'être proches des communautés dans lesquelles le groupe opère.



Nous avons voulu ce document factuel pour montrer comment L'Oréal assume concrètement sa part de responsabilité. C'est un premier bilan qui nous servira d'outil pour progresser.

Un bilan et des objectifs qui engagent le Comité Exécutif et moi-même ainsi que toutes nos équipes à travers le monde à assumer une dimension beaucoup plus large du développement de notre entreprise. C'est notre façon d'affirmer notre vision d'une croissance véritablement durable pour le futur.

Haut

L'OREAL prend part AU DEVELOPPEMENT DURABLE



□ La démarche de développement durable du groupe

- L'organisation interne
- Les travaux ayant conduit à la réalisation de cet état des lieux
- Une politique de progrès durable

■ L'organisation interne

La démarche de responsabilité sociale est portée par un Comité Directeur Développement Durable regroupant des responsables des Directions fonctionnelles et opérationnelles de l'entreprise.

Sept groupes de travail couvrent les différentes thématiques du développement durable :

- Vision et Stratégie,
- Gouvernement d'entreprise,
- Economie et Finance,
- Recherche et Développement,
- Sécurité Hygiène et Environnement,
- Social et Humain,
- Mécénat et partenariats.

La coordination du travail de ces 7 groupes est assurée par le Directeur du Développement Durable.

La Direction du Développement Durable assure :

- l'information, la formation et la sensibilisation des collaborateurs dans le monde entier
- la coordination des programmes environnementaux et de développement durable
- la communication aux publics internes et externes des résultats obtenus

[Haut](#)

■ Les travaux ayant conduit à la réalisation de cet état des lieux

La prise en compte des recommandations internationales

L'Oréal a entrepris cet état des lieux en examinant les pratiques en cours et en étudiant les recommandations des institutions internationales et des organismes spécialisés : ONU, OCDE, Commission européenne, WBCSD (dont L'Oréal est membre) ... Le référentiel du Global Reporting Initiative (GRI), utilisé comme objectif à atteindre en terme de reporting, a permis de guider les travaux.

La conception

Chaque chantier du Comité Directeur Développement Durable a donné lieu à des réflexions sur les enjeux concernant l'entreprise et les objectifs de progrès qui pouvaient être envisagés. Chaque groupe a étudié les critères internationaux et recherché les données pertinentes. Des bilans ont été consolidés, contrôlés et approfondis pour décrire au mieux la situation de L'Oréal.

La certification

Les données sécurité, hygiène et environnement ont été visées et certifiées par le cabinet spécialisé ERM.

Les données sociales et celles relatives aux achats et à la recherche, mentionnées par un astérisque (*) ont été validées par Pricewaterhouse Coopers.

DECLARATION DE VERIFICATION

Champ et méthodologie

Environmental Resources Management, ERM, a été sollicitée pour vérifier les données relatives à la Sécurité, l'Hygiène et l'Environnement des sites de production de L'Oréal destinées à être publiées dans ce rapport développement durable disponible sur l'Internet, en considérant plus particulièrement :

- les processus de collecte des données SHE ;
- les processus de gestion des données SHE ;
- les données et tableaux de ce rapport.

Nous avons revu les valeurs fournies par les sites ainsi que les modalités de gestion des données, incluant les questionnaires, bases de données et tableaux d'analyse. Depuis le début de notre mandat, nous avons visité 14 usines sur les 42 du groupe et interviewé aussi bien les responsables chargés de collecter les données, que ceux chargés de la gestion et de l'analyse des données.

Notre processus de vérification a été centré sur les données liées à la sécurité, l'hygiène et l'environnement. ERM n'a pas examiné les données et processus relatifs à la responsabilité sociale et les relations avec les communautés, et n'a pas conduit d'entretiens avec des parties prenantes extérieures.

Constats

Notre revue a indiqué que, pour l'échantillon examiné, les systèmes de collecte et de traitement des données fournissaient des informations précises et fiables. Quelques imprécisions mineures, sans conséquence sensible dans le cadre de la consolidation à l'échelle du groupe, ont été identifiées et rapidement corrigées.

Le choix concernant des indicateurs publiés est apparu pertinent.

Des progrès ont été notés en 2003 sur la précision des données et les processus de suivi et de consolidation des indicateurs SHE clés. Des améliorations restent néanmoins possibles dans les calculs d'émissions de SO₂, même si ces émissions provenant essentiellement de chaudières utilisant encore du fuel, sont globalement limitées ainsi que pour le bruit (mesures, exposition du personnel), bien que ces données ne soient pas présentées dans ce rapport.

Bien qu'efficaces et fiables, la flexibilité des outils de consolidation des données pourrait être améliorée, notamment pour faciliter les évolutions de périmètre (introduction de nouvelles usines, changement de branches, etc.).

Des améliorations ont également été constatées sur la présentation des évolutions sur 5 ans des données SHE, à la fois en terme d'échelles et de lisibilité des graphiques.

Les données SHE présentées dans ce rapport couvrent un périmètre constitué des usines et des centrales de distribution. Bien que raisonnable concernant les aspects environnementaux, ce périmètre pourrait être étendu pour tenir compte des activités de recherche et d'administration.

Opinion

Nous pensons que les données SHE publiées dans ce rapport et présentées dans le texte et les tableaux pour l'année 2003 fournissent une image honnête, transparente et raisonnable des performances des usines et des centrales de distribution de L'Oréal dans ces domaines.

Recommandations

Nous recommandons toutefois les voies d'améliorations suivantes :

- renforcer la cohérence de la comptabilisation des formations sécurité et des validations sécurité des équipements ;
- améliorer l'évaluation des émissions de SO₂ ;
- envisager les possibilités raisonnables d'étendre le périmètre des données liées à la sécurité.

Paris, Mars 2004.

Jacques Roman
Responsable Services Management et Stratégies





Attestation du Commissaire aux Comptes sur certaines informations sociales et R&D du rapport développement durable 2003

A la suite de la demande qui m'a été faite et en ma qualité de commissaire aux comptes du Groupe L'Oréal, j'ai procédé aux travaux décrits ci-dessous et relatifs aux procédures de collecte et de consolidation de certaines informations publiées dans le présent rapport et identifiées par le signe ". S'agissant de la première année d'intervention, le contrôle du déploiement des procédures dans les filiales et des données elles-mêmes n'entre pas dans le champ de ma mission.

Ces informations ont été préparées sous la responsabilité de la Direction Générale. Il m'appartient, sur la base de mes travaux, de vous faire part de mes constats.

Nature et étendue des travaux

J'ai mis en œuvre les diligences suivantes :

- Pour chacune des informations examinées : rencontre avec les différents interlocuteurs suivants, en charge de l'organisation du reporting et de la consolidation des données au niveau Groupe :

- Pour les informations sociales : Direction des Systèmes d'Information RH Groupe, Service Apprentissage et Formation, Direction Education Permanente, Direction Relations Sociales Internationales, Direction Mobilité Internationale, Direction du Recrutement International, Direction Générale des Achats
- Pour les informations R&D, au sein de la Direction Générale Recherche et Développement : Direction Contrôle de Gestion, Direction Internationale Fonction Centrales, Direction Internationale Propriété Industrielle, Direction Internationale Matières Premières

- Avec ces interlocuteurs, sur base d'entretiens et de revues documentaires (instructions envoyées aux filiales, reporting des filiales, consolidation Groupe), nous nous sommes assurés :

- De l'existence d'instructions formalisées et précises concernant les définitions des données à collecter et leurs méthodes de calcul ;
- De l'existence des processus de reporting et de consolidation ;
- De l'adéquation entre les informations publiées et le périmètre mentionné pour ces informations ;
- Sur base de sondages, de la bonne prise en compte dans la consolidation des données issues des systèmes de reporting
- Au siège, de l'existence dans les conditions générales d'achat de production, d'objets promotionnels et de PLV, de clauses stipulant l'interdiction du travail des jeunes de moins de 16 ans

Pour conduire ces travaux, j'ai fait appel aux experts du département développement durable de PricewaterhouseCoopers. Ces travaux n'avaient pas pour objet, et donc ne me permette pas, de formuler une conclusion exprimant une assurance modérée* ou raisonnable* sur les informations examinées.

Constats Ces travaux me conduisent à formuler les constats suivants :

- Le Groupe L'Oréal a défini, pour les informations examinées, des procédures de reporting et de consolidation formalisées et précises
- Ces procédures ont été élaborées en suivant une méthodologie rigoureuse
- Leur mise en œuvre, au niveau du Siège, repose sur une organisation et des responsabilités clairement identifiées

Paris le 5 mars 2004

Pierre Coll, Associé

** Les rapports de commissaires aux comptes sur les rapports Développement Durable comprennent une conclusion exprimant une assurance modérée ou une assurance raisonnable (de niveau plus élevée) sur des informations et/ou des procédures. L'attestation émise ci-dessus, compte tenu des limitations apportées aux diligences effectuées, avait pour objectif de décrire seulement nos constats.*

[Haut](#)

■ Une politique de progrès durable

Ce rapport est une photographie de la réalité économique, sociale et sociétale de L'Oréal en 2003, un état des lieux objectif de sa situation au regard du développement durable et de la création de valeur à partir des éléments extra-financiers de son activité.

Il constitue une première étape dans l'objectif de progrès continu qui est, depuis toujours, la voie pratiquée par L'Oréal. C'est en partant de cet état des lieux, que le Groupe va continuer à améliorer ses performances.

Plusieurs orientations sont aujourd'hui étudiées par le Comité Directeur Développement Durable qui rassemble régulièrement les directions concernées par le sujet :

- Renforcer la capacité de reporting interne et de mesure, notamment sur la base des recommandations de la Global Reporting Initiative,
- Développer l'écoute des publics externes et des stakeholders du groupe,
- Donner aux responsables de L'Oréal dans tous les pays au monde, aux directions opérationnelles et fonctionnelles et aux marques, les moyens de s'associer et de développer les éléments d'un développement durable,
- Participer aux " cercles de progrès " qui contribuent à étudier ces sujets et qui proposent des réflexions collectives (WBCSD...)

[Haut](#)

□ Nos enjeux de développement durable

Pour servir au mieux ses clients, assurer la qualité et la pérennité de ses relations avec ses distributeurs et ses fournisseurs, satisfaire ses actionnaires, s'intégrer au mieux dans les communautés dans lesquelles il opère, L'Oréal suit une stratégie qui inspire l'action de toutes ses équipes dans une perspective durable.

L'Oréal entend progresser avec humilité mais détermination par des actions concrètes dont les effets sont mesurables.

Au-delà des actions menées par le groupe - en matière de respect des règles et principes éthiques, de promotion et l'épanouissement des femmes et des hommes de l'entreprise, de respect de l'environnement, de proximité avec les communautés dans lesquelles le groupe évolue- décrites dans ce rapport, L'Oréal concentre son action autour de 5 " piliers " :

- Inventer le bien-être sur des bases scientifiques
- Mettre ses technologies à la portée du plus grand nombre
- Favoriser l'expression de la diversité culturelle
- Créer de la valeur continue pour tous les partenaires de l'entreprise
- Une production intégrée et locale

[Haut](#)

■ Inventer le bien-être sur des bases scientifiques

Prendre soin de son apparence c'est non seulement plaire, mais aussi se plaire à soi-même, se sentir plus confiant dans les rapports avec les autres.

L'Oréal est au service de la beauté et du bien-être des femmes et des hommes du monde entier à travers ses marques, respectueuses des cultures et des identités.



Sa compréhension intime des attentes des consommateurs et son savoir-faire scientifique accumulé depuis près d'un siècle sont entièrement dédiés à la satisfaction et l'anticipation de leurs besoins.

zoom

C'est pourquoi L'Oréal investit de manière continue dans la Recherche pour assurer la qualité, la sécurité et l'innovation de ses produits. Le groupe met sur le marché des produits dont l'efficacité est prouvée et dont la sécurité est assurée par des tests rigoureux d'innocuité et de tolérance. Leurs performances, revendiquées à travers la publicité, sont avérées et prouvées par des méthodes scientifiques.

Haut

■ Mettre ses technologies à disposition du plus grand nombre

L'accessibilité des produits et la démocratisation des technologies développées par les équipes de recherche de L'Oréal constituent un autre axe fort de la responsabilité du groupe.



L'une des rares sociétés du secteur présente dans tous les circuits de distribution, L'Oréal met ainsi à disposition du plus grand nombre ses technologies les plus avancées que ce soit dans les domaines de l'hygiène avec les shampoings, de la coloration des cheveux, des produits solaires qui assurent une sécurité renforcée face aux dangers du soleil ou des produits de soin de la peau et de maquillage.

zoom

Cette accessibilité aux dernières découvertes est assurée par toutes les marques du groupe aussi bien dans les circuits sélectifs que dans des circuits de distribution plus large.

Haut

■ Favoriser l'expression et la diversité

Chaque civilisation a sa propre perception de la beauté. La cosmétique est en effet l'un des grands modes d'expression des cultures et des identités des peuples depuis l'origine des temps.

Parce que les marques du groupe véhiculent des idéaux de beauté à travers le monde, L'Oréal se sent précisément investie d'une responsabilité. Celle de tenir compte de la diversité des natures de peaux, des rituels de beauté, des représentations de la beauté.

L'Oréal veille ainsi à ne privilégier aucun modèle de beauté et à n'imposer aucun comportement qui ne traduirait pas d'abord le désir des femmes et des hommes en quête d'une liberté personnelle. Le but de L'Oréal est donc de répondre au mieux aux besoins et idéaux de chacun par :



zoom

- Une recherche ouverte sur le monde. La conviction du groupe est que la beauté et ses progrès passent par la compréhension des personnes et de leurs différences biologiques. C'est pourquoi les équipes de Recherche de L'Oréal travaillent à la connaissance et à l'évaluation des différentes caractéristiques de la peau et des cheveux du monde et entendent offrir des réponses scientifiques adaptées aux besoins les plus divers.

- La diversité du portefeuille de marques : L'Oréal propose un bouquet de marques et de concepts de beauté, des marques aux origines culturelles diverses. Les marques du groupe sont Européennes, Américaines ou encore Asiatiques. Enracinées dans une culture, elles portent toutes en elles une part de valeurs universelles.
- Une communication multiculturelle. Le défi de chaque marque est de contribuer à la diversité des représentations de la beauté, notamment grâce au choix de leurs ambassadrices qui représentent la variété des expressions de la beauté.

Pour assurer un développement international le plus respectueux des cultures locales, L'Oréal peut s'appuyer sur la diversité de ses équipes. Le groupe valorise une ambiance de travail multiculturelle avec une conviction forte: la différence, synonyme de grande créativité, enrichit l'entreprise.

[Haut](#)

■ Créer de la valeur continue pour tous les partenaires de l'entreprise

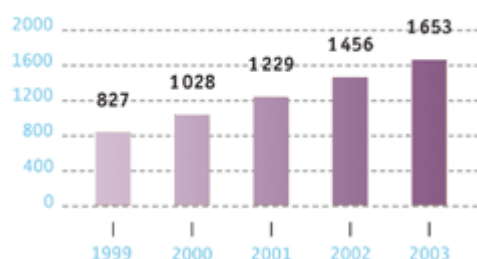
Créer de la valeur, c'est offrir aux consommateurs une vraie différence de qualité, fruit d'une volonté d'innovation et d'un effort d'investissement technologique recherchés inlassablement.

Créer de la valeur, c'est assurer pour nos actionnaires comme pour tous les partenaires de l'entreprise, la continuité de la performance économique sur une très longue période.

Cette continuité repose sur une stratégie qui accorde la priorité à la croissance interne, exprime la foi dans la technologie par des investissements toujours croissants dans la Recherche et s'appuie sur la concentration sur un nombre limité de métiers à forte valeur ajoutée et sur les segments les porteurs, un portefeuille de marques unique dont le groupe assure le déploiement international.

Cette stratégie appliquée de manière continue a permis à L'Oréal d'enregistrer en 2002 sa 18ème année de croissance à deux chiffres de ses résultats.

Résultat net opérationnel part du groupe
(en millions d'euros)



Résultat net part du groupe (en millions d'euros)

[zoom](#)
[Haut](#)

■ Une production intégrée et locale

Assurer la qualité optimale des produits passe d'abord par la conception des produits les plus innovants et les plus performants, mais aussi par la maîtrise de la production dans les usines du groupe.


[zoom](#)

Près de 95 % des produits commercialisés par L'Oréal sont fabriqués dans des centres de production du groupe par des salariés de la maison. Cette volonté d'intégration permet d'assumer les engagements de qualité, de fiabilité et de sécurité vis-à-vis des clients et des partenaires. De plus, notre organisation industrielle est construite autour d'une production locale et non délocalisée, puisque les produits sont issus, pour l'essentiel, de centres de production situés à proximité des lieux de commercialisation.

L'intégration de la production et l'attachement à une organisation de la production locale et non délocalisée constituent également une garantie sociale de respect des lois et des personnes.

[Haut](#)

□ Nos valeurs et nos comportements

- Une Charte Ethique pour diffuser les valeurs et principes d'action de L'Oréal
- Des actions de sensibilisation
- Un code de déontologie spécifique pour les achats

■ Une Charte Ethique pour diffuser les valeurs et principes d'action de L'Oréal

Respectueux de la personne humaine, de ses consommateurs, de ses partenaires et de son environnement, la culture de L'Oréal repose sur des principes éthiques forts qui ont fondé son développement.

Ces principes ont été formalisés au sein d'une Charte Ethique rappelant les valeurs fondamentales et les principes d'action auxquels L'Oréal est attaché et qui étaient jusqu'à présent toujours transmis par la parole et par l'exemple.

Document de référence majeur, la Charte Ethique exprime notamment ce qui est attendu des collaborateurs tant dans la conduite des affaires que dans les relations quotidiennes au sein de l'entreprise. Traduite dans toutes les langues des pays où le groupe est présent, la Charte Ethique est développée autour de six thèmes :



zoom

- le respect du Droit
- **le respect de la personne humaine**
- le respect du consommateur
- le respect de l'environnement
- le partenariat avec les clients, les distributeurs et les fournisseurs
- les principes de loyauté et d'intégrité

La Charte Ethique a été remise en 2000 aux 50.000 collaborateurs du groupe, et chaque nouveau collaborateur la reçoit personnellement dès son arrivée.

La prohibition du travail des enfants, le non-recours au travail forcé fait l'objet d'une attention particulière. Le groupe interdit le travail des jeunes de moins de 16 ans, et s'attache à ce que ces principes soient respectés par ses sous-traitants et fournisseurs ainsi que le précisent (*) les Conditions Générales d'Achat du groupe. La protection de la vie privée dans le cadre de l'utilisation des outils informatiques et de l'accès à Internet fait l'objet de divers documents adaptés aux législations locales.

La politique sociale, humaine et environnementale mise en œuvre par L'Oréal depuis de nombreuses années et exposée dans ce rapport illustre le caractère concret que l'entreprise a toujours souhaité donner à ses valeurs et principes d'action.

[Haut](#)

■ Des actions de sensibilisation

Des actions de sensibilisation, de formation et d'approfondissement sont organisées soit dans les entités, soit par métier, pour s'assurer de la bonne diffusion et de l'application de ces valeurs et principes. Elles permettent de développer des compétences managériales respectueuses de l'éthique. Ainsi en 2002, de nombreuses formations sont intervenues lors des séminaires d'intégration, pour les managers opérationnels qui veillent à l'application de la Charte Ethique au quotidien et pour les membres des Comités de Direction.

Un groupe de travail international a été mis en place au sein du groupe afin de préciser aussi concrètement que possible

dans un environnement international les indicateurs pertinents afin de mesurer la mise en œuvre effective de la Charte. Il est fait appel, pour contribuer à l'interprétation de la Charte, aux principes universels majeurs et aux textes qui les formalisent, tels que, la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme des Nations Unies, la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, les Directives européennes sur l'égalité de traitement ou la discrimination et les principales Conventions ou Recommandations de l'Organisation Internationale du Travail.



L'Oréal a signé en juin 2003 la déclaration du Global Compact (Pacte mondial des Nations Unies), s'engageant à adopter et promouvoir neuf principes universels sur les Droits de l'homme, les normes de travail et de l'environnement.

L'application de la Charte Ethique est un devoir impérieux de la hiérarchie. Les Directions des Relations Humaines de chaque pays sont chargées de son explication localement. Chacun a également la possibilité de saisir la Direction Juridique des Relations Humaines du groupe.

C'est François Vachey, Vice-Président, Directeur Général des Relations Humaines qui, par délégation de Lindsay Owen-Jones, Président-directeur général du groupe L'Oréal, a la responsabilité de veiller à ce que l'ensemble des valeurs exprimées dans la Charte Ethique du groupe soit strictement respecté, en particulier concernant les Droits de l'Homme définis dans la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme des Nations Unies.

Extrait de la Charte Ethique : Le Respect de la personne humaine

" Le respect de la personne humaine est un principe fondamental. A L'Oréal, il s'applique au quotidien et commande les relations dans l'entreprise.

L'Oréal croit en la vertu de la différence et de la diversité comme source de richesse humaine : L'Oréal rejette toute idée et pratique de discrimination entre les personnes notamment en raison du sexe, de l'âge, d'un handicap, des opinions politiques et philosophiques, des activités syndicales, des convictions religieuses, de la race, de l'origine sociale, nationale ou culturelle.

Chacun a droit à la considération et à la dignité : un comportement ou des attitudes susceptibles de créer un environnement de travail hostile, en particulier le harcèlement sexuel ou moral, sont intolérables.

Le respect des personnes se traduit également dans l'écoute des collaborateurs et dans les valeurs de management auxquelles L'Oréal est profondément attaché ; il est garanti par la possibilité d'un recours dans le cadre d'un dialogue constant avec la hiérarchie.

Le recrutement et la gestion des carrières s'effectuent selon les critères habituels de compétence et de qualité, appréciés par rapport aux besoins de l'entreprise.

Les programmes de l'Education Permanente jouent un rôle essentiel en accompagnant les collaborateurs dans le développement de leurs compétences et de leur potentiel.

L'Oréal souhaite encourager le développement d'actions concrètes par exemple en faveur de l'insertion professionnelle des jeunes, des personnes en difficulté ainsi que des personnes handicapées. "

Haut

■ Un Code de déontologie spécifique pour les achats

La Charte est complétée dans certaines activités ou métiers par des Codes de déontologie comme celui qui fixe les principes et les usages de L'Oréal en matière d'achats afin d'encadrer rigoureusement les relations avec les fournisseurs et les problématiques spécifiques auxquelles les acheteurs du groupe peuvent être confrontés comme la gestion des conflits d'intérêt, des invitations de courtoisie ou des présents que des fournisseurs peuvent offrir.

Extrait des Conditions Générales d'Achat du groupe (mise en œuvre 2003)

" Le fournisseur devra se conformer à toutes les lois et réglementations en vigueur et respecter les principes des Conventions

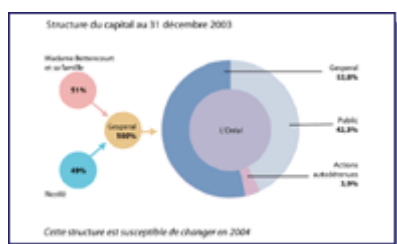
fondamentales de l'OIT, à savoir C29 et C105 sur l'abolition du travail forcé, C138 et C182 sur l'élimination du travail des enfants, C100 et C111 sur l'égalité et C87 et C98 sur la liberté syndicale. En particulier, le fournisseur certifie et atteste qu'aucun produit acheté par [...], et fabriqué par le fournisseur lui-même ou par l'un de ses propres fournisseurs, n'a été fabriqué, assemblé ou emballé en recourant à un travail forcé, pénitentiaire (excepté dans le cadre d'un programme de réinsertion pendant la peine), dangereux, dissimulé et/ou au travail des enfants âgés de moins de 16 ans. Sachant que cette limite d'âge est plus stricte que celle imposée par la convention C138 de l'OIT. "

[Haut](#)

□ Le Gouvernement d'entreprise chez L'Oréal

- Structure du Capital
- Composition du Conseil d'Administration
- Fonctionnement du Conseil d'Administration
 - Un Conseil d'Administration équilibré avec des administrateurs assidus
 - Des administrateurs toujours mieux informés
 - Organisation des réunions
 - L'examen du mode de fonctionnement du Conseil
 - Les Comités d'études du Conseil
 - Le Comité d'Audit
 - L'aspect particulier du contrôle interne
 - Le Comité " Management et Rémunérations "
- Comité de Direction

■ Structure du Capital



Cette structure est susceptible de changer en 2004

L'Oréal est une Société Anonyme de Droit Français au Capital de 135 212 432 euros composé de 676 062 160 actions de 0,2 euro de nominal négociables à Paris.

[Haut](#)

■ Composition du Conseil d'Administration

Président-directeur général
Lindsay Owen-Jones

Vice-Président du Conseil d'Administration
Jean-Pierre Meyers

Administrateurs
Liliane Bettencourt
Françoise Bettencourt Meyers
Peter Brabeck-Letmathe
Francisco Castañer Basco
François Dalle
Jean-Louis Dumas
Xavier Fontanet
Rainer E. Gut
Marc Ladreit de Lacharrière

Olivier Lecerf
Franck Riboud
Edouard de Royère, Administrateur jusqu'au 22 mai 2003
Michel Somnolet

Commissaires aux Comptes
Pierre Coll
Etienne Jacquemin

Suppléants
Etienne Boris
Jean-Paul Picard

L'Oréal, à fin 2003, est contrôlée à 53,85% par Gesparal S.A. Tout naturellement, huit administrateurs de L'Oréal ont également un mandat d'administrateur dans cette société holding. Néanmoins, tous les administrateurs sont conscients de leur devoir de représenter l'ensemble des actionnaires.

Le Conseil d'Administration de L'Oréal mène ses travaux de manière collégiale, dans un souci éthique et avec des codes de bonne conduite, confie des missions préparatoires à des Comités d'études et examine périodiquement son mode de fonctionnement.

En 2003, le Conseil s'est doté d'un Règlement Intérieur, publié dans le Document de Référence.

[Haut](#)

■ Fonctionnement du Conseil d'Administration

- Un Conseil d'Administration équilibré avec des administrateurs assidus
- Des administrateurs toujours mieux informés
- Organisation des réunions
- L'examen du mode de fonctionnement du Conseil
- Les Comités d'études du Conseil
- Le Comité d'Audit
- L'aspect particulier du contrôle interne
- Le Comité " Management et Rémunérations "

Un Conseil d'Administration équilibré avec des administrateurs assidus

Tous les administrateurs de L'Oréal:

- apportent leurs compétences et leurs expériences professionnelles;
- ont un devoir de vigilance et exercent leur totale liberté de jugement.
- doivent consacrer à leur fonction, le temps et l'attention nécessaires

En 2003, le mode d'attribution des jetons de présence a été modifié, en instaurant une part variable basée sur la présence effective aux réunions.

En 2003, le Conseil s'est réuni six fois avec un taux de participation de 85%.

Des administrateurs toujours mieux informés

Il s'agit de leur donner, dans le temps, un ensemble cohérent d'informations pertinentes, nécessaires et suffisantes pour accomplir leur mission, faciliter leur appréciation sur les opérations du groupe et sa situation financière, et préparer les débats et décisions à prendre.

Organisation des réunions

En 2004, le Conseil a décidé, sur proposition de la Direction Générale et en accord avec les Commissaires aux Comptes, d'avancer de plus d'un mois la date de publication des résultats certifiés en examinant puis en arrêtant les comptes 2003 dans une seule réunion fin février 2004. Par ailleurs, une réunion du Conseil consacrée à la stratégie a permis à la Direction Générale de commenter la situation et les projets du groupe et au Conseil d'approuver les grandes orientations du développement de l'entreprise, dont la croissance économique régulière se confirme à nouveau. Les administrateurs rappellent que la stratégie se déploie sur le long terme.

L'examen du mode de fonctionnement du Conseil

Comme chaque année depuis 1996, le Conseil a procédé fin 2003 à l'examen de son mode de fonctionnement. Des entretiens ont été menés en faisant référence aux réglementations et recommandations en vigueur. La synthèse des principales remarques et propositions a démontré que l'équilibre au sein du Conseil était respecté, avec une forte complémentarité entre les administrateurs. Le dialogue est ouvert et les débats constructifs. Chacun a été normalement informé, a pu s'exprimer librement et proposer de faire évoluer tel ou tel aspect important de ses travaux et de ceux de ses Comités d'études.

Les Comités d'études du Conseil

Le Conseil a apprécié la qualité des travaux de ses Comités, dont les missions sont précisées dans le règlement intérieur. Les comptes-rendus des réunions des Comités au Conseil doivent être réguliers et faciliter encore plus les débats en séance plénière.

Le Comité d'Audit

Le Comité d'Audit s'est réuni quatre fois en 2003, en présence de ses trois membres, en toute indépendance. Conformément aux vœux du Conseil, il a enrichi ses travaux, qui permettent ensuite un débat approfondi, particulièrement dans le domaine des comptes, avec une sécurité accrue. Le Comité a pris connaissance du nouveau code de déontologie boursière de L'Oréal, mis à jour par la Direction Générale et l'a approuvé avant sa publication dans la société. Le Comité a par ailleurs examiné un projet de règlement intérieur du Conseil d'Administration, qui a fait l'objet de débats et a été approuvé par le Conseil en réunion plénière.

L'aspect particulier du contrôle interne

Le Comité d'Audit a eu l'occasion d'entendre, en toute indépendance et en présence des Commissaires aux Comptes, la Direction de l'Audit Interne. Il a ainsi pris connaissance de la situation actuelle du contrôle interne et de la gestion des risques et des conditions dans lesquelles les normes et les procédures sont appliquées, particulièrement dans le domaine de l'information financière, comptable et de gestion. Le Comité a constaté l'importance des systèmes d'information et de contrôle en place, en constante évolution. Le Conseil a ensuite été informé des conclusions du Comité.

Le Comité " Management et Rémunérations "

Le Comité " Management et Rémunérations " s'est réuni trois fois en 2003, en présence de ses trois membres, en toute indépendance. Le Comité peut se réunir à tout moment, s'il le juge opportun, par exemple pour évaluer la performance de la Direction de la société. Le Comité a examiné les conditions dans lesquelles les rémunérations des mandataires sociaux sont établies et en a rendu compte au Conseil. Il a ensuite fait des propositions au Conseil qui a arrêté les rémunérations au titre de l'année 2003. Les décisions du Conseil sont présentées et expliquées dans le Document de Référence.

Par ailleurs, il revient au Comité de proposer l'attribution de stock-options, conformément aux autorisations données par les actionnaires en Assemblée Générale et de réfléchir sur la composition du Conseil et son éventuelle évolution.

Pour une information détaillée sur le gouvernement d'entreprise du Groupe L'Oréal, voir le Rapport de Gestion du Document de Référence, tome 3.

[Haut](#)

■ Comité de Direction

Le Conseil d'Administration a décidé, au moment où le Président-Directeur général était reconduit dans ses fonctions d'administrateur en mai 2002, de ne pas dissocier les fonctions de Président du Conseil d'Administration et de Directeur Général.

Il existe chez L'Oréal un Comité de Direction composé de Vice-Présidents en charge de secteurs bien définis. L'équipe ainsi constituée, autour du Président-Directeur Général, conduit à un bon équilibre des responsabilités.

Il a été décidé que le choix de la nomination d'un Directeur Général ne présenterait pas d'intérêt particulier dans la mesure où le processus de décentralisation est bien servi par l'organisation en place. Par ailleurs, le Conseil d'Administration s'est doté de Comités d'études qui enrichissent ses travaux et renforcent la qualité de son contrôle de la Société.



■ Lindsay Owen-Jones
Président-Directeur Général



■ Béatrice Dautresme
Vice-Présidente
Directrice Générale
Développement Stratégique

■ Jean-Jacques Lebel
Vice-Président
Directeur Général
Produits Professionnels



■ Giorgio Galli
Vice-Président
Directeur Général
Communication et Relations
Extérieures



■ Christian Mulliez
Vice-Président
Directeur Général
Administration et Finances

■ Jean-François Grollier
Vice-Président
Directeur Général
Recherche et Développement



■ Marcel Lafforgue
Vice-Président
Directeur Général
Technique



Développement

■ Patrick Rabain
Vice-Président
Directeur Général
Produits Grand Public



■ François Vachey
Vice-Président
Directeur Général
Relations Humaines



■ Gilles Weil
Vice-Président
Directeur Général
Produits de Luxe



Haut

UN MODELE ECONOMIQUE

□ **Activité**

- Un marché en croissance
- Une stratégie de croissance durable
- Chiffres-clés 2003

■ **Un marché en croissance**

Le marché mondial des cosmétiques depuis 1990 est en progression annuelle moyenne du double du PNB mondial. Il continue à croître même dans les pays les plus développés avec la découverte constante de nouveaux besoins, l'amélioration continue de la qualité, l'allongement de l'espérance de vie ou l'extension des produits de soin aux hommes.



zoom

Mais la croissance du marché des produits cosmétiques est surtout importante dans les pays récemment convertis à l'économie de marché. Dans ces pays, la corrélation entre développement économique et consommation de produits cosmétiques est forte, rappelant que le geste cosmétique est souvent un des premiers gestes de liberté.

Haut

■ **Une stratégie de croissance durable**



zoom

Sur ce marché en croissance, L'Oréal considère la croissance interne comme l'axe principal de son développement, capable de satisfaire les clients, les collaborateurs et de créer de la valeur pour les actionnaires. Le groupe pérennise un bon équilibre géographique et sectoriel de ses marques et l'accélération de son déploiement international, accompagnés par une politique d'acquisition très sélective. L'Oréal connaît ainsi une croissance à deux chiffres de ses résultats depuis plusieurs années.

L'intégration forte de l'activité -L'Oréal produit plus de 94% des produits vendus par le groupe- lui assure la maîtrise de ses propres outils industriels dans l'équation de la qualité globale. Le groupe se veut l'inverse d'une entreprise sans usine : la maîtrise de ses procédés est un enjeu stratégique primordial et est un levier fort de sa responsabilité sociétale.

L'Oréal mise sur la croissance des nouveaux marchés, notamment de pays en développement comme en Asie du Sud-Est. Le groupe n'envisage cependant sa croissance qu'accompagnée d'un comportement responsable, notamment en produisant localement dès que cela est possible pour contribuer à la création de richesses locales et en appliquant quelque soit l'endroit du monde les principes de sa Charte Ethique.

Haut

■ Chiffres-clés 2003



zoom

Chiffre d'affaires consolidé 2003 : **14 029** millions d'euros.

Résultat net opérationnel part du groupe 2003 : **1 653** millions d'euros.

Dividende proposé lors de l'Assemblée Générale du 29 avril 2004 : **0,73** euros.

Effectifs : plus de **50 000 salariés** d'environ 100 nationalités différentes au 31 décembre 2003.

Présence mondiale :

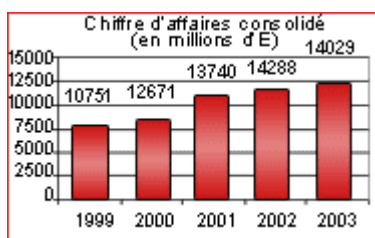
- Le groupe est présent dans 130 pays
- Le groupe dispose de 290 filiales

Présence industrielle :

Le groupe dispose de **42** usines dans le monde.

Investissements en recherche :

- **3%** du CA consacrés à la recherche
- **2 900** chercheurs mobilisés par la recherche cosmétique et dermatologique
- **515** brevets déposés en 2003



zoom

Haut

Nos métiers et nos marques

L'Oréal est présent dans la cosmétique (98% du chiffre d'affaires consolidé en 2003) et la dermatologie.

Dans la cosmétique, L'Oréal est organisé par circuit de distribution.

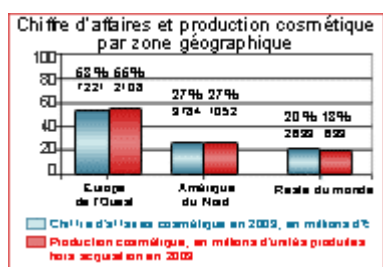
| DIVISION | CHIFFRE D'AFFAIRES (en million d'euros) | MISSION | MARQUES |
|--------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Produits professionnels | 1900 | Développer des produits à l'usage des professionnels de la coiffure | L'ORÉAL PROFESSIONNEL KÉRASTASE REDKEN 5TH AVENUE NYC MATRIX |
| Produits grand public | 7506 | Démocratiser et développer le marché des produits de beauté en proposant dans les circuits de distribution les plus larges les produits les plus innovants à des prix accessibles. | L'ORÉAL PARIS GARNIER MAYBELLINE NEW YORK / JADE / GEMEY SOFTSHEEN.CARSON CLUB DES CRÉATEURS DE BEAUTÉ |
| Luxe | 3441 | Développer des marques mondiales de grand prestige dans une distribution sélective qui les valorise et assurer un service qui se manifeste par le conseil et la personnalisation de la relation avec le client | LANCÔME BIOTHERM HELENA RUBINSTEIN KIEHL'S SHU UEMURA GORGIO ARMANI CACHAREL RALPH LAUREN |
| Cosmétique active | 749 | Développer des marques de dermocosmétique qui répondent, dans le soin de la peau, aux attentes de sécurité et d'efficacité (prouvées par des tests cliniques) et soient soutenues par le conseil pharmaceutique. | VICHY LA ROCHE POSAY |

[Haut](#)

Moyens économiques durables

- Une production locale
- Des investissements croissants
- L'Oréal a été retenu dans la plupart des indices boursiers " durables "

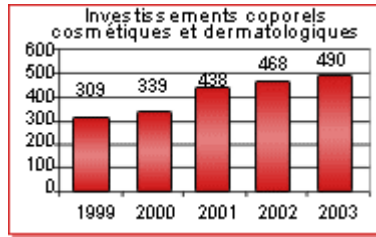
Une production locale



Le groupe est engagé dans une stratégie de croissance dans les pays en voie de développement. Cette présence commerciale s'accompagne souvent d'une implantation d'un lieu de production, créateur d'emplois et directement contributeur au développement d'une zone géographique.

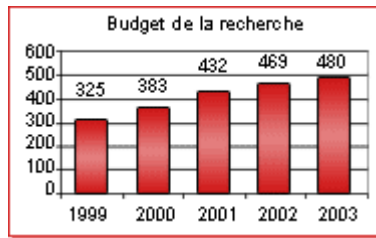
[Haut](#)

■ Des investissements croissants



zoom

Le groupe crée des produits en s'imposant un degré de qualité et d'innovation maximum afin d'assurer la satisfaction totale des consommateurs. Cet enjeu passe par un investissement important dans les technologies qu'il s'agisse de matériel de production ou de recherche.



zoom

[Haut](#)

■ L'Oréal a été retenu dans la plupart des indices boursiers " durables "



zoom

L'Oréal a été retenu dans la plupart des indices boursiers intégrant des critères de développement durable comme ceux de FTSE4Good ou le DJSI.

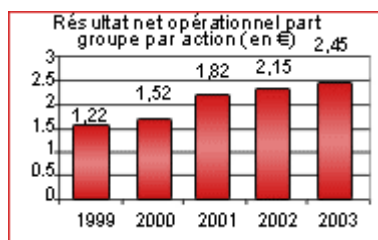
"L'Oréal's overall sustainability performance is very good and is clearly above the industry average. L'Oréal's management capabilities in the economic dimension are above average in its industry, underlined by a strong performance in brand management. In the environmental dimension, L'Oréal scored above the industry average with a very good performance in chemicals in the environment and attempts to reduce packaging materials. Moreover, L'Oréal performed among the best in the social dimension, particularly in researching alternatives to animal testing and the worldwide profit sharing scheme for employees."

[Haut](#)

□ Création de Valeur

- Résultats
- Dividende

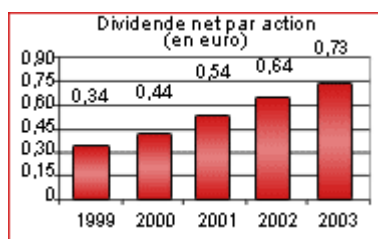
■ Résultats



zoom

Haut

■ Dividende



zoom

Le dividende net par action est donné hors avoir fiscal.

| Placement sur 5 ans en actions L'Oréal - En euros | |
|--------------------------------------------------------|---------------|
| Achat de 75 actions à 198,95€ le 31 décembre 1993 (1) | 14 921,25 |
| Réinvestissement des dividendes | |
| Valorisation au 31 décembre 2003 (1) | 59 995,00 |
| (923 titres à 65€) | |
| Capital multiplié par: | 4 |
| Taux de rendement (actuariel) : | 14,3 % par an |
| (1) - Le titre a été divisé par 10, le 3 juillet 2000. | |

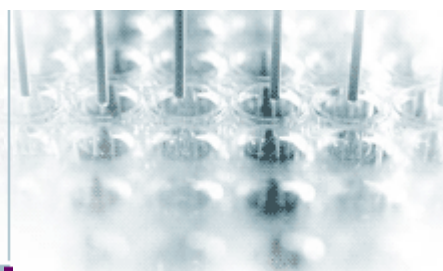
zoom

L'Oréal se place résolument dans une dynamique de progrès en matière d'information financière. Le Document de Référence, l'Assemblée Générale annuelle, les outils modernes de communication financière à l'intention de l'actionnariat international, sont les vecteurs que le groupe développe. Ils sont d'ailleurs, les uns et les autres, périodiquement reconnus par les professionnels de l'information financière et par les actionnaires eux-mêmes, comme étant de bonne qualité.

Pour une information détaillée sur les données financières du Groupe L'Oréal, voir le Rapport annuel du Groupe ou www.loreal-finance.com

Haut

RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT



□ Au service des principes de la durabilité

Fondé par un chercheur, Eugène Schueller, L'Oréal fait depuis toujours le pari de l'innovation technologique. L'Oréal est convaincu que c'est la qualité et l'innovation qui, à terme, sont les seuls moyens de satisfaire des

consommateurs toujours plus exigeants et toujours plus divers.

Le groupe poursuit donc l'héritage de cet ingénieur chimiste, qui avait placé la recherche au cœur de sa stratégie de développement. Depuis sa création en 1907, L'Oréal n'a donc cessé d'investir dans la recherche cosmétique avec un objectif précis : faire bénéficier tous les produits du groupe des avancées scientifiques réalisées par ses laboratoires.

[Haut](#)

□ La Recherche au cœur de l'entreprise

- La Recherche comme axe stratégique central
- Les Missions de la Recherche de L'Oréal

■ La Recherche comme axe stratégique central

Convaincu que la Recherche contribue au bien-être de demain, L'Oréal investit chaque année environ 3% de son chiffre d'affaires en R & D, soit près de 3 milliards d'euros au cours des dix dernières années. L'Oréal s'est fixé comme priorité de créer ses propres molécules dans tous ses métiers stratégiques : coiffage, soin capillaire, maquillage, soin de la peau, protection solaire, hygiène.



zoom

Ainsi au cours des 40 dernières années, plus de 120 molécules sont sorties des unités de la Recherche Avancée. Les laboratoires implantés en France, aux États-Unis et au Japon regroupent plus de 2900 collaborateurs issus d'une trentaine de spécialités différentes : chimie, biologie, médecine, physique, physico-chimie, toxicologie, ...

Pour consolider les avantages concurrentiels apportés par ses avancées technologiques, le Groupe L'Oréal veille à promouvoir les dépôts de brevets. Au cours de ces dix dernières années, nous avons déposé plus de 3300 brevets, dont 515 en 2003.

[Haut](#)

■ Les Missions de la Recherche de L'Oréal

L'objectif de la Recherche est de mettre sur le marché des produits performants et sûrs qui respectent les qualités naturelles de la peau et des cheveux.

L'obtention de cette performance passe par :

- l'approfondissement des connaissances de la peau saine et du cheveu,
- l'étude des mécanismes qui interviennent dans le vieillissement de la peau et de la chevelure, les effets du soleil, la pigmentation de la peau et du cheveu, le blanchissement, la chute des cheveux.
- la synthèse de nouvelles molécules actives,
- la conception et le développement de nouveaux produits dans tous les domaines de la cosmétique : soins de la peau et du cheveu, forme et coloration du cheveu, protection solaire, hygiène corporelle, maquillage et parfumerie. Plus de 3000 nouvelles formules sont mises au point chaque année par les laboratoires et mises sur le marché mondial.

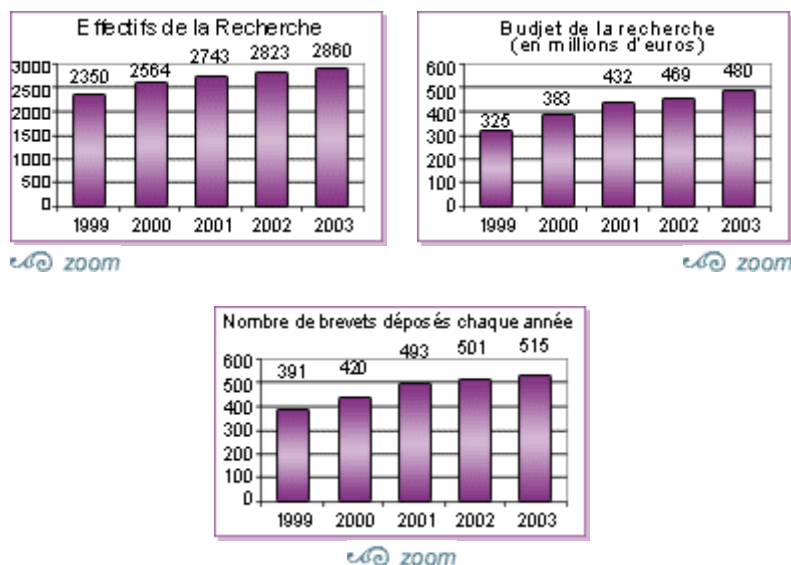
Les équipes travaillent dans un esprit de recherche de qualité optimale, à tous les stades de la conception des produits. Le but est d'améliorer continuellement une performance existante ou d'apporter une nouvelle propriété encore inconnue.

L'évaluation de la performance est réalisée à toutes les étapes de ce processus de recherche à l'aide de dispositifs et méthodes de mesure, souvent développés par L'Oréal.

La sécurité des formulations passe par une démarche permanente d'anticipation, dont les équipes de recherche

font leur préoccupation principale.

La suppression de tout élément pouvant présenter un risque pour le consommateur et l'environnement dans les substances étudiées est un des objectifs principaux de la Recherche. En amont de toute application, L'Oréal mobilise à cet effet la connaissance scientifique et les techniques d'évaluation de la sécurité tant humaine qu'environnementale mises à sa disposition.



L'anticipation

- Dans le cadre de la Sécurité Humaine :

Dès l'émergence en 1990 des premières informations scientifiques sur les risques potentiels liés à l'épizootie de l'Encéphalopathie Spongiforme Bovine (ESB) en Grande-Bretagne, le groupe L'OREAL s'est mobilisé.

Les conclusions des experts consultés ont été rassurantes. Néanmoins, par souci de précaution, nous avons demandé à nos fournisseurs d'extraits biologiques bovins, des certificats d'origine et de procédé. A partir de 1992, nous avons éliminé de nos formules tous les ingrédients fabriqués à partir des organes à risques décrits par l'OMS. En 1996, lorsque les premières mesures réglementaires sur l'utilisation de certains extraits bovins ont été prises, nous avons mis en application ces précautions depuis longtemps.

Toujours dans le même souci de précaution et d'anticipation, nous avons dès 1997 commencé à remplacer progressivement tous les ingrédients d'origine bovine bien qu'il n'ait pas été trouvé d'infectiosité les concernant. Depuis 1998, plusieurs textes réglementaires ont renforcé les mesures d'interdiction et réglementé les origines et les conditions de traitement des dérivés bovins. Là encore notre vigilance active nous a permis d'anticiper ces réglementations.

- Dans le cadre de la Sécurité Environnementale :

Les Chlorofluorocarbones (CFC) ont été suspectés d'appauvrir la couche d'ozone de la haute atmosphère dès les années 1970. L'étude des phénomènes photochimiques, extrêmement complexes et pas encore complètement élucidés, a mobilisé la communauté scientifique pendant plusieurs dizaines d'années. La couche d'ozone stratosphérique fait toujours l'objet d'une surveillance au niveau mondial.

Par précaution, sous l'égide des Nations-Unies, le Protocole de Montréal a été signé en 1987 et amendé plusieurs fois (Londres 1990, Copenhague 1992, Vienne 1995, Pékin 1999). Il engage quelque 160 pays et vise la réduction progressive jusqu'à l'interdiction totale de la production, de la vente et de la consommation des substances qui appauvrissent la couche d'ozone.

Le Protocole de Montréal a été traduit par un Règlement Européen en 1994. Pour L'Oréal, les CFC utilisés comme propulseurs aérosols ont été totalement remplacés dès 1989, bien avant que la réglementation ne l'impose.

Sur le plan de la santé humaine, une Direction Internationale d'Evaluation de la Sécurité étudie de façon approfondie le profil toxicologique de tous les ingrédients utilisés et évalue la sécurité et la tolérance de toutes ses formulations avant leur utilisation et mise sur le marché.

Pour les produits en cours de commercialisation, des structures de cosméto-vigilance initiées par L'Oréal depuis

plus de vingt ans, s'appuient sur des médecins spécialisés et ceci sur le plan mondial. Grâce à ce réseau très professionnel, il est possible de détecter le mésusage, tant sur le plan du produit que de son mode d'emploi, pour une réactivité immédiate.

Dans le cadre de sa politique environnementale, la Recherche de L'Oréal fait procéder à des études d'évaluation du risque de ses formulations par des experts extérieurs internationaux.

L'ensemble de ces informations, obtenues de façon pro-active, permet une amélioration continue de la sécurité des produits aussi bien pour la santé humaine que pour l'environnement.

[Haut](#)

☐ Sélectionner les matières premières

L'Oréal accorde une grande importance à la sélection de matières premières utilisées. Pour permettre la formulation de produits toujours plus performants et sûrs, l'ensemble des 2800 matières premières utilisées est renouvelé en permanence, à raison de 150 par an.


Nous dialoguons avec nos fournisseurs répartis sur tous les continents pour obtenir les corps gras, les tensio-actifs, les solvants, les polymères, les extraits de plantes, les propulseurs, les colorants, les pigments, les filtres UV, les actifs biologiques, les conservateurs, les anti-oxydants de la meilleure qualité qui soit.

Nous nous attachons à favoriser et à développer l'utilisation de matières premières d'origine naturelle renouvelables. En 2003, 39,7% en volume de nos matières premières provenaient de plantes (*). Par exemple, la betterave permet d'obtenir l'éthanol, la noix de coco sert à la fabrication de corps gras et de tensio-actifs, les pétales de roses produisent un extrait apaisant, les feuilles de Gingko Biloba sont la source d'un actif améliorant la micro-circulation cutanée et les composants du raisin sont utilisés pour leur activité antiradicalaire. Les autres matières premières sont soit des produits de synthèse, soit des produits largement répandus dans la nature dont les plus caractéristiques sont des oxydes de fer ou de titane, des argiles ou des schistes.

La ligne directrice des critères de choix de nos matières premières consiste à concilier la qualité des formules, la santé des collaborateurs, des professionnels et des consommateurs et le respect de l'environnement. Ces nouvelles matières premières sont issues, soit de la Recherche de L'Oréal, soit de celle de ses fournisseurs. Des partenariats permettent de construire à long terme avec ces derniers des relations étroites basées sur l'innovation, la sécurité et la qualité.

Grâce à cette approche diversifiée, des progrès ont déjà été réalisés dans le cadre de la sélection de nos matières premières, mais L'Oréal est bien conscient des chantiers à renforcer pour améliorer le respect de l'environnement et de la biodiversité, et ceci par un dialogue constructif et permanent avec nos fournisseurs.



 zoom

[Haut](#)

☐ Développer des méthodes alternatives aux tests chez l'animal

La volonté permanente de L'Oréal est d'offrir des produits innovants et de qualité tout en garantissant leur sécurité ainsi que leur innocuité tant pour les consommateurs que pour les professionnels.

Les laboratoires de Recherche du Groupe ont toujours déployé d'importants efforts pour assurer la sécurité des produits et, au-delà, développer et valider des méthodes permettant de ne plus avoir à pratiquer les tests de sécurité chez l'animal.

Les progrès réalisés ont permis à L'Oréal d'arrêter, dès 1989, tout recours à l'animal dans l'évaluation de ses produits.

Cet arrêt complet des tests chez l'animal a été rendu possible par la mise au point de méthodes alternatives désormais utilisées en routine pour évaluer la tolérance des nouvelles formules. Ces méthodes comprennent notamment des tests de cultures cellulaires et des tests sur épidermes reconstruits (EPISKIN) . Elles permettent d'étudier plusieurs domaines de toxicité tels que l'irritation oculaire et cutanée, la photo-toxicité et l'absorption percutanée.



Pour ce qui concerne les **ingrédients chimiques** -qu'ils soient utilisés dans les produits cosmétiques ou dans tous les autres produits de grande consommation- la réglementation européenne, ainsi que les différentes réglementations nationales des autres pays du monde, exigent que les fournisseurs d'ingrédients conduisent, avant leur mise sur le marché, les tests nécessaires pour s'assurer de leur innocuité et de leur sécurité. La majorité des tests exigés par les différentes réglementations sont encore, à ce jour, des tests utilisant l'animal.

L'Oréal s'est donc également engagé, depuis plusieurs années, dans la recherche, le développement et la validation de méthodes aptes à réduire et remplacer les tests chez l'animal pour les ingrédients chimiques utilisés en cosmétique.

Il existe actuellement trois domaines de toxicité où des méthodes alternatives ont été validées scientifiquement et remplacent désormais les tests chez l'animal : la corrosion cutanée, le potentiel photo-toxique et l'absorption percutanée. La Recherche de L'Oréal a largement contribué au développement, à la validation et à l'acceptation réglementaire internationale de ces tests.

Dans le cadre des recherches de méthodes alternatives, L'Oréal a développé des méthodes originales in vitro, en particulier dans le domaine des **modèles de peau humaine**, que nos chercheurs étudient depuis 18 ans et qui jouent un rôle fondamental.



zoom

Parmi les différents modèles développés, les équipes de Recherche du Groupe ont mis au point, pour la première fois au monde, un modèle d'épiderme contenant des cellules de Langerhans, cellules qui jouent un rôle déterminant dans la réponse allergique.

L'Oréal a conduit cette recherche en tant que laboratoire pilote dans le cadre d'un programme de la Commission Européenne. Ce modèle est étudié actuellement comme méthode alternative aux tests d'allergie cutanée, à côté d'autres tests cellulaires.



zoom

Le kit Episkin est utilisé en routine par nos laboratoires afin d'évaluer la tolérance cutanée des formules et des ingrédients. Il est produit industriellement par L'Oréal dans le Centre de bio-ingénierie cellulaire que le groupe a construit récemment à Lyon.

Episkin a été validé scientifiquement en Europe comme méthode alternative de remplacement des tests de corrosion cutanée.

L'Oréal participe aujourd'hui à l'étude de validation d'Episkin dans le domaine de l'irritation cutanée et poursuit ses travaux dans d'autres domaines.

Cet effort est concerté puisque les équipes de L'Oréal collaborent étroitement avec des partenaires industriels et académiques, l'ECVAM, le Centre Européen de Validation des Méthodes Alternatives, et avec l'OCDE.

Au-delà des progrès déjà accomplis, l'industrie et la recherche scientifique dans leur ensemble, se trouvent confrontées à un challenge d'une très grande complexité : le développement et la validation de méthodes alternatives pour l'évaluation des ingrédients chimiques dans les domaines où il n'existe pas encore de méthodes alternatives permettant d'éliminer complètement les tests chez l'animal, et ceci dans les délais désormais fixés par la 7ème Modification de la Directive Cosmétique.

L'Oréal s'engage à mettre toutes ses compétences au service de l'élaboration de ces nouvelles méthodes.

Haut

□ Répondre aux besoins spécifiques de la diversité des populations

Les équipes de L'Oréal Recherche travaillent à la connaissance et à l'évaluation des différentes caractéristiques de la peau et des cheveux du monde et entendent offrir des réponses scientifiques adaptées aux besoins les plus divers.

Ces travaux sont menés selon plusieurs approches.

In vitro, des modèles de peau humaine obtenus par des cultures de cellules cutanées provenant de donneurs d'ethnies ou d'âges différents, permettent aux chercheurs de L'Oréal d'améliorer constamment leurs connaissances sur les variations intimes d'un type de peau à l'autre.

In vivo, dans les laboratoires de L'Oréal, des cheveux provenant du monde entier sont scrupuleusement examinés en termes de couleur, de composition, de structure, de résistance face aux agressions mécaniques et de comportement aux traitements capillaires.

L'Institut de Recherche L'Oréal pour Cheveux et Peaux Ethniques

Cet Institut est dédié à la Recherche Avancée afin d'approfondir la compréhension des propriétés et des besoins spécifiques de la peau et du cheveu de personnes issues d'origines diverses et particulièrement de descendance africaine.

Créé en 2000, ce Centre de Recherche se compose essentiellement de 3 laboratoires : Chimie, Biologie et Physique.

En plus de ses propres recherches, cet institut a engagé des collaborations étroites avec les universités de Northwestern à Chicago, Howard à Washington et Cornell à New York.


Afin de supporter l'ensemble de ces recherches, L'Oréal a démarré une série de symposiums. En Septembre 2001, le premier était intitulé "*Ethnic Hair and Skin : What is the state of the Science?*" et regroupait 170 participants, principalement des chercheurs de l'université et de l'industrie, des dermatologues, des chirurgiens esthétiques.

La dernière conférence intitulée "*Ethnic Hair and Skin : New Directions in Research*" a eu lieu en Septembre 2003 et a enregistré un fort taux de participation.



 zoom



 zoom

Par ailleurs, des centres d'évaluation cosmétique ont été créés par la Recherche de L'Oréal dans un très grand nombre de pays en Amérique du Nord, en Amérique Latine en Asie, en Afrique et en Europe.

Ces Centres permettent à nos laboratoires de tester leurs nouvelles formules, dès leur disponibilité, auprès des populations auxquelles elles sont destinées, dans les habitudes de vie locale et dans les conditions climatiques du pays.

La Recherche de L'Oréal bénéficie ainsi d'une organisation qui permet de fournir par des études et des tests un support à la formulation des différents Métiers du Groupe. Ils prennent ainsi en compte la diversité des attentes, des comportements, des caractéristiques des populations dans les grandes zones géographiques mondiales, en vue de leur proposer des produits qui leur conviennent parfaitement.

Enfin, des études d'évaluation cosmétique de grande ampleur visant à caractériser la typologie de la peau et des cheveux des femmes d'origine africaine, hispanique ou asiatique sont actuellement conduites sur des populations importantes en Amérique Latine, aux Etats-Unis et en Chine.

Haut

SOCIAL et HUMAIN



□ Le développement humain, une finalité de l'entreprise

L'Oréal a fondé un projet d'entreprise sur la volonté de **lier étroitement performance économique et performance sociale**. L'ambition est clairement d'être parmi les plus dynamiques, en termes d'attractivité, de rémunération, d'évolution de carrière, ainsi que de partage des résultats et de suivi des attentes dans le monde entier, pour que la motivation et l'attachement à l'entreprise aillent de pair avec une association aux performances continues du groupe.

La qualité des produits de l'entreprise et le développement du groupe dépendent de l'ensemble des salariés, à tous les niveaux. La totalité des salariés de L'Oréal bénéficie maintenant d'un dispositif d'intéressement local équivalent dans tous les pays en fonction de la progression des résultats. La croissance et la volonté d'anticiper permettent de prévenir les restructurations et d'accompagner les évolutions dans l'intérêt des salariés.

Pour L'Oréal, **développer une politique humaine et sociale durable** c'est se donner pour objectifs de :

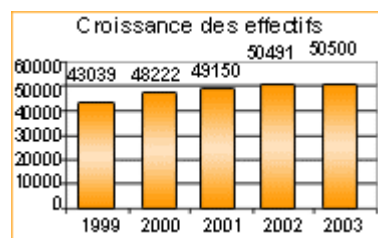
- **Motiver les équipes**, notamment grâce à une politique de rémunération et de mobilité très dynamique
- **Recruter des talents multiculturels et développer la diversité**
- **Offrir des opportunités exceptionnelles de carrière à l'international**
- **Favoriser le développement personnel et professionnel grâce aux programmes de formation mis en œuvre par l'Education Permanente et la confrontation des expériences**
- **Organiser le dialogue social**
- **Favoriser l'insertion** de personnes en difficulté notamment les jeunes et les personnes handicapées. L'Oréal compte poursuivre cette action qui constitue l'un des axes de sa responsabilité sociale.
- **Mettre en oeuvre les meilleures conditions de travail possibles.**

Haut

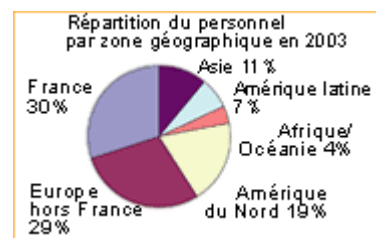
□ Des effectifs croissants

Le développement du groupe s'accompagne de nombreuses créations d'emplois. Ainsi en 10 ans, les effectifs de L'Oréal sont passés de 32261 à 50500 collaborateurs. Convaincu que les différences sont une source d'enrichissement, L'Oréal attache une grande importance au développement d'une forte diversité des effectifs; 94 nationalités sont représentées parmi les collaborateurs (*).

Afin de mieux suivre ses données sociales, le groupe s'est doté d'un outil d'information qui permet de connaître précisément l'état des recrutements, la mobilité, les départs, la formation interne et les effectifs de chaque pays. On peut ainsi consolider les informations par zone géographique ou par division. L'ambition est d'en élargir progressivement le périmètre -actuellement limité aux cadres - à l'ensemble des effectifs au cours des prochaines années.



zoom



zoom



zoom

Le groupe est particulièrement soucieux de l'équilibre hommes / femmes dans ses effectifs dans le monde, les femmes représentent en moyenne un tiers des effectifs de tous les Comités de Direction (*).

[Haut](#)

□ Un recrutement de cadres internationaux et multiculturels

- Développer la diversité et l'ouverture
- Se tourner vers l'international
- Développer des partenariats avec les Universités
- Sensibiliser à nos métiers et transmettre le savoir-faire

Le recrutement des cadres est un axe central du Développement Durable de L'Oréal. Attirer les talents pour accompagner la croissance partout dans le monde et s'assurer d'un **partenariat à long terme** avec eux en leur offrant des larges possibilités de carrière, sont les piliers de cette démarche.

■ Développer la diversité et l'ouverture

Qu'il s'agisse de cultures, de profils, de formations ou de nationalités, L'Oréal entend continuer de s'enrichir de **collaborateurs ouverts et divers** qui sauront accompagner le développement du groupe. Pour L'Oréal, la formation initiale n'est pas l'unique critère de sélection. Tout en tenant compte des connaissances acquises au cours des études et des expériences et compétences professionnelles, L'Oréal attache une grande importance à la personnalité des candidats et à leurs qualités propres comme la créativité, la capacité d'implication et l'ouverture à l'international.

[Haut](#)

■ Se tourner vers l'international



En 2003, L'Oréal a recruté 1418 cadres, de 70 nationalités différentes dans 53 pays (*).
11% des candidats recrutés en 2003 sont d'une nationalité différente de celle du pays de recrutement

Haut

■ Développer des partenariats avec les Universités

La présence du groupe a été renforcée dans les Universités avec aujourd'hui 125 partenariats étroits dans le monde sur les cinq continents (*). Les partenariats avec ces institutions peuvent prendre différentes formes : financement de chaires comme à Oxford (Saïd Business School), ou à l'INSEAD à Fontainebleau mais aussi avec la mise à disposition de cas pratiques et du savoir-faire de L'Oréal pour enrichir les formations des étudiants de nombreuses universités.

De plus, l'offre de stages est au cœur des relations avec les établissements d'enseignement supérieur et permet aux stagiaires d'acquérir une première expérience professionnelle. Pour L'Oréal, un stage ne se résume pas à un bref passage dans l'entreprise: c'est le plus souvent la première étape d'une carrière au sein du groupe. En 2003, 1916 stages ont été proposés dans 46 pays (*).

Haut

■ Sensibiliser à nos métiers et transmettre le savoir-faire

Pour ouvrir ses connaissances en management et faire connaître les compétences de L'Oréal, le groupe a développé " L'Oréal Marketing Award " et " L'Oréal e-Strat Challenge ". Chaque année, ces initiatives permettent de sensibiliser des jeunes à nos métiers et de transmettre à des futurs professionnels le savoir faire de L'Oréal.



zoom

- **Marketing Award** : Ce jeu, orienté sur la créativité et le marketing, est destiné aux étudiants d'écoles et d'universités dans le monde ciblées au départ.

Il s'agit pour les équipes regroupant 3 étudiants de réfléchir à une nouvelle gamme de produits, à son packaging et à la campagne de communication.



zoom

- **E-Strat Challenge** : Ce jeu de stratégie d'entreprise propose aux étudiants des universités du monde entier (undergrads et MBA) de se mettre aux commandes virtuelles d'une entreprise internationale leader de produits cosmétiques. Les étudiants sélectionnés sont confrontés, comme un dirigeant d'entreprise, à des situations de marché en temps réel pendant 2 mois. Les étudiants doivent prendre en compte les données financières, le marketing, la publicité et les paramètres commerciaux comme la politique des prix, les questions de production et la stratégie en matière de Recherche et de Développement afin de prendre des décisions stratégiques pour leur entreprise.

Ces compétitions internationales permettent non seulement le partenariat entre



L'Oréal et les universités et professeurs de marketing, mais également de renforcer l'esprit d'équipe et la créativité des étudiants, valeurs piliers de L'Oréal.
C'est enfin un premier pas important pour les jeunes dans le groupe vers un éventuel recrutement.

L'institut Universum réalise chaque année une enquête auprès des étudiants d'écoles du monde entier. L'Oréal utilise cette étude comme indicateur et vise à s'améliorer chaque année.

L'enquête 2003 a été réalisée auprès de 6776 étudiants de 81 écoles et universités européennes. Il s'agissait de désigner les entreprises pour lesquelles ces étudiants " aimeraient le plus travailler ".

| Classement | Total | Hommes | Femmes |
|-----------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------|
| Classement de L'Oréal | N° 2 | N° 38 | N° 1 |
| 1 | Mc Kinsey & Company | Mc Kinsey & Company | L'Oréal |
| 2 | L'Oréal | The Boston Consulting Group | Procter & Gamble |
| 3 | PricewaterhouseCoopers | Goldman Sachs | Coca-Cola |
| 4 | The Boston Consulting Group | BMW | Unilever |
| 5 | Procter & Gamble | Porsche | Nestlé |
| 6 | Coca-Cola | PricewaterhouseCoopers | Danone |
| 7 | Nestlé | Ferrari | IKEA |
| 8 | Ernst & Young | JPMorgan | Mc Kinsey & Company |
| 9 | Goldman Sachs | Adidas-Salomon | PricewaterhouseCoopers |
| 10 | Unilever | Accenture | LVMH |

Haut

□ Un développement de carrière personnalisé

- Faire confiance à des jeunes en leur confiant tôt des responsabilités
- Organiser un suivi personnalisé et imaginatif des carrières

Le groupe entend donner à ses collaborateurs des opportunités de carrière exceptionnelles et personnalisées.

■ Faire confiance à des jeunes en leur confiant tôt des responsabilités

L'Oréal a toujours privilégié le recrutement de jeunes diplômés dans la perspective d'offrir et de bâtir des carrières sur le long terme. Sur l'ensemble des futurs managers recrutés en 2003 à travers le monde, 47% étaient débutants ou avec une première expérience professionnelle de moins de 3 ans (*). Le groupe s'entoure ainsi d'une véritable pépinière de talents auxquels il n'hésite pas à confier tôt des responsabilités.

L'Oréal a été classé en première position pour la " promotion des leaders " dans l'enquête réalisée en octobre 2003 par le cabinet Hewitt Associates.



zoom

[Haut](#)

■ Organiser un suivi personnalisé et imaginatif des carrières

Le groupe se veut à l'écoute des attentes et des projets de carrière de ses collaborateurs. C'est en s'appuyant sur son réseau des Ressources Humaines dans le monde, que L'Oréal conçoit sa qualité d'organisation.

Afin de mieux prendre en compte les aspirations et besoins de chacun, le groupe a souhaité en 2002 accompagner le travail de ses Responsables Ressources Humaines par la formalisation ou le développement des outils suivants:

- **Entretiens de mi-année** : généralisation à tous les jeunes managers (moins de 5 ans d'ancienneté) pour faire le point de leur prise de fonction et/ou de leur intégration.

- **Entretiens de fin d'année** : système individuel formalisé démarré en France, et dans quelques pays pilotes (Allemagne, Grande-Bretagne, Etats-Unis, Pays-Bas, Danemark, Norvège et Suède), permettant l'évaluation des performances et des compétences individuelles. C'est au cours de l'entretien de fin d'année que l'aspect rémunération est traité.



zoom

L'Oréal se dote ainsi d'un système d'évaluation formalisé cohérent répondant à un objectif de transparence (rédaction d'un écrit) et reposant sur des critères partagés par tous.

Ce dispositif doit permettre à chacun de mieux comprendre les critères utilisés pour son évaluation. C'est pourquoi un référentiel de compétences managériales, qualités personnelles, compétences générales et compétences spécifiques métier (*), a été créé pour que chaque collaborateur comprenne ce que sa hiérarchie attend de lui.

L'objectif à court terme est que chaque collaborateur puisse bénéficier d'un entretien annuel, qui constitue un moment privilégié d'échanges avec sa hiérarchie.

[Haut](#)

□ Une mobilité encouragée

- Encourager la mobilité internationale
- Permettre la mobilité professionnelle

La diversité recherchée à L'Oréal repose sur une politique de mobilité, à la fois géographique et professionnelle.

■ Encourager la mobilité internationale

La mobilité internationale fait partie de la stratégie de croissance de L'Oréal et de développement pour ses Affaires qui sont de plus en plus internationales.

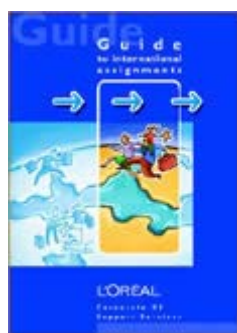
L'Oréal souhaite en effet continuer d'enrichir la qualité de son management international et de ses équipes locales avec des expatriés jeunes et expérimentés. Au travers de leurs expériences successives dans différents pays, ceux-ci contribueront au développement du groupe, tout en élargissant leurs connaissances et en approfondissant leurs compétences.

A fin 2003, 493 expatriés de 47 nationalités différentes occupent des fonctions de management dans 53 pays. 21,5% sont des femmes.

Pour soutenir et faciliter ces mouvements internationaux, le groupe a défini depuis plus de 10 ans, une charte mise à jour fréquemment et permettant d'accompagner l'expatrié, et sa famille, au cours de ses missions à l'international.

Cette charte répond à quatre préoccupations majeures :

- La préparation avant le départ en expatriation
- L'installation de l'expatrié et de sa famille dans le pays d'accueil
- Le calcul de son " package " financier
- Le retour d'expatriation



zoom

Un " guide de la mobilité internationale " est mis à disposition des salariés expatriés, pour les accompagner, eux et leur famille dans tous les aspects pratiques liés à ce changement de pays. Il rappelle les aides diverses que le groupe leur met à disposition à chaque étape de l'expatriation : au départ, dans le pays d'accueil et à la fin de l'affectation.

Haut

■ Permettre la mobilité professionnelle

La mobilité interne permet aux collaborateurs d'acquérir des compétences dans différents métiers et ainsi d'évoluer au sein du groupe et d'accéder à des postes à responsabilité rapidement. Au travers de leurs expériences successives dans différents domaines, ceux-ci contribuent à l'amélioration en continu et la transmission du savoir-faire de L'Oréal.

En 2003, 27% des cadres ont pris de nouvelles responsabilités.

" COOL " (Carrière et Opportunités On Line) est une bourse d'emploi sur l'intranet. Il propose de favoriser de manière fluide et transparente la mobilité professionnelle et géographique des collaborateurs en leur donnant accès à tous les postes à pourvoir dans un pays.

" COOL " permet, avant de procéder à un recrutement extérieur, de vérifier qu'il n'existe pas de ressources internes correspondant au poste à pourvoir, ce qui constitue une garantie d'évolution supplémentaire pour les collaborateurs du groupe, et s'inscrit pleinement dans le cadre de la politique qui vise à favoriser la promotion interne.

" COOL " a été développé et lancé en avril 2000 par L'Oréal USA.



zoom

En mai 2002, " COOL " a été mis en place en France, choisie comme pays pilote pour l'Europe. L'outil, adapté localement, permet donc l'affichage de tous les postes à pourvoir à l'exception des postes cadres.

En 2003, 264 postes ont été mis en ligne, 122 ont été pourvus grâce à " COOL ", soit 46%.

Le souhait du groupe est d'étendre le dispositif à d'autres pays européens. Cette mise en place se ferait localement en adaptant " COOL " aux spécificités de chaque pays, culturelles et linguistiques notamment.

Haut

□ Une politique de développement des compétences

- Organiser des formations de qualité
- Adapter les formations ou actions de développement aux besoins de chacun



zoom

L'Oréal entend que l'ensemble de ses collaborateurs puisse être intégré dans une démarche continue d'acquisition et d'enrichissement de leurs connaissances et de développement de leurs compétences.

■ Organiser des formations de qualité

Conscient de la nécessité d'offrir à ses managers un développement personnalisé de leur savoir et de leur savoir-faire, L'Oréal a créé en 1970 une Direction de L'Education Permanente Corporate pour faire du développement de son personnel un véritable levier de la stratégie de croissance du groupe.



zoom

Cette Direction est relayée par les départements de formation des divisions fonctionnelles - par la création récente des Managements Development Centers - basés à Singapour, New-York, Rio et Paris.

En 1971, le Centre Européen d'Education Permanente (CEDEP) a été créé à Fontainebleau par quelques grandes entreprises internationales dont L'Oréal, en partenariat avec l'INSEAD. Ce sont aujourd'hui une vingtaine d'entreprises qui adhèrent au CEDEP.

Le CEDEP permet à L'Oréal de développer des programmes de formation managériales adaptées à ses objectifs

ou métiers tout en bénéficiant d'un apport académique à la hauteur des meilleurs niveaux internationaux.

Ce réseau international a pour principale mission de faciliter la transmission des connaissances et des savoir-faire dans les domaines professionnels et techniques, d'accompagner le développement des talents individuels et de favoriser le partage de la culture d'Entreprise.

Haut

■ Adapter les formations ou actions de développement aux besoins de chacun

L'Oréal a lancé en 2002 un très vaste projet " Talent Development " ou " Système d'Evaluation des Managers " qui a fait l'objet d'une vaste campagne d'information et de formation (*).

Destiné à favoriser l'écoute et le dialogue et à mieux objectiver l'appréciation de la performance, ce système d'évaluation a été aussi construit autour de 9 compétences clés pour lesquelles des actions de formation ou de développement spécifiques peuvent être proposés.

Dès 2002, de nombreux pays comme la France et les USA ont étendu ce système à l'ensemble des employés.

- **Mise en place d'indicateurs :**

L'Education Permanente a mise en place un premier dispositif mondial de reporting - testé sur l'activité 2002 - qui permettra de mieux analyser et rendre compte de l'activité Formation.

En 2003, 42 % des employés ont bénéficié d'une formation (60 % pour l'encadrement avec une durée moyenne de 2,50 jours par participants à une formation).

Les formations au Management (conséquences de l'implantation de Talent Développement) ont connu une forte croissance.

- **Meilleur accès à la Formation pour tous :**

Les Managements Development Centers ont délocalisé les formations aux catégories de produits, aux métiers, à des conditions beaucoup plus accessibles, elles ont ainsi permis de donner un accès beaucoup plus large à des programmes de qualité.

De même, il a été mis au point et diffusé dans toutes les filiales un kit pédagogique " DISCOVERY " destiné à s'assurer que toutes les personnes qui rejoignent L'Oréal disposent des informations essentielles sur le groupe qu'elles soient sensibilisées aux valeurs de Management qui sont rappelées dans la Charte Ethique. L'Oréal USA a mis en place des formations sur le harcèlement et le harcèlement sexuel. Ces expériences pilotes sont destinées à être étendues et adaptées dans l'ensemble des filiales.

Une attention particulière a été apportée à la diversité dans nos stages DISCOVERY et dans le nouvel outil de e-learning du Recrutement, également le management de la diversité est progressivement incorporé dans les programmes de formations managériaux au CEDEP.

Pour la première fois en 2002, une formation CORPORATE donc internationale et inter-Division a été " livrée " à New-York afin de sensibiliser nos Managers à la dimension multiculturelle des marques et des équipes de L'Oréal.

Haut

□ Une politique de rémunération motivante pour tous

- Appliquer des principes transparents
- Reconnaître les qualités individuelles
- Répartir les performances collectives

Pour L'Oréal, l'individu est au cœur du développement de l'entreprise. En effet, le succès de L'Oréal ne serait pas possible sans la qualité de ses collaborateurs et sans l'investissement de chacun dans la dynamique de croissance du groupe.

■ Appliquer des principes transparents

La politique de rémunération globale traduit la reconnaissance de L'Oréal envers l'implication de ses salariés dans son développement et vise aussi à attirer les talents.

Bien qu'elles concernent l'ensemble des salariés du groupe, les modalités d'applications varient en fonction des métiers et des niveaux de responsabilité.

Dans l'ensemble de ses unités, le groupe a mis en place une politique de rémunération claire et transparente pour tous les collaborateurs s'appuyant sur un système d'évaluation uniformisé mondialement et reconnaissant les performances individuelles.

[Haut](#)

■ Reconnaître les qualités individuelles

L'Oréal propose des rémunérations compétitives. La rémunération est associée au poste, et prend en compte le potentiel car elle doit participer au développement et à l'implication à long terme des managers.

Chaque collaborateur fait l'objet d'un suivi individuel de sa carrière et de sa rémunération.

En 2003, 2500 cadres, soit le cinquième de l'encadrement du groupe dans le monde bénéficient de stock-options.

[Haut](#)

■ Répartir les performances collectives

Au-delà de la reconnaissance individuelle, L'Oréal a associé ses collaborateurs à la performance collective.

Depuis 2001, un système d'intéressement a été déployé mondialement (*). Il a vocation à devenir un des piliers de la politique de rémunération du Groupe. Le Worldwide Profit Sharing Plan (WPS) est une initiative de la Direction Générale de L'Oréal.

La mise en place du WPS est assurée, de façon décentralisée, dans chacune des 55 pays du groupe avec la constitution d'un Comité de Pilotage Pays dont le rôle est de développer, au niveau local, les principes communs et de définir les modalités pratiques de mise en œuvre :

- Fixation des objectifs de performance
- Fixation du nombre de semaines à verser
- Organisation de la communication

Un Comité de Coordination Groupe a également été créé pour veiller au respect des principes, assurer un certain niveau de cohérence et organiser le reporting. Il favorise également les échanges d'expériences entre les pays.

Le groupe souhaite avec le WPS renforcer le sentiment d'appartenance de ses salariés et accroître leur motivation.

En 2003, L'Oréal a ainsi versé un montant global de 43 millions d'euros au titre de l'exercice 2002 du WPS, ce qui représente en moyenne deux semaines de salaire. Les sommes versées au titre de l'intéressement ne constituent pas un acquis dans le sens où le versement du WPS n'est pas acquis et dépend de l'atteinte des objectifs. En 2003, la Direction Générale de L'Oréal a fixé aux pays l'objectif de verser à leurs collaborateurs l'équivalent de 2,5 semaines de salaires pour la réalisation de 100% des objectifs (*).

Le groupe veut poursuivre le développement du WPS avec un objectif de 4 semaines à l'horizon 2005-2006.

Enfin, 16% de la rémunération des collaborateurs en France provient de la répartition des profits

[Haut](#)

□ Un dialogue permanent à tous les niveaux

La qualité du " climat social " au sein du groupe est le fruit d'un dialogue permanent et d'une recherche de consensus entre la Direction, les salariés et leurs représentants, échanges facilités du fait de structures de représentation décentralisées non seulement légales mais aussi informelles.

Ainsi, en France, les Réunions Informelles d'Echange et de Dialogue Social (RIEDS) permettent des discussions approfondies entre la Direction et les représentants des organisations syndicales du groupe qui anticipent des négociations locales.

En France, 97 instances soit 1108 mandats (titulaires et suppléants) de représentations existent : Comités d'entreprise et d'établissement, Délégués du personnel, Délégués syndicaux, CHSCT, Comité de Groupe (France), RIEDS. Les sujets abordés par ces instances vont des questions locales, jusqu'à l'examen des comptes consolidés par le Comité de Groupe.

Haut

□ Des programmes d'insertion et d'apprentissage

- Accueillir des apprentis
- Favoriser l'insertion de personnes en difficulté et donner aux personnes handicapées l'accès à une activité professionnelle
- Récompenser les actions menées et échanger les expériences

L'Oréal s'investit en faveur de la formation grâce à une politique d'apprentissage active. Il développe également de nombreuses actions d'insertion pour aider ceux qui n'ont ni qualification, ni emploi, ainsi que les travailleurs handicapés.

■ Accueillir des apprentis

La transmission d'expériences et de savoir-faire à des jeunes est une tradition fortement ancrée dans la culture du groupe.

L'Oréal conçoit l'apprentissage comme une voie d'excellence permettant de :



zoom

- Former des jeunes en leur permettant d'acquérir une première expérience professionnelle

- Développer une voie de recrutement de grande qualité dans certains de ses métiers en cohérence avec la politique des Relations Humaines du groupe (1/3 des apprentis diplômés ont été embauchés en France).

Depuis 1993, en France, 1 750 apprentis ont été accueillis par près de 1200 maîtres d'apprentissage. En 2003, ils étaient 401 (soit 3,3 % de l'effectif) dont 89 % préparaient des diplômes de niveau bac+2 et au-delà (*).

Le concept de formation en alternance se conjugue aussi à l'international et prend différentes formes :

- Développement de la formation en alternance en Belgique, en Espagne, en Italie, au Royaume Uni (formule du Sponsor Student), aux USA
- Création de parcours internationaux pour des apprentis ingénieurs français

Haut

■ Favoriser l'insertion de personnes en difficulté et donner aux personnes handicapées l'accès à une activité professionnelle

Afin de faciliter l'insertion professionnelle et la formation des personnes en difficulté, particulièrement des jeunes et des personnes handicapées, L'Oréal a développé, depuis 1995, des partenariats de qualité avec des professionnels de l'insertion.

En France, cette politique s'est développée selon 4 axes :

- Création de services de proximité sur le lieu de travail
- Elaboration de parcours d'insertion au sein de l'entreprise pour des jeunes sans emploi et sans qualification (150 depuis 1995)
- Politique volontariste en faveur des salariés handicapés : recrutement et accueil en stages, aménagement des locaux et des outils de travail, collaboration avec des Ateliers Protégés et des Centres d'Aide par le Travail, ...
- Actions de solidarité

En 2003, L'Oréal a renforcé, en France, son partenariat avec l'Association Valentin HAUY, qui aide les personnes mal-voyantes et non-voyantes à surmonter leur handicap :

- accueil de stagiaires
- embauche en CDD et CDI
- animation "d'ateliers emploi" : rédaction de curriculum vitae et lettre de motivation, simulation d'entretiens de recrutement

Les initiatives sont aussi nombreuses hors de France : formations de personnes sans qualification, animation d'ateliers Beauté, récolte de fonds et de produits, ...

Au Brésil, le programme " Viva Rio " créé en 1998, favorise l'accueil de femmes des " favelas " dans un salon destiné à la formation de professionnels de la Coiffure. Une formation leur est dispensée par des techniciens de L'Oréal et se clôture par la remise d'un certificat favorisant leur insertion professionnelle et sociale.

En Espagne, depuis 1982, l'usine de L'Oréal de Burgos collabore avec les ateliers protégés d'ASPAÑIAS (sous-traitance). Ce partenariat a permis la mise en place de parcours de formation complets et la création de 120 emplois stables.

En Thaïlande, depuis novembre 2001, L'Oréal Thaïlande a lancé le projet " Les Coiffeurs du cœur " en partenariat avec le Centre d'Insertion et de Formation pour Femmes de Pakkred, dans la province de Nonthaburi. L'objectif de ce centre est d'offrir des formations qualifiantes à des femmes au chômage ou de milieux sociaux désavantagés. 60 participantes ont profité de cette formation, déclinée sur cinq journées, qui leur a permis d'apprendre des techniques de coupe, de coiffage et de coloration.

Cette initiative, qui a remporté un vif succès, a aidé ces femmes à reprendre confiance en elles et à maîtriser des techniques qui leur permettent aujourd'hui de subvenir à leurs besoins ainsi qu'à ceux de leur famille.

[Haut](#)

■ Récompenser les actions menées et échanger les expériences

Depuis 1997, le "**Prix L'Oréal de l'apprentissage**" est remis en alternance avec le **Trophée L'Oréal " Initiatives pour l'Insertion "** afin de récompenser les actions les plus innovantes et les plus exemplaires menées au sein du Groupe L'Oréal soit dans le domaine de l'apprentissage, soit dans celui de l'insertion professionnelle et de la solidarité. Ces trophées internes permettent également l'échange des expériences, en France et à l'international.

Le Trophée L'Oréal " Initiatives pour l'Insertion " 2002 a eu une dimension internationale, grâce à la participation de l'Allemagne, de la Grande-Bretagne, de la Finlande, du Brésil et des Etats-Unis. Au total, 25 entités du Groupe ont présenté un dossier.

- Le premier prix a été attribué à Garnier pour son action PRE'QUALIF, un programme créé en 1998 qui s'adresse à la fois à des travailleurs handicapés et à des jeunes connaissant des difficultés d'accès à

l'emploi. Cette action vise à offrir une expérience professionnelle à ces personnes dans les métiers du magasinage afin de les aider à s'insérer durablement dans la vie professionnelle. Depuis 1998, ce programme a concerné 15 personnes.

- Le jury a distingué L'Oréal Allemagne pour son action en faveur de l'insertion professionnelle des personnes handicapées et son soutien à l'action de l'association CARITAS en faveur des mères de famille en difficulté.
- Le site de production de FAPAGAU a également été récompensée pour l'intégration réussie de 3 personnes déficientes auditives à des postes de conditionnement.
- Le prix du partenariat a été décerné à Emploi 93, entreprise de travail temporaire d'insertion collaborant avec plusieurs entités du groupe L'Oréal en France.



zoom

[Haut](#)

□ Des conditions de travail favorables

- Créer des espaces de vie et de travail
- Préserver la santé des collaborateurs

L'Oréal attache beaucoup d'importance à créer les meilleures conditions de travail possibles.

■ Créer des espaces de vie et de travail

Le travail et les échanges dans une ambiance conviviale est un facteur de motivation supplémentaire du personnel.

C'est pourquoi, la création d'infrastructures collectives, restaurant d'entreprise, cafétéria, salles de réunions, est importante car elles constituent des lieux privilégiés de communication.



zoom

De l'aménagement intérieur (plantes vertes, éclairage) aux aménagements spécifiques permettant l'accessibilité des locaux aux personnes handicapées, tout est mis en œuvre pour rendre confortable et convivial le temps passé par les collaborateurs au travail.

De même, de nombreux outils sont mis en place pour faciliter le travail quotidien des collaborateurs : annuaire mondial, intranet L'Oréal, accès internet, etc.

[Haut](#)

■ Préserver la santé des collaborateurs

La préservation de la santé des salariés constitue une priorité permanente de L'Oréal.

Qu'il s'agisse d'accidents du travail ou de maladies professionnelles, le groupe entend continuer la mise en œuvre de mesures de prévention :

- Suppression des causes biomécaniques par l'élimination des lignes de conditionnement très manuelles.
- Renforcement des actions de sensibilisation et de formation des collaborateurs et du management.
- Réalisation d'études de postes et d'études ergonomiques de conception.
- Diffusion des bonnes pratiques.
- Suivi médical personnalisé.

Cet engagement repose aussi sur la mise en place d'indicateurs relatifs à la santé et aux conditions de travail. Ainsi, depuis 2001, lors de la réunion plénière de l'Instance Européenne de Dialogue Social, le nombre de maladies professionnelles en Europe et les moyens mis en œuvre par les pays pour réduire les cas sont suivis chaque année. Cela correspond à la démarche d'amélioration continue que souhaite adopter L'Oréal sur ces questions liées à la santé des collaborateurs.

Toutes ces démarches connaissent déjà des résultats probants. Elles constituent une des conditions essentielles de la croissance durable du groupe en renforçant l'adhésion des collaborateurs autour d'un réel projet d'entreprise.

Haut

SÉCURITÉ, HYGIÈNE et ENVIRONNEMENT

□ Des priorités dans l'activité du groupe

Pour respecter son engagement en faveur de la protection de l'environnement, de l'amélioration des conditions de sécurité industrielle et de santé au travail et pour atteindre des objectifs concrets, **une politique Sécurité Hygiène et Environnement (SHE) rigoureuse** a été mise en place au sein du groupe depuis de nombreuses années.

Cette politique a pour ambition d'atteindre des niveaux de rigueur élevés en matière de Sécurité, d'Hygiène et d'Environnement.

Cela implique notamment :

- Le respect de la législation et des normes locales en matière de sécurité, d'hygiène, de sécurité et d'environnement
- Une production industrielle conforme à des normes SHE développées par L'Oréal, et allant au delà des minima réglementaires requis
- La mobilisation des collaborateurs sur l'amélioration des pratiques SHE et la création d'une dynamique d'amélioration permanente
- L'assurance que les personnes physiques et morales avec lesquelles L'Oréal entretient des relations respectent ces principes
- La mise en œuvre de démarches en faveur de l'environnement et de politiques actives de réduction de la consommation d'énergie et d'eau
- La valorisation des déchets dans l'ensemble des activités

Haut

□ Organisation et Management

- Organisation
- Des outils au service du management SHE
- Une volonté d'information et de formation des collaborateurs
- La production industrielle
- Un contrôle par des audits multiples

L'Oréal met en oeuvre des pratiques permettant d'atteindre les meilleures performances environnementales dans tous les sites du groupe : sites industriels, laboratoires de recherche et sites administratifs au niveau mondial. Le groupe s'est doté des moyens nécessaires à cet effet : une organisation et un management spécifiques, la formation des collaborateurs, la réalisation d'audits.



zoom

[Haut](#)

■ Organisation

La Direction Générale Technique (DGT) exerce, pour l'ensemble des sites du groupe, la responsabilité fonctionnelle de la Protection des Personnes, des Biens et de l'Environnement. Elle est relayée par les Directions SHE et du Développement Durable. Ces Directions sont relayées au sein de chaque entité opérationnelle par des responsables SHE qui coordonnent les actions des experts locaux sur chacun de leurs sites.

La Direction SHE assure :

- l'assistance technique en matière de Sécurité, Hygiène et Environnement au niveau international
- l'encadrement des experts et des spécialistes SHE à chaque niveau organisationnel et sur chaque site industriel
- le contrôle de l'application des normes
- la circulation des bonnes pratiques dans un souci constant d'amélioration

Ces deux Directions définissent les objectifs à atteindre et suivent les progrès réalisés.

[Haut](#)

■ Des outils au service du management SHE

- **Les RIO et RIS (Risques Industriels Organisation et Sécurité)** sont les règles internes émises par la DGT fixant les principes de la politique globale de L'Oréal en matière de SHE. Pour chaque thème (par exemple pour les consignes générales en période d'alerte ou la sécurité du personnel dans les zones de stockage en hauteur ou encore pour la maîtrise des risques de pollution du sol et des eaux pluviales) sont fixés les responsabilités de chaque acteur, les systèmes d'information, les formations, les actions d'amélioration à mettre en œuvre et les moyens de contrôle.
- **Le SHAP (Safety Hazard Assessment Program)** est un programme d'analyse pour la prévention des risques fondé sur l'évaluation des risques effectuée par les collaborateurs sur le terrain. Il contribue à définir poste par poste les risques et en évalue le danger permettant ainsi de dresser très précisément une cartographie des risques inhérents à chaque usine. Cette méthode d'évaluation des risques permet de relever tous les dangers, d'évaluer leur niveau, de rechercher de nouveaux moyens de contrôle des risques résiduels. Uniformisée sur tout le groupe, elle s'appuie sur le dialogue entre responsables et contribue à une amélioration collective significative de la maîtrise des risques.
- **Les Tableaux de bord " Sécurité, Hygiène et Environnement "**, utilisés par tous les sites, consignent chaque mois des éléments concernant la prévention, donnent des informations sur les incidents et rapportent les résultats relatifs aux consommations d'eau et d'énergie, aux rejets atmosphériques, aux effluents, aux déchets et à leur valorisation. Ils font l'objet d'une analyse pointue des experts SHE du groupe et sont à l'origine d'actions correctrices permettant d'atteindre les objectifs.
- **Les Prix SHE** sont des concours internes visant à mobiliser les collaborateurs pour améliorer la maîtrise des risques et contribuer à la protection de l'environnement. Les récompenses ont pour objectif de transmettre les valeurs fondamentales de l'amélioration continue : initiative, amélioration et constance.
 - Le prix de la meilleure initiative sécurité (usines)
 - Le prix de la meilleure initiative environnement (usines)
 - Le prix de la meilleure initiative Sécurité Hygiène Environnement (centrales et sites administratifs)
 - Le prix de la meilleure amélioration (usines, centrales, sites administratifs)
 - Le prix d'Excellence Sécurité Hygiène Environnement de la Direction Générale Technique (usines, centrales)



zoom

[Haut](#)

■ Une volonté d'information et de formation des collaborateurs



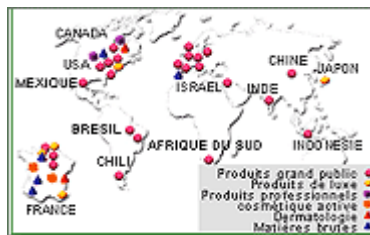
zoom

Les modules de sensibilisation du personnel aux problématiques environnementales, d'hygiène, de sécurité et de développement durable sont intégrés dans les plans de formation du groupe : chaque nouveau collaborateur est ainsi concerné quelque soit son poste. L'Oréal est engagée dans une démarche permanente de formation, notamment pour renforcer les compétences des spécialistes, mais aussi pour maintenir l'attention continue de l'ensemble de ses collaborateurs.

De même, la diffusion des actions menées et des résultats obtenus en matière de SHE fait partie intégrante de la communication au sein de l'entreprise notamment au travers des journaux internes comme " En direct " et " Usine ", du site Intranet du groupe, des vidéos, cd-rom,...

[Haut](#)

■ La production industrielle



zoom

Outre les 42 sites de production industrielle, L'Oréal compte 78 centrales de distributions dans le monde. En Europe, certains sites sont classés " Seveso " et soumis à un encadrement réglementaire rigoureux. Parmi ces 120 sites, 5 rentrent dans la catégorie " seuil haut ".

[Haut](#)

■ Un contrôle par des audits multiples



zoom

Un programme d'audit des sites industriels, renforcé en 2001, est en place depuis une dizaine d'années. Il vise à mesurer systématiquement de manière ponctuelle et périodique la progression des sites en matière de gestion SHE. Les usines sont auditées sur la base d'une durée moyenne d'une semaine par des groupes de 4 à 7 experts. Les consultants externes établissent environ un tiers de ces audits. Un quart des usines est audité par an, ce qui assure une vérification approfondie pour chaque usine tous les 4 ans. En 2003, 10 usines sur 42 ont été auditées.

Des audits sont également menés dans les usines et les centrales de distribution par les compagnies d'assurances. En 2003, 9 inspections ont ainsi concerné des questions environnementales et 30 les conditions de sécurité.

Enfin, les usines et les centrales de distribution relayent la politique du groupe pour leurs achats décentralisés : des audits sont menés par des entités du groupe auprès de leurs fournisseurs ; ils incluent les aspects SHE.

□ Sécurité au travail sur les sites industriels

Périmètre

Les indicateurs environnementaux et de sécurité concernent 100% des 42 usines et des 78 centrales de distribution représentant la quasi totalité de l'activité du groupe.

L'Oréal veille à ce que les salariés bénéficient des conditions générales optimales d'emploi et de vie au travail dans le respect total de leur sécurité. Réduire au maximum les accidents et les maladies professionnelles sur l'ensemble de ses sites industriels passe par un certain nombre de préoccupations :

- Respecter les réglementations locales et les règles internes applicables à l'ensemble du groupe en matière d'Hygiène, de Sécurité et de Conditions de travail
- Développer et améliorer la dynamique de travail constructif avec les employés ou leurs représentants (au sein du CHSCT en France par exemple)
- Contrôler en permanence et mettre en place des actions correctrices
- Assurer la circulation des " bonnes pratiques " dans un souci d'amélioration constant

Sur la période de reporting présentée (depuis 1999),

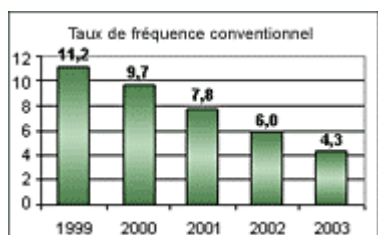
- aucun accident du travail mortel n'a été enregistré
- le taux de fréquence conventionnel a baissé de 62 %

⊕ Objectif fixé : Zéro accident

En 2003, 11 usines et 55 centrales ont atteint l'objectif de " zéro accident ", c'est-à-dire d'un taux de fréquence conventionnel nul. Il s'agit des sites de Tours, St Quentin et Villepinte (France), de Settimo (Italie), de Suzhou (Chine), de Savannah, Linden et West Caldwell (Etats Unis), de Gujarat (Inde), de Carrascal (Chili) et de Cosmelor (Japon).



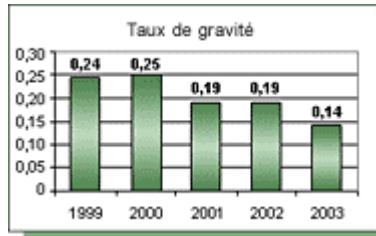
zoom



zoom

Le taux de fréquence conventionnel représente le nombre d'accidentés du personnel L'Oréal (non présents le lendemain de l'accident) rapporté à un million d'heures travaillées.

Le taux de gravité exprime le nombre de journées perdues par le personnel L'Oréal (suite à des accidents de travail) rapporté à 1000



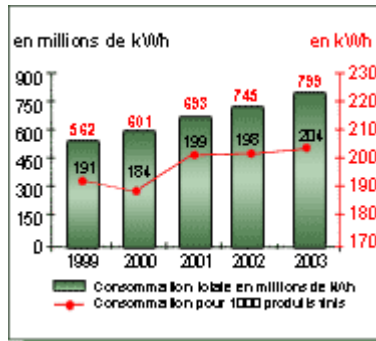
zoom

heures travaillées.

[Haut](#)

□ Politique énergétique

Bien que l'industrie cosmétique soit peu consommatrice d'énergie par rapport à d'autres secteurs d'activité, le groupe mène une politique active de limitation de sa consommation pour des raisons aussi bien environnementales qu'économiques.



zoom

Energie totale utilisée

En Millions de kWh

Un million de kWh équivaut à 3,6 Gigajoules

| Sources | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| Electricité | 252 | 264 | 306 | 336 | 355 | 44% |
| Gaz | 271 | 297 | 333 | 354 | 387 | 49% |
| Fuel | 38 | 39 | 54 | 55 | 57 | 7% |
| Total | 562 | 601 | 693 | 745 | 799 | 100% |

zoom

Répartition par source énergétique

En Millions de kWh

Un million de kWh équivaut à 3,6 Gigajoules

Approvisionnement

Au niveau local, l'énergie électrique utilisée par les sites provient de fournisseurs locaux ayant chacun leurs propres moyens de production. La traçabilité des énergies (charbon, gaz, fuel, nucléaire, solaire, etc) nécessaires à chaque unité pour la production de l'énergie électrique utilisée par les usines de L'Oréal est donc difficile.

Analyse de performance

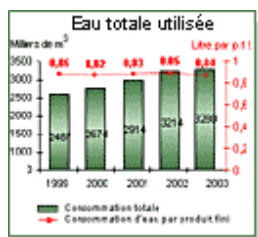
La hausse de la consommation d'énergie des sites industriels de L'Oréal résulte de l'augmentation de la production ainsi que de la politique d'acquisition des 5 dernières années. L'automatisation des systèmes de production et le renforcement des procédures d'hygiène afin d'améliorer les conditions de travail et de sécurité des collaborateurs et d'obtenir des gains de productivité contribuent également à une augmentation sensible des consommations énergétiques.

Même si le groupe a atteint un niveau élevé d'exigence et que les possibilités d'économies énergétiques sont aujourd'hui limitées, la diminution des consommations reste un objectif. L'Oréal met au service de sa politique énergétique une expérience acquise depuis plus de dix ans pour parvenir à saisir toutes les opportunités en la matière.

[Haut](#)

□ Consommation d'eau

La consommation d'eau du groupe est directement liée aux volumes de production en raison de la contenance élevée en eau des produits fabriqués. Certains produits, comme les shampoings, nécessitent une plus grande quantité d'eau pour leur fabrication. La composition du portefeuille de produits du groupe a donc des conséquences directes sur la consommation d'eau moyenne par produit fini.



zoom

Analyse de performance

La fabrication des produits nécessitant le plus d'eau comme les shampoings a augmenté ces 3 dernières années. En dépit de cela, les innovations technologiques et l'attention quotidienne des collaborateurs ont permis de réduire de 27%, en 10 ans, la quantité d'eau nécessaire à la production : en 1993, 1,16 litre était utilisé pour fabriquer un produit fini.

Initiatives

Afin de limiter le gaspillage, l'eau de refroidissement des machines et des produits est recyclée et réutilisée. Par ailleurs, lors du processus de déminéralisation de l'eau nécessaire à la fabrication des jus, plusieurs usines recyclent l'eau concentrée en minéraux en eau de lavage.

Depuis 2003, un programme spécial est axé sur la réduction de la consommation d'eau incluant le développement de nouvelles technologies de nettoyage ainsi que la recherche et la diminution des pertes d'eau.



Objectif fixé : Réduction sur 2 ans de la consommation d'eau par produit fini de 5%

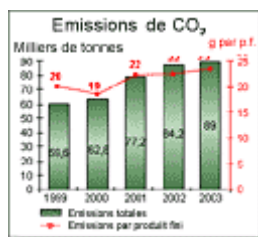
Dans de nombreux sites, les canalisations transportant le jus sont nettoyées à la fin de chaque cycle par un système " d'obus ". Propulsés à l'intérieur des tuyaux, ils raclent les parois au plus près. Ce système permet bien sûr la baisse de la consommation d'eau pour le nettoyage mais aussi des pertes de jus et donc une diminution des déchets et une moindre charge en résidus des effluents.

[Haut](#)

□ Rejets atmosphériques

Gaz à effet de serre

L'Oréal n'a aucun processus direct de production émettant des gaz à effet de serre. Seuls la production de vapeur et le chauffage au fuel des bâtiments du groupe produisent des émissions de CO₂. Pour en limiter les effets, le gaz naturel alimente les chaudières dès que cela est possible.



zoom

Les véhicules de transport sont une source principale d'émission de CO₂. Le reporting détaillé des rejets dus à leur utilisation dans



zoom

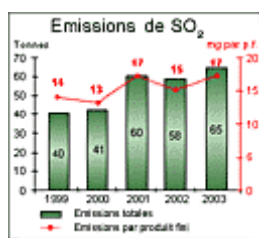
l'acheminement des produits du groupe et dans le déplacement des collaborateurs n'est cependant pas disponible. Toutefois, le groupe a développé depuis de nombreuses années des solutions de transports moins polluantes comme l'utilisation de voitures électriques dans certains sites urbains et la pratique du ferroutage (combiné rail-route). Les principales initiatives dans ce domaine ont notamment été réalisées sur les axes France - Italie, France - Espagne et également pour l'approvisionnement du Nord de la Norvège depuis la centrale de Copenhague. En 2003, à titre expérimental et en partenariat avec GEFCO, EDF et l'ADEME, l'Oréal a mis en service 3 camions électriques de 10 tonnes pour les livraisons de produits à Paris.

Gaz appauvrissant la couche d'ozone

Les seules émissions de gaz de L'Oréal appauvrissant la couche d'ozone proviennent des propulseurs pour les aérosols. Les principaux gaz incriminés, les Chlorofluorocarbones (les CFC) ne sont plus utilisés par L'Oréal depuis 1989 bien avant que leur interdiction définitive ne rentre en vigueur en 1995.

Autres émissions atmosphériques

Les émissions de SO_2 sont liées à l'utilisation de fuel pour le chauffage.



zoom

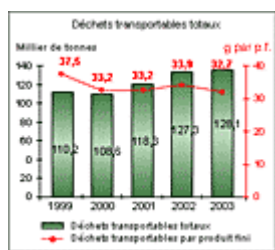
Afin de limiter ces émissions, le groupe privilégie le gaz naturel pour l'alimentation des ses chaudières dès que cela est possible.

[Haut](#)

□ Déchets

Le groupe fait de la limitation de ses déchets un enjeu majeur et fixe à chaque site industriel des objectifs annuels précis. Lors de la fabrication de ses produits, L'Oréal génère un certain nombre de rejets dont des déchets dits "transportables" par opposition aux effluents ou aux émissions atmosphériques.

Les déchets transportables sont les déchets résultant du processus de production et voués à quitter les sites industriels (palettes, emballages, débris de construction, reste de produits finis et de matières utilisées dans le processus de production).



zoom



zoom

| Déchets transportables : (en milliers de tonnes) | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | |
|-----------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Déchets techniques spéciaux | 28,4 | 31,1 | 34,0 | 38,7 | 40,0 | 31,2% |
| Boues | 9,7 | 8,2 | 8,0 | 10,0 | 10,3 | 8,0% |
| Emballages navettes | 17,3 | 15,2 | 14,1 | 14,3 | 14,8 | 11,6% |
| Autres déchets transportables | 54,8 | 54,1 | 62,2 | 64,3 | 63,0 | 49,2% |
| | 110,2 | 108,6 | 118,3 | 127,3 | 128,1 | 100% |



Les déchets techniques spéciaux sont composés de produits finis ou semi-finis, de solvants, de matières premières, d'huile de vidange, eaux de lavage très chargées en jus,... Ils sont donc composés de déchets soumis à réglementation dont le traitement est strictement encadré.

L'Oréal a mis en place un programme de valorisation des déchets. La mise en décharge ne s'effectue que lorsque l'incinération n'est pas disponible. 39 sites industriels ne mettent rien en décharge.



Objectif fixé : Zéro mise en décharge pour tous les sites.



L'indice de valorisation

représente le rapport exprimé en pourcentage entre la masse des déchets transportables valorisés et celle de l'ensemble des déchets transportables.

En Allemagne, l'usine de Karlsruhe a mis en place les bonnes pratiques qui lui permettent d'atteindre l'objectif zéro déchets non valorisés.

Deux circuits de traitement des déchets aérosols et des boues issues de la station d'épuration ont ainsi été mis en place.

Grâce à une collaboration avec une société extérieure spécialisée dans le recyclage, les déchets aérosols comprenant des restes de jus et de gaz sont intégralement recyclés ou valorisés : les différentes composantes des jus sont séparées et réutilisées, le gaz sert pour d'autres aérosols, les parties métalliques sont recyclées et les plastiques valorisés énergétiquement.

Quant à la boue, elle est séchée et transformée en poudre dont la combustion sera source d'énergie. La vapeur d'eau provenant du séchage sera condensée puis retraitée par une station d'épuration.

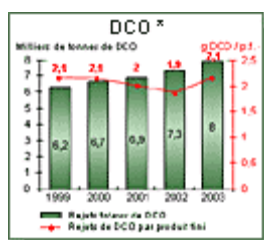
[Haut](#)

□ Effluents

Périmètre :

Cet indicateur concerne uniquement les usines. Les centrales de distribution ne rejettent pas d'eaux usées autres que celles résultant de l'activité normale de bâtiments habités (rejets sanitaires) et ne sont donc pas inclus dans cet indicateur.

Dans la plupart de ses usines, L'Oréal réalise un pré-traitement des eaux usées avant de les envoyer dans les stations de traitement locales. Cependant, toutes les eaux usées sont contrôlées avant d'être transmises à ces stations locales ou d'être rejetées dans l'écosystème.



zoom

*La demande chimique en oxygène (DCO) - quantité d'oxygène nécessaire pour oxyder la totalité des polluants présents dans les effluents - est la valeur communément utilisée pour mesurer les caractéristiques des eaux usées.

[Haut](#)

□ Emballages

L'Oréal assure la conception et la responsabilité de ses emballages bien que la fabrication des articles de conditionnement ne soit pas intégrée. L'Oréal entend faire de sa politique de packaging l'un des éléments de qualité distinctive des produits du groupe en utilisant les emballages qui offrent la plus grande sécurité d'usage et qui soient respectueux de l'environnement.

L'innovation des équipes de l'entreprise dédiées à la recherche en matière de packaging mise sur les leviers essentiels d'amélioration continue que sont l'esthétique, la lisibilité de l'information, la facilité de transport, de stockage, l'ergonomie et l'impact environnemental.

Quatre principes fondamentaux permettent de faire diminuer l'impact environnemental des emballages utilisés par le groupe :

- la réduction à la source,
- la promotion du recyclage,
- l'utilisation de matériaux recyclés
- la prolongation de la durée de vie



zoom

De nombreux développements ont ainsi été mis en œuvre comme la mise au point de recharges et de systèmes de pompes réutilisables ou la suppression de métaux lourds dans les colorants pour matières plastiques et dans les encres d'impression.

Quelques exemples de réduction à la source :

- Vichy Laboratoires : suppression de la notice d'information pour une impression au verso de l'étui soit 4 tonnes de papier économisés par an
- Garnier : réduction du poids des flacons lait et tonique Synergie de 26 à 20 grammes et remplacement du carton de groupage par un film soit une économie de 3 tonnes de carton par an
- L'Oréal Allemagne : réduction du poids des flacons de 4 shampoings soit une baisse de la consommation

- de plastique de 200 tonnes par an
- Lancôme : réduction de l'étui carton des échantillons soit une baisse de 40% du poids et du volume équivalent à 59 tonnes de plastique et 110 tonnes de carton par an

La réutilisation des emballages de transports a été fortement développée. Ainsi, les conteneurs de matières premières sont renvoyés aux fournisseurs pour réutilisation.

- Les barquettes plastiques thermoformées pour la livraison de flacons en verre réutilisables 15 à 25 fois
- Les grands sacs plastiques utilisés par les fournisseurs pour livrer les flacons en plastiques aux sites de production sont retournés aux fournisseurs une fois vidés
- Les cartons pour flacons en plastiques sont réutilisables 5 à 10 fois

Réduire la consommation de matière à la source : le cas Elève



zoom

Le flacon de shampooing Elève à gauche (**Elvive, El'Vital**) a été amélioré et nécessite aujourd'hui près de 25% de matière en moins, ce qui représente près de 450 tonnes de polyéthylène économisées par an. Outre cette réduction, les conséquences indirectes sur le transport et le recyclage sont aussi minimisées.

Réduire les impacts environnementaux des emballages lors des processus de fabrication est un objectif majeur. Mais le groupe s'intéresse aussi particulièrement au devenir des conditionnements après leur utilisation par les consommateurs. C'est pourquoi L'Oréal mène des études poussées en la matière qui influencent la conception et participe aux divers programmes organisant le recyclage des produits de grande consommation comme " Eco-emballages " en France ou " Der Grüne Punkt " en Allemagne.

Haut

RESPONSABILITÉ ET SOCIÉTÉ

☐ S'engager aux côtés des communautés

Parce que le métier de L'Oréal est au cœur de la vie quotidienne et du bien-être des personnes, le Groupe est étroitement impliqué dans la vie des communautés qui accueillent ses activités.

L'Oréal se doit d'agir, par son comportement, en entreprise citoyenne et souhaite apporter sa contribution à des projets utiles à la collectivité sous forme de mécénat et de partenariats de long terme.

Il s'agit souvent d'initiatives locales qui portent sur des thèmes bien identifiés - les femmes et la science, la solidarité, l'éducation - et sont en cohérence avec les valeurs que le Groupe exprime depuis près d'un siècle. Elles ont pour objectif de construire un ancrage solide dans la vie économique et sociale des pays.

Le Groupe s'efforce de préserver ce qui fait la force et l'efficacité de ces initiatives : l'autonomie de nos sociétés

locales et leur capacité à s'adapter à des contextes culturels spécifiques.

L'exemple le plus symbolique et le plus fort de l'engagement sociétal de L'Oréal est le programme corporate d'envergure internationale **For Women in Science. - Pour les femmes et la Science** développé en partenariat avec l'Unesco.

[Haut](#)

□ L'Unesco et L'Oréal Pour les Femmes et la Science

Il s'agit, pour Lindsay Owen-Jones, Président-directeur général de L'Oréal, d'exprimer une double conviction : *" la science est la source de tout progrès et la contribution des femmes est essentielle à son devenir "*.

Ce programme exprime la volonté des deux partenaires de promouvoir le rôle des femmes dans la recherche scientifique et de participer ainsi à la création de nouvelles vocations dans le monde.

" Je me réjouis de voir mis en valeur le rôle des femmes dans le monde scientifique, et plus particulièrement dans le domaine des sciences de la vie. L'engagement d'un grand Groupe comme L'Oréal aux côtés d'une organisation comme l'UNESCO constitue un parfait exemple des partenariats que nous pouvons tisser avec le secteur privé. Une telle coopération, visant à faire participer toujours plus de femmes à la grande aventure scientifique fait progresser la science, mais aussi la société ".

Koïchiro Matsuura, Directeur général de l'UNESCO

Il y a 6 ans, L'Oréal a choisi de s'engager aux côtés de l'Unesco, organisation universelle porte-parole de toutes les cultures du monde. En soutenant une organisation qui favorise la compréhension des identités culturelles et la reconnaissance de leur diversité, L'Oréal entend ainsi participer au dialogue entre les cultures et oeuvrer pour une meilleure compréhension entre les hommes et les femmes de traditions différentes.

Pour L'Oréal, la femme et la science apparaissent comme les deux meilleurs vecteurs de progrès pour la communauté mondiale. Il fallait donc encourager non seulement les femmes qui, par leur effort de recherche, font dès aujourd'hui progresser le monde contemporain mais aussi les étudiantes qui, demain, suivront leurs traces.

L'Oréal a décidé de nouer un partenariat qui va bien au-delà d'un soutien privé : l'entreprise toute entière s'associe à une cause qui lui paraît essentielle: la reconnaissance des femmes et leur promotion, par la recherche scientifique.

Le Groupe est d'autant plus conscient de l'importance du rôle des femmes dans la recherche qu'il y a 55 % de chercheuses parmi les équipes de recherche de L'Oréal, proportion inégalée dans l'industrie... et l'histoire de la société est jalonnée de femmes chercheuses qui ont contribué à son rayonnement.

[Haut](#)

□ Récompenser les talents et encourager les vocations

- Les prix L'Oréal Unesco
- Les Bourses Unesco-L'Oréal
- Initiatives Nationales

Après une première édition du prix en 1998, L'Oréal et l'Unesco s'engagent, en septembre 1999, « par les voies d'une coopération conjointe et concertée à réaliser des projets communs au bénéfice de la situation des femmes à l'échelle internationale, et de leur activité scientifique en particulier » (extrait de la Convention de partenariat signée par L'Oréal et l'Unesco).

Le programme **Pour les Femmes et la Science** se décline en trois parties :

■ Les prix L'Oréal Unesco

Les Prix L'Oréal-Unesco récompensent cinq chercheuses émérites, représentant chaque continent, qui ont contribué aux progrès de la science dans des domaines non liés à l'activité du groupe.



zoom

Jury des Sciences de la vie



zoom

Jury des Sciences de la matière



zoom

Avec les Prix de 2003, 26 scientifiques auront été distinguées. Leurs carrières d'exception ayant ouvert des voies nouvelles et parfois révolutionnaires pour améliorer les conditions de vie de l'humanité.

Les Prix L'Oréal-Unesco sont alternativement décernés à des femmes effectuant leurs recherches scientifiques dans les domaines des Sciences de la Vie et les Sciences de la Matière.

Les jurys des Prix L'Oréal-Unesco sont désormais composés de scientifiques éminents issus de 20 pays qui en assurent, avec indépendance, le sérieux, la qualité et la crédibilité. Chaque jury est présidé par un prix Nobel : le Professeur Christian de DUVE, Président-Fondateur du Prix L'Oréal-Unesco, Prix Nobel de Médecine 1974, pour les Sciences de la Vie et le Professeur Pierre-Gilles de GENNES, Prix Nobel de Physique 1991 pour les Sciences de la Matière.

Le Professeur Lucia Mendoça Previato, lauréate du Prix L'Oréal-Unesco pour la région de l'Amérique latine, a consacré l'essentiel de sa carrière à la compréhension, au traitement et à la prévention de la maladie de Chagas.



zoom

Philippa Marrack, lauréate du Prix pour la région Amérique du Nord, est connue pour son travail de recherche sur les cellules T qui aident l'organisme à combattre les maladies.



zoom

Christine Petit a reçu le Prix pour la région Europe en reconnaissance de ses travaux sur les bases moléculaires et cellulaires de la surdité et d'autres déficits sensoriels héréditaires chez l'homme.



zoom

Jennifer Thomson, lauréate du Prix pour la région Afrique, a consacré l'essentiel de sa carrière au développement de plantes transgéniques résistantes aux infections virales, à la sécheresse et à d'autres risques.

Nancy Ip, neurobiologiste chinoise, a reçu le Prix pour la région Asie-Pacifique. Ses travaux ont permis d'identifier des facteurs



zoom

neurotrophiques susceptibles d'être utilisés comme médicaments dans le traitement d'affections neurodégénératives telles que les maladies d'Alzheimer et de Parkinson.

Haut

■ Les Bourses Unesco-L'Oréal



zoom

Les Bourses Unesco-L'ORÉAL encouragent de jeunes femmes scientifiques engagées dans des projets exemplaires et prometteurs à poursuivre leurs recherches dans les laboratoires du monde entier.

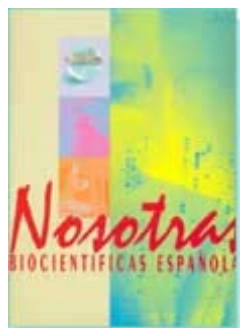
En parrainant ces jeunes chercheuses et leurs espoirs, le programme participe au renforcement du rôle des femmes dans les disciplines scientifiques. Depuis son origine, il aura récompensé 45 jeunes scientifiques, provenant d'autant de pays différents dont l'Afrique du sud, le Maroc, la Nouvelle Zélande, le Bangladesh, le Pérou, l'Albanie, le Congo, le Nigeria, l'Azerbadjian ou la Chine... .

Haut

■ Initiatives Nationales

Le partenariat L'Oréal-Unesco se décline dans de nombreux pays par la mise en place d'initiatives et bourses locales en faveur des femmes de science.

- Un programme de " Mentorat pour Jeunes Filles " est lancé au Canada avec Actua, organisme à but non lucratif qui se consacre à faire croître le savoir scientifique et technique des jeunes Canadiens et Canadiennes. Ce programme comprend des " Bourses de Mentorat ", remises chaque année à de jeunes chercheuses.
- Des bourses destinées à encourager les jeunes femmes scientifiques comme en Pologne ou, pour la deuxième année consécutive, cinq bourses ont été décernées avec le soutien de la Commission polonaise pour l'Unesco.
- En Espagne, L'Oréal a parrainé la publication d'un ouvrage, réalisé sous la direction de Margarita Salas, Présidente de l'Institut d'Espagne et lauréate du Prix L'Oréal-Unesco en 2000. " Nosotras Biocientíficas Españolas " rassemble les portraits de plus de 250 femmes scientifiques espagnoles.



zoom

- En Allemagne, le Ministère de l'éducation et des sciences, avec le soutien de L'Oréal, a mis en place une vingtaine de séminaire baptisés " Kick-off for your career ". Ces rencontres s'adressent à de jeunes scientifiques étudiant dans les meilleures universités du pays et visent à les aider dans leurs études et leur carrière.

- Bien d'autres actions encore ont été menées en République de Corée, en Finlande, en Roumanie, au Royaume-Uni ou en Turquie.

Ces initiatives locales contribuent à renforcer dans le monde entier la place des femmes dans les sciences. De par leur histoire, leur culture, leur rôle dans la société et leur sensibilité, les femmes de science peuvent influencer sur les orientations scientifiques de demain à travers une nouvelle vision sociale de la science et de ses bienfaits.

Le proverbe africain cité par l'UNESCO lors de son cinquantième anniversaire prend ici tout son sens :
Quand on éduque un homme, on éduque un individu.
Quand on éduque une femme, on éduque une famille, une nation.

Haut

□ Un partenariat au rayonnement international

Pour les femmes et la Science " met en lumière des travaux dont la qualité contribue à modifier la perception, en particulier parmi les scientifiques, du rôle que peuvent jouer les femmes dans l'élaboration du savoir, et apporte son soutien aux jeunes femmes de tous les continents souhaitant s'investir dans des métiers scientifiques.

En six ans, la qualité des relations nouées avec l'Unesco et ses relais dans le monde entier, ont conduit L'Oréal à approfondir sa collaboration et à s'inspirer des idées et des réflexions émises dans ce cadre universel pour d'accroître sa propre compréhension des enjeux culturels mondiaux et des identités les moins connues.



Toutes ces initiatives, développées au niveau du groupe, sont complétées par des programmes mis en place par ses marques qui mettent, elles aussi, l'accent sur les actions de solidarité ainsi que des programmes liés à la protection de la santé des populations, en particulier la sensibilisation contre les méfaits du soleil.

Ces actions sont un moyen d'affirmer la responsabilité sociétale du groupe. Mais, pour L'Oréal, les initiatives de mécénat et de partenariat ne doivent en aucun cas pouvoir se substituer à la priorité numéro un pour toute entreprise qui est de bien se comporter dans son " rôle " de citoyen.

Haut