



NOUS SOUTENONS
LE PACTE MONDIAL

Ceci est notre **Communication sur
le Progrès** sur la mise en œuvre des
principes du **Pacte mondial des
Nations Unies**.

Nous apprécions vos commentaires sur
son contenu.

COMMUNICATION ON PROGRESS

2021



GROUPE ROCHER
reconnect people to nature

TABLEAU DE CONCORDANCE 10 PRINCIPES DU GLOBAL COMPACT

 DROITS DE L'HOMME	Principe 1 : Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux Droits de l'Homme.	Promouvoir et respecter les droits humains et les conventions internationales du travail – page 15 Assurer la santé et la sécurité au travail – page 16 Veiller au bien-être – page 18 Assurer la protection des données privées – page 65
	Principe 2 : Les entreprises sont invitées à veiller à ne pas se rendre complices de violations des Droits de l'Homme.	Promouvoir et respecter les droits humains et les conventions internationales du travail – page 15 Assurer la protection des données privées – page 65
 NORMES INTERNATIONALES DU TRAVAIL	Principe 3 : Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective.	Favoriser le dialogue social – page 16
	Principe 4 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire.	Prohiber toute forme de travail forcé et de travail des enfants – page 15
	Principe 5 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'abolition effective du travail des enfants.	Prohiber toute forme de travail forcé et de travail des enfants – page 15
	Principe 6 : Les entreprises sont invitées à contribuer à l'élimination de toute discrimination en matière d'emploi et de profession.	Développer une employabilité durable et favoriser l'évolution professionnelle des collaboratrices et collaborateurs – page 21 Développer l'employabilité à travers la formation – page 21 Accompagner les collaboratrices et collaborateurs tout au long de leur évolution professionnelle – page 23 Veiller à une politique de rémunération et d'avantages sociaux adaptés – page 25 Prévenir toute forme de harcèlement et de discrimination – page 26 Promouvoir la diversité inclusive – page 26
 ENVIRONNEMENT	Principe 7 : Les entreprises sont invitées à appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement.	Proposer des produits sûrs et sains – page 32 Garantir la qualité et la conformité des produits – page 32 Agir en faveur de la biodiversité sur le territoire – page 43 Respecter et protéger la biodiversité dans le cadre des activités du groupe – page 44 Lutter et s'adapter au changement climatique – page 46 PILIER 1. Maîtriser les émissions directes – page 47 PILIER 2. Réduire les émissions indirectes – page 49 Protéger la ressource en eau – page 55
	Principe 8 : Les entreprises sont invitées à prendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement.	La raison d'être du Groupe Rocher – page 10 Reconnecter les humains à la nature – page 10 Une nouvelle stratégie RSE – page 11 Promouvoir des modes de consommation responsable – page 40 Accompagner les clientes et clients dans leur mode de consommation – page 41 Développer la transparence vis-à-vis des consommatrices et des consommateurs – page 42 Être ambassadrice et ambassadeur de la biodiversité auprès de toutes et tous – page 44 Diminuer notre empreinte environnementale et favoriser l'économie circulaire – page 52 Diminuer l'usage de plastique – page 52 Réduire la génération de déchets – page 55 Construire ensemble un cadre plus durable – page 63 S'engager pour fédérer – page 64 Agir et réagir par le mécénat et la philanthropie – page 65
 LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	Principe 9 : Les entreprises sont invitées à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.	Choisir des matières premières responsables – page 34 Allonger la durée de vie des produits – page 40 Promouvoir l'agroécologie – page 45 Assurer une transition vers un numérique responsable – page 57 Green IT – page 57 Eco-conception et données – page 58
	Principe 10 : Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.	Achats responsables et chaîne d'approvisionnement – page 59 Gérer les risques fournisseurs – page 59 Collaborer pour créer de la valeur avec les fournisseurs – page 61 Garantir des pratiques éthiques et intègres – page 62 Entretenir un dialogue transparent avec l'ensemble des parties prenantes – page 62 Evaluer et partager ses progrès dans un cadre d'amélioration continue – page 63 Agir de manière responsable en matière fiscale – page 66

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES	3
RECONNECTER LES HUMAINS A LA NATURE	ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.
Modèle d'affaires	6
Un groupe familial	6
Un groupe international ancré localement	7
Un groupe intégré	7
Des marques engagées	8
La raison d'être du Groupe Rocher	10
Reconnecter les humains à la nature	10
Une nouvelle stratégie RSE	11
Plan Ambitions RSE 2030 du Groupe Rocher	12
AGIR EN FAVEUR DES FEMMES ET DES HOMMES	14
Promouvoir et respecter les droits humains et les conventions internationales du travail	15
Prohiber toute forme de travail forcé et de travail des enfants	15
Favoriser le dialogue social	16
Assurer le respect de la vie privée et la protection des données	16
Protéger la santé-sécurité et favoriser le bien-être des collaboratrices et collaborateurs	16
Assurer la santé et la sécurité au travail	16
Veiller au bien-être	18
Développer une employabilité durable et favoriser l'évolution professionnelle des collaboratrices et collaborateurs	21
Développer l'employabilité à travers la formation	21
Accompagner les collaboratrices et collaborateurs tout au long de leur évolution professionnelle	23
Veiller à une politique de rémunération et d'avantages sociaux adaptés	25
Agir dans le respect des différences et promouvoir la diversité	25
Prévenir toute forme de harcèlement et de discrimination	26
Promouvoir la diversité inclusive	26
DEVELOPPER DES PRODUITS, DES SERVICES ET DES MODES DE CONSOMMATION RESPECTUEUX DE LA NATURE	32
Proposer des produits sûrs et sains	32
Garantir la qualité et la conformité des produits	32
Choisir des matières premières responsables	34
Promouvoir des modes de consommation responsable	40
Allonger la durée de vie des produits	40
Accompagner les clientes et clients dans leur mode de consommation	41
Développer la transparence vis-à-vis des consommatrices et des consommateurs	42

FAVORISER L'INNOVATION FRUGALE ET AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITE POUR PROTEGER LE VIVANT	43
Agir en faveur de la biodiversité sur le territoire	43
Respecter et protéger la biodiversité dans le cadre des activités du groupe	44
Être ambassadrice et ambassadeur de la biodiversité auprès de toutes et tous	44
Promouvoir l'agroécologie	45
Lutter et s'adapter au changement climatique	46
PILIER 1. Maîtriser les émissions directes	47
PILIER 2. Réduire les émissions indirectes	49
Diminuer notre empreinte environnementale et favoriser l'économie circulaire	52
Diminuer l'usage de plastique	52
Réduire la génération de déchets	55
Protéger la ressource en eau	55
Assurer une transition vers un numérique responsable	57
Green IT	57
Eco-conception et données	58
COLLABORER AVEC LES PARTIES PRENANTES POUR LES ENGAGER DANS LA MISSION	59
Achats responsables et chaîne d'approvisionnement	59
Gérer les risques fournisseurs	59
Collaborer pour créer de la valeur avec les fournisseurs	61
Garantir des pratiques éthiques et intègres	62
Entretenir un dialogue transparent avec l'ensemble des parties prenantes	62
Evaluer et partager ses progrès dans un cadre d'amélioration continue	63
Construire ensemble un cadre plus durable	63
S'engager pour fédérer	64
Agir et réagir par le mécénat et la philanthropie	65
Assurer la protection des données privées	65
Agir de manière responsable en matière fiscale	66
NOTE DE METHODOLOGIE	69



RECONNECTER LES FEMMES ET LES HOMMES À LA NATURE

Après une année marquée par des épisodes de confinement et par l'incertitude permanente entourant nos affaires, le besoin irréprensible de se rapprocher de la nature, de repenser notre rapport à la nature, de réintégrer la nature dans nos modes de vie urbanisés, digitalisés, est devenu une quête primordiale pour chacun d'entre nous.

Lors de cette période particulière et unique, c'est grâce à notre résilience et notre adaptabilité que nous avons su renforcer nos liens, les resserrer, et réaffirmer nos valeurs. Ces valeurs, qui nous animent au quotidien, nous les avons concrétisées dans notre mission : reconnecter les femmes et les hommes à la nature.

Depuis 1959, notre philosophie est demeurée intacte. C'est pour la faire vivre, notamment à travers notre mission, que nous allons continuer de nous dépasser et donner du sens à nos engagements. Nous le savons désormais, c'est en prenant soin de la nature que nous prenons soin de nous-même.

Dans ce contexte singulier et cette volonté de dépassement permanent, comment concilier notre mission à notre ambition pour 2030 ? Cette ambition 2030 revêt plusieurs aspects essentiels : prendre soin de nos communautés, faire preuve de plus de transparence, réduire notre impact environnemental en développant l'innovation frugale et maintenir notre ancrage territorial en protégeant nos écosystèmes locaux. Entrons ensemble dans l'ère des marques post-missionnaires, celles qui ont inscrit durablement leur raison d'être au cœur de leur action.

Fort de ces avancées et souhaitant ancrer sa démarche de durabilité dans nos enjeux sociétaux, le Groupe Rocher soutient le réseau Global Compact France des Nations Unies pour faire progresser les quatre grands thèmes identifiés par les Nations Unies. Voici la contribution du Groupe Rocher aux dix principes du Global Compact, universellement reconnus.

Bris Rocher

Président Directeur Général Groupe Rocher

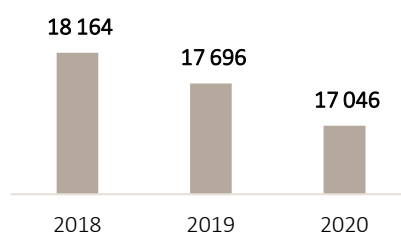
Modèle d'affaires

Un groupe familial

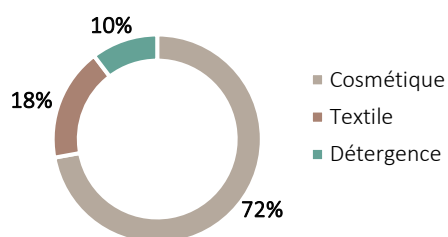
Le Groupe Rocher est un groupe familial, créateur de valeur et indépendant. Contrôlé à plus de 98% par la famille du fondateur, il est dirigé par Bris Rocher depuis 2010. Yves Rocher, Petit Bateau, Stanhome, Dr. Pierre Ricaud, Daniel Jouvance, Kiotis, ID Parfums, Flormar, Sabon et Arbonne sont les 10 marques du Groupe Rocher. Leurs succès font aujourd'hui du groupe un acteur incontournable des secteurs du bien-être, de la beauté et du textile. Le groupe a distribué près de 590 millions de produits pour un chiffre d'affaires de 2,6 milliards d'euros.

En 2020, le Groupe Rocher emploie 17 046 collaborateurs (soit 3.7% de moins qu'en 2019). Ces collaboratrices et collaborateurs agissent au travers de divers métiers au sein du Groupe, qui vont de la conception à la fabrication puis à la distribution des produits. La diversité des modes de distribution (vente par magasin, vente par internet, vente directe et par correspondance) en fait sa spécificité et contribue à sa résilience face à la crise Covid-19. La part des produits vendus dans les réseaux magasins est en diminution en 2020 du fait de la crise sanitaire, en revanche, la part de ceux vendus par les réseaux de vente directe et du e-commerce sont en forte hausse par rapport à 2019.

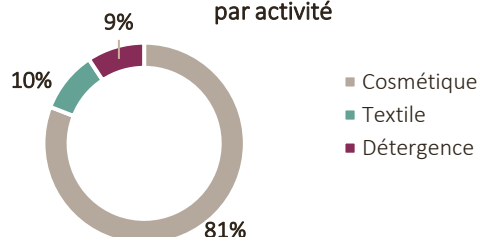
Total effectif



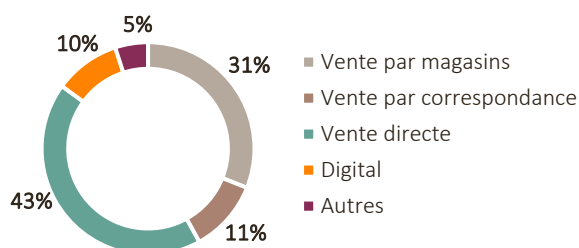
Effectifs par activité



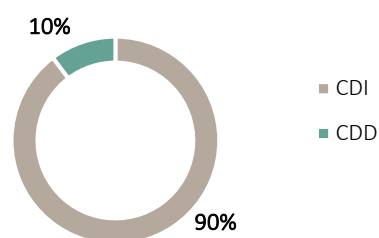
Chiffre d'affaires par activité



Chiffre d'affaires par mode de distribution



Effectif par type de contrat



Un groupe international ancré localement

Fier des 50 millions de clientes et clients qui chaque jour lui font confiance, le groupe d'origine bretonne est résolument tourné vers le monde avec une présence dans 119 pays sur les marchés de la cosmétique, du textile-habillement et de l'embellissement de la maison.

La présence du Groupe Rocher stimule la vitalité des territoires où il est implanté grâce à ses activités industrielles mais aussi grâce à son implication dans le développement du territoire notamment en France.

En Bretagne, les effectifs des activités cosmétique et détergence du Groupe Rocher représentent 2 650 personnes en 2020 ; dans l'Aube, les effectifs de l'industrie textile Petit Bateau représentent 695 personnes en 2020.



Un groupe intégré

De la recherche à la production en passant par la commercialisation, chacune des marques du groupe est active sur l'ensemble de la chaîne de valeur de ses produits. Le groupe fabrique la majeure partie des produits dans ses 9 sites de production et les distribue via notamment ses 12 sites logistiques.

La part de sous-traitance est variable selon les marques du groupe :

- Les principaux sous-traitants en produits cosmétiques sont localisés en Russie et au Mexique pour approvisionner les marchés locaux en produits d'hygiène ;
- La Marque Stanhome fait appel à la sous-traitance pour la production de la totalité de sa gamme Home-Care (détergence et accessoires), majoritairement en Europe mais également au Mexique pour les besoins des marchés locaux ;
- La Marque Petit Bateau fait appel à de la sous-traitance de confection autour de ses usines de production textile et de confection au Maroc ainsi qu'en Tunisie ;
- La Marque Arbonne fait appel à de la sous-traitance de production de ses produits de nutrition et de maquillage.

Après avoir été majoritairement un groupe de vente par correspondance, puis un groupe de « retail¹ » ces 10 dernières années, la vente directe est devenue le premier canal de distribution avec les marques Arbonne, Stanhome et Yves Rocher en Italie, Mexique et Portugal qui comptent plus d'1 million de consultants vendant ces marques.

¹ Retail : vente en magasin

Cependant, la part du retail reste très importante avec :

- Près de 1 500 établissements exploités directement par les marques du Groupe Rocher (fonds propres, succursales) ; Près de 1 700 magasins exploités par des partenaires sous les enseignes des marques du Groupe en franchise, gérance libre ou en location – gérance ;
- Et plus de 4 700 points de ventes multimarques exploités par des agents, partenaires du Groupe Rocher.

Des marques engagées



YVES ROCHER
Bretagne, France

En 1959, dans le grenier de sa maison familiale à La Gacilly en Bretagne, Monsieur Yves Rocher installe son premier laboratoire. C'est le début de la Cosmétique Végétale®. Sur ses terres bretonnes natales, où tout a commencé, la Marque Yves Rocher cultive au quotidien ses engagements : en récoltant, protégeant et en enrichissant ses terres et son écosystème. Botaniste, Récoltant, Fabricant et Commerçant, Yves Rocher est la seule marque mondiale de produits de beauté à maîtriser le cycle de vie complet de ses produits : de la plante à la peau de ses 30 millions de clientes et clients. Grâce à cette spécificité, elle peut réduire son impact sur l'environnement et offrir le meilleur de la beauté à des prix accessibles. Convaincue de pouvoir changer les choses pour la planète et les générations futures, sa vision s'incarne dans une signature pleine de sens : *Act Beautiful*.

Depuis 1980, Arbonne International, LLC, crée des produits de beauté et de bien-être à base d'ingrédients végétaux, fondés sur la science et la recherche clinique. La philosophie d'Arbonne de vivre sainement pour améliorer l'esprit, le corps et la peau, combinée à une approche entrepreneuriale du commerce nourrit une vision holistique, permettant l'épanouissement de chacun à l'intérieur et à l'extérieur. Certifiée B Corp, la marque adopte une approche intégrée pour être une entreprise à mission, prenant en compte l'impact sur les personnes et la planète. Cette certification permet aussi de mesurer et de respecter les normes les plus exigeantes en matière de performances sociales et environnementales, de transparence et de responsabilité juridique.



Depuis 1893, Petit Bateau tricote et confectionne des vêtements qui allient créativité et durabilité, confort et qualité irréprochable, pour les tout-petits, les petits, et celles et ceux qui le sont restés dans l'âme. Chez Petit Bateau, chaque produit créé se doit d'avoir été pensé dans la logique la plus durable possible. Parce que sa qualité lui assurera une durée de vie incroyable, parce qu'il sera produit avec des processus de fabrication respectueux de l'environnement ou parce que les services proposés par la marque lui procureront plusieurs vies.

Depuis 35 ans, Dr. Pierre Ricaud crée des soins ultra-performants alliant naturalité et science pour la beauté et le bien-être des femmes de plus de 40 ans. Made in France depuis sa création en 1986, la marque conçoit des soins dans son propre laboratoire, les fabrique dans ses usines en France et les distribue via ses propres réseaux. En contact direct avec près de 2 millions de clientes chaque année, la marque tisse des liens étroits et nourris avec les femmes. Engagée pour le bien-être des femmes grâce au prix *Femmes en Choeur*, la marque l'est aussi pour la défense de l'environnement et la préservation des ressources en supprimant progressivement le plastique de protection qui entoure les étuis et en développant des nouveaux produits avec des principes d'éco-conception pour limiter les emballages superflus et mieux sourcer ses ingrédients.



Dr. Pierre Ricaud



Depuis 90 ans, Stanhome conçoit des produits de soin pour la maison qui améliorent la vie des gens tout en respectant l'environnement. Stanhome est convaincu depuis toujours des bienfaits de la nature, autant qu'à la grandeur de la nature humaine. Depuis toujours engagée, Stanhome confirme son ambition au cœur de la transition écologique et sociétale avec son programme *Act For Green Home*, une démarche globale de la conception à l'usage des produits, des engagements et des actions concrètes, tels que des nouvelles formules plus respectueuses de l'environnement et de la santé, de nouveaux packagings pour réduire les déchets et la pollution plastique et une production plus responsable avec des partenaires choisis et des détergents 100% fabriqués en Europe.

Convaincu que le bien-être est source de beauté, Kiotis signe des soins sensoriels qui puisent toute leur efficacité de la formidable richesse des huiles essentielles. 100% pures et naturelles elles sont à l'origine de leurs parfums enveloppants et s'épanouissent au cœur de textures sensorielles pour révéler la beauté de toutes les femmes. Kiotis s'engage à atteindre dès 2025, 95% d'ingrédients d'origine naturelle dans ses formules, 100% de ses formules rincées biodégradable et 100% de ses emballages recyclables ou réutilisables.



Fondée en 1950 à Milan en Italie, Flormar s'est installée à Istanbul en 1970. Avec plus de 50 ans d'expérience en cosmétiques, Flormar est devenue l'une des marques de maquillage les plus dynamiques, atteignant plus de 100 000 points de vente dans 110 pays, et 750 magasins situés dans plus de 200 villes à travers le monde. Flormar rejoint l'aventure Groupe Rocher en 2012, et continue de grandir. La marque propose une palette tendance de soins maquillage, pleins de couleurs et de fun. Convaincue que tous les êtres vivants et notre planète méritent le meilleur, la marque est engagée avec le plan *Stay Colorful Move Clean*, pour améliorer ses formulations, son packaging et sa production. La marque ne fait aucun test sur animaux et est certifiée ISO 9001:2008 et ISO 22716:2007 Cosmetic Products GMP.

Depuis ses origines, Sabon est plus qu'une marque de beauté, c'est une marque d'Art de Vivre. C'est avant tout une histoire de gommage pour le corps. Depuis 1997, sa formulation unique est composée de sels régénérants de la Mer Morte et de 4 huiles végétales. La marque s'est rapidement diversifiée et propose aujourd'hui des produits pour le visage, le corps, le bain et la maison, déclinées en 10 collections parfumées. Avec plus de 200 magasins à travers le monde, Sabon continue de grandir, de Tel Aviv à New York en passant par Tokyo et Hong Kong. Les produits Sabon sont végétaliens et infusés de minéraux précieux et d'ingrédients botaniques de la Méditerranée. Le plastique est évité et les composants en verre recyclables et réutilisables à l'infini privilégiés.





La raison d'être du Groupe Rocher

Reconnecter les humains à la nature

Depuis le 24 octobre 2019, le Groupe Rocher est devenu société à mission, au sens de la loi PACTE (Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises). Au-delà de sa rentabilité économique, la mission du Groupe Rocher prend racine dans ses valeurs historiques et projette toutes les parties prenantes dans un futur collectif, liant les humains et la nature. La raison d'être de la société, au sens de l'article 1835 du Code civil, est la suivante :

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

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

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

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

Pour suivre l'avancée de sa mission de reconnecter les communautés à la nature, le groupe entend agir sur trois ambitions :

1. Les équipes et partenaires sont formés à la compréhension des écosystèmes naturels et des enjeux sociaux. Ils se mobilisent autour de ces enjeux et agissent pour la mission du groupe.
2. Acteur de cette mission ouverte sur le monde et partagée avec les sociétés, le groupe crée et tient un rôle de leader d'opinion concernant les bénéfices d'un lien entre humains et nature.
3. Chaque collaboratrice et chaque collaborateur vit une expérience de nature dans son site ou avec des partenaires locaux.

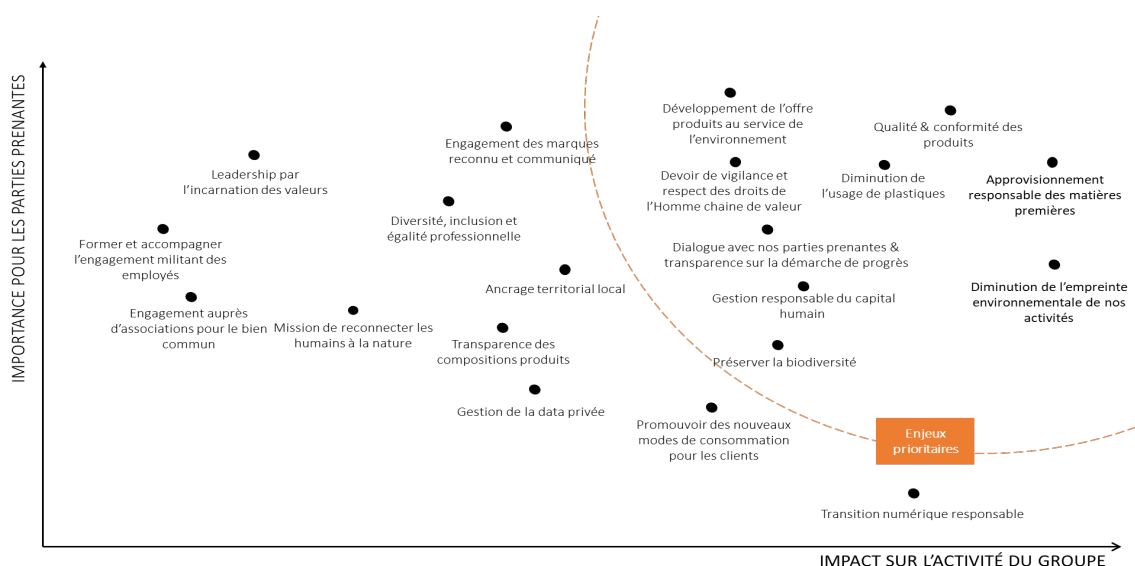
Une nouvelle stratégie RSE

Afin de concrétiser ses engagements et pour faire suite à ses objectifs 2020, le Groupe Rocher s'est doté d'un plan d'ambitions en termes de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) à horizon 2030. Basé sur une évaluation des enjeux matériels, il a été co-construit avec ses parties prenantes clés identifiées.

La mobilisation a été menée sur plusieurs mois :

- Des comités consultatifs ont réuni les membres du comité exécutif du groupe et des parties prenantes internes et externes. Via une approche consultative et des questions ouvertes, un panel de spécialistes des enjeux business, sociétaux et environnementaux ont contribué à identifier les enjeux matériels pour le futur des sociétés et des entreprises. Enrichis par les visions diversifiées et holistiques des parties prenantes internes, ces enjeux ont été précisés pour identifier les enjeux spécifiques du Groupe Rocher.
- Pour approfondir le travail des comités consultatifs, une matrice de matérialité précise les risques et enjeux RSE, enrichis par la vision des parties prenantes de la chaîne de valeur du groupe. Ainsi la matrice se base sur une évaluation des risques externes² et l'identification des risques et enjeux matériels pour ses clients ainsi que ses collaborateurs via des enquêtes à grande échelle³. Leurs réponses ont été priorisées selon l'importance qu'ils accordent à cet enjeu et l'impact potentiel de celui-ci sur les activités du Groupe Rocher.

Le questionnement de ces parties prenantes a affiné les risques et enjeux prioritaires représentés ci-dessous :



² Baromètre des risques annuels Allianz ; World Economic Forum Global Risks ; Evaluation annuelle des risques Groupe Rocher

³ Groupe de travail Millenials Groupe Rocher ; Enquête Tell Us ! 2019 réalisée avec 6596 collaborateurs ; Questions sensibles clients France et Monde

Plan ambitions RSE 2030

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

Plan Ambitions RSE 2030 du Groupe Rocher

Agir en faveur des femmes et des hommes

- Le Groupe Rocher maximise l'engagement des collaboratrices et collaborateurs pour les rendre contributeurs à sa mission.
- Le Groupe Rocher prône l'égalité des genres et la diversité dans le respect de ses valeurs.
- Le Groupe Rocher accompagne les évolutions des métiers en reconversion.

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

- Chacune des marques du Groupe Rocher s'inspire de la nature pour proposer **des produits, services et expériences qui procurent du bien-être**.
- Le Groupe Rocher s'engage dans une **communication honnête** sur ses produits et leur origine.
- Le Groupe Rocher développe des actions de **consommation responsable**.

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

- Le Groupe Rocher développe l'**innovation frugale** qui allie **bénéfice économique** et **réduction de l'impact environnemental**.
- Le Groupe Rocher engage une **digitalisation responsable**, humaine et environnementale.
- Le Groupe Rocher agit en faveur de la **biodiversité** sur ses territoires.

Collaborer avec les parties prenantes pour les engager dans la mission

- Le Groupe Rocher engage **ses partenaires** autour des enjeux liés à sa raison d'être.
- Fidèle à sa vision d'entrepreneur, le Groupe Rocher offre des **opportunités d'ascension sociale** à toute personne désireuse d'entrer dans ses réseaux de distribution.
- La Gacilly, berceau du Groupe Rocher, est l'emblème d'un écosystème vertueux associant

Une gouvernance renouvelée au service de la mission

Afin d'incarner et de déployer sa mission, le groupe fait évoluer son réseau RSE engagé existant. La gouvernance est renforcée en 2020 pour répondre aux exigences de la loi PACTE : intégrer plus en amont la RSE dans les stratégies des marques et des métiers tout en garantissant une coordination et une cohérence globale par un pilotage niveau groupe.

Comité Exécutif
Responsable de la
définition des
ambitions et de la
validation de la
stratégie RSE du
groupe.

Responsable de la cohérence de la stratégie RSE, la **Direction Développement Responsable** inspire le Comité Exécutif pour la définition de la stratégie RSE. Elle coordonne accompagne et pilote pour le groupe le déploiement des ambitions RSE à 2030. Elle valide les stratégies RSE des marques et métiers ainsi que l'adéquation des plans d'actions identifiés. Elle consolide la performance RSE globale et publie la Déclaration de la Performance Extra-Financière.

Garant de l'avancement de la mission, le **Comité Mission** vérifie l'allocation effective de moyens au service de la mission et la cohérence des orientations du groupe par rapport à celle-ci. Ses conclusions sont publiées dans le Rapport de Mission bi-annuel.

Afin de déployer les ambitions RSE à 2030, en fonction des spécificités de leurs marques et métiers, les **Responsables RSE** construisent la stratégie de leur périmètre au côté de leur Comité de Direction. Ils définissent et pilotent des plans d'actions opérationnels dans leur métier et garantissent la remontée des informations au niveau groupe.

Des **comités ad hoc** sont également mis en place pour avancer collectivement sur des sujets RSE transverses. Ils favorisent la centralisation, la cohérence et la coopération entre les marques.

Afin de faire vivre la RSE et la mission du Groupe Rocher dans tous les sites, les responsables RSE collaborent avec un réseau de **correspondants locaux**. Ceux-ci collectent des données, relayent les informations et créent des animations auprès des collaboratrices et collaborateurs pour sensibiliser aux problématiques environnementales et sociales.

Afin de mobiliser toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs du groupe, ces différents acteurs s'appuient sur des dispositifs mettant la RSE au cœur des sites et des activités de chacun.

Depuis 2019, le Groupe Rocher a intégré des **objectifs RSE dans les parts variables** de tous les managers et a décidé en 2020 de modifier la structure des parts variables 2021 de toutes les salariées et tous les salariés éligibles en ajoutant un nouveau critère RSE B Corp. Ce nouveau critère représente 20 % du total et prévoit 2 types d'objectifs :

- Un objectif collectif au niveau du groupe qui représente 10 % ;
- Un objectif individuel RSE qui représente 10 % également.

Cette modification de la structure des parts variables est alignée avec l'objectif ambitieux que s'est fixé le Groupe Rocher d'être **certifié B Corp d'ici 2025**.

Le label B Corp récompense les entreprises alliant performance économique et engagements environnementaux et sociétaux. Basé sur des standards internationaux, B Corp requiert un score de 80 points à travers 5 domaines d'impact évaluant l'entièreté des opérations : gouvernance, collaborateurs, collectivité, environnement et clients. Il fédère également un mouvement d'entreprises engagées oeuvrant pour une collaboration et l'impact positif du secteur privé. La démarche **B Corp est un outil au service des ambitions RSE** du Groupe Rocher à horizon 2030, permettant aux 10 marques de travailler sur un référentiel commun.

Le **Programme de mobilisation interne We R Change**, qui depuis 2016 permet aux collaboratrices et collaborateurs de s'engager sur leurs sites à travers des actions concrètes, s'est décliné sur des formats à distance pour s'adapter à la crise du Covid-19. Sensibilisation, valorisation d'initiatives individuelles, actions en plein air, partages de bonnes pratiques...ont contribué à la réussite de l'édition 2020 et témoignent de la mobilisation réaffirmée des collaboratrices et collaborateurs.

AGIR EN FAVEUR DES FEMMES ET DES HOMMES

Le Groupe Rocher accompagne l'ensemble de ses équipes en maximisant l'engagement de toutes et tous pour les rendre contributeurs de sa mission. Une promesse forte, qui s'est ancrée dans le long terme grâce à l'intégration d'une composante RSE dans les objectifs annuels de toutes les salariées et tous les salariés. Cette mesure phare permet ainsi de structurer et de valoriser des projets concrets qui contribueront in fine à la mission, au cœur des enjeux de la société de demain.

En effet, les sociétés évoluent à une vitesse croissante, poussées par une digitalisation encore accélérée par la crise de la Covid-19 et les nouveaux usages qui en découlent. Dans ce contexte, certaines professions sont amenées à disparaître tandis que d'autres se développent ou émergent. Le groupe travaille ainsi pour accompagner les métiers en reconversion, à l'image du canal de vente à distance actuellement en pleine transformation, pour offrir des opportunités et programmes de mobilité pour ses collaboratrices et collaborateurs sur le terrain ou dans les bureaux.

Acteur de l'égalité des genres et de toutes les diversités, le groupe forme ses collaboratrices et collaborateurs à ce sujet et encourage les actions engagées pour la résolution des enjeux environnementaux et sociétaux. Il défend une éthique bienveillante et met en place des règles claires qui protègent ses salariées et salariés.

Les principes de responsabilité sociale

Pour atteindre ces différents objectifs et asseoir sa responsabilité sociale, le groupe a engagé une démarche de définition des principes de responsabilité sociale applicables au niveau mondial, pour toutes ses marques, toutes ses collaboratrices et collaborateurs. Agissant comme un socle de standards, chaque entité aura la possibilité d'aller au-delà de cette référence et chacun a vocation à être un contributeur dans la mise en œuvre et le respect de ceux-ci.

Au nombre de 10, les principes de responsabilité sociale du Groupe Rocher sont les suivants et seront réunis en 2021 dans un document de référence qui sera déployé dans l'ensemble du groupe et soutenu progressivement par les politiques Ressources Humaines ad hoc.

10 principes de responsabilité sociale du Groupe Rocher

- Prohiber toute forme de travail forcé et de travail des enfants ;
- Favoriser le dialogue entre les partenaires sociaux ;
- Assurer le respect de la vie privée et la protection des données ;
- Assurer la santé et la sécurité au travail ;
- Veiller au bien-être ;
- Développer une employabilité durable et favoriser l'évolution professionnelle ;
- Veiller à une politique de rémunération et d'avantages sociaux adaptés ;
- Prévenir toute forme de harcèlement et de discrimination ;
- Promouvoir la diversité inclusive ;
- Veiller au respect de chacun et au développement de relations de travail saines.

Promouvoir et respecter les droits humains et les conventions internationales du travail

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

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

Ainsi, quel que soit le rôle des collaboratrices et collaborateurs dans le groupe (Direction du groupe, managers, collaboratrices et collaborateurs), chacun se doit de respecter ces principes.

Chaque collaboratrice et chaque collaborateur du groupe est tenu de respecter les lois et règlements en vigueur dans son pays. Aussi, lorsque la réglementation d'un pays est encore plus rigoureuse qu'un des principes fondamentaux stipulé dans le Code de Conduite des Affaires du Groupe Rocher, ou un des 10 principes de responsabilité sociale, cette réglementation nationale doit prévaloir. En tout état de cause, le groupe et ses collaboratrices et collaborateurs demeurent guidés dans leurs actions par des règles et des comportements, fondés sur l'éthique et des valeurs, définis dans le Code de Conduite des Affaires. Ce code oriente la ligne de conduite du groupe vis-à-vis de :

- Ses collaboratrices et collaborateurs : il leur fait confiance et se soucie de leurs conditions de travail. Il est attentif au respect de leur vie privée, à l'absence de discrimination, à la protection de leur santé et à leur sécurité ;
- Ses pays d'implantation : il respecte leurs lois, leurs cultures et traditions, leur souveraineté ;
- Ses actionnaires : il veille à mériter leur confiance, grâce à de bonnes pratiques de gouvernance et à une information fiable et pertinente.

Les grands enjeux liés à ces différents principes font d'ores et déjà l'objet d'une formation à la gouvernance des principaux dirigeants du groupe titulaires d'un mandat social ou d'une délégation de pouvoirs, mise en place depuis plusieurs années.

Prohiber toute forme de travail forcé et de travail des enfants

Le Groupe Rocher prohibe toutes formes de travail des enfants et de travail forcé ou obligatoire dans ses établissements. Le groupe exige de ses fournisseurs qu'ils respectent les mêmes engagements et organise, si nécessaire, le contrôle du respect de ces règles lors de visites ou d'audits des fournisseurs, entrepreneurs et autres parties prenantes. L'entreprise veille à ce que chaque collaboratrice et chaque collaborateur, dans le cadre des responsabilités qu'elle ou il exerce et du poste qu'elle ou il occupe, acquiert une connaissance suffisante des règles de droit et obligations applicables à ses activités professionnelles et les observe de bonne foi.

Le Groupe Rocher a mis en place une procédure de signalement en cas de violation des règles du Code de Conduite des Affaires selon laquelle :

Toute collaboratrice et tout collaborateur ou tiers du groupe qui aurait connaissance ou suspecterait, en toute bonne foi une irrégularité ou une infraction concernant les écritures comptables, des agissements financiers, des actes relevant de la corruption, des pratiques anti-concurrentielles ou tout autre acte qui serait contraire aux règles éthiques du groupe est encouragé à en informer la Ligne Ethique du Groupe Rocher par le biais d'une adresse électronique dédiée à cet effet (ethics@yrnet.com).

En cas de doute, de difficulté d'appréciation, de compréhension ou d'application sur une réglementation ou une question juridique, la hiérarchie ou les équipes du Secrétariat Général du groupe sont consultées et leur avis ou décision pris en compte.

Favoriser le dialogue social

Le groupe respecte le droit des salariés de former et rejoindre des groupes de représentation et des syndicats établis conformément aux dispositions législatives et réglementaires en vigueur dans le pays d'implantation de la filiale.

Il encourage un dialogue social constructif dans le respect de chacune et chacun, ainsi que la libre expression des collaboratrices et collaborateurs. Le groupe respecte l'exercice des libertés syndicales dans le cadre des différentes législations nationales applicables.

Au niveau européen, le Groupe Rocher a mis en place, depuis 2001, une instance de représentation compétente sur les sujets transnationaux concernant le groupe, le Comité Yves Rocher Européen (CYRE). Cette instance est informée dès lors qu'un projet concerne au moins deux entreprises ou établissements situés dans deux Etats membres différents. 28 représentants de salariés des filiales européennes y siègent et se réunissent régulièrement, assurant un contact et un dialogue régulier à ce niveau.

En France, le CSEC⁴ de l'UES Rocher⁵ a vocation à aborder les sujets impactant tout ou partie des établissements français de l'UES Rocher. Il se réunit dans sa forme ordinaire 2 fois par an mais peut être sollicité pour des réunions extraordinaires en tant que de besoin. Il s'est ainsi réuni à 7 reprises en 2020.

L'implication du groupe envers le dialogue social implique aussi la négociation d'accords collectifs au périmètre du groupe France, ou aux différentes entités (UES Rocher, Dr. Pierre Ricaud, Stanhome France, Petit Bateau), sur de nombreux sujets tels que le télétravail et la mobilité durable, le handicap, la Gestion Prévisionnelle de l'Emploi et des Compétences (GPEC), la rémunération. A ce titre, l'accord relatif à l'intéressement signé en juin 2020 par Dr. Pierre Ricaud intègre un objectif lié à la RSE, basé sur le nombre de collaboratrices et collaborateurs ayant réalisé une action « We R Change » dans l'année.

Assurer le respect de la vie privée et la protection des données

Cf. Assurer la protection des données privées, page 655.

Protéger la santé sécurité et favoriser le bien être des collaboratrices et collaborateurs

Assurer la santé et la sécurité au travail

S'agissant de la santé et de la sécurité au travail, le Groupe Rocher s'attache à offrir à son personnel un environnement de travail sûr au sein des sites qu'il contrôle et met en œuvre les mesures de précaution appropriées afin d'anticiper les dangers liés au lieu de travail et de protéger les salariées et salariés.

Le groupe s'astreint à informer chaque collaboratrice et chaque collaborateur afin que tous connaissent les exigences associées à son poste en matière de sécurité. Nos collaboratrices et collaborateurs doivent respecter les règles de sécurité et les mettre en œuvre en effectuant leur travail avec soin de la manière la plus sûre. Si un danger est identifié, le groupe invite à alerter sa hiérarchie et ses collègues.

⁴ CSEC : le Comité Social et Economique Central est une instance représentative du personnel

⁵ L'UES Rocher regroupe les entités juridiques suivantes : Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher, Groupe Rocher Opérations, Yves Rocher France et Stanhome International

Le Groupe Rocher œuvre sur l'ensemble de ses sites industriels afin d'améliorer les conditions de travail du personnel, de prévenir les accidents du travail, les maladies professionnelles et de réduire l'exposition des salariées et salariés aux risques et à la pénibilité.

La prévention des accidents du travail repose sur une implication du personnel, une communication régulière et ciblée, ainsi que des plans d'actions. Elle se traduit concrètement par des démarches d'amélioration de l'ergonomie des postes de travail, de réduction des manutentions et de l'exposition aux agents chimiques, ou encore par l'organisation de formations ou de sensibilisations.

Des actions sont menées chaque année sur les sites français afin d'améliorer l'ergonomie des postes de travail, pour gagner en sécurité, en confort et en productivité : réduction de la pénibilité, audits ergonomiques, améliorations du matériel ou encore aménagements collectifs ou individuels de postes pour assurer notamment le maintien dans l'emploi de salariés reconnus comme travailleurs en situation de handicap.

Depuis 2015, la société Groupe Rocher Opérations teste, notamment au niveau des métiers opérationnels, des nouvelles technologies d'assistance physique (NTAP). Ces nouvelles technologies permettent de contribuer à l'amélioration des conditions de travail des salariées et salariés et à la prévention de l'usure professionnelle. Elles peuvent prendre plusieurs formes : robots, exosquelettes... Un exosquelette a notamment été acquis en 2020 afin de permettre le maintien dans l'emploi d'une personne en situation de handicap.

Afin d'inciter les collaboratrices et collaborateurs à s'engager dans le respect des règles de sécurité, le système d'intéressement aux résultats de l'UES Groupe Rocher, notamment des sites particulièrement exposés de Groupe Rocher Opérations inclut des critères liés à la sécurité. A cet égard, l'accord relatif à l'intéressement 2019 – 2021 de l'UES Rocher à l'instar de son avenant 2020 prévoit ce critère et a reçu un avis favorable à l'unanimité des membres élus du CSEC.

Le groupe mène régulièrement des études relatives aux risques psychosociaux, comme cela a été le cas en 2018 et en 2019 sur les sites logistiques de Petit Bateau et au sein de l'une des directions de la marque Yves Rocher en 2020, pour accompagner les collaboratrices et collaborateurs dans le cadre d'un changement organisationnel.

Yves Rocher Canada offre par ailleurs un programme d'aide confidentiel. Ce service offert à toutes collaboratrices, tous collaborateurs ainsi qu'aux membres de la famille immédiate, comprend une assistance et une écoute à la résolution de difficultés personnelles, familiales et professionnelles (problématique d'ordre juridique, stress, dépression et anxiété, difficultés financières, etc.).

En 2020, le groupe a déployé d'importants moyens afin de faire face à la crise mondiale liée à la pandémie de Covid-19, qu'ils soient internes (adaptation de son organisation) ou externes (dons et actes solidaires envers la société civile).

Engagé dans la lutte contre la pandémie, tant dans une optique de santé publique que de protection de ses collaboratrices et collaborateurs, le groupe a adapté son modèle à l'actualité, en conformité avec les législations locales. Ainsi, partout où cela a pu être mis en place, le télétravail a été privilégié comme mode d'organisation du travail, et les déplacements ont été interdits.

Ainsi, afin de conserver le lien avec les collaboratrices et collaborateurs en cette période inédite et difficile, le groupe a déployé un effort de communication permettant de transmettre de l'information et de mobiliser les collaboratrices et collaborateurs. Ce contexte a vu naître les vidéos « Weekly Good Mood ». Diffusées sur une base hebdomadaire au niveau mondial, un total de 8 vidéos a donné l'occasion de transmettre des informations sur la situation du groupe, des messages de soutien aux équipes, des moments de reconnexion à la nature, des ondes positives animées par Jacques Rocher à La Gacilly ainsi que des initiatives et actions des marques du groupe.

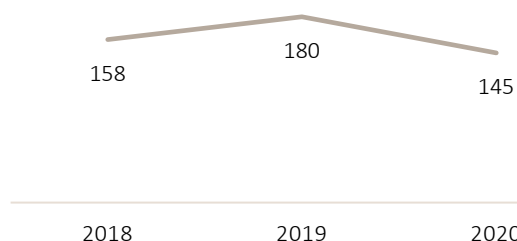
En parallèle, le groupe a lancé une enquête « We Care » permettant de prendre en compte et de connaître l'état d'esprit des collaboratrices et collaborateurs durant la crise. Cette enquête mondiale réalisée du 14 avril au 12 mai 2020, et traduite en 21 langues, a permis les réponses de 4.116 collaboratrices et collaborateurs représentant la majeure partie des marques du groupe, qui ont pu témoigner de leur satisfaction vis-à-vis des

mesures prises par le groupe dans la gestion de la crise, tout en indiquant pour certaines d'entre elles et certains d'entre eux ressentir un manque de lien social.

L'accompagnement et l'écoute des collaboratrices et collaborateurs se sont aussi traduits par la mise en place d'une cellule d'écoute psychologique mondiale, gratuite et anonyme, permettant à chacun d'avoir à sa disposition un professionnel de santé psychologique afin de l'aider à traverser cette période difficile. Au total en 2020, 79 personnes ont bénéficié d'une consultation de soutien psychologique, 137 ont profité du dispositif d'auto-évaluation et 160 des éléments de sensibilisation offerts sur la plateforme.

Performance

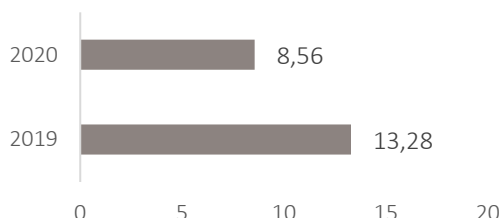
Nombre d'accidents de travail
Groupe Rocher



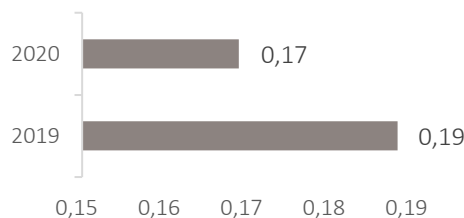
145 accidents ont été recensés en 2020 sur les différents sites du Groupe Rocher dans le monde. Le renforcement du télétravail, les fermetures de sites mais aussi les actions de prévention menées ont permis de réduire le nombre d'accidents de 19% par rapport à 2019.

Le taux de fréquence sur les sites industriels et logistiques a corrélativement baissé de 36 % et le taux de gravité de 10%.⁶

Taux de fréquence



Taux de gravité



Veiller au bien-être

Au-delà des enjeux de santé et de sécurité, le groupe prend en compte un concept plus large de « bien-être au travail », étroitement lié à la performance et sur lequel repose notamment l'engagement des collaboratrices et collaborateurs.

La recherche du bien-être des clientes et clients finaux du groupe intègre ainsi, par symétrie des attentions, celui des salariées et salariés, qui contribue directement à l'amélioration du climat social au sein des équipes et à une meilleure conciliation vie professionnelle / vie personnelle.

Le groupe travaille donc à l'amélioration des environnements de travail, des modes de travail, afin de répondre aux attentes croissantes des salariées et salariés en matière de bien-être physique et mental, d'équilibre des temps de travail, de repos et de conciliation vie professionnelle / vie personnelle, notamment dans la gestion de leurs responsabilités familiales.

⁶ Ces deux taux couvrent 26% des effectifs du Groupe.

En lien avec ces responsabilités, les enjeux de parentalité, de qualité de vie au travail ou encore d'accompagnement des salariées et salariés aidants familiaux sont pris en compte dans la politique sociale du groupe.

Par ailleurs, la qualité et la conception des bâtiments de travail sont également des critères importants. Dès lors qu'une réorganisation de site est envisagée, celle-ci donne lieu à des actions particulières permettant de mieux favoriser la connexion des salariées et salariés avec la nature ainsi que leurs attentes en matière de bien-être, sur le modèle des travaux effectués pour le site de Cap Rocher à Issy-les-Moulineaux, intégrant des espaces verts et notamment, depuis 2020, un jardin potager solidaire entretenu par les collaboratrices et collaborateurs volontaires.

En 2020, Stanhome Italie a par exemple participé à l'évènement de la journée nationale pour les arbres en plantant arbres, plantes et en installant des abris pour oiseaux autour du site afin de concrétiser cet engagement pour la reconnexion à la nature.

Depuis 2017, en France, les régimes frais de santé et prévoyance ont évolué pour tendre vers une politique de prévention et d'amélioration de la santé au travail plus efficace et plus uniforme dans toutes les sociétés concernées. Toutes les salariées et tous les salariés du périmètre groupe en France bénéficient notamment d'un dispositif gratuit de téléconsultation médicale 24h/24 et 7j/7 particulièrement utilisé en 2020 avec la crise sanitaire.

Au Canada, les équipes Yves Rocher basées à Longueuil profitent d'un environnement de travail ergonomique et favorisant le bien-être. Une salle a ainsi été convertie en espace zen avec canapés et postes de travail dynamiques.


Le groupe modernise continuellement ses outils Ressources Humaines (RH) en dématérialisant certains actes du quotidien :

- La plateforme en ligne nommée « BEtween » a été lancée en France en 2018. Elle permet de renforcer le lien entre les collaboratrices et collaborateurs et leur service Ressources Humaines, de favoriser les échanges et de faciliter l'accès à des informations harmonisées.
- Depuis décembre 2019, les collaboratrices et collaborateurs de Petit Bateau France ont également accès à BEtween. La grande majorité des collaboratrices et collaborateurs du groupe et marques des sites en France bénéficient ainsi de la plateforme, soit plus de 4 550 collaboratrices et collaborateurs.
- Une application mobile de la plateforme e-temptation (gestion des temps et activités), nommée Mtemptation a été déployée en 2020, afin de s'adapter aux situations de mobilité grandissantes des collaboratrices et collaborateurs.
- Par ailleurs le processus de demande et d'acceptation du télétravail régulier dans le cadre du nouvel accord 2021-2023 de l'UES Rocher a été 100% digitalisé pour sa mise en œuvre et pourra être utilisé pour les autres sociétés du groupe en France.

Depuis 2017, au sein de l'UES Rocher en France, les salariées et salariés ont la possibilité de faire don de jours de repos jusqu'à 5 jours par an au bénéfice de salariés confrontés à de graves difficultés personnelles. Les entreprises de l'UES bonifient ces dons de 20%.

Au Canada, la politique horaire des équipes Yves Rocher est modernisée :

- Les collaboratrices et collaborateurs (administration et entrepôts) doivent répartir les 37,5 heures de travail hebdomadaire sur 5 jours travaillés au sein d'une plage horaire de 7h à 21h ;
- Les salariées administratives et salariés administratifs bénéficient de la possibilité de télétravailler un jour par semaine. 40% des effectifs y ont d'ailleurs souscrit ;
- Les collaboratrices et collaborateurs ont la possibilité de travailler 9 jours sur 10 par trimestre, afin de libérer du temps pour leur vie personnelle.



En Ukraine, Yves Rocher propose à ses collaboratrices et collaborateurs, depuis le 1^{er} décembre 2020, de nouveaux modes de travail permettant de flexibiliser leur activité. Il est désormais notamment possible d’opter pour un régime d’horaires flexibles et de travailler à distance.

Sur certains sites français, un atelier est proposé aux jeunes parents pour reprendre le travail plus sereinement après l’arrivée d’un enfant au travers d’un groupe de parole, d’écoute et de conseils. Les salariées ou salariés aidants des proches dépendants et / ou handicapés des sites industriels et logistiques peuvent également rencontrer une conseillère en économie sociale et familiale sur leur temps de travail.

Un accord collectif relatif au télétravail et à la mobilité durable 2021-2023 a été signé à l’unanimité au niveau de l’UES Rocher en novembre 2020. Cet accord a été négocié en tenant compte des souhaits et intérêts des salariées et salariés s’étant manifestés à 95 % pour un mode de travail plus distanciel, lors d’une enquête menée en septembre 2020.

L’accord prévoit que le présentiel reste la règle et instaure 8 principes majeurs :

- Eligibilité du plus grand nombre, sans condition d’ancienneté ou de statut ;
- Possibilité d’un rythme de télétravail flexible en référence hebdomadaire ou mensuelle allant de 1 jour par mois à 3 jours par semaine maximum ;
- Mise en place du télétravail au travers d’un formulaire dématérialisé ;
- Possibilité pour les salariées et salariés dont le temps de travail est décompté en heures de dépasser la durée quotidienne habituelle de travail dans des limites prévues par l’accord ;
- Fixation d’un lieu de télétravail pouvant être différent du domicile de la salariée ou du salarié ;
- Prise en charge des frais via le versement d’une indemnité forfaitaire par jour télétravaillé ;
- Participation aux frais d’acquisition de matériel améliorant les conditions de travail ;
- Création d’un régime de télétravail exceptionnel, permettant de s’adapter aux contraintes externes du groupe.

Dans la continuité du développement du télétravail, l’UES Rocher poursuit sa démarche écocitoyenne en définissant des actions visant à réduire l’empreinte carbone du groupe en diminuant l’usage individuel de la voiture, et à limiter les déplacements des salariées et salariés afin d’améliorer leur santé et leur sécurité, notamment via :

- La mise à disposition pour l’ensemble des sites français de places de parking à vélo, de bornes de recharges pour les vélos électriques et les voitures hybrides ou électriques ;
- La prise en charge de frais de transports publics ;
- La promotion du covoiturage.

Plusieurs filiales internationales de la marque Yves Rocher ont mis en place un système de télétravail en permettant aux collaboratrices et collaborateurs de travailler depuis leur domicile selon différents rythmes propres à chaque filiale, par exemple 2 jours par mois (République Tchèque, Pologne, Chine, ...) ou 1 jour par semaine (Canada, Suède, ...).

Afin d’inspirer l’engagement et l’enthousiasme, Yves Rocher Turquie a déployé auprès de ses équipes et des futurs employés le programme « Work Beautiful ». Cette initiative intègre toutes les dimensions RSE au travail (bien-être, accompagnement, conditions de travail), afin de donner aux collaboratrices et collaborateurs les moyens d’évoluer à la hauteur de leurs ambitions. Cette initiative a permis à la filiale le renouvellement pour la 4^e année consécutive du Label Top Employeur d’Aon.

Depuis novembre 2019, une solution de covoiturage en Île-de-France a été mise en place pour le Groupe Rocher, afin de faciliter les trajets domicile-travail, favoriser l'échange entre les salariés et réduire l'empreinte carbone du groupe.

En 2019 et 2020, Petit Bateau a proposé des massages Amma (massage de 15 min qui se réalisent habillés et assis). Plus de 400 massages ont été réalisés en 2019 et 108 en 2020, malgré une suspension de la prestation durant le confinement, sur les sites français de Troyes et de Buchères.

Dans le cadre de son réseau Happyboost, Petit Bateau permet la pratique du sport en entreprise. En 2020, les salariées et salariés ont pu bénéficier de 3 activités : self-défense, babyfoot et sophrologie. Un ostéopathe est également présent un après-midi par semaine et a réalisé 78 séances en 2020.

Performance

En 2019, pour la 4e fois consécutive à l'échelle du groupe, l'enquête d'engagement des collaboratrices et collaborateurs « Tell Us » a été conduite auprès de la marque Yves Rocher sur les périmètres « Retail International » et « Business Development & Social Selling », ainsi qu'auprès de Flormar Turquie et Espagne. Le taux de participation a été en moyenne de 87% et a pour la première fois intégré les partenaires franchisés en Espagne, Maroc et Russie (non en tant que salariés, mais en leur qualité de contributeurs du groupe). Il ressort des résultats de l'enquête un taux d'engagement global de 73%, soit 15 points au-dessus du niveau moyen des benchmarks locaux, grâce au critère de la fierté d'appartenance à l'entreprise, dont le score est de 25 points supérieurs aux benchmarks moyens. Ces indicateurs positifs ne doivent cependant pas occulter des pistes d'améliorations potentielles, auxquelles les comités de direction travaillent, notamment pour ce qui relève de la poursuite de l'amélioration des conditions de travail et de l'équilibre vie privée / vie professionnelle. En effet, les indicateurs résultant de ces enquêtes sont considérés comme des outils de gestion et de performance et les plans d'actions en découlant sont intégrés dans les « Business Reviews » des différents périmètres concernés. Une nouvelle enquête sera lancée au premier trimestre 2021.

Développer une employabilité durable et favoriser l'évolution professionnelle des collaboratrices et collaborateurs

Développer l'employabilité à travers la formation

Collaboratrices et collaborateurs du Groupe Rocher

La politique de développement des compétences s'emploie à fournir aux collaboratrices et collaborateurs les moyens d'acquérir ou de maintenir leurs connaissances, savoir-faire et savoir-être nécessaires à une tenue optimale de leurs fonctions et à l'exercice de leurs responsabilités de façon durable. Les orientations générales de développement des compétences pour l'année 2020 ont été construites autour de 3 axes :

- Promouvoir et favoriser le travail en transverse et la collaboration :
 - Positionner le management au cœur de la réussite collective et du développement personnel ;
 - Développer l'apprentissage des langues et l'ouverture interculturelle en phase avec l'internationalisation ;
 - Adapter les organisations afin de les rendre plus performantes.
- Engager les salariées et salariés dans la transformation digitale :
 - Promouvoir la digitalisation & le Big Data, et accompagner la transformation omnicanale ;
 - Répondre à l'évolution des compétences retail et de l'expérience client ;
 - Renforcer et partager les expertises métiers au sein du groupe.

- Renforcer l'identité de marque et la différenciation :
 - Poursuivre la démarche d'employeur responsable ;
 - Rechercher la performance en préservant la santé et la sécurité des sites et des salariées et salariés ;
 - Garantir la bonne application des évolutions réglementaires ;
 - Promouvoir des pratiques conformes au développement durable et à la RSE.

Parmi les objectifs annuels des collaboratrices et collaborateurs du groupe, depuis 2019, au moins l'un d'eux doit concerner la RSE, l'idée étant d'engager tout le groupe dans cette démarche qui est au cœur de sa raison d'être.

Nature Academy

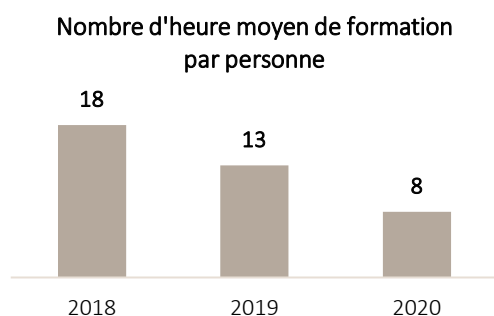
Traduisant l'engagement du groupe en tant qu'Entreprise à Mission, la Nature Academy a été lancée le 12 octobre 2020. Ce programme a vocation à :

- Fournir à toutes les collaboratrices et collaborateurs dans le monde, et partenaires de l'entreprise, des connaissances de base sur la nature ;
- Permettre aux collaboratrices et collaborateurs d'incarner un rôle d'ambassadeurs et de porte-parole de la reconnexion aux concepts de la nature ;
- Donner aux parties prenantes du groupe les moyens d'agir et de prendre des initiatives pour se reconnecter à la nature.

L'ambition du groupe vise à ce que d'ici 2030, 100% des collaboratrices et collaborateurs dans le monde soient formés.

Arbonne intègre d'importantes aides à la formation en proposant à ses salariées et salariés préparant un diplôme de premier cycle de bénéficier d'une bourse de scolarité, le remboursement d'une partie des frais de scolarité aux salariées et salariés souhaitant poursuivre leur formation initiale et la prise en charge de cours de langue anglaise pour les salariées et salariés dont l'anglais n'est pas la langue maternelle.

Performance




Au sein du Groupe Rocher, 14 109 actions de formation ont été réalisées en 2020.

Soit un total de 8 heures de formation en moyenne dispensées en moyenne par collaboratrice et collaborateur, malgré le contexte de pandémie mondiale et la fermeture de nos magasins durant 3 mois.

Membres des réseaux de vente du Groupe Rocher

Le groupe contribue à la création d'opportunités d'emploi au travers de ses réseaux de vente directe et/ou de partenaires franchisé(e)s. En particulier en vente directe, les réseaux du groupe permettent, sans barrières à l'entrée, d'accéder à des formes d'emplois souples et adaptables. Cet accès est en effet destiné à toutes personnes, sans condition d'âge, d'expérience, de diplôme et pour lesquelles une formation gratuite est délivrée.



Grâce à la mise en œuvre d'accompagnements et de formations, l'entrée dans les réseaux du groupe permettent le développement des compétences.

En mars 2020, Petit Bateau a mis en place « Yoobic Boost », un nouvel outil de formation en boutique. Il s'agit d'une plateforme d'e-learning accessible à toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs du réseau Retail France. Plusieurs thématiques ont été créées pour permettre aux équipes d'être plus performantes. Les modules proposent notamment des informations sur les produits, les matières ou sur les processus de fabrication de Petit Bateau. Pour tester ses connaissances, des quiz sont à réaliser à chaque fin de leçon. Accessible depuis la caisse, une tablette ou un smartphone, cet outil permet à chaque collaboratrice et collaborateur de se former à son propre rythme. Pour continuer de répondre aux attentes et aux besoins du réseau, la plateforme est actualisée très régulièrement.

En mai 2020, la Marque Yves Rocher a lancé le déploiement de sa formation « Green Leaders » dans ses réseaux de distribution magasins : identification d'une correspondante RSE dans chaque boutique, formée aux bonnes pratiques RSE, et en charge de l'animation et de l'engagement des autres conseillères beauté en magasin. 100% des pays auront déployé la formation Green Leaders d'ici fin mars 2021. Une formation des directrices de magasin a également été développée.

Depuis 2019, les équipes formation et les managers de la force de vente de Stanhome France proposent un accompagnement personnalisé vers une certification reconnue par le Ministère du Travail à destination des conseillères et des animatrices d'équipe. Depuis 2019, 10 diplômes ont été remis. Pour la promotion de 2020, 100% des candidates ont pu préparer et passer la certification à distance. 8 des 9 candidates présentées ont ainsi été certifiées.

Accompagner les collaboratrices et collaborateurs tout au long de leur évolution professionnelle

Pour les années 2020 et suivantes, le groupe engage une dynamique d'évolution de sa gestion des talents en agissant sur 4 points :

- Créer un processus de recrutement groupe au travers d'une expérience candidat unique et distincte permettant de nourrir les atouts de la marque employeur Groupe Rocher ;
- Proposer à chaque nouvelle collaboratrice et nouveau collaborateur un programme d'intégration et de connaissance du groupe et de ses origines ;
- Offrir un parcours de formation managérial orienté vers l'expérience et adapté au digital ;
- Personnaliser le programme de développement des collaboratrices et collaborateurs et intégrer des revues de talents en continu.

Concernant l'évaluation de la performance, la Direction des Ressources Humaines déploie un outil unique et mondial dénommé l'Entretien de Performance Globale (EPG). Cette évaluation progressivement généralisée à l'international prend la forme de « feedbacks » réguliers menés au travers d'un système d'évaluation en lien avec les fondamentaux de la culture du groupe, et reconnaissant, outre des aspects de performance pure, des comportements professionnels et relationnels. Depuis 2020, l'EPG intègre une architecture de solutions de développement de compétences permettant de donner aux collaboratrices et collaborateurs évalué(e)s une vision globale des possibilités et de répondre au mieux à leurs attentes et à celles des managers concernant l'évolution professionnelle.

Au sein de l'UES Rocher, l'accord de GPEC a été renouvelé le 1^{er} novembre 2019 pour une durée de 3 ans. Les dispositifs mis en place visent à accompagner les salariées et salariés dans l'évolution de leur métier et à s'adapter aux activités du groupe. Une approche proactive qui favorise le maintien dans l'emploi et le développement des compétences des salariées ou salariés.

Une plateforme digitale nommée « TalentYou » permet à la fonction Ressources Humaines d'évaluer et de suivre les performances, d'identifier les profils internes et d'être proactif dans la proposition d'opportunités aux collaboratrices et collaborateurs. Cet outil a été créé et implanté initialement en France en 2012 avant d'être déployé auprès de plusieurs filiales étrangères. Depuis 2019, la population intégrée à la plateforme est de 5 050 collaboratrices et collaborateurs, élargissant les effectifs couverts à toutes les salariées et tous les salariés des fonctions support.

Afin de soutenir et de renforcer la mobilité interne, le dispositif « Mov'In » a été lancé en 2017 au niveau mondial. Son objectif est de rendre la mobilité accessible de façon simple et efficace aux collaboratrices et collaborateurs du groupe. Ce dispositif repose sur 6 principes dont l'exclusivité, qui permet aux seuls collaboratrices et collaborateurs de postuler pendant 15 jours et la non-rétention qui prévoit que le manager ne peut s'opposer à une mobilité. Une application, « Mov'In App », accessible depuis son smartphone permet de favoriser encore davantage la mobilité, qu'elle soit géographique, fonctionnelle ou organisationnelle.

La Ruche - un réseau pour les moins de 30 ans

Un réseau de cadres de moins de 30 ans de la société Groupe Rocher Opérations, « La Ruche », lequel s'est constitué en 2018, permet la création et le déploiement de nombreux projets innovants au sein du groupe. Ce réseau participe ainsi à la fois au développement des compétences des collaboratrices et collaborateurs mais aussi à une meilleure intégration, attractivité et transversalité entre

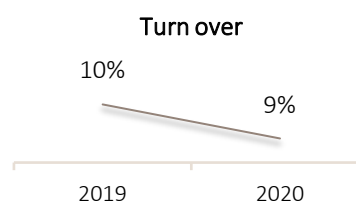
Performance

Mobilité totale Part des effectifs en %

	2018	2019	2020
Cosmétique	4,55	4,61	5,26
Détergence	2,9	2,42	3,4
Textile	4,22	5,86	7,5
Groupe Rocher	4,31	4,6	5,46

Le Groupe Rocher a embauché 46% de collaborateurs en moins en 2020 vs 2019 du fait du contexte de crise mondiale. Cependant sur les 3744 personnes embauchées en 2020, plus de la moitié a intégré le Groupe en contrat à durée indéterminée.

	2019	Embauches 2020	
CDI		1 950	52%
CDD		1 794	48%
TOTAL	6 928	3 744	



Le taux de turnover (hors activité retail) du groupe a légèrement baissé en 2020⁷.

⁷ Ce taux couvre 56% des effectifs CDI du groupe et 50% des effectifs totaux.

Veiller à une politique de rémunération et d'avantages sociaux adaptés

Parmi les valeurs qui sous-tendent l'action du Groupe Rocher, l'engagement, le respect et l'exigence conduisent d'une part à appliquer une politique de rémunération adaptée et d'autre part à garantir des avantages sociaux adaptés.

La politique de rémunération prend en compte à la fois la performance collective et individuelle des collaboratrices et collaborateurs, fondée sur des objectifs clairs et mesurables ainsi qu'une appréciation annuelle de la performance professionnelle individuelle de chacune et chacun, la pratique salariale du marché concerné étant un élément d'aide à la décision.

De plus, le groupe souhaite renforcer le sentiment d'appartenance à l'entreprise notamment dans le cadre de la recherche du bien-être collectif des collaboratrices et collaborateurs, ce qui s'inscrit pleinement dans la définition de la raison d'être du groupe.

C'est la raison pour laquelle, le groupe a décidé en 2020, de mettre en œuvre en 2021, une nouvelle structure de part variables en lien avec la dimension B Corp & RSE dans le choix des critères de performance de l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs dont la rémunération comprend une part variable.

En matière d'avantages sociaux, le groupe s'efforce de faire en sorte que toutes les salariées et tous les salariés bénéficient d'un socle de protection sociale minimal concernant la santé, l'invalidité et le décès, quel que soit leur pays et en prenant en compte les spécificités légales et culturelles. C'est pourquoi le Groupe Rocher a mené deux actions majeures en 2020 :

- D'une part, le recensement des dispositifs assurantiels en matière de frais de santé, prévoyance, retraite et décès sur l'ensemble de ses 33 pays ;
- D'autre part, la formalisation d'un partenariat avec un prestataire de dimension internationale dédié afin d'établir la stratégie et les actions à mener en ce sens.

Agir dans le respect des différences et promouvoir la diversité

Les actions du groupe prennent racine autour de 4 valeurs fondamentales, communes à toutes les marques qui l'intègrent :

- Respect
- Engagement
- Exigence
- Passion

Au titre par exemple du Respect, le groupe a à cœur de créer et cultiver des relations de travail saines dans tous les échanges avec les clients, fournisseurs, salariée et salariés ou partenaires.

Le groupe recherche et valorise les différences et accepte les opinions divergentes. Le groupe veille à ce que toutes et tous choisissent leurs mots de manière réfléchie, sans jamais avoir recours à des remarques diffamatoires, discriminatoires ou sexuelles, dans l'objectif de construire un lieu de travail au sein duquel tout le monde se sente respecté et bien accueilli.

Un environnement de travail sûr doit être accompagné de relations de travail saines ; exemptes de toute violence, menace, intimidation. Le groupe vise à traiter chaque salariée et salarié avec respect et dignité et refuse toutes formes de châtements corporels, de menaces de violence ou autres formes de harcèlement physique, sexuel, psychologique, verbal et toutes formes d'abus.

Prévenir toute forme de harcèlement et de discrimination

Le groupe s'engage à protéger les salariées et salariés contre toute forme de harcèlement moral ou sexuel, en n'hésitant pas à mettre en œuvre les mesures disciplinaires appropriées le cas échéant. Il entend promouvoir la diversité et favoriser l'égalité des chances et de traitement.

Dans le cadre du renouvellement de son accord collectif relatif à « l'égalité entre les Femmes et les Hommes » en date du 15 octobre 2019, l'UES Rocher a notamment désigné et formé en 2020 en France des référents, chargés d'orienter, d'informer et d'accompagner les salariées et salariés en matière de lutte contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes.

Par ailleurs, dans le cadre d'une campagne de sensibilisation à la non-discrimination à l'embauche, des sessions de formation d'une demi-journée ont été organisées pour les recruteurs du groupe en France. Ces formations leur ont permis de s'approprier le cadre juridique de la non-discrimination à l'embauche et de sécuriser ces pratiques à tous les stades du recrutement : de la rédaction de l'annonce à l'embauche des candidats.

A l'international, Yves Rocher Canada a formalisé sa volonté que chacune et chacun puisse travailler dans un environnement empreint de respect, exempt de discrimination et de toute forme de harcèlement en instaurant une politique en matière de harcèlement moral et sexuel, applicable à toutes et tous, et instituant une procédure d'alerte en cas de harcèlement.

Afin de lutter contre les biais inconscients dans le cadre des recrutements, en 2020, Arbonne a mis en place une formation obligatoire des salariées et salariés. De plus, les noms, prénoms, dates de formations et toutes informations personnelles des candidats sont désormais masqués des CV dans le cadre du processus de recrutement afin de favoriser l'égalité des chances.

Promouvoir la diversité inclusive

Accueillir le monde dans toute sa diversité et veiller à la préserver fait partie intégrante de l'A.D.N. du Groupe Rocher, en cohérence avec sa mission.

L'envie de rencontrer l'autre et d'apprendre de lui, la recherche de l'amélioration continue, animent les équipes au quotidien. Le groupe croit que chaque personnalité contribue au succès par son travail, son talent, son attitude et ses différences. La diversité des provenances et des origines permet de croiser et d'enrichir la perception d'une même réalité et arme pour faire face à la versatilité et la complexité du monde environnant.

Le groupe s'attache ainsi à favoriser un environnement de travail inclusif, ouvert à tous les types de diversités, visibles et invisibles, incluant l'âge, le sexe, la nationalité, les origines ethniques, le handicap, l'éducation, la religion, les croyances et l'orientation sexuelle.

Grâce à la diversité inclusive, le groupe contribue à l'engagement, l'innovation et la performance des équipes. A l'instar de la diversité biologique, ou biodiversité, dans la nature, la diversité des collaboratrices et collaborateurs constitue le meilleur moyen d'assurer la réussite et la pérennité sur le long terme.

Egalité des genres

Le Groupe Rocher emploie très majoritairement des femmes et vise à une équivalence de revenu et d'évolution professionnelle, à travail identique et ce quel que soit le genre.

Une démarche de non-discrimination générale est conduite et fait partie intégrante de la culture et de la politique Ressources Humaines du groupe.

1. Ainsi par exemple, la mixité absolue est appliquée dans toutes les communications relatives au recrutement faites en interne ou en externe ;
2. Un principe général de prohibition absolue de toute discrimination figure dans les règlements intérieurs des établissements français.

Dans le prolongement de sa démarche et afin de renforcer son engagement en faveur de l'égalité entre les Femmes et les Hommes, le Groupe Rocher s'est engagé auprès de l'Organisation des Nations Unies (ONU) Femmes et a signé en avril 2016 les « United Nations Women Empowerment Principles » (principes d'autonomisation des femmes des Nations Unies), 7 principes d'action qui permettent d'agir en faveur de l'égalité femmes/hommes au sein de l'entreprise.

Enfin, le Groupe Rocher est convaincu que la vente directe est un canal de distribution d'avenir. En effet, ce mode de fonctionnement flexible et en réseau permet de répondre aux attentes des clientes et clients et de s'adapter à leurs modes de vie. Il offre également des opportunités professionnelles à de nombreuses femmes à travers le monde tout en leur permettant un bon équilibre vie professionnelle/vie personnelle.

En France, l'ensemble des sociétés du Groupe Rocher répondant aux critères fixés par la loi ont conclu des accords d'« égalité entre les Femmes et les Hommes » avec les partenaires sociaux.

Les partenaires sociaux français constatent d'ailleurs chaque année depuis 2008, à l'occasion des négociations salariales conduites au sein de l'UES Rocher, l'absence d'écarts significatifs de rémunération à poste équivalent⁸.

En parallèle, le groupe⁹ réalise annuellement depuis 2018, conformément avec la législation française, l'Index de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes pour lequel un score de 83 points (sur 100) a été obtenu pour les données 2020.

L'UES Rocher a renouvelé avec l'ensemble de ses organisations syndicales représentatives son accord collectif relatif à « l'égalité entre les Femmes et les Hommes » en date du 15 octobre 2019 pour une durée de 3 ans, enrichi notamment de mesures innovantes relatives à la conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle. Par exemple, les salariées et salariés sont incité(e)s à prendre des congés parentaux d'une durée courte (maximum un an) pour faciliter un meilleur équilibre vie professionnelle/vie familiale. Pendant cette période, la couverture des frais de santé est maintenue (moyennant le versement de la cotisation salariale) et l'ancienneté est prise en compte intégralement pendant la première année du congé parental. Le renouvellement de cet accord a permis l'intégration de deux nouvelles initiatives : le maintien de la rémunération du père à 100% pendant le congé paternité et le déploiement d'actions du groupe en matière de lutte contre le sexisme.

Le Groupe Rocher a également souhaité accompagner les salariées et salariés devenus parents avec la création d'un guide de la parentalité, diffusé pour la première fois en 2018 en France, à visée explicative et simplificatrice pour les aider à concilier au mieux leur activité professionnelle avec leur rôle de parent.

Afin de permettre aux jeunes parents de profiter et de se lier avec leurs nouveaux-nés et dans le cas d'une adoption, Arbonne a mis en place, en 2020, un congé intégrant le maintien de 100% du salaire de base des salariées et salariés pendant 6 semaines.

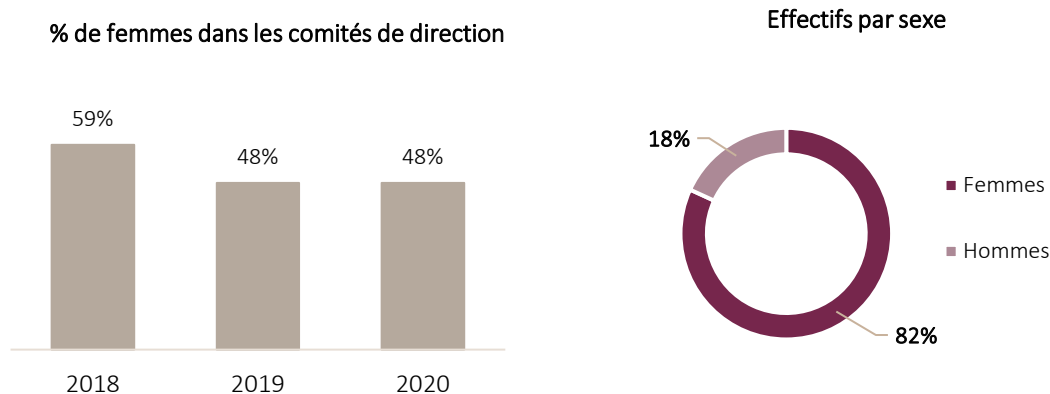
Petit Bateau France œuvre également pour mieux concilier vie professionnelle et vie personnelle avec des mesures d'accompagnement dès l'étape de la grossesse, jusqu'à celle du retour au travail. Afin d'identifier de nouveaux besoins, un sondage a été mis en place en juillet 2019 avec plus de 300 participants. Les résultats ont démontré un besoin de mieux communiquer sur les actions existantes et ont fait ressortir des idées d'accompagnement. Ces constats ont servi de base à la négociation de l'accord collectif sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, signé à l'unanimité des organisations syndicales représentatives pour Petit Bateau France le 8 décembre 2020. Cet accord applicable pour la période 2020 à 2023 s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue en matière d'égalité entre les femmes et les hommes et de mixité professionnelle. Il intègre notamment des actions en matière d'accès à l'emploi, de formation professionnelle, de conditions de travail, de rémunération et d'articulation entre vie personnelle et vie professionnelle.

⁸ Ces constats ont été actés dans les accords salariaux conclus chaque année depuis 2008, ainsi que dans l'accord relatif à l'égalité professionnelle du 15 octobre 2019.

⁹ Sur l'UES Groupe rocher

Fort de son engagement en faveur de l'amélioration de la vie des femmes et pour la 5^e année consécutive, Dr. Pierre Ricaud a organisé la remise du prix « Femmes en Chœur ». Ce prix a permis de récompenser 3 femmes engagées au quotidien dans des actions solidaires à destination des femmes.

Performance



Les comités de direction des différentes marques du Groupe (au niveau monde) sont composés à 48% de femmes au 31 décembre 2020.

Handicap

Le Groupe Rocher se préoccupe fortement du thème du handicap. Ainsi, la politique en matière de handicap du Groupe Rocher vise, en France, à maintenir un taux d'emploi des travailleuses et travailleurs en situation de handicap supérieur à 6% et à favoriser et faciliter leur maintien dans l'emploi, leur développement professionnel et leur insertion.

Un accord relatif à l'emploi et à l'intégration des travailleuses et travailleurs en situation de handicap au niveau du Groupe Rocher en France¹⁰, signé fin 2017 et agréé par la Direction régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi (DIRECCTE) du Morbihan en 2018, a eu pour objet d'approfondir la politique engagée et de formaliser les moyens d'action concrets que le Groupe Rocher s'est engagé à mettre en œuvre au cours des années 2018 à 2021.

Les actions s'articulent autour de 4 axes majeurs :

1. Le recrutement et l'intégration de personnes en situation de handicap ;
2. Le développement de la sous-traitance auprès du secteur adapté et protégé ;
3. Le maintien dans l'emploi des travailleuses et travailleurs en situation de handicap ;
4. La sensibilisation et la communication.

Un manifeste pour l'inclusion des personnes handicapées a été signé le 13 novembre 2019 par Bris Rocher et concrétise ainsi l'engagement du groupe autour de 10 axes d'action.

Petit Bateau Retail a signé, en 2019, un accord relatif à l'emploi et à l'intégration de travailleurs en situation de handicap en France.

¹⁰ Cet accord concerne toutes les entreprises françaises du groupe, hors Petit Bateau qui dispose de son propre accord handicap.

Dès 2019, le Groupe Rocher a intégré des solutions d'accessibilité numérique sur différents outils afin d'assurer l'accès à l'information aux personnes en situation de handicap :

- Le document d'information « L'Essentiel de la RSE » est disponible à travers le monde via une plateforme interactive et accessible ;
- Le service client Yves Rocher France est accessible aux personnes malentendantes et sourdes via une plateforme de communication adaptée ;
- Le site recrutement du Groupe Rocher a lui aussi été rendu accessible début 2020 aux personnes en situation de handicap.

En 2019, une formation à l'accueil des personnes à mobilité réduite a également permis une meilleure accessibilité aux clientes et clients en magasin pour la marque Yves Rocher en France.

Lors de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées, du 16 au 22 novembre 2020, une action coordonnée entre l'ensemble des entités du groupe en France, intégrant Petit Bateau, a permis d'organiser des activités et événements de communication adaptés au contexte de la pandémie, autour du thème du handicap invisible. Les actions ont été organisées autour de 3 axes :

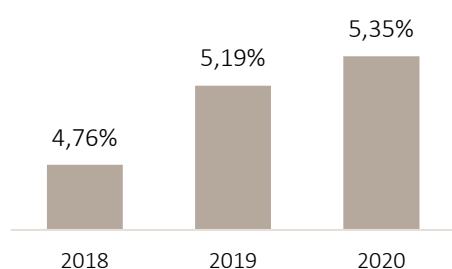
- Donner la parole (conférence et interview de Sarah Pébereau, autrice et humoriste victime d'un cancer du sein à 30 ans, diffusions de portraits vidéos de salariées et salariés)
- Favoriser une prise de conscience active par les collaboratrices et collaborateurs (mise en place d'un serious game sur le handicap au travail, communication autour d'innovations au service du handicap)
- Donner la possibilité aux collaboratrices et collaborateurs d'apporter leur contribution à la Politique Handicap du groupe (organisation d'une sensibilisation aux achats responsables, promotions d'E-commerces Solidaires).

La solidarité est une priorité pour le Groupe Rocher et l'Atelier des Primevères en est l'illustration parfaite. Cette filiale du groupe, créée en 1994, a le statut d'Entreprise Adaptée (EA). Ainsi, au moins 80% de ses salariées et salariés sont en situation de handicap. Les Primevères contribuent ainsi à l'insertion, la mobilité, la valorisation professionnelle et au maintien dans l'emploi des personnes salariées dans les sites bretons du groupe ou bien en recherche d'emploi sur le bassin de La Gacilly. Liliane Pitre, Directrice de l'Atelier des Primevères a d'ailleurs été récompensée de son investissement et de son action lors de la 6^e édition des Trophées des Femmes en Entreprises Adaptées organisée par l'association Handiréseau le 7 juillet 2020.

Performance

En 2020, le groupe a désigné des Référénts Handicap sur l'ensemble de ses sites français, formés à cette fonction en février 2020. Ils ont pour mission de déployer la Politique Handicap du groupe sur leurs périmètres respectifs, notamment via de la communication et de la sensibilisation des collaboratrices et collaborateurs au sujet du handicap, ainsi que par l'accompagnement si besoin des collaboratrices et collaborateurs intéressés et / ou concernés par ce sujet. En parallèle, les représentants du personnel du site de Cap Rocher ont été formés à la connaissance du rôle des élus.

Taux d'emploi moyen des personnes en situation de handicap en France



En 2020, le groupe a employé 430 personnes en situation de handicap dans le monde, soit 2,53% de l'effectif total ;

335 personnes en situation de handicap sont employées en France. Ces travailleurs représentent en moyenne 5,35% de l'effectif total des sociétés du groupe en France. Ce taux est de 6.50% au sein des entités cosmétiques du groupe en France.

Gestion des âges

Le Groupe Rocher participe à la fois à l'insertion durable des jeunes dans l'emploi et favorise l'embauche et le maintien dans l'emploi des salariées et salariés seniors (55 ans et plus). L'objectif étant également d'assurer la transmission des savoirs et des compétences.

La population senior peut être parfois davantage confrontée à des problématiques de pénibilité mais certains dispositifs permettent de la limiter.

Le dispositif senior précédemment applicable au sein de l'UES Rocher, a été maintenu et inséré dans l'accord de GPEC, en vigueur depuis le 1^{er} novembre 2019. Ce dispositif permet de cesser progressivement son activité et assurer ainsi un meilleur maintien dans l'emploi des salariées et salariés seniors. Le temps partiel est un dispositif très développé en France pour cette catégorie de salariés. Les salariées et salariés de l'UES Rocher ont de surcroît la possibilité de conserver une rémunération supérieure à la réduction de leur temps de travail avec un maintien en totalité des cotisations retraite sur la base de la durée du travail à temps plein.

- Une école de confection certifiée a été créée par Petit Bateau sur le site de Troyes afin de conserver son savoir-faire industriel et d'offrir de nouvelles opportunités professionnelles aux personnes en recherche d'emploi. Depuis 2012, 6 promotions soit 46 élèves ont intégré l'école de confection pour suivre la formation d'opérateur en confection sur une durée de 15 mois. 21 élèves ont été recrutés en CDI, garantissant la pérennité des emplois de ce type face aux départs des salariées ou salariés seniors.

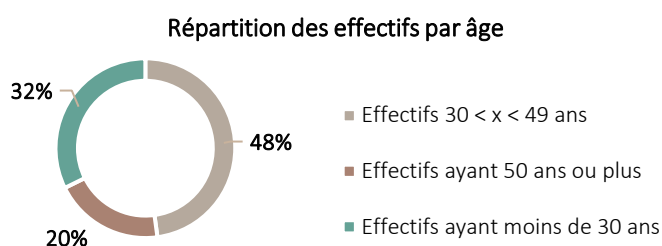
Concernant les jeunes, le recours au stage ou à l'alternance est important pour le groupe en ce qu'il constitue un passage significatif vers le premier emploi. Ces collaboratrices et collaborateurs en France bénéficient par exemple d'une session d'intégration spécifique visant à leur faire découvrir le Groupe Rocher, comprendre la diversité des marques et des métiers et faire connaissance avec leurs pairs. En 2020, le groupe a voulu marquer l'importance qu'il accorde aux jeunes et notamment à l'alternance, en passant de 99 recrutements d'apprentis en 2019, à 145 en 2020, en France.

- Avec un taux de recommandation à 82.6%, le site de Cap Rocher est certifié « Happy Trainees » 2019-2020, un label certifiant la bonne intégration des stagiaires et alternants du groupe en France.

Le groupe est partenaire de « My Job Glasses », plateforme digitale innovante de mise en relation entre les étudiants et les entreprises. La plateforme permet aux étudiants de découvrir le groupe et ses métiers pour les accompagner dans la construction de leur projet professionnel.

Sur le site de Cap Rocher, un système de parrainage « Adopte un nouvel arrivant » est mis en place depuis 2018 afin d'intégrer les nouvelles salariées et les nouveaux salariés et de les accompagner dans la découverte des différents métiers du site. Cette action vise à favoriser le partage de connaissances et d'expériences entre les nouveaux arrivants et les salariées et salariés plus expérimenté(e)s du groupe. Un accompagnement personnalisé qui contribue tant à la bonne intégration et au bien-être au travail, qu'à la valorisation des collaboratrices et collaborateurs confirmé(e)s.

Performance



La répartition des effectifs du Groupe par tranche d'âges a été stable sur les trois dernières années.

Diversité interculturelle

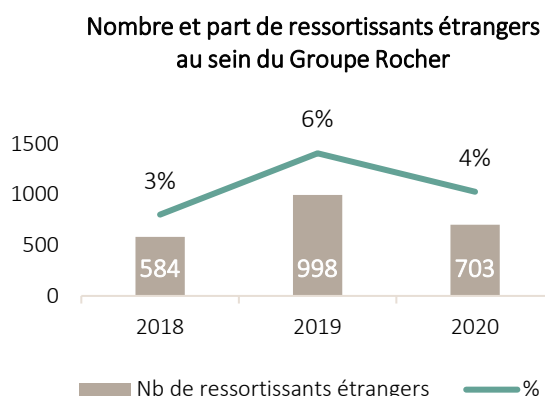
Grâce à son expérience de développement territorial à La Gacilly en Bretagne, le groupe souhaite étendre ses bonnes pratiques en cultivant un ancrage territorial et un développement local dans chacune de ses implantations dans le monde. Pour y parvenir, le groupe promeut et valorise la diversité interculturelle parmi ses collaboratrices et collaborateurs.

En octobre 2020, Arbonne International a notamment organisé, un « mois de la diversité » totalement dématérialisé et accessible à l'ensemble des sites. Cet événement à vocation éducative a permis d'aborder les sujets de la Justice, de l'Équité, de la Diversité et de l'Inclusion et de célébrer en l'occurrence la diversité au travers de nombreux ateliers : tables rondes, rencontres, visites culturelles virtuelles autour du monde et projection d'un film sur l'agriculture durable.

Des conférences relatives à la diversité et à l'inclusion ont également été organisées en 2019 en faveur des collaboratrices et collaborateurs du Groupe Rocher en France. Celles-ci sont désormais visibles sur l'intranet par l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs du groupe, toutes marques et tous pays confondus.

En particulier, le 17 juillet 2019, un conférencier, Directeur des Ressources Humaines (DRH) Diversité & Inclusion d'un grand groupe, s'est exprimé durant une heure sur cette thématique en partageant ses connaissances et expériences personnelles. Lors de son discours, plusieurs pistes de travail ont été données pour une meilleure inclusion dans l'entreprise et dans les équipes : valoriser l'authenticité, faire confiance à son équipe, respecter tout le monde avec intégrité et équité, écouter les propositions de chaque personne mais surtout être conscient de ses stéréotypes personnels et être prêt à travailler dessus. Une conférence rythmée qui a permis à chacun de s'ouvrir, s'inspirer et s'informer.

Performance



En 2020, le Groupe Rocher compte 703 ressortissants étrangers. Ainsi en moyenne 4% des collaboratrices et collaborateurs travaillent dans un pays dont ils ne sont pas originaires. Des formations au management interculturel sont dispensées au sein du groupe, pour favoriser le « mieux travailler ensemble », avec la vocation d'ouvrir l'esprit des collaboratrices et collaborateurs à la diversité culturelle.

DEVELOPPER DES PRODUITS, DES SERVICES ET DES MODES DE CONSOMMATION RESPECTUEUX DE LA NATURE

Le Groupe Rocher s'engage à développer des produits, services et modes de consommation respectueux de la nature dont chacune des dix marques s'inspire pour procurer du bien-être à ses clientes et clients. Depuis la création de la Cosmétique Végétale® par Monsieur Yves Rocher en 1959, la naturalité inspire les équipes de recherche, ayant en tête la préservation de l'environnement et à cœur d'offrir à toutes et tous des produits ne faisant aucune concession sur la sécurité ou la qualité. Aligné avec cette vision, le Groupe Rocher promeut une innovation qui passe par « l'écologie de la nature autant que celle de la peau ». Une innovation autant au service des clients et clientes en instituts Yves Rocher, que des soins visage Dr. Pierre Ricaud, que des bébés portant des bodies Petit Bateau en coton biologique.

Engagé sur un chemin de transformation à long terme, le groupe communique régulièrement ses progrès et ses difficultés auprès de toutes les parties prenantes. Cet engagement s'illustre par une communication honnête avec sa clientèle, en les informant sur la composition de ses produits et de leurs origines ; mais également avec ses fournisseurs et sous-traitants afin de s'assurer du respect des engagements pris par chaque marque. A titre d'exemple, il convient de mettre en application des règles strictes encadrant les filières d'approvisionnement.

Le groupe facilite les actions pour consommer de façon plus responsable en travaillant tout au long de la chaîne de valeur et cherche à réduire l'impact des produits sur les milieux naturels en amont grâce à l'éco-conception et en aval par une stratégie claire sur leur fin de vie. Grâce à une mobilisation des partenaires externes, des collaborateurs et des clientes et clients finaux, cette stratégie porte déjà ses fruits.

Proposer des produits sûrs et sains

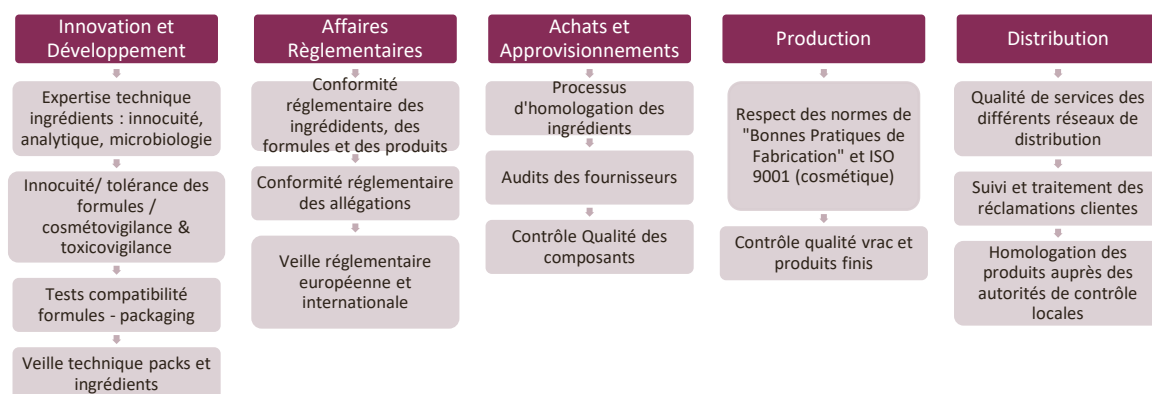
Garantir la qualité et la conformité des produits

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

Pour appuyer cette démarche de nombreux outils et des « guidelines » sont mis en place pour confirmer une innocuité optimale des ingrédients et produits finis sans compromis sur l'évaluation de leur impact environnemental.

Cosmétique et détergence

Cette préoccupation est présente à chacune des étapes du cycle de vie d'un produit, de sa conception à son utilisation par la cliente finale et le client final.



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

En cosmétique, chaque ingrédient, chaque produit fini est évalué par une séquence de tests précise et définie à la fois par les experts du groupe (évaluateurs sécurité, toxicologues, pharmaciens...) et suivant les recommandations internationales. La conformité du produit sera également évaluée lors de la fabrication.

En détergence, lors des briefs produits, les sous-traitants doivent se conformer à des exigences dans tous les domaines (ingrédients, réglementaire, qualité, packaging...) et se soumettre à un audit de site de production. Lors de l'audit, le Responsable Qualité vérifie par exemple les processus de vérification de la conformité des articles de conditionnement, des matières premières et des produits finis des sous-traitants ou encore la traçabilité sur site. Lors du développement d'un produit, chaque formule est analysée : revue des fiches de données de sécurité, réalisation de stabilité, compatibilité, challenge test, détermination de point éclair si besoin, déclaration de toutes les formules aux centres anti-poisons français, italiens et espagnols... Pour identifier les dangers de la formule et définir ainsi les conditions d'utilisation sûres du produit pour les consommatrices et consommateurs, une analyse réglementaire complète des dangers des ingrédients est réalisée. Une veille réglementaire est également effectuée sur les territoires France, Italie, Espagne mais également au niveau européen et au niveau international.

Afin de garantir la conformité à toutes les exigences qualité et réglementaire des produits cosmétique et détergence, des cahiers des charges formule, packaging et logistique sont signés pour chaque produit.

Concernant les sites de production cosmétiques du groupe, ces sites sont :

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

Afin d'être parfaitement à l'écoute des consommatrices et consommateurs, 3 procédures sont effectives dans le groupe :

- Le premier est « **la cosmétovigilance** » pour les cosmétiques et « **la toxicovigilance** » pour la détergence : tout effet indésirable potentiellement imputable à un produit cosmétique ou un détergent du groupe est remonté via les réseaux du groupe (centres d'appel, conseillères...) puis traité par des équipes dédiées. Ces remontées sont alors étudiées pour déterminer l'imputabilité ou non de l'effet indésirable au produit cosmétique ou au détergent. Le groupe peut ainsi surveiller la vie des produits auprès des consommatrices et consommateurs et si besoin, retirer un produit du marché, le reformuler ou arrêter sa commercialisation ;
- Le deuxième est « **le process questions sensibles** ». Dans chaque territoire, des interlocuteurs sont définis et remontent à des équipes dédiées les questions des consommatrices et consommateurs qui demandent une réponse spécifique. Cette démarche est mise en place pour favoriser la transparence et pour une meilleure information ;
- Le troisième est le processus de **gestion des réclamations clientes et clients** (cosmétiques et détergence). Il a pour but de consolider les réclamations associées à la non-conformité d'un produit fini sur les différents réseaux de distribution et pays. L'objectif est double : apporter une réponse appropriée aux réseaux de distribution et clientes ou clients mais également lancer en interne le processus qualité adéquat. Ces données sont agrégées mensuellement afin de constituer un indicateur en ppm, largement diffusé et utilisé comme un input majeur du processus qualité global.

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

- La charte interne sur les composants des produits est très stricte et interdit toute matière première animale (à l'exception du miel et de la cire d'abeille). Est interdit, par exemple, le recours à un pigment couramment utilisé dans l'industrie cosmétique pour les fards à paupières, le carmin de cochenille (petit insecte qui produit de l'acide carminique pour se protéger de ses prédateurs, duquel est issu une teinture colorée rouge, le carmin).
- Enfin, le développement de programmes de recherche sur les méthodes alternatives aux tests sur animaux est encouragé par le groupe et ce, afin de les promouvoir et de les généraliser. Ses travaux portent par exemple sur de nouveaux modèles d'évaluation de l'allergie in vitro pour les ingrédients naturels.

Compléments alimentaires

La Politique Qualité Arbonne concernant ses compléments alimentaires est largement encadrée par la « Food and Drug Administration » (FDA, « Agence américaine des produits alimentaires et médicamenteux ») aux Etats-Unis. La marque, soit directement soit via ses conseillères de vente, s'engage à répondre à toutes les questions ou préoccupations de ses clientes et clients concernant les informations sur les produits, leur utilisation correcte ou d'autres demandes.

Textile

La Politique Qualité Petit Bateau, qui fait partie de l'A.D.N. de la marque, est basée sur l'innocuité et les qualités d'usage des produits. Petit Bateau s'impose les standards les plus stricts en termes de toxicologie via le label OEKO-TEX 100[®] ¹¹. La certification STANDARD 100 d'OEKO-TEX[®] garantit l'innocuité du vêtement en contrôlant la teneur des produits chimiques nocifs pour la santé.

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

Performance

- En 2020, 75% des produits Petit Bateau portent le label Oeko-Tex[®] (vs 67% en 2019).

Choisir des matières premières responsables

Cosmétique

Le Groupe Rocher marque sa volonté d'aller vers toujours plus de naturalité dans ses produits cosmétiques par sa démarche d'amélioration continue de son portefeuille d'ingrédients. C'est également un engagement d'exigence, en allant au-delà de la réglementation européenne et en s'imposant plus de 500 restrictions ou interdictions supplémentaires portant sur les ingrédients utilisés.

Une nouvelle politique Ingrédients a été déployée fin 2019, accompagnée d'une nouvelle « Charte Ingrédients » interne. Cette démarche regroupe les engagements du groupe en termes de respect des réglementations, de sécurité des matières premières ainsi que d'impact environnemental.

¹¹ Oeko-Tex : association indépendante allemande délivrant un label visant à garantir les qualités humano-écologiques des textiles : exempt de produits toxiques pour le corps et pour l'environnement.

Des substances et des procédés de fabrication interdits y sont mentionnés, ainsi que des listes positives de conservateurs et de filtres UV (ultraviolet). En ce qui concerne les substances interdites, le groupe va bien au-delà des réglementations en interdisant plus d'une trentaine de catégories d'ingrédients. Un grand programme d'innovation a été lancé en 2020 pour supprimer progressivement ces catégories d'ingrédients.

En parallèle, une attention particulière est donnée aux ingrédients d'origine naturelle, qui représentent la majorité du portefeuille du groupe, et notamment aux actifs d'origine végétale.

Les processus de recherche, de développement, de qualification, d'approvisionnement de ces matières premières et des actifs sont multi-métiers. Ils rassemblent notamment les experts des départements Innovation & Développement, Achats et Qualité.

Qualification

Le processus de qualification met à la disposition des équipes une série de tests et de méthodes pour confirmer à la fois l'innocuité des produits et le respect de la planète. Aujourd'hui, 1 345 ingrédients (hors parfums) ont été qualifiés et mis à disposition des formulateurs pour composer les formules cosmétiques du groupe.

D'un point de vue Développement Responsable, l'impact environnemental des ingrédients (sourcing, renouvelabilité, traçabilité, écotoxicité, biodégradabilité, procédé de transformation...) est ainsi évalué ainsi que la politique RSE de ses fournisseurs.

Sur la base de ces « piliers RSE », un outil a été mis en place à disposition des équipes de formulation afin de pouvoir sélectionner les matières premières avec le meilleur profil RSE pour composer leurs formulations.

Une attention particulière est également portée au sourcing des ingrédients pour lequel un ensemble de critères minimum a été défini sur les filières végétales :

- Assurer la traçabilité : identification botanique et provenance de la plante
- Priorisation sur le risque de déforestation : table ronde sur l'huile de palme durable ou RSPO, de l'anglais « Roundtable on Sustainable Palm Oil »
- Ingrédients issus de forêts gérées durablement : Forest Stewardship Council (FSC, « Conseil de Soutien de la Forêt »), Programme Européen des Forêts Certifiées (PEFC)
- Bonnes pratiques de collectes documentées.

Approvisionnement

Le Groupe Rocher définit des règles à respecter par toutes les équipes internes et par tous ses partenaires concernant les ingrédients. Ainsi, pour les ingrédients d'origine végétale, une « Charte Plantes »¹², définit des règles strictes encadrant les filières d'approvisionnement, incluant notamment les actions suivantes :

- Protéger et respecter les espèces en danger ;
- Privilégier l'utilisation de plantes cultivées ou de parties renouvelables des plantes ;
- Refuser d'incorporer des ingrédients végétaux génétiquement modifiés ;
- Favoriser des filières issues de l'Agriculture Biologique (AB).

Pour soutenir cette vision, le Groupe Rocher a défini une stratégie de mise en œuvre claire et explicite en matière d'approvisionnement, véritable fil conducteur pour les équipes opérationnelles en charge de l'approvisionnement des matières (Recherche & Innovation, Achats, Qualité/RSE...). Cette démarche d'approvisionnement durable repose sur 3 piliers majeurs :

- S'approvisionner de façon responsable, en s'engageant à une utilisation sur le long terme de la matière première végétale, assurant ainsi des débouchés commerciaux pérennes, ou en diversifiant les sources de revenus localement ;
- Protéger le végétal et les humains, par notre engagement à respecter l'environnement, la biodiversité et les femmes et les hommes associés à la filière ;

¹² Périmètre Groupe Rocher hors Arbonne, Sabon, Flormar.

- Partager de manière juste et équitable les avantages tirés de la biodiversité, conservant le savoir-faire des communautés locales ainsi qu'en promouvant un développement économique, social, scientifique et culturel commun. Sur ce point, le groupe s'inscrit dans les lignes directrices du Protocole de Nagoya de la Convention de la Biodiversité de l'ONU, pour lutter contre l'érosion de la biodiversité. Précurseur dans ce domaine, la Marque Yves Rocher continue à promouvoir des démarches volontaires et proactives.

Pour que cette dynamique soit possible, dès les premières phases de développement, 2 critères sont regardés avec attention :

- Une bonne traçabilité (dont une origine plante majoritaire connue) afin de s'assurer que la production soit issue d'une cueillette maîtrisée ou d'une filière agricole construite et responsable ;
- Un partenaire solide, connaisseur du « process » dans sa globalité et impliqué localement.

Le groupe s'engage donc dans une politique d'évaluation des acteurs de la filière et le cas échéant dans des actions de soutien.

Une filière est une chaîne d'approvisionnement définie par un trio entre :

- Un ingrédient d'origine naturelle (végétale ou minérale) ;
- Un fournisseur ;
- Une origine géographique.

Une filière emblématique est une filière prioritaire d'ingrédient botanique¹³, porteuse de valeur ajoutée pour les marques (en termes de revendication, fonctionnalité et / ou volume). Elle est spécifique et tracée (jusqu'à la matière première), maîtrisée (auditée tous les 3 ans), engagée dans une démarche de développement responsable et durable.

En 2020, le groupe¹⁴ opère 410 filières végétales sur un ensemble de 179 plantes. Les filières responsables et durables ont été définies selon plusieurs critères « indispensables » et « souhaitables » :

- Critères « indispensables » :
 - Traçabilité (provenance et identification botanique)
 - Un engagement contre la déforestation avec des preuves, certifications et bonnes pratiques de collecte
- Critères « souhaitables » :
 - Connaissance complète de la chaîne de valeur et provenance d'un pays sans risque social élevé
 - Bonnes pratiques agricoles dans une démarche d'amélioration continue

Une filière durable respecte les critères « indispensables » et « souhaitables ». Une filière responsable respecte les critères « indispensables » et des engagements dans une démarche d'amélioration continue des critères « souhaitables ».

Matières premières sensibles¹⁵

Sur certaines matières, dites « sensibles », le groupe s'engage également avec un processus spécifique. Ce processus vise notamment à une veille active permettant de déceler les matières premières à risque, afin de

¹³ Un ingrédient botanique est ainsi qualifié s'il porte une activité ou une revendication cosmétique, est d'origine végétale et n'a subi, en grande majorité, que des transformations physiques.

¹⁴ Périmètre Groupe Rocher hors Arbonne, Sabon, Flormar.

¹⁵ Matières présentant sur leur chaîne d'approvisionnement un risque identifié de non-conformité à l'un des 5 « items » du devoir de vigilance

déclencher les actions de réduction du risque adaptées, qui peuvent être de différentes natures : recherche d'alternatives technologiques, ou géographiques par exemple mais également la mise en œuvre d'actions de terrain visant à une amélioration concrète de la situation.

Sur la filière Mica par exemple, le groupe met en œuvre ces différents leviers avec le développement d'une filière aux Etats-Unis mais également l'adhésion à la « Responsible Mica Initiative » (RMI) de manière à s'impliquer dans l'amélioration des conditions d'extraction du mica en Inde.

Sur l'huile de palme et ses dérivés, le Groupe Rocher travaille depuis 2015 à l'utilisation de produits labellisés RSPO (table ronde dont le groupe a été membre de 2010 à 2014) et agit également sur cette filière ainsi que celle du coton, via un partenariat avec la Fondation Earthworm, avec laquelle le groupe s'implique dans des programmes locaux de soutien aux petits producteurs.

Performance

Pour aller plus loin sur ses filières d'ingrédients botaniques, la Marque Yves Rocher s'est engagée en 2020 avec l'UEBT (« Union for Ethical BioTrade ») dans une démarche d'amélioration continue pour un sourcing responsable et durable :

- Les ingrédients botaniques sont issus à 80% de filières responsables (dont 100% pour les filières emblématiques) et à 57% de filières durables¹⁶.
- 88% des nouveaux ingrédients qualifiés en 2020 sont d'origine naturelle¹⁷ portant à 66% la part des ingrédients qualifiés du portefeuille formulation d'origine naturelle.
- 25 ingrédients ont été supprimés du portefeuille en 2020, dont 44% n'étaient plus conformes avec la nouvelle Politique Ingrédients.
- 66% des formules développées en 2020 par le Groupe Rocher¹⁸ respectent l'ensemble des critères de la Politique Ingrédients.
- 98,7% des volumes actuels d'ingrédients¹⁹ contenant de l'huile de palme ou des dérivés sont certifiés RSPO « mass-balanced ». Le pourcentage restant est en cours de transition.
- Le pourcentage moyen d'ingrédients naturels dans les formules mises sur le marché pour la Marque Yves Rocher est de 89%, 82% pour la marque KIOTIS, 83% pour la marque Stanhome Family Expert et 73% pour la marque Docteur Pierre Ricaud.

Bonnes pratiques

La Marque Yves Rocher s'engage dans la transition agroécologique (à travers notamment une production de plantes certifiées AB à La Gacilly en Bretagne et des travaux de recherche en agroécologie) et la soutient sur le territoire breton grâce aux dynamiques engagées avec les partenaires.

Par exemple, depuis 2018, Yves Rocher s'engage avec le réseau GAB-FRAB (Groupement des Agriculteurs Biologiques-Fédération Régionale des Agrobiologistes de Bretagne) à développer l'adaptation des fermes aux aléas climatiques et leur contribution à son atténuation.


Ce groupe de travail d'abord territorial s'est déployé à l'ensemble de la région dès 2019. Après des travaux de recherche, la mise en place de groupes d'expérimentation et d'échanges locaux, et la publication d'un recueil des pratiques résilientes, l'initiative se structure en 2020 avec le soutien financier de Yves Rocher. Le collectif a pu amender et diffuser largement le recueil, travailler localement sur des diagnostics des performances environnementales des exploitations agricoles (outil Dialecte), supports d'échanges et d'initiatives collectives, et former des ambassadrices et ambassadeurs participant aux définitions des plans d'actions des collectivités en faveur de la résilience des territoires.

¹⁶ Périmètre Groupe Rocher hors Arbonne, Sabon, Flormar.

¹⁷ Selon la norme ISO 16 128

¹⁸ Hors Flormar

¹⁹ En pourcentage des volumes d'achat matières première Groupe Rocher Opérations



Par ailleurs, la Marque Yves Rocher est engagée depuis plus de 20 ans en Afrique et notamment à Madagascar, à travers des collaborations avec un réseau de partenaires malgaches (université, centre de recherche...) pour le développement d'extraits actifs de plantes. Yves Rocher s'engage sur un développement durable de la filière malgache d'Aphloia theiformis, un actif anti-pollution de la gamme de soins Elixir Jeunesse.

Cette année, Yves Rocher soutient un projet d'agroforesterie autour de l'Aphloia, en collaboration avec une organisation non gouvernementale (ONG) locale de développement, le CIRAD (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement) et notre partenaire, une PME (Petites et Moyennes Entreprises) de collecte et valorisation de plantes malgaches. Les cueilleuses, qui se sont rassemblées en association, portent le projet qui répond aux besoins de multiplier l'Aphloia et diversifier les ressources (bois de chauffe, fruitiers). Dû à l'impact de la crise sanitaire à Madagascar, les espèces forestières mises en pépinières en 2020 seront plantées au printemps 2021.

Aussi, pour sa filière Argan au Maroc, la Marque Yves Rocher soutient depuis 2019 les caravanes médicales pour les populations des zones de collecte de l'argan. En 2020, afin de faire face à la pénurie alimentaire résultant de la pandémie de la Covid-19, la Marque Yves Rocher, avec son partenaire local, a adapté ses actions en soutenant la distribution de « paniers de solidarité » aux familles vulnérables des zones rurales et isolées de la réserve de biosphère de l'arganeraie (RBA).

Enfin, depuis 2015, la Marque Yves Rocher s'engage aux côtés des communautés de femmes impliquées dans la filière Karité au Burkina Faso, pour la protection de l'arbre à beurre (le karité) et le renforcement de l'activité économique des femmes. De nombreuses actions ont été entreprises afin d'atteindre cet objectif. En 2020, des actions afin de contribuer à l'autonomisation des femmes et à la diversification de leurs revenus ont été mises en place. Afin de valoriser par la même occasion le savoir-faire traditionnel associé aux activités du karité, un projet de production et commercialisation de savon à base de karité a été lancé. Les femmes sont donc formées à la transformation et accompagnées pour la commercialisation de ces savons.

Depuis plusieurs années, le groupe est investi dans la gestion de la problématique de l'huile de palme. Les premières actions du groupe ont consisté à adhérer à la RSPO puis en un transfert progressif des volumes sur un grade « mass balance ». Néanmoins, le groupe souhaite aller plus loin, en s'engageant au-delà de ces démarches dans des initiatives locales, pragmatiques, démontrant d'un réel impact sur les communautés et les écosystèmes concernés.

C'est dans cette perspective que le groupe travaille avec la Fondation Earthworm ainsi que d'autres groupes industriels à un programme ciblé « Areas for Priority Transformation (APT) landscapes » depuis 2019. Ce programme œuvre pour la transformation à une échelle régionale, avec différents acteurs : gouvernement, producteurs et autres ONGs. A titre d'exemple, un des axes de ce programme a pour objectif la réduction de la déforestation par les petits producteurs. Le groupe a particulièrement travaillé cette année au soutien du programme mené auprès des communautés localisées sur le territoire de l'Aceh Tamiang (Indonésie). Le programme pour 2020 a notamment visé à développer la résilience du territoire afin de permettre un équilibre durable à l'échelle du territoire entre enjeux de production, de préservation des forêts, des conditions de vie et des conditions de travail acceptables.

Détergence

Pour le choix des ingrédients qui composent ses produits, la marque Stanhome favorise l'utilisation d'ingrédients d'origine naturelle dans ses formules. A chaque nouveau développement ou reformulation, la pertinence de chaque ingrédient est évaluée, les isothiazolinones sont remplacés lorsque c'est possible. Pour limiter le risque d'ingestion, un amérissant est ajouté systématiquement quand c'est possible et pertinent. La concentration des produits (qui est un des engagements originels de la marque) est également recherchée lors de chaque développement. Des listes négatives, matières premières et parfums, sont également respectées. Les formules subissent pour certaines des tests supplémentaires déterminés selon l'utilisation finale du produit :

- Des tests d'usage sous contrôle dermatologique afin d'évaluer l'acceptabilité cutanée de la formule ;
- Des tests de biodégradabilité selon les lignes directrices de l'OCDE 301F extrapolées pour des produits formulés ;

- Des tests d'évaluation des émissions d'aldéhydes et de composés organiques volatils en reproduisant le scénario d'un usage normal du produit pour déterminer son influence sur la qualité de l'air intérieur.

Dès 2021, Stanhome aura des produits certifiés Ecolabel Européen dans son offre produit. Les référentiels de certifications de l'Ecolabel Européen déterminent des critères restrictifs sur la toxicité pour les organismes aquatiques du produit, la biodégradabilité des ingrédients, l'approvisionnement durable en huile de palme, de palmiste et leurs dérivés. Une liste de substances exclues ou soumises à restrictions est également à respecter pour la certification des produits. Dans une démarche d'amélioration continue, la marque vise à obtenir la certification Ecolabel Européen pour tous les produits à usage quotidien d'ici 2023.

Textile

La politique d'achat des matières premières de Petit Bateau est conduite selon 3 axes :

- Qualité des fils et des fibres utilisés pour garantir la durabilité des produits de la collection Petit Bateau ;
- Relations équilibrées avec les fournisseurs pour garantir la pérennité des partenariats Petit Bateau ;
- Traçabilité : les contrats d'achats de matières premières (filés) précisent l'origine des fibres et leurs spécificités. Cela permet à Petit Bateau de contrôler et garantir la qualité des filés achetés. Ainsi, Petit Bateau s'interdit les origines de cotons suivantes : Ouzbékistan, Afghanistan et Syrie.

84% des produits vendus sont tricotés par Petit Bateau. Les filateurs de ses matières (qui sont de rang 1), sont des partenaires connus et maîtrisés. Les autres matières qui sont achetées pour les produits Petit Bateau, répondent aux mêmes exigences qualité et passent systématiquement par un contrôle laboratoire (interne ou externe).

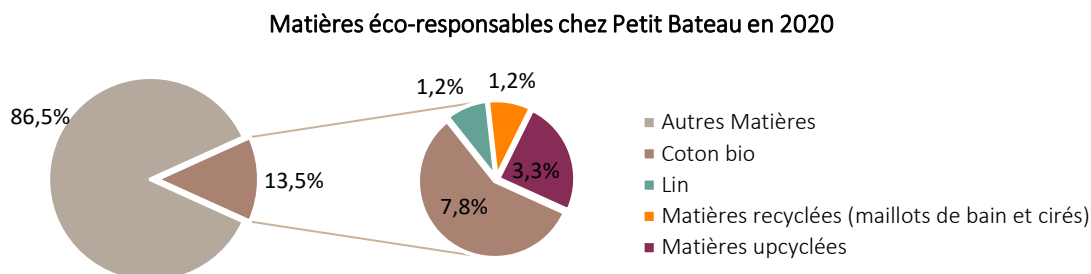
Petit Bateau travaille à intégrer des cotons issus de l'agriculture biologique tout en répondant aux attentes de qualité des clientes et clients du groupe.

Soucieux d'améliorer son impact environnemental et social, Petit Bateau s'engage dans une démarche d'amélioration continue de sa politique d'approvisionnement. La marque vise 100% de matières éco-responsables en 2025.


Cette nouvelle feuille de route clé permettra d'aller plus loin, de mesurer les réductions d'impacts sur l'environnement, de redéfinir la notion de produits éco-conçus pour Petit Bateau et de mieux la communiquer simplement aux « consom'acteurs » de la marque.

Performance

En 2020, l'ensemble des produits en matières éco-responsables²⁰ représente 13,5% de la collection Petit Bateau, réparties comme suit :



²⁰ Matières éco-responsables : coton bio, lin, matières recyclées, matières « upcyclées ». Par opposition aux autres matières : coton conventionnel, matières synthétiques non recyclées, etc.



En 2020, Petit Bateau a relancé une nouvelle sensibilisation autour de l'éco-conception pour mettre à jour sa démarche produit. Une vingtaine de collaboratrices et collaborateurs ont été identifiés comme ambassadeurs de ce projet. A la suite de cette première étape, Petit Bateau est en cours de construction d'une feuille de route éco-conception à 2025, qui sera validée en 2021.

Promouvoir des modes de consommation responsable

Allonger la durée de vie des produits

Concevoir des produits durables

Être durable, c'est l'essence même des produits de la Marque Petit Bateau. Tout l'enjeu est de définir simplement la notion de durabilité, mettre des mots et arguments tangibles permettant de traduire la réputation des vêtements Petit Bateau (à savoir des vêtements résistants qui se transmettent facilement d'une génération en génération, qui ont plusieurs vies). Il s'agit d'apporter des éléments de preuves solides et concrets qui viendront soutenir les produits, notamment dans le cadre de la mise en place de l'affichage environnemental. Petit Bateau, précurseur sur la durabilité, se doit d'aller un cran plus loin en prenant en compte au plus tôt, dans ses choix stylistiques et conception produits, des mesures qui permettront de prolonger son utilisation, par son intemporalité, faciliter une éventuelle réparation ou encore avoir une meilleure tenue dans le temps. Le but de ce projet 2021 : définir, caractériser, mesurer, prouver et améliorer la durabilité Petit Bateau.

Promouvoir la seconde vie

En 2017, Petit Bateau a lancé l'application mobile de seconde main « Les Occasions Petit Bateau » et en 2020, elle a été mise à jour sur deux aspects principaux :

- Amélioration de l'expérience client avec une partie « Mes Occasions » ;
- Intégration de l'e-shop de la marque pour proposer une expérience complète.

La seconde main n'est possible que si les produits durent dans le temps pour vivre ainsi plusieurs histoires, c'est pour cela que Petit Bateau veut s'engager dans l'économie circulaire. En 2021, Petit Bateau a l'ambition d'étendre sa présence à l'international grâce notamment à cette application de vêtements Petit Bateau d'occasion.

Le Groupe Rocher s'est associé à plusieurs ONG afin de donner des produits neufs (en surstock et/ou avec une date limite d'utilisation proche) et de qualité qui peuvent bénéficier à des personnes qui vivent en dessous du seuil de pauvreté, privées d'un ensemble de biens de première nécessité, essentiels à l'insertion, à l'épanouissement et à l'estime de soi.

Ainsi en 2020, le groupe a donné plus de 490 000 de produits cosmétiques et d'entretien et plus de 175 450 produits Petit Bateau à divers associations²¹, mais aussi à des structures hospitalières (4 000 bodys donnés aux hôpitaux de la région Grand-Est).

²¹ Association du Don en Nature, La Croix Rouge, Le Secours Populaire, Les Restos du Cœur, Dons Solidaires, Goods to Give etc.

Accompagner les clientes et clients dans leur mode de consommation

Soutien à des filières de recyclage

ArbonneCycle - programme global de recyclage des emballages

Bien qu'environ 72% des emballages de produits finis Arbonne soient recyclables, la marque a voulu s'assurer que 100% des emballages pourraient être récupérés en fin de vie. Ainsi, en novembre 2019, a été lancé, en partenariat avec TerraCycle™, un programme pilote de renvoi de produits pour les emballages non éligibles au tri sélectif des emballages ménagers par les principales cheffes de file sur le terrain aux États-Unis. Cet effort a été officiellement étendu à toutes les clientes et tous les clients Arbonne aux États-Unis en janvier 2020 et à l'échelle mondiale sur tous les marchés Arbonne en décembre 2020, où tous les emballages de produits sont désormais recyclables entre les options traditionnelles, de recyclage via le tri sélectif organisé par la collectivité ou via ArbonneCycle™. Arbonne est financièrement responsable du retour des articles à sa succursale pour être triés et comptés²².

Yves Rocher - objectif : toutes les filiales proposent une solution de collecte/recyclage d'ici 2025

La Marque Yves Rocher s'engage vers une consommation responsable et souhaite proposer dans toutes ses filiales d'ici 2025 une possibilité de collecte et de recyclage de certains produits ou mailings (invitations papier) non recyclables.

Chez Yves Rocher Thaïlande, un test a été mis en place depuis février 2020 dans une trentaine de magasins le projet « Transform plastic to merit », avec des bornes de collecte pour des flacons et bouteilles en plastique vides et un programme de points de fidélité incitatif pour les consommatrices et consommateurs. Cette initiative de collecte/recyclage a également été proposée en Malaisie, Mongolie, Hong Kong, Tunisie, Guyane, République Dominicaine avec des partenaires locaux (iCYCLE® en Malaisie, association Green Love en Tunisie, Guyane, République Dominicaine...). Différents types de mécaniques d'incitation étaient proposés pour encourager les consommatrices et consommateurs dans ces actions de recyclage (dons d'échantillons, remises commerciales pour l'achat de nouveaux produits, contreparties financières de consigne).

Un dispositif de recharge en magasin chez Yves Rocher

En 2020, la Marque Yves Rocher a lancé un premier test de dispositif de recharge pour ses gels douche dans 3 magasins en France. En 2021, la marque va redéfinir plus largement sa stratégie versus le réemploi/la réutilisation pour l'intégrer dans sa feuille de route globale et tester de nouveaux dispositifs associés.

Un accompagnement à l'éco-geste à la maison

De part son système de vente à domicile la marque Stanhome a toujours été proche de ses conseillères et de ses clientes et clients. Chaque jour, elle a la chance de rentrer dans les foyers pour donner des conseils sur l'utilisation des produits, de démontrer leur efficacité mais aussi accompagner chacune et chacun dans l'apprentissage des bons gestes, des bonnes pratiques à adopter au quotidien, afin de préserver la planète (tri des déchets, dosage des produits concentrés pour une consommation raisonnée, conseils pour économiser l'eau, l'électricité, etc). Des conseils précieux qui sont donnés à l'oral mais aussi au travers des catalogues de vente ou des magazines internes.

²² Pour en savoir plus sur ArbonneCycle, veuillez visiter <https://www.terracycle.com/en-US/brigades/arbonne>

Développer la transparence vis à vis des consommatrices et des consommateurs

Le Groupe Rocher et ses marques s'engagent vers une communication produit plus transparente :

- **Composition des produits** : En 2020, l'ensemble des filiales Yves Rocher a affiché sur ses sites internet respectifs, les formules INCI (International Nomenclature of Cosmetic Ingredients) et l'origine naturelle ou synthétique des ingrédients, et ce sur les pages « produits ». A l'échelle internationale, 14 sites e-commerce ont aussi affiché un glossaire ingrédients qui explique en langage plus simple ce que sont les noms chimiques des ingrédients.
- **Communication des engagements** : La communication des engagements de la Marque Yves Rocher s'est renforcée sur 2020 grâce à l'usage de pictogrammes sur les nouveaux packagings et contenants cadeaux ou encore le pourcentage d'ingrédients d'origine naturelle.
- Les engagements de la Marque Stanhome sont communiqués sur ses sites internet au travers d'un leaflet de marque. D'autre part, les engagements majeurs de chacun des produits s'expriment au travers de pictogrammes disposés en bas de l'étiquette, dans un encart dédié à cet effet.
- Enfin, la Marque Petit Bateau collabore de manière proactive avec l'application Clear Fashion depuis le lancement de cette dernière en septembre 2019. Cette application permet aux consommateurs de décrypter les engagements des marques de vêtements en fonction de leur impact sur la santé, sur l'humain, sur l'environnement et sur les animaux. La prise en photo des étiquettes de vêtements permet à l'application de transmettre un score global analysant leurs compositions, les labels et les pratiques des marques. En tant que marque ambassadrice, Petit Bateau a fait la démarche de transmettre volontairement ses données à la start-up sur ses engagements.
- **Traçabilité** : comme déjà évoqué précédemment, l'adhésion de la Marque Yves Rocher à l'UEBT en 2020 et le travail commencé sur la certification de certaines filières UEBT permettra de fournir dans les prochaines années un complément de transparence dans l'information fournie aux consommatrices et consommateurs.
- La marque Arbonne publie sur son site internet la liste complète de ses fournisseurs et sous-traitants clés (dont le montant d'achat dépasse 100 000 \$), laissant ainsi la possibilité à ses clientes et clients de consulter leurs performances environnementales et sociales EcoVadis.
- **Origine de fabrication** : la législation européenne considère à ce jour que seule l'opération de confection est significative dans le processus de fabrication d'un vêtement. Aujourd'hui, les clientes et clients exigent là aussi de la transparence et la marque Petit Bateau a décidé de répondre à leurs attentes affichant son « Made In » sur l'étiquette de chaque vêtement ou accessoire depuis janvier 2020.

FAVORISER L'INNOVATION FRUGALE ET AGIR EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITE POUR PROTEGER LE VIVANT

Le Groupe Rocher favorise l'innovation frugale, associant rentabilité et viabilité d'entreprise à un impact environnemental réduit. Plus qu'une stratégie court-termisme, c'est un cadre pour transformer en profondeur toutes les marques vers une conception des produits garantissant l'optimisation des ressources disponibles, une agilité face aux besoins de l'ensemble de la chaîne de valeurs, et la signature qualité et efficacité Groupe Rocher.

Cela sous-entend un engagement des acteurs du groupe au-delà des considérations purement économiques. Il en va donc de l'implication quotidienne de toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs du groupe pour repenser les schémas d'actions liés à des enjeux comme le climat, la consommation d'eau, de papier, de plastique, la production de déchets etc. et s'adapter à un monde en perpétuelle évolution.

L'accélération de la digitalisation ces dernières années, notamment sur l'année 2020 marquée par la Covid-19, contribue à redessiner les interactions des sociétés modernes et amène le groupe à promouvoir une digitalisation responsable résolument humaine et environnementale. Les enjeux par exemple de la sécurité des données ou de l'empreinte environnementale du numérique sont considérés dans les projets, en cours et futurs.

Au-delà de limiter l'impact de ses activités, le groupe s'engage à aller plus loin pour protéger le vivant. Chaque marque est ancrée dans un territoire, symbole de son identité et du lien entre les humains et la nature, et souhaite agir dans le respect de la biodiversité locale. La Gacilly en Bretagne, berceau de la marque Yves Rocher, est un laboratoire à ciel ouvert qui associe efficacité économique et protection des écosystèmes vivants. Il représente donc un modèle d'avenir, source d'inspiration pour les autres sites du groupe à travers le monde et vecteur de partenariats avec des organisations externes.

Agir en faveur de la biodiversité sur le territoire

La démarche biodiversité du Groupe Rocher repose sur la conviction que la performance de l'entreprise est liée à la capacité de relier les enjeux d'économie et de nature. La Politique Biodiversité du groupe s'est construite à partir de l'expérience engagée sur le territoire de La Gacilly en Bretagne et repose sur 3 piliers indissociables :

- Opérer en gestionnaire responsable des ressources naturelles sur les espaces physiques et sociaux des implantations du groupe ;
- Vivre par la pratique une vocation d'ambassadrice ou d'ambassadeur de la biodiversité auprès de toutes et tous ;
- Agir en pionnière et pionner d'un nouveau rapport au vivant par un travail continu sur l'évolution des pratiques.

La force de cette politique est le fait qu'elle soit transposable sur les autres territoires sur lesquels le groupe est présent.

En lien avec le plan d'ambitions RSE 2030 du groupe et plus particulièrement ceux de sa mission, « reconnect people to nature », les actions prioritaires sont :

- La construction d'un **baromètre Groupe Rocher « Reconnect people to nature »** et son partage externe sur la manière dont les citoyens de 19 pays perçoivent leur propre relation à la nature ;
- La sensibilisation et conscientisation des équipes internes et des partenaires par le déploiement progressif d'une formation à la meilleure compréhension des écosystèmes naturels appelée « **Nature Academy** » (voir page 21) ;
- L'organisation de **mobilisations internes** dans le cadre de We R Change autour de la biodiversité sur les sites des filiales du groupe, permettant un contact réel dans et avec la nature ;

- La prise en compte des enjeux **d’approvisionnement responsable de plantes** par la qualification progressive des filières végétales cosmétiques (avec l’UEBT) et textiles (cotons) ;
- L’inscription progressive de tous les sites significatifs du groupe dans une démarche locale avec une organisation type Ligue de Protection des Oiseaux (LPO ou Birdlife à l’international) de façon à ancrer une démarche de **management de la biodiversité dans le quotidien** de tous les sites.

Respecter et protéger la biodiversité dans le cadre des activités du groupe

Au plus près du quotidien et de l’activité, tout en ayant une vision globale du territoire, telle est la politique locale de gestionnaire du Groupe Rocher. Pour cela, il construit des plans d’actions centrées sur 3 dimensions :

- S’approvisionner de façon durable ;
- Produire d’une manière responsable ;
- S’engager sur la préservation locale.

Le Groupe Rocher porte une attention toute particulière à son empreinte environnementale et sociale dans l’approvisionnement de ses ingrédients, la formulation de ses produits (traçabilité/naturalité) et le choix de ses fibres textiles. Voir partie « Choisir des matières premières responsables » page 33.

Le Groupe Rocher déploie son exigence de préservation de la biodiversité pour ses propres sites : plus de 100 hectares sont ainsi préservés en partenariat avec la LPO en Bretagne. En complément des autres sites français du groupe, Buchères, le site logistique Petit Bateau dans l’Aube, est désormais également classé « Refuge biodiversité », également en partenariat avec la LPO.

Afin d’incarner les actions de préservation de la biodiversité dans une dynamique d’équipes, le groupe a soutenu depuis plus de 15 ans des nouvelles recherches participatives, et permis aux équipes industrielles bretonnes d’intervenir en tant que sentinelles biodiversité, dans la démarche refuge LPO des sites. Une prairie humide locale, précédemment peupleraie, est ainsi en cours de réhabilitation afin d’accueillir une biodiversité exceptionnelle, caractéristique de ces espaces menacés, entre terre et eau. Les filiales tertiaires s’engagent aussi comme l’illustrent les exemples de la filiale Yves Rocher Benelux toujours active dans l’entretien de son jardin potager ou encore la filiale Yves Rocher Maroc avec les cultures de plantes d’herboristerie. Enfin, un nouveau partenariat a été initié Porte de Versailles à Paris pour la gestion d’un petit jardin suspendu pour les équipes centrales Yves Rocher Business Development.

Inspiré par l’expérience des sites de La Gacilly, le Groupe Rocher souhaite déployer d’ici 2030 un plan de gestion de la biodiversité pour chacune de ses filiales, avec des partenaires locaux à l’instar de la LPO.

Être ambassadrice et ambassadeur de la biodiversité auprès de toutes et tous

La dimension de partage et d’inspiration a été placée comme essentielle au cœur de la Politique Biodiversité du groupe et structurée autour de 3 piliers :

- Former et sensibiliser pour mieux comprendre la biodiversité ;
- Agir en s’engageant dans les réseaux d’acteurs, pour participer activement aux débats et partager l’engagement du groupe ;
- Réunir et fédérer, pour faire évoluer les regards sur la biodiversité et permettre à chacune et chacun de contribuer.

Etre ambassadrice et ambassadeur est donc en premier lieu une mission pour développer la conscience environnementale interne :

- En 2020, le groupe a initié la formation Nature Academy, en réalisant la première édition (pilote expérimental) – Par ailleurs, en raison des conséquences de la crise Covid-19, tout un dispositif de mobilisation digitale a été organisé pour que chacune et chacun puisse témoigner de sa propre relation à la nature, même en période de confinement. Ainsi sur La Gacilly, l'animation Good Vibes a permis le partage de 44 vidéos de salariées et salariés entre avril et mai 2020 ; à retrouver sur : <https://www.youtube.com/channel/UCLVYD9JqLA88yRLzT3KQITw>
- Pour compléter ces animations, et de façon très concrète sur le terrain, un programme participatif de conservation de variétés anciennes de blés par les collaboratrices et collaborateurs a été animé, en partenariat avec le jardin botanique. Il permet aux volontaires de faire pousser chez eux, sur des microparcelles de leur propre jardin, des variétés pour lesquelles la distanciation des autres cultures de blé sert le programme.

Le Groupe Rocher souhaite aussi avoir un rôle d'ambassadeur par la sensibilisation de communautés et l'engagement aux côtés de partenaires externes :

- Le groupe a ainsi lancé un nouveau baromètre pour contribuer à la connaissance du rapport des citoyens du monde à la nature dans laquelle ils vivent. Ce baromètre Groupe Rocher de reconnexion à la nature dont la première enquête a été menée en 2020, auprès de 1 000 personnes sur 19 pays va permettre la publication de résultats et d'un nouvel index dès 2021.
- La Fondation Yves Rocher, reconnue d'utilité publique, et soutenue par son premier mécène, la Marque Yves Rocher, mène un combat à travers le monde en mobilisant des milliers de planteuses et planteurs d'arbres, pour faire revivre les sols et reculer les déserts. Grâce à cette tribu de volontaires et à l'expertise de 48 ONG, le programme Plant For Life est présent dans 35 pays sur les 5 continents et l'objectif des 100 millions d'arbres plantés a été atteint fin 2020. Ces plantations se sont effectuées avec une attention portée par la fondation aux espèces endémiques, à la variété des projets conduits, et en soutenant des nouvelles initiatives comme le végétal local déployé sur les haies en France. Pour la France, le soutien de la fondation à l'AFAC (Association française des haies et arbres champêtres), a vu le lancement de la première édition 2020 du Concours général agricole (CGA) pour sa partie agroécologique, soutenue par la fondation. En 2020 également, l'AFAC et la Fondation Yves Rocher ont constitué le Fond pour l'Arbre, fond de dotation dans lequel se sont déjà engagées plusieurs entreprises françaises.

Enfin, le Groupe Rocher témoigne aux côtés d'autres acteurs pour enrichir les rapports et partages liés à la biodiversité :

- Le groupe s'est engagé en 2020 en tant qu'administrateur et vice-président du groupe « Business et Biodiversité » aux côtés de l'association Orée, et avec un rôle de chair du Global Partnership Business et Biodiversité (GPBB) de la Convention pour la Diversité Biologique de l'ONU. Dans le contexte Covid-19, une newsletter hebdomadaire, "L'oreille en coin", a été éditée d'avril à octobre pour soutenir les échanges.
- Le groupe est contributeur auprès de parties prenantes, par exemple auprès de l'école doctorale du Muséum national d'histoire naturelle à Paris ainsi qu'auprès de l'association française Humanité et Biodiversité. Le soutien au Festival Photo de La Gacilly a été quant à lui reconduit, permettant de maintenir une édition certes réduite, mais rendue si cruciale dans un contexte culturel national sinistré.

Promouvoir l'agroécologie ²³

Le Groupe Rocher s'engage à soutenir la recherche académique et collaborative autour de l'agroécologie :

- Depuis 2017, le groupe accueille, en collaboration avec l'Université de Rennes 1, la doctorante Emma Jeavons dans le cadre de sa thèse CIFRE (Conventions Industrielles de Formation par la Recherche) sur

les stratégies de diversification végétale et les interactions entre insectes floricoles bénéfiques, thèse soutenue avec succès en 2020.

- En 2020, Le groupe a également soutenu financièrement Battle Karimi, une post-doctorante en microbiologie des sols, de l'INRAE (Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement) d'Orléans, en sélectionnant son dossier pour l'un des prix Fondation de la Recherche pour la Biodiversité (FRB) jeunes chercheurs.
- Le programme de recherche action locale « Cap Climat » a été déployé au niveau de la région Bretagne, avec les dizaines d'agriculteurs et acteurs impliqués sur la transition agricole locale.

Le Groupe Rocher approfondit son expérimentation agroécologique aux côtés de partenaires :

- Le groupe réfléchit aussi sur la définition et la qualification du modèle global en agroécologie de La Gacilly, suivant le cadrage proposé par la FAO (Food and Agriculture Organization), afin d'approfondir et d'améliorer ses pratiques, se situant ainsi en laboratoire pour les filières végétales.
- Le groupe poursuit les expérimentations agricoles sous couverts, les plantations de haies en lien avec l'AFAC, avec en 2020 le lancement d'un « plan de gestion durable des haies ».

Le Groupe Rocher a choisi de travailler les formes résilientes d'agriculture et de participer au développement de l'agroécologie. A La Gacilly, au delà des modes de culture certifiée Agriculture Bio, plusieurs leviers sont investis :

- Approfondir les modèles agroécologiques en collaboration avec les recherches et actions locales ;
- Comprendre les écosystèmes, innover et expérimenter pour adapter les pratiques aux changements climatiques à venir ;
- Soutenir la recherche et coordonner une démarche transverse alliant biodiversité et climat.

Enfin, souhaitant promouvoir et partager ses découvertes en agroécologie, le Groupe Rocher a mis en place une nouvelle animation en 2020, un espace de découverte en agroécologie avec un potager en permaculture et une mise en situation du modèle agro-écologique de Yves Rocher. Cette création permettra une sensibilisation tous publics, ainsi que l'implication des collaboratrices et collaborateurs dès 2021.

Lutter et s'adapter au changement climatique

La lutte contre le changement climatique repose sur une transition énergétique mondiale réussie. L'accord de Paris de 2015 engage par ailleurs 195 pays à diminuer leurs émissions nationales afin de maintenir l'augmentation de température en 2100 en dessous de 2°C, avec comme objectif 1,5°C (par rapport aux températures moyennes de 1870). Pour atteindre cet objectif, il est nécessaire de réduire drastiquement les émissions anthropiques annuelles. Le GIEC ²⁴ estime qu'il faudra réduire d'environ 45% les émissions annuelles d'ici 2030 (par rapport à 2010).

S'alignant sur ces ambitions, le Groupe Rocher a construit sa stratégie carbone afin de contribuer à sa mesure à l'objectif planétaire fixé par le GIEC de limiter le réchauffement climatique à 1,5°C en agissant sur les différents leviers suivants :

²⁴ GIEC : Le groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) a été créé en 1988 en vue de fournir des évaluations détaillées de l'état des connaissances scientifiques, techniques et socio-économiques sur les changements climatiques, leurs causes, leurs répercussions potentielles et les stratégies de parade.

STRATEGIE BAS CARBONE

PILIER 1. Maîtriser nos émissions directes

- Réduire notre dépendance aux énergies fossiles
- Augmenter la part résiduelle provenant du renouvelable
- Objectif 2030 : réduction des émissions de CO₂eq des scopes 1 & 2 de 50% versus 2010

PILIER 2. Réduire nos émissions indirectes

- Réduire l'impact des produits du groupe :
- Travailler avec nos fournisseurs et sous-traitants sur la réduction de leur impact carbone
- Réduire l'impact du transport
- Réduire l'impact des activités retail
- Réduire l'impact des activités digitales

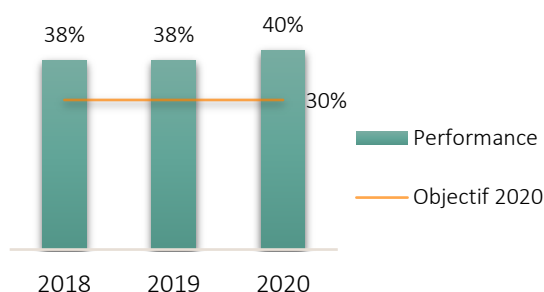
PILIER 1. Maîtriser les émissions directes

Le Groupe Rocher réalise annuellement un bilan de ses émissions de gaz à effet de serre (Bilan GES) pour l'ensemble des activités du groupe afin de mesurer ses émissions de CO₂ et d'identifier les plans d'actions permettant de réduire son impact. Les émissions scopes 1 et 2, sont mesurées et reportées mensuellement.

Ils correspondent à un périmètre pour lequel le groupe agit directement par des programmes de maîtrise des consommations énergétiques, et d'approvisionnement en énergie renouvelable. Ils font l'objet d'objectifs de réduction ambitieux dans le cadre du plan ambitions RSE 2030 du groupe.

Energie renouvelable

Part d'énergie renouvelable
Groupe Rocher



Le Groupe Rocher investit pour soutenir la production d'énergie renouvelable.

Ainsi depuis le 1^{er} janvier 2017, 100% de l'électricité consommée par les sites du groupe en France est d'origine renouvelable et couverte par des certificats d'origine.

Pour l'année 2020, le groupe a choisi de couvrir ses besoins sur le territoire français grâce à :

- 70% d'éolien européen
- 15% d'hydroélectricité européen
- 15% de solaire européen

De plus, les deux principaux sites de distribution logistique des produits cosmétiques situés en Bretagne sont équipés de chaudières à bois (installées respectivement en 2011 et 2014) chauffant ainsi plus de 900 salariés à l'énergie renouvelable. En 2020, ces chaudières ont permis d'éviter l'émission de 1 441 tonnes de CO₂ équivalent, et 12 833 t de CO₂ équivalent depuis leurs installations.

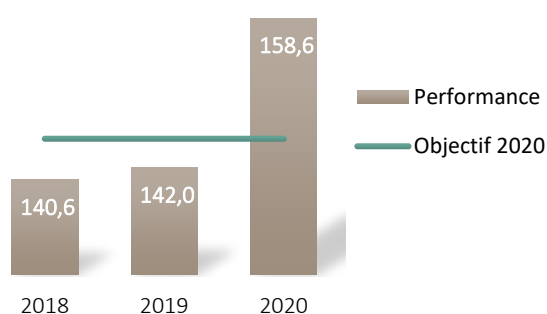
Le Groupe Rocher a ainsi atteint et dépassé son objectif à 2020 en consommant 40% d'énergie renouvelable tout en intégrant deux nouvelles usines en 2019 (Sabon Israël et Arbonne Levlad).

75% de l'électricité consommée par le groupe est d'origine renouvelable.

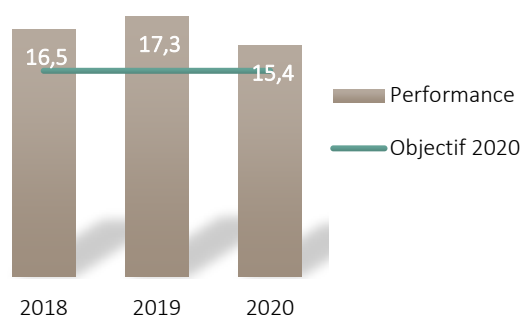
Efficacité énergétique

- Le Groupe Rocher a consommé sur l'ensemble de son périmètre 98 665 MWh en 2020 (en incluant les consommations de ses usines Arbonne et Sabon) vs 107 179 MWh en 2019.
- A isopérimètre, le groupe a réduit sa consommation de 8% par rapport à 2019. Cette baisse est principalement liée à la baisse d'activité du groupe en 2020 du fait de la situation sanitaire, les usines du groupe ont ainsi produit 16% de moins qu'en 2019, baisse qui s'est fait principalement ressentir dans les usines cosmétiques.
- Sur les sites industriels et tertiaires, des investissements sont réalisés chaque année pour acquérir des équipements moins consommateurs d'énergie, ou pour adapter les processus industriels en vue d'optimiser leurs consommations.

Objectif & Performance - Energie
MWh/unité de production
COSMÉTIQUE & DÉTERGENCE



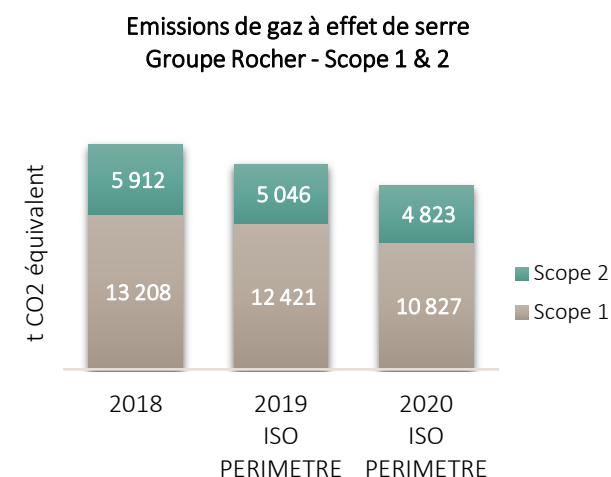
Objectif & Performance - Energie
MWh/unité de production
TEXTILE



L'activité cosmétique et détergence (qui représente 64% de la consommation du groupe) a dégradé en 2020 son ratio de performance énergétique du fait des périodes d'arrêts de production. De plus, depuis 2019 deux nouvelles usines, Sabon Israël et Arbonne Levlad sont ajoutées au périmètre de consolidation groupe.

L'activité textile a, quant à elle, amélioré son ratio de 11% par rapport à 2019 (MWh/tonnes de tricot traité). L'année 2020 n'est pas représentative d'un point de vue industriel du fait des nombreux arrêts des usines ayant intervenu à différentes périodes de l'année avec la crise Covid-19, selon leur implantation géographique.

Bilan des émissions de gaz à effet de serre



Les émissions de gaz à effet de serre du Groupe Rocher représentent 19 185 tCO₂ équivalent (tCO₂e) en 2020 sur les scopes 1 et 2²⁵ (incluant les consommations de ses usines Arbonne et Sabon) vs 21 002 tCO₂e en 2019.

A isopérimètre cependant, le groupe a réduit ses émissions de 25% versus 2018.

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

La diminution des émissions de gaz à effet de serre repose à la fois sur la réduction des consommations de combustibles fossiles (scope 1) et sur le transfert de la majeure partie des consommations d'électricité vers des sources d'énergie renouvelable (scope 2).

PILIER 2. Réduire les émissions indirectes

Les émissions scope 3, estimées annuellement, regroupent toutes les autres émissions de gaz à effet de serre n'étant pas liées directement aux sites opérés par le groupe ni à la fabrication des produits dans les usines du groupe, mais à d'autres étapes de son cycle de vie (approvisionnement, utilisation, etc.) ou d'autres impacts liés à l'activité du groupe.

De ce fait le scope 3 se veut, pour toutes les entreprises, la meilleure estimation possible, et une marge d'erreur de 20 à 30% dans la donnée publiée est estimée.

Réduire l'impact des produits proposés par le groupe

cf. Diminuer notre empreinte environnementale et favoriser l'économie circulaire, page 52.

L'éco-conception, la naturalité des formules cosmétiques

Cf. Proposer des produits sûrs et sains, page 322.

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

Cf. Collaborer pour créer de la valeur avec les fournisseurs, page 61.

Réduire l'impact du transport

Transport de marchandises

Le groupe a engagé depuis plusieurs années des actions d'amélioration de son impact carbone pour son transport de marchandises comme par exemple au travers de la livraison de la totalité des magasins parisiens des Marques Yves Rocher et Dr. Pierre Ricaud avec des carburants alternatifs (soit en véhicules électriques soit en véhicules au GNV, un gaz naturel utilisé comme carburant).

En 2019, le Groupe Rocher s'est engagé en France dans la démarche FRET 21 en partenariat avec l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie). Dans le cadre de cette démarche, le groupe s'est

²⁵ Le scope 1 regroupe les émissions de gaz à effet de serre directement liées à la fabrication du produit. Par exemple, si la fabrication du produit a nécessité la combustion de carburant fossile. Le scope 2 inclue toutes les émissions de gaz à effet de serre indirectes, induites par les consommations électriques, les consommations de chaleur ou de vapeur. Le scope 3 regroupe quant à lui toutes les autres émissions de gaz à effet de serre qui ne sont pas liées directement à la fabrication du produit, mais à d'autres étapes du cycle de vie du produit.

engagé à réduire d'au moins 6% sur 3 ans l'impact environnemental de ses transports aval Europe pour ses activités cosmétiques, via ces trois actions :

- Quantification des émissions de gaz à effet de serre des transports (au total 4 886 tonnes de CO₂ équivalent en 2019)
- Mise en œuvre d'actions de réduction de ces émissions ;
- Suivi annuel du résultat de ces actions de réduction par rapport à l'objectif chiffré de réduction.

Pour citer quelques exemples d'actions de réduction menées :

- En 2019, le groupe a fait l'acquisition de deux tracteurs de parcs électriques, qui sont approvisionnés en électricité renouvelable et qui ont déjà permis sur 2020 de réduire de 11,6 tonnes de CO₂ équivalent
- Depuis 2020, les trajets tractions pour approvisionner les magasins de la région Est sont réalisés avec des véhicules GNL (gaz naturel liquéfié), ce qui a permis de réaliser en 2020 un gain positif de 7,5 tonnes de CO₂ équivalent
- Depuis 2020, certains des transporteurs prestataires ont engagé une transition vers des énergies alternatives (OLEO24F26) pour les trajets européens et inter-sites pour un gain total de 38,2 tonnes de CO₂ équivalent
- Depuis 2020 la mise en place de camions à barres permettant d'optimiser les chargements sur les flux en provenance du Havre, soit un gain total de 13 tonnes de CO₂ équivalent

Transport des salariés

- 41% des véhicules de société sont hybrides ou électriques en France, soit deux fois plus qu'en 2017.
- 164 bornes électriques de rechargement sont d'ores et déjà disponibles sur les principaux sites français du groupe.
- En 2020, le groupe a signé en France un accord d'entreprise sur le télétravail.

Réduire l'impact des magasins

En 2020, la Marque Yves Rocher a lancé le déploiement de sa nouvelle formation aux directrices de magasin. Cette nouvelle formation intègre notamment des suggestions pour réduire les consommations d'énergie et d'eau de son magasin. Il y est ainsi abordé par exemple des recommandations pour mieux gérer l'éclairage (éco-gestes, détecteurs de présence, programmeurs...), la climatisation et ventilation (températures recommandées), le chauffage (températures recommandées, conditions d'utilisation du rideau d'air chaud) et les consommations d'eau (réducteurs de débit, suivi de compteurs pour détecter les fuites...).

La formation Green Leaders, dont le déploiement a commencé depuis mai 2020, a également pour objectif de nommer une référente ou référent RSE dans chaque boutique Yves Rocher pour sensibiliser et animer la dimension RSE en magasin.

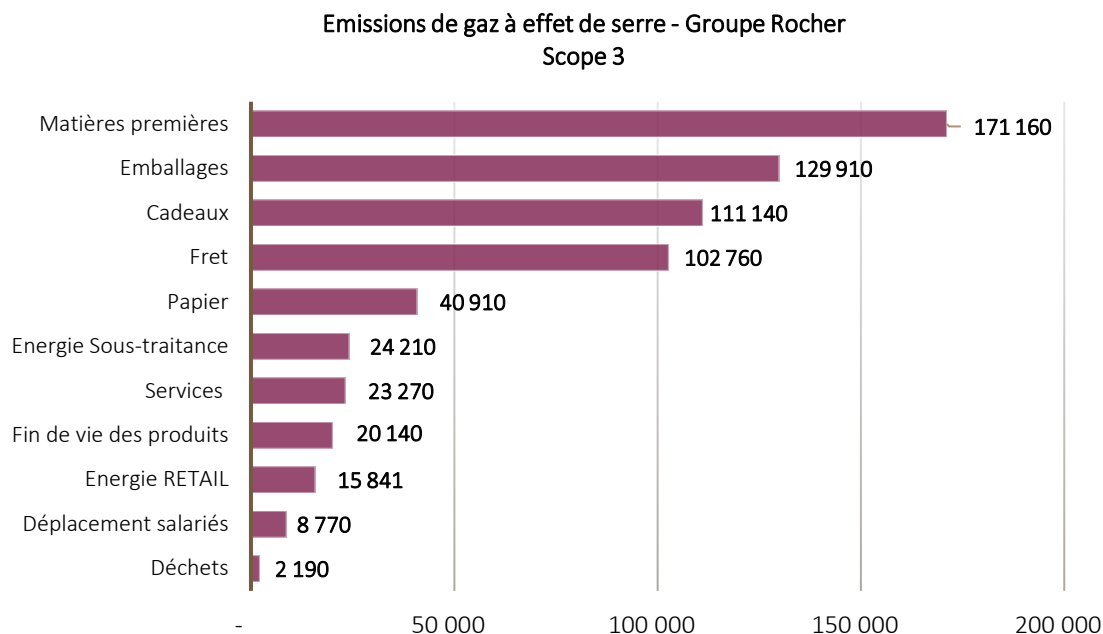
Réduire l'impact des activités digitales

Cf. chapitre « Assurer une transition vers un numérique responsable », page 57.

²⁶ <https://oleo100.com/>

Performance

Les émissions de gaz à effet de serre induites par les activités du groupe (scope 3) sont estimées à environ 650 300 tCO₂e. Ces émissions sont générées principalement par les industries de production des matières premières consommées par le groupe ainsi que par la production des emballages par les fournisseurs. Elles sont estimées inférieures d'environ 22% aux émissions 2019 du fait de la baisse d'activité, de chiffre d'affaires et de la fermeture des usines et des points de vente du fait de la situation sanitaire en 2020.



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

La sobriété carbone ne vise pas à compenser, elle tend à diminuer la consommation énergétique et à améliorer sa structure existante dans une optique de réduction des émissions carbone. En d'autres termes, cela implique de « faire plus avec moins ». En faisant ce choix, le Groupe Rocher a pris le parti d'améliorer et d'optimiser son mode de fonctionnement ainsi que sa structure. Compenser pour se donner bonne conscience n'étant pas une option, la sobriété carbone est apparue très vite comme une évidence, tant dans sa viabilité que sa pérennité.

Bien que cette stratégie défendue et revendiquée ait également ses limites, elle renvoie davantage à une posture d'humilité et d'honnêteté. Elle invite à aller chercher au sein des métiers et des activités du groupe comment se dépasser pour « mieux faire ».

Diminuer notre empreinte environnementale et favoriser l'économie circulaire

Diminuer l'usage de plastique

Ces dernières années, le Groupe Rocher a déployé une stratégie d'éco-conception de ses produits et de réduction de l'utilisation de plastique. Ayant atteint progressivement les objectifs qu'il s'était fixé pour 2020, de nouveaux engagements encore plus ambitieux ont été pris à horizon 2030 pour réduire l'utilisation du plastique par toutes les marques du groupe.

STRATEGIE PLASTIQUE

Réduire de 30% le plastique mis sur le marché*

- Réduire le poids de certains éléments d'emballage
- Supprimer des éléments d'emballage
- Miser sur le concentré / Développer le solide

**(en g plastique/ml formule en 2030 versus 2019)*

Lorsque l'on ne peut pas faire autrement à l'heure actuelle que d'utiliser du plastique :

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

- Supprimer des perturbateurs de recyclage
- Rendre les tubes recyclables
- Supprimer des résines non recyclables et des matériaux mixtes

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

- Tous les flacons sont en 100% recyclé
- Tous les emballages en plastique contiennent du recyclé au maximum des possibilités techniques

Lancer des stratégies réemploi pour toutes les marques

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

- Le Groupe Rocher s'est engagé volontairement dans le cadre de la « feuille de route économie circulaire » auprès de l'Etat Français depuis 2018
- Le groupe est également signataire du « Pacte Plastique Européen » depuis mars 2020

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

- Des standards d'éco-conception déclinés en plans d'action par marque ;
- Des feuilles de route technologiques ;
- Un accompagnement à la montée en compétences des équipes sur ces sujets ;
- Des KPIs de pilotage et de mesure de la performance.

Après de nombreuses années passées à travailler autour d'objectifs volontaires en matière d'éco-conception packaging et résultant dans une baisse significative²⁷ de poids d'emballage, les marques du groupe ont initié en 2019 puis ont validé en 2020, de nouveaux engagements fermes en matière d'éco-conception packaging avec différents horizons de travail et des objectifs déclinés sur les différentes dynamiques de performance environnementale packaging (par exemple : évaluation environnementale, définitions de « guidelines », définition d'indicateurs sur les différents axes de développement durable).

Pour chaque marque cosmétique et détergence du groupe a ainsi été définie une plateforme d'objectifs, déclinés sur un horizon 2025 puis 2030, suivant les étapes suivantes :

- Analyse des portefeuilles et bilan de leur performance environnementale versus 4 objectifs techniques (réduction, réutilisation/réemploi, recyclabilité et introduction de recyclé) ;
- Mesure des écarts permettant ensuite la définition d'axes prioritaires de travail ;
- Feuilles de route technologiques conduites, présentées et validées sur les axes prioritaires (sur la base de la veille technique, technologique, propriété intellectuelle, marché et concurrentielle) ;
- Plan de transformation technique établi avec dates et plan de mises en œuvre précisées ;
- Mise en place d'indicateurs de pilotage et de projection afin de permettre l'ajustement des feuilles de route le cas échéant ;
- Plan de communication établi pour les prises de parole et axes prioritaires (recueil des prises de position, revendications sur les emballages, sur les sites internet et dans les médias sociaux).

Les modalités techniques et liées au pilotage des plans de transformation des marques cosmétiques et détergence ont été accompagnées d'un programme pédagogique visant à aider les collaboratrices et les collaborateurs à s'approprier la démarche, à cette fin :

- Un programme d'un contenu de 8 vidéos techniques de formations a été déployé auprès de l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs du groupe ;
- Une gouvernance a été établie pour monitorer et piloter la performance en matière de développement durable packaging ;
- Un copil éco-conception packaging pour favoriser les échanges de marques à marques et pour ainsi promouvoir un socle de compétences et connaissances communes sur les questions de performance environnementale packaging ;
- Un comité mensuel packaging/marketing a été mis en place et permet ainsi le partage des bonnes pratiques au sein de chaque marque.

Les fondamentaux et méthodes de travail sont établis et en place pour permettre le pilotage des indicateurs inhérents à la performance environnementale packaging. La démarche globale d'éco-conception packaging doit continuer en 2021 de faire l'objet de revues de performance, avec pour ambition de lisser la gouvernance du

²⁷ Entre 2010 et 2019 – environ 20% de réduction de poids de plastique par litre vendu pour les emballages de la Marque Yves Rocher

groupe et permettre la capitalisation des actions et bonnes pratiques des différentes entités afin de gagner en efficacité et performance.

Performance

- Depuis leur lancement en octobre 2020, plus de 700 vues ont été cumulées sur les 8 vidéos d'auto-formation techniques à l'éco-conception des emballages, créées par le groupe à destination de ses équipes.
- Le groupe a mis 8 265 tonnes de plastique sur le marché en 2020, dont 2 113 tonnes de plastique recyclé, soit 25.6% du plastique utilisé.
- Le poids de plastique moyen (en g plastique/ml formule) à l'échelle du groupe est stable entre 2019 et 2020.
- 81% du papier et du carton utilisés à destination des emballages et des contenants magasins sont certifiés issus de forêts gérées durablement (labellisation FSC et PEFC).

Bonnes pratiques

Pour Noël 2020, une opération « sans cellophane en magasin » a été déployée dans près de 700 magasins Yves Rocher en Europe ; une opération qui sera déployée dans le monde en 2021.

Depuis mars 2020, la marque Kiotis a supprimé les cellophanes entourant ses gammes de soins pour le visage.

La Marque Yves Rocher s'engage depuis octobre 2020 à ce que l'intégralité des flacons sortis de ses usines soient en PET (Polytéréphtalate d'éthylène) 100% Recyclé et Recyclable soit environ 2 700 tonnes de plastique vierge en moins²⁸. Elle a éliminé également les manchons d'inviolabilité sur ses produits de maquillage permettant un gain de 8 tonnes de plastique, c'est déjà 10 millions de produits transformés à date sur les 40 millions concernés.

La Marque Stanhome confirme son ambition au cœur de la transition écologique et sociétale avec son programme Act For Green :

- Une démarche globale de la conception à l'usage des produits, des engagements et des actions concrètes ;
- Dès 2021 : des bouteilles plus légères, un nouveau bouchon beaucoup plus petit et plus léger, des sprays jusqu'à 10 fois réutilisables, pour une économie de plastique de 100 tonnes par an.
- D'autre part, toutes les bouteilles, les bouchons et même les sprays sont recyclables et certains des flacons sont en PET 100% Recyclé.

Stanhome reste dans une démarche d'amélioration continue et s'engage pour les années à venir à aller encore plus loin dans ses engagements.

²⁸ Par rapport à l'emballage d'un bain douche 400ml ou d'un shampoing de 300ml. Selon les estimations de ventes 2020. Depuis octobre 2020, 100% des flacons qui sortent des usines du groupe sont en Polytéréphtalate d'éthylène (PET) 100% recyclé et recyclable. Cela ne concerne pas : le plastique des capsules services, des étiquettes et des pompes pour lesquelles le groupe continue de travailler à l'intégration de plastique recyclé. Les flacons des dissolvants qui ne sont pas aujourd'hui en PET pour des raisons de compatibilité. Pour autant, ces flacons restent recyclables et le groupe travaille sur des alternatives.

Réduire la génération de déchets

La politique de gestion des déchets du Groupe Rocher a pour objectifs de :

- Favoriser l'économie circulaire ;
- Réduire les quantités de déchets générés par ses activités à la fois sur ses sites industriels mais également chez les clientes et clients des marques du groupe ;
- Sensibiliser les salariées et salariés au tri ;
- Limiter les destructions de produits finis. Cf paragraphes, Promouvoir la seconde vie page 40 et Dons de produits page 65.

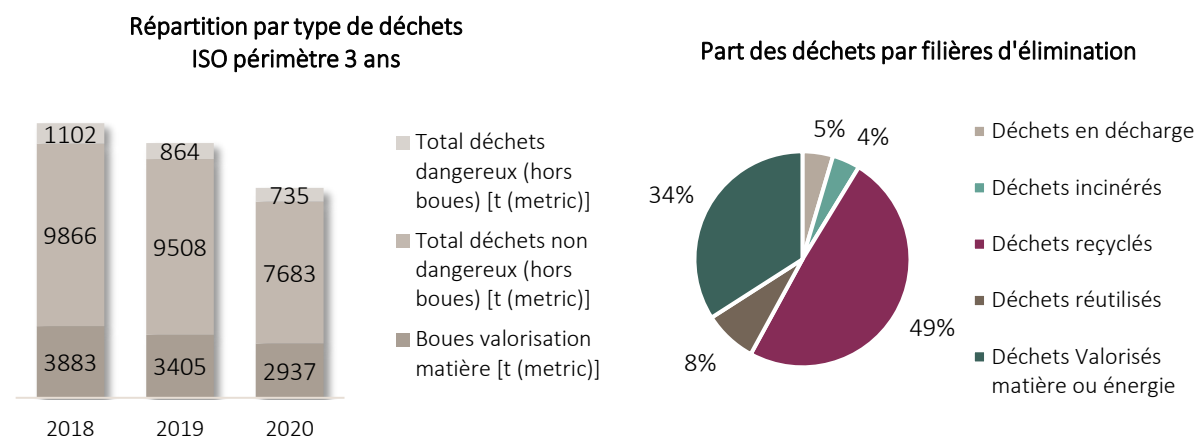
Performance

Les sites industriels bretons possèdent un suivi commun orienté vers la performance environnementale de la gestion des déchets. Une gestion plus centralisée permet aux sites de rechercher des solutions communes pour la réduction des déchets et de l'impact du transport des déchets, ainsi que pour les filières de tri.

Le groupe a généré 12 714 tonnes de déchets en 2020 sur l'ensemble des sites dont 91% sont valorisés, recyclés ou réutilisés vs 14 764 tonnes en 2019, soit une baisse de 14%.

A isopérimètre, le groupe a réduit ses déchets de 18% par rapport à 2019.

Les sites cherchent à minimiser la part de leurs déchets mis en décharge. Ainsi en 2020, 5% des déchets ont été mis en décharge, et 42% des sites n'ont envoyé aucun déchet en décharge.



Pour encourager la production et la consommation responsable, en 2020, Petit Bateau a développé un partenariat avec Tekyn, qui propose un service de production de textile à la demande. L'objectif est de produire seulement les vêtements qui vont être vendus pour minimiser les stocks et optimiser à 100% l'utilisation des ressources.

Protéger la ressource en eau

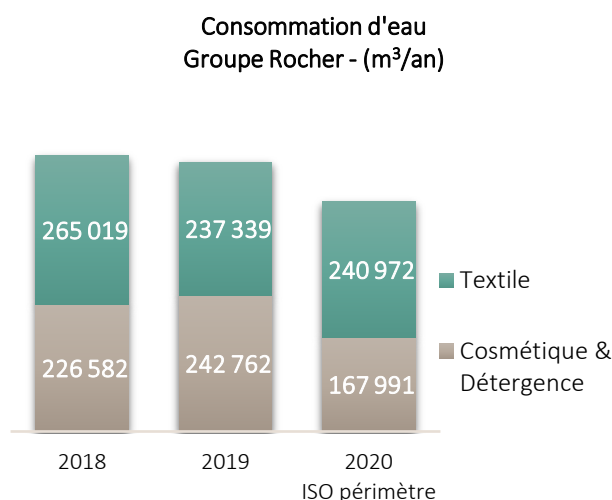
La gestion de l'eau est un sujet majeur pour le Groupe Rocher qui s'attache à préserver cette ressource précieuse tout au long de sa chaîne de valeur. La priorité du groupe est de gérer la ressource eau de façon responsable dans les sites de production via :

- Le contrôle de la qualité des eaux de rejets et le contrôle des installations, afin d'éviter toute pollution de l'eau en milieu naturel ;
- L'optimisation des consommations d'eau de ses sites industriels.

La majorité des sites se fournissent auprès du réseau municipal de leur localité. Les deux sites de production textile Petit Bateau utilisent de l'eau directement pompée dans la nappe phréatique.

L'usine Petit Bateau de Tenmar au Maroc se situe en zone de stress hydrique²⁹, les autres sites sont tous localisés dans des territoires où l'eau est suffisante voire abondante.

Performance



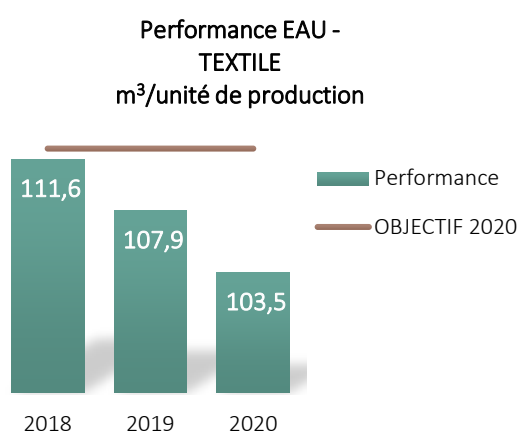
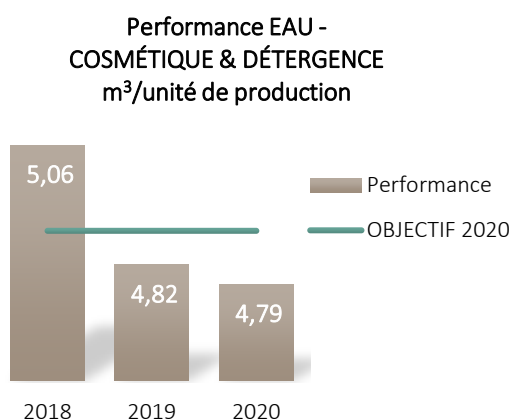
Le groupe a consommé 445 128 m³ d'eau en 2020 sur l'ensemble des sites pour alimenter les procédures de production et répondre aux besoins sanitaires des salariés (incluent les consommations des usines Arbonne et Sabon) vs 480 100 m³ d'eau en 2019.

A isopérimètre, le groupe a réduit ses consommations de 17% versus 2018.

L'industrie textile consomme environ 54% de l'eau utilisée par le groupe principalement pour les bains de teinture, l'impression textile et les procédés de thermofixation.

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

Des investissements sont réalisés dans de nouveaux systèmes de comptage des consommations d'eau, au plus près des installations, notamment dans l'usine de production cosmétique des Villes Geffs et dans celle de production textile de Troyes. Elles portent d'ores et déjà leurs fruits en termes de réduction des consommations. Petit Bateau Troyes innove également grâce à des améliorations technologiques sur le service teinture, et investit dans des machines de teinture à rapport de bain plus faible, permettant d'économiser de l'eau par rapport aux précédentes machines.



La production cosmétique et détergence a réduit ses besoins en eau de 12% entre 2015 et 2020 (m³/tonne de vrac produite) et de 1% depuis 2019. La production textile a réduit ses besoins en eau de 17% entre 2015 et 2020 (m³/tonne de tricot traité) et de 4% depuis 2019.

Le groupe a ainsi amélioré sa performance Eau de 15% depuis 2015, tout en intégrant deux nouvelles usines en 2019 (Sabon Israël et Arbonne Levlad).

En 2020, l'usine de production cosmétique de Flormar en Turquie a investi dans un nouveau système de filtration des eaux usées, lui permettant de la réutiliser, économisant en moyenne 60 m³ par mois.

²⁹ Ressource renouvelable en eau entre 500 m³ et 1000 m³ par personne et par an (Source Global Water Tool 2009 - 3).

Assurer une transition vers un numérique responsable

La digitalisation est un des axes majeurs de transformation du Groupe Rocher. Pour que cette transformation soit consciente de son empreinte environnementale, résiliente et inclusive, le groupe doit intégrer tous les enjeux du numérique du XXI^{ème} siècle : le réchauffement climatique, le tarissement progressif des énergies fossiles, la sécurité des données, le respect de l'éthique, l'accessibilité numérique...

Dans ce contexte, le Groupe Rocher a intégré la responsabilité numérique dans sa stratégie globale en lien avec les directions IT (Information Technology), Achats et Développement Responsable :

- Une démarche de responsabilité numérique a été définie autour de 4 piliers, et partagée avec l'ensemble des acteurs du numérique et les directions Achats IT, Communication et Développement Responsable du groupe.
- Une équipe en charge du « Numérique responsable » a été constituée pour inscrire la démarche dans la durée.
- Un réseau d'ambassadrices et ambassadeurs a été formé et mobilisé pour faire vivre la démarche – au quotidien – au sein des équipes IT et contrôler l'avancement des actions identifiées.

Le groupe s'inscrit par cette démarche dans une volonté de progrès et est convaincu que celui-ci sera plus rapide et pérenne, s'il est collaboratif et construit avec ses parties prenantes et son écosystème. C'est animé par cette conviction, que le Groupe Rocher a rejoint l'initiative « Planet Tech' Care » le 8 octobre 2020³⁰. Cette plateforme d'accompagnement vise à accompagner les entreprises dans leur stratégie environnementale et dans le développement des compétences en matière de Numérique Responsable. Concrètement, cela se traduit par la participation du Groupe Rocher à des rencontres d'experts sur le Numérique Responsable ou des partages d'expériences avec d'autres directions IT sur ces enjeux.

Dans ce contexte, la stratégie numérique responsable du Groupe Rocher repose sur 4 piliers :

- Green IT - La mesure de l'impact environnemental des activités et la mise en œuvre d'actions de réduction de cet impact ;
- Eco-conception et données – Le développement d'un système d'information durable, résilient et accessible à tous ;
- Sobriété des usages numériques - La sensibilisation des collaboratrices et collaborateurs du groupe pour un usage durable du numérique ;
- IT for Green – L'accompagnement du Groupe Rocher dans sa transformation vers un numérique vert.

Green IT

Le Groupe Rocher a estimé l'impact environnemental de ses activités numériques en France et défini un plan de réduction de son empreinte pour 2021.

Ce bilan a permis d'identifier les sources principales d'émissions pour le périmètre français : les déplacements quotidiens domicile-travail des collaboratrices et collaborateurs IT internes et externes en France, les achats des équipements IT (ordinateurs, smartphones, tablettes, imprimantes), les trajets professionnels aériens et la consommation électrique des équipements IT.

Sur la base de ce diagnostic, un plan d'actions de réduction a été défini avec les équipes et sera déployé à partir de 2021.

³⁰ Cette initiative a été lancée par Syntec Numérique aux côtés des ministres français suivants : Ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, Ministre de la Transition écologique et Secrétaire d'Etat chargé de la Transition numérique et des Communications électroniques.

Eco-conception et données

Le Groupe Rocher transforme ses méthodes et outils de travail en vue de développer un système d'information résilient, durable et accessible à tous.

Cette année, la Direction IT du Groupe Rocher (Groupe Rocher Technology Solutions ou GRTS) a initié le déploiement de formation à l'éco-conception des systèmes d'information. Les équipes ont eu l'occasion d'appliquer les bonnes pratiques au quotidien dans le développement de leurs systèmes.

Pour aller un cran plus loin dans la démarche Responsabilité Numérique, le groupe a souhaité se doter d'outils d'aide à la décision afin d'être en mesure de faire les bons choix en termes de technologies, infrastructures et partenaires.

La dimension Numérique Responsable a été intégrée dans les principes d'architecture d'entreprise :

- Des critères d'achats responsables du numérique (matériels, logiciels, prestations) ont été définis. A terme, le groupe souhaite avoir une grille de critères d'achats incluant ces critères nouvellement identifiés.
- Des critères de choix responsables de solutions et d'infrastructures IT ont été définis et sont utilisés dans le cadre de comités de validation technique des systèmes d'information.

Sobriété des usages numériques - Sensibilisation des collaboratrices et collaborateurs du groupe pour un usage du numérique durable

La première édition de la Semaine du Numérique Responsable a eu lieu en décembre 2020. Cette semaine avait pour objectifs de lancer la démarche de sensibilisation auprès des équipes IT en France sur le numérique responsable, de construire les outils de demain pour intégrer la dimension Numérique Responsable dans les processus de GRTS et de former les directeurs IT à être les ambassadeurs de la démarche du numérique sobre et au service de la transition écologique et solidaire.

Trois guides pratiques³¹ ont été rédigés à l'attention des salariées et salariés et diffusés en 2020 à l'ensemble des équipes IT. Ces guides seront diffusés à l'ensemble des équipes sur l'année 2021.

IT for Green - La fonction IT, support à la transition écologique du groupe

La Direction GRTS s'est structurée en 2020 pour accompagner le groupe dans sa transformation et son plan d'ambitions RSE 2030.

- Un portefeuille IT « Sustainability & Quality » et une organisation dédiée ont été créés spécifiquement pour collecter et répondre aux besoins des métiers du Groupe Rocher en termes de RSE ;
- Un processus de gestion de portefeuille a été déployé pour piloter ce portefeuille IT ;
- Des premiers échanges ont eu lieu avec la Direction Développement Responsable du Groupe Rocher pour collecter leurs besoins en termes de collecte et d'analyse de données dans le cadre de la certification B Corp du groupe.

Performance

La démarche lancée par le groupe est ambitieuse et robuste mais néanmoins récente. Les indicateurs de performance qui permettront de piloter sa mise en œuvre et de garantir son efficacité sont donc en construction. Néanmoins, certains chiffres ont d'ores et déjà été consolidés et témoignent de la transition initiée :

- Mesure de l'empreinte carbone du département IT en France ;
- 54 collaborateurs formés à l'éco-conception des solutions numériques en 2020 ;

³¹ Guide de bonnes pratiques « gestion des e-mails » ; Guide de bonnes pratiques « optimisation du stockage documentaire » ; Guide de bonnes pratiques « outils collaboratifs pour faciliter le travail à distance »

- Semaine du Numérique Responsable de décembre 2020 : 200 participants des équipes IT en France (Groupe Rocher, Petit Bateau et Stanhome) / Moyenne de 5 heures de participation par collaborateur / 13 ateliers de formation, sensibilisation et de « design-thinking ».

COLLABORER AVEC LES PARTIES PRENANTES POUR LES ENGAGER DANS LA MISSION

Le Groupe Rocher coopère avec un panel diversifié de parties prenantes, dont l'engagement en faveur des enjeux de sa raison d'être est fondamental. Chacune des marques du groupe travaille à sélectionner ses fournisseurs du fait de leurs valeurs et de leurs engagements en termes de responsabilité fiscale, sociale et environnementale. Ceux-ci sont régulièrement audités par le département Qualité & RSE en central et les équipes locales, faisant évoluer les « process » existants, garantissant des niveaux de performances élevés et optimisant les coûts. Cette démarche éthique et proactive permet également de garantir la traçabilité des produits avec les différents sous-traitants et de limiter ou prévenir d'éventuels risques. Le groupe construit ainsi un avenir durable avec ses partenaires externes, tout au long de sa chaîne de valeur.

Fidèle à la vision de Monsieur Yves Rocher de « redonner à la nature ce qu'elle nous offre chaque jour », le groupe soutient activement la protection de la biodiversité, via des organismes nationaux comme la LPO en France, ou via des partenariats locaux permettant par exemple l'installation de ruches dans les sites Yves Rocher en France, au Canada ou au Maroc. Le groupe endosse le rôle de mécène, via des dons numéraires ou matériels, à l'instar de Petit Bateau qui a fourni des masques de protection aux corps médicaux pendant la pandémie de la Covid-19 ou de toutes les marques et filiales engagées avec Dons Solidaires, Goods to Give et l'Agence de Dons en Nature.

Achats responsables et chaîne d'approvisionnement

En vue d'atteindre l'excellence des produits et services, le Groupe Rocher a confié à sa Direction Achats le pilotage de la relation fournisseur, dans une dynamique d'amélioration continue, de compétitivité et bien sûr de respect des engagements RSE du groupe.

Gérer les risques fournisseurs

La gestion du risque fournisseur est une problématique par le groupe depuis plusieurs années et s'inscrit dans les procédures de fonctionnement des différentes Directions du groupe. L'évaluation des risques (financiers, qualité, RSE...) est traitée de manière globale dans le cadre de processus récurrents de gestion du risque ainsi que lors de l'homologation des fournisseurs.

Plus spécifiquement, la stratégie du groupe est structurée de manière à garantir un approvisionnement respectueux des principes d'achats responsables. Les performances RSE des fournisseurs du groupe font l'objet d'une surveillance et d'un accompagnement adapté en fonction du niveau de risque identifié. Ainsi un plan de vigilance gradué en fonction du niveau de risque a été formalisé par le groupe. Conformément aux directives de la loi sur le devoir de vigilance, ce document détaille la méthodologie ainsi que les actions de mitigation mises en place, dont voici un rapide aperçu :

1. CARTOGRAPHIE DES RISQUES

Le groupe réalise en premier lieu une cartographie des risques dans laquelle il a choisi d'inclure l'ensemble des familles d'achats : production, sous-traitance et hors-production. Trois critères de risque ont été retenus : le Risque activité, le Risque pays et le Risque chiffre d'affaires. A chaque critère de risque est associé un système de cotation, qui permet d'évaluer les risques environnementaux et sociaux. Chaque fournisseur est noté selon

ces 3 critères et obtient un coefficient « Vigilance Fournisseur » qui permet de statuer sur l'intensité du risque Fournisseur et par la suite, de définir la politique d'évaluation à mettre en œuvre.

2. POLITIQUE D'ÉVALUATION & ACTIONS DE MITIGATION

Trois types de cas sont possibles à l'issue de la cartographie des risques : pas d'évaluation supplémentaire (risque faible), audit documentaire (risque moyen), audit terrain (risque fort). Les audits documentaires sont réalisés via EcoVadis et les audits terrains selon le standard SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit, audit de commerce éthique des membres Sedex) ou autre standard d'audit RSE spécifique. Si cela s'avère nécessaire, ils devront donner lieu à des plans d'actions.

En complément de la mise en œuvre de cette méthodologie, le groupe sensibilise et intègre son écosystème dans la conduite de cette démarche avec un programme de sensibilisation des équipes internes et de l'écosystème de fournisseurs. Des processus et outils informatiques adéquats sont en cours de déploiement afin de soutenir la mise en œuvre de ce système à l'échelle internationale.

3. MECANISME D'ALERTE ET SUIVI D'EFFICACITÉ DU SYSTÈME

Dans le cadre du dispositif de la loi SAPIN 2, un dispositif de recueil des signalements est en place au sein du Groupe Rocher : une ligne éthique au travers d'une seule et unique adresse électronique (ethics@yrnet.com). Pour répondre aux exigences de la loi sur le devoir de vigilance, le groupe a décidé de capitaliser sur ce mécanisme, qui permettra donc également le recueil de signalements concernant des éléments de risque ou des comportements non-conformes aux principes de fonctionnement ou aux exigences du groupe en matière de devoir de vigilance.

D'autre part, dans la continuité du déploiement du plan de vigilance, le groupe a mis en place des indicateurs afin de rendre compte de ses effets. Ils sont détaillés ci-après.

Performance

Afin de garantir le déploiement et la pertinence du système, des indicateurs ont été mis en place. Ils visent à s'assurer du déploiement de la politique d'évaluation ainsi que de la montée en compétences du panel.

Déploiement de la politique d'évaluation

- 90% du nombre d'audits documentaires prévus sur la période 2018-2020 ont été réalisés à date.
- 97% du nombre d'audits terrain prévus sur la période 2018-2020 ont été réalisés à date.
- Afin de pouvoir mesurer l'avancée du déploiement sur plusieurs années, ces indicateurs sont calculés sur la base de la volumétrie globale d'audits réalisés sur la période 2018 – 2020 versus la volumétrie identifiée à la suite de l'analyse de risques conduite en 2018.
- La performance globale groupe constatée est satisfaisante, d'autant que la situation sanitaire de 2020 a considérablement impacté l'activité d'audit. A noter que la conjoncture locale ainsi que les évolutions de panel de fournisseurs ont généré pour certaines filiales des variations dans l'objectif, qui ne sont pas prises en compte dans ce calcul.

Montée en compétence du panel

64% des fournisseurs évalués via EcoVadis ont amélioré leur note à la suite d'une réévaluation, soit 185 fournisseurs. Cette progression témoigne de l'amélioration progressive de la performance des panels du groupe sur les sujets environnementaux et sociétaux.

Le groupe a beaucoup investi depuis 2017 sur la mise en œuvre de la loi relative au devoir de vigilance : en premier lieu, par la définition d'une méthodologie robuste puis en travaillant à sa mise en œuvre dans les différentes filiales.

Convaincues que la mise œuvre d'un projet de cette ampleur à l'échelle du groupe n'est réalisable que par la mise en place de processus et de systèmes d'informations fiables et partagés, les équipes ont travaillé sur un processus d'homologation des fournisseurs permettant de prendre en compte l'intégralité des risques qualité, RSE et financiers. Afin de faciliter la mise en œuvre sur l'intégralité des achats sur un périmètre monde, une plateforme a été développée permettant d'automatiser ce processus d'homologation et de suivi, ainsi que les

analyses de risques associées pour permettre un pilotage efficient et global de notre panel. Le déploiement de cet outil est accompagné par des modules de formation spécifiques, diffusés auprès des acheteurs mais également des équipes qualité & RSE des différentes entités.

Collaborer pour créer de la valeur avec les fournisseurs

Au-delà de la gestion des risques, le groupe s'inscrit dans un modèle d'achats durables avec la volonté de développer des relations long terme avec ses fournisseurs. En effet, entretenir des relations équilibrées avec ses fournisseurs représente un enjeu essentiel de responsabilité pour l'entreprise. Il s'agit donc d'un leitmotiv fort pour ses équipes.

Afin de concrétiser cet engagement, la Charte « Relations Fournisseurs Responsables » (<http://www.rfar.fr/>) a été signée en 2013. Cette Charte, dite « Charte des 10 engagements pour des achats responsables » permet de faire évoluer les comportements à long terme et d'accroître ainsi la confiance entre les acteurs économiques.

Le groupe s'engage par cette signature à mettre en place et améliorer en permanence ses pratiques d'achats au sein de ses différentes entités, sur des sujets tels que l'équité financière, la gestion du risque de dépendance, l'intégration de la responsabilité territoriale ou encore l'intégrité du processus achats.

De plus, le Groupe Rocher souhaite favoriser la diversité des structures parmi ses fournisseurs dans un objectif d'égalité des chances avec une préoccupation particulière visant à intégrer des entreprises du secteur adapté et protégé. Pour ce faire, des modules de formation ont été mis en place cette année en collaboration avec les équipes Ressources Humaines ainsi que du réseau GESAT (Réseau national du secteur du travail protégé et adapté). Les objectifs poursuivis sont multiples : familiariser les équipes achats et les prescripteurs au sujet du handicap, identifier avec elles de nouvelles catégories sur lesquelles une offre pourrait être pratiquée et enfin, présenter des outils digitaux permettant d'accompagner la mise en oeuvre de cette stratégie. Cette mise en oeuvre est d'ailleurs suivie par un indicateur relatif au montant d'achat réalisé auprès d'entreprises adaptées et d'établissement de service d'aide par le travail sur les activités d'assemblage (cf ci-dessous)

Assurer la mise en oeuvre du devoir de vigilance est un prérequis pour le Groupe Rocher et un élément d'évaluation des fournisseurs et de gestion des panels. Le groupe souhaite aller plus loin en intégrant de manière régulière et processée, la performance RSE du fournisseur comme un critère de pilotage des panels et d'attribution des marchés. Sur certains appels d'offres, des indicateurs de performance ont donc été intégrés et pris en compte lors de la décision d'allocation du marché.


Enfin, le groupe souhaite également promouvoir de nouvelles façons d'interagir, plus collaborative avec les fournisseurs. Cela se concrétise notamment par des sessions de travail dédiés, multimétiers lors desquelles le groupe présente sa stratégie et ses enjeux spécifiques sur certaines catégories. Cette transparence permet aux partenaires de pouvoir développer leur offre et réfléchir leurs stratégies R&D (Recherche et Développement), commerciale et industrielle en prenant en compte cette vision long terme et ainsi proposer des solutions innovantes et en totale adéquation avec les besoins du groupe. Ce mode opératoire est profitable à toutes les parties.

Performance

	Objectif 2020	Performance 2020
Collaboration fournisseurs	50% du montant d'achat ³² couvert par des « Business Reviews »	65%
Egalité des chances	75 % du montant d'achat assemblage réalisé avec EA/ESAT (prestataires du secteur du travail protégé et adapté)	86%

Sur l'année 2020, le groupe a mené un appel d'offres important sur le scope du transport, portant sur la livraison des produits finis Yves Rocher des entrepôts en Bretagne vers les magasins français de la marque. La remise en

³² Périmètre Packaging et Sous-traitance Groupe Rocher Opérations



appel d'offres de ce marché a été pour les équipes Achats l'occasion d'ajouter de nouveaux critères de sélection RSE, afin de pouvoir évaluer et prendre en compte l'impact carbone des différentes solutions proposées.

Cette initiative a été couronnée de succès avec un développement fort de la livraison responsable via la mise en œuvre de technologies alternatives telles que l'électrique, mais également le bio GNV ou des carburants d'origine végétale, en coopération avec les partenaires logistiques.

Garantir des pratiques éthiques et intègres

Afin de garantir que les règles de bonne conduite et d'éthique sont bien respectées dans toutes ses entités juridiques et par l'ensemble de ses collaboratrices et collaborateurs, le Groupe Rocher a mis à disposition de l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs le Code de Conduite des Affaires du groupe ainsi qu'un Guide pratique de l'éthique. Ces documents sont consultables dans l'intranet du groupe et sont disponibles en 11 langues.

Chaque collaboratrice et collaborateur, dans le cadre des responsabilités qu'il exerce et du poste qu'il occupe est également invité à acquérir au travers de plusieurs modules d'e-learning une connaissance suffisante des règles de droit et obligations applicables à ses activités professionnelles et à les observer de bonne foi. Sur les deux dernières années plusieurs formations ont été proposées aux collaboratrices et collaborateurs du groupe. Une première concernant le Code de Conduite des Affaires a été déployée pour toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs (plus de 8 200 personnes ont été inscrites avec un taux de réussite moyen de 69%), une autre formation sur la thématique spécifique du devoir de vigilance a été réalisée auprès des acheteurs du groupe (259 personnes ont été inscrites avec un taux de réussite moyen de 78%) et enfin une formation sur la corruption et conflits d'intérêts a été proposée aux collaboratrices et collaborateurs les plus exposés (407 personnes ont été inscrites avec un taux de réussite moyen de 66%).

Le groupe, au travers de la Direction de l'Audit et du Contrôle Interne, diligente régulièrement des audits de contrôle interne afin de vérifier dans la mesure du possible le bon respect des procédures de contrôle interne par l'ensemble des filiales du groupe. Les conclusions de ces audits sont partagées très régulièrement au sein du Comité des risques présidé par le Directeur Général Adjoint-Secrétaire générale.

Enfin et pour compléter son dispositif, le Groupe Rocher a mis en place depuis 2013 une procédure de signalement au travers de la ligne éthique du groupe.

Ce dispositif permet, en cas de violation des règles édictées dans son Code de Conduite des Affaires, que toute collaboratrice ou tout collaborateur (toutes entreprises et tous pays confondus) ou tiers du groupe qui aurait connaissance ou suspecterait, en toute bonne foi une irrégularité ou une infraction concernant les écritures comptables, des agissements financiers, des actes relevant de la corruption, des pratiques anti-concurrentielles ou tout autre acte qui serait contraire aux règles éthiques du groupe puisse en informer s'il le souhaite la Ligne Éthique du Groupe Rocher par le biais d'une adresse électronique dédiée à cet effet (ethics@yrnet.com).

Performance

Au titre de l'année 2020, le groupe a reçu 8 alertes en lien principalement avec la thématique des Ressources Humaines et il s'est avéré qu'aucune ne constituait une violation des droits humains.

Entretenir un dialogue transparent avec l'ensemble des parties prenantes

Le Groupe Rocher développe et renforce des liens permanents avec de nombreuses parties prenantes (salariés, fournisseurs, partenaires, clientèle, monde associatif, autorités intergouvernementales...) afin d'être toujours en capacité de se transformer.

Evaluer et partager ses progrès dans un cadre d'amélioration continue

Le Groupe Rocher interagit avec ses parties prenantes pour évaluer et partager ses contributions :

Développement durable : le Groupe Rocher mesure sa contribution aux objectifs développement durable définis par l'ONU. Il communique chaque année sur ses avancées en tant que signataire du Global Compact France.

Gouvernance et transparence : en 2020, l'engagement du groupe sur un programme de certification B Corp de toutes ses marques ouvre aussi à la transparence par la publication future d'évaluations sur les différentes dimensions de l'entreprise. Le Groupe Rocher interagit ainsi avec la communauté B Corp, française et internationale et a ainsi apporté son témoignage à l'évènement en ligne organisé pour célébrer les 1 an du B Lab France.

Entreprise à mission : le Groupe Rocher a partagé de nombreux témoignages en tant qu'entreprise à mission comme par exemple au Forum de Giverny puis au salon Produrable en septembre 2020, au forum de Nuova Vista sur la raison d'être en novembre 2020.

Biodiversité : le Groupe Rocher a renouvelé son adhésion aux initiatives Act4Nature France et International et a partagé au collectif d'entreprises ses contributions et avancées sur les 10 principes de mobilisation en faveur de la biodiversité. Le groupe a partagé ses réalisations dans des interventions à 2 tables rondes aux Assises et Forum de l'Office national de la biodiversité (OFB) en octobre 2020, au lancement du guide de l'UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) sur un outil d'auto-évaluation du commerce et de la biodiversité pour les entreprises en novembre 2020.

Achats durables : le Groupe Rocher évalue de façon régulière les pratiques achats de ses fournisseurs via le référentiel EcoVadis. Cette pratique permet de clarifier les progrès mais aussi d'apporter un éclairage externe standardisé et de périmètre international. Le référentiel EcoVadis est aussi appliqué au groupe lui-même, ce qui assure la comparaison entre ce qui est réalisé par les fournisseurs et ce qui est réalisé en interne.


Construire ensemble un cadre plus durable

Le Groupe Rocher participe activement à des groupes de travail aux côtés de parties prenantes externes pour mieux se transformer : **Initiatives professionnelles** : En France, le groupe poursuit ses travaux et ses engagements au sein des instances professionnelles comme la Fédération de la Beauté (FEBEA), l'Association Française des Industries de la Détergence (AFISE), la Fédération de la Franchise, la Fédération de la Vente Directe et l'Association Française des Entreprises Privées (AFEP). En 2020, les échanges sont particulièrement pertinents, par exemple, pour faire progresser le groupe en vue de l'adaptation des activités aux nouvelles réglementations sur l'Economie Circulaire en France. Le groupe est actif pour contribuer à co-rédiger aux côtés de la FEBEA un guide de bonnes pratiques sur la biodiversité.

Biodiversité : le groupe a poursuivi ses engagements auprès de l'association Orée, au sein du conseil d'orientation scientifique de la Fondation de la Recherche pour la Biodiversité (FRB) et avec l'Ecole Doctorale du Muséum national d'histoire naturelle. Les réflexions ont permis par exemple une approche prometteuse du modèle CARE de nouvelle comptabilité écologique, en lien avec l'Université Paris-Dauphine, AgroParisTech etc

Matières premières : Des participations à des initiatives sectorielles sont toujours maintenues en 2020 comme celles de la Responsible Mica Initiative et avec la Fondation Earthworm, respectivement pour les ressources de mica et d'huile de palme (ainsi que ses dérivés), de façon à faire progresser globalement et mondialement les pratiques industrielles, économiques et sociales. La présence du groupe dans l'UEBT active progressivement la certification des filières végétales d'approvisionnement partout dans le monde.

Achats responsables : Le groupe est membre depuis 2018 de la Responsible Beauty Initiative. Cette initiative, pilotée par Ecovadis, regroupe des entreprises du secteur cosmétique, souhaitant travailler sur la conformité et



la performance RSE de leurs filières d'approvisionnement externes. Dans ce cadre, elles favorisent la création de référentiel communs, de standards de bonnes pratiques et de partage d'expériences de manière à exprimer un besoin homogène vis-à-vis des parties prenantes et ainsi faciliter la préhension du sujet pour les fournisseurs.

Agriculture régénérative : Petit Bateau s'engage au sein de l'association Paris Good Fashion, qui fédère les acteurs du secteur, marques, designers, experts, citoyens, pour faire de Paris la capitale d'une mode plus responsable d'ici 2024. Dans ce cadre, la marque Petit Bateau pilote notamment un groupe de travail autour de l'agriculture régénérative.

Digitalisation outils de production : en 2020, Petit Bateau a rejoint la Chaire BALI (Biarritz Active Lifestyle Industry), portée par l'ESTIA (École supérieure des technologies industrielles avancées) depuis juillet 2017, et avec pour objectif de devenir un centre d'information et de recherche sur la « Fashion Tech » et les innovations de rupture dans le textile en 3 ans. Pour les entreprises qui en font partie, l'objectif est de financer des travaux innovants de chercheurs, de les intégrer au sein de leurs activités et d'échanger autour des bonnes pratiques. Petit Bateau y travaille notamment sur la digitalisation de ses outils de production. Petit Bateau s'est rendu en 2020 à la 3^{ème} édition de la Fashion Tech Week organisée par la Chaire BALI, aux côtés d'une centaine de professionnels, pour travailler à co-construire une mode circulaire, raisonnée et rapprochée. Petit Bateau a notamment pu échanger autour des thèmes de la fabrication agile et de la fabrication de proximité.

S'engager pour fédérer

Le Groupe Rocher s'engage dans des initiatives pour affirmer ses convictions :

Responsabilité des entreprises : A l'occasion des 75 ans de l'ONU, le groupe a signé une déclaration en faveur de la coopération des entreprises (Statement from Business Leaders for Renewed Global Cooperation) face aux crises environnementales et sociales, présentée au Secrétaire Général de l'ONU fin septembre 2020.

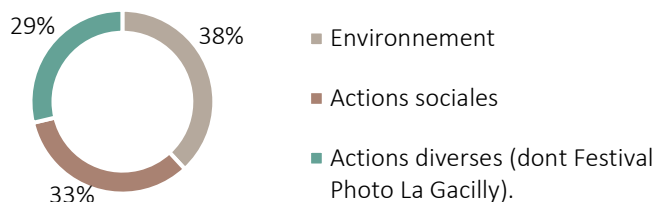
Biodiversité : le Groupe Rocher a signé l'engagement « Business for Nature » aux côtés d'une centaine d'entreprises pour encourager les gouvernements à adopter des politiques qui luttent contre l'érosion de la biodiversité pendant la décennie 2020-2030.

Mode responsable : Dans le cadre de son partenariat avec l'association Paris Good Fashion, la marque Petit Bateau a été partenaire du lancement d'une consultation citoyenne nationale. Initiée par Paris Good Fashion, elle était portée par un collectif d'acteurs engagés sur le sujet incluant le groupe Galeries Lafayette, le groupe Etam, Vestiaire Collective, le groupe Eram etc... Durant 8 semaines, les citoyennes et citoyens ont pu répondre à la question : « Comment agir ensemble pour rendre la mode plus responsable ? ». Cette initiative avait pour but de recueillir les propositions des citoyennes et citoyens sur la mode durable afin de les utiliser comme socle d'actions commun pour les entreprises prenant part à l'initiative. Une initiative qui s'est avérée un succès avec 107 000 participants, 500 000 votes, 3 300 propositions.

Agir et réagir par le mécénat et la philanthropie

Le Groupe Rocher a consacré 8,42 millions d’euros de dons de mécénats en 2020. Ces montants se répartissent comme suit :

Actions de mécénat du Groupe Rocher



Pour en savoir plus :

<http://www.yves-rocher-fondation.org/>

<https://www.arbonnefoundation.org/en-US/>

<https://www.ricaud.com/fr-fr/le-sur-mesure/prix-femmes-en-choeur-2020.htm>

<https://www.stanhome.fr/content/lassociation-petits-princes-et-stanhome>

<http://www.danieljouvance-fondation.org/fr/>

<http://www.festivalphoto-lagacilly.com/>

<https://www.groupe-rocher.com/fr/un-groupe-engage>

Actions de solidarité Covid-19

Fabrication de masques

Petit Bateau s’est pleinement engagé dans la fabrication de masques textiles grand public durant la crise sanitaire de la Covid-19. Les équipes ont mis leur savoir-faire de confection au service, notamment de l’Agence Régionale de Santé de l’Aube (ARS), pour la réalisation de masques en tissu. Les équipes Petit Bateau ont agi sur la base du volontariat pour produire 190 000 masques entre le 19 mars et le 15 mai 2020.

Dons de produits


Les marques du groupe mobilisées dès le début de la pandémie ont su réagir vite et proposer leur outil industriel pour la fabrication de gel hydroalcoolique. Ces dons de gel se sont accompagnés de dons de flacons pour le conditionnement du gel fabriqués dans certains établissements de santé et par la suite de dons de produits de soins pour les mains ou le visage irrités par l’usage répété par les professionnels de santé de gel et le port du masque en continu. Au total plus de 450 000 produits ont été distribués à divers établissements de santé, EPHAD mais aussi aux Agences Régionales de Santé et aux collectivités pour distribution.

Grâce à ses produits d’entretien, Stanhome a soutenu les plus défavorisés et a offert 250 Degreaser (un dégraissant concentré pour vaisselle et surfaces) à l’association Dessine-moi Pleyel, à Saint-Denis en France. Stanhome est aussi intervenu en distribuant à l’APAJH (Association Pour Adultes et Jeunes Handicapés), 400 Dry Spray (un spray sec pour une désinfection express). Enfin, 21 500 flacons Stanhome de 250 ml ont été distribués à la Faculté de Pharmacie de Nantes qui les a remplis de lotion hydroalcoolique à destination des Sapeurs-Pompiers de Loire-Atlantique.

Assurer la protection des données privées

Le Groupe Rocher s’efforce de traiter les données personnelles de façon plus transparente et responsable afin de renforcer la protection de la vie privée des consommateurs et des employés. Avec l’industrie cosmétique évoluant vers de l’hyper-personnalisation, cela crée intrinsèquement de l’hyper-identification. De ce fait, la Protection des Données & Vie Privée est centrale dans la conception de la transformation numérique.

Aujourd’hui, les relations numériques de longue date avec les clientes et clients reposent sur la confiance et un facteur majeur de cette confiance numérique est la confidentialité et la protection de leurs données personnelles. Aujourd’hui, les consommatrices et consommateurs du monde entier veulent savoir comment le



groupe utilise leurs données et à quel point elles sont en sécurité. En 2021, le Groupe Rocher dévoilera un Projet de Transparence de la Vie Privée qui simplifiera toutes les déclarations de confidentialité légales.

Ce projet utilisera des icônes pour aider les clientes et clients à mieux comprendre comment et pourquoi le Groupe Rocher utilise leurs données. L'objectif est de faire en sorte que toutes les déclarations sur la protection des renseignements personnels soient lisibles au moyen de compétences de lecture de niveau intermédiaire à secondaire.

L'année 2020 sera à jamais marquée par la crise de la Covid-19, qui a créé un besoin de normes robustes de protection des données pour protéger la vie privée des employés du Groupe Rocher. Il y a eu une augmentation importante du nombre de gouvernements et d'entreprises dans le monde qui utilisent les données sur la santé des employés pour lutter contre la Covid-19. L'équipe de gestion de crise liée à la Covid-19 a travaillé en étroite collaboration avec le Délégué à la protection des données (DPO) du groupe pour établir des lignes directrices claires sur la façon de gérer les données sur la santé des employés. La transparence, le consentement et la confidentialité étaient des mesures de protection essentielles pour prévenir la stigmatisation en milieu professionnel.

Le Groupe Rocher a également adopté 2 grands documents de gouvernance sur la protection des données établissant une norme mondiale de protection des données :

- Le Code de protection des données intragroupe qui établit la norme en matière de transfert de données intragroupe.
- Un principe général de localisation des données au sein de l'Union européenne. Aujourd'hui, tous les principaux fournisseurs hébergent des données personnelles dans l'Union européenne.

L'année 2020 étant l'année du e-commerce, le Groupe Rocher a également mis en place des « Cookies Banners » dans le monde entier afin d'accroître la transparence et de donner aux internautes un choix dans l'utilisation de leurs cookies.

Agir de manière responsable en matière fiscale

Le Groupe Rocher soutient la vision selon laquelle les économies d'aujourd'hui ne peuvent que s'appuyer sur des systèmes fiscaux équitables, qui conditionnent la réalisation d'investissements responsables et permettent de générer une croissance durable. En conformité avec cette vision, le Groupe Rocher a continué en 2020 à la mise en œuvre d'une politique fiscale responsable et transparente, et ce en dépit des difficultés inédites soulevées par la crise sanitaire.

L'approche du Groupe en matière fiscale

Le Groupe Rocher veille à se conformer à l'ensemble de ses obligations fiscales, qu'elles soient internationales, régionales ou locales.

En matière de prix de transfert, le Groupe veille à ce que ses différentes transactions intragroupes soient conduites dans le respect du principe de pleine concurrence et qu'elles suivent les lignes directrices de l'OCDE. En effet, en raison de sa présence géographique dans plus de 119 pays du monde, les entités du Groupe Rocher sont engagées dans de nombreux flux transfrontaliers qui consistent majoritairement en des flux de ventes de produits, de prestations de services rendus par les équipes centrales aux différents sites du groupe et de redevances facturées en contrepartie de la concession de droits incorporels. La détermination des prix de transfert applicables à ces transactions transfrontalières et le respect des obligations fiscales qui en découlent revêtent donc une importance particulière. En matière de « compliance » (conformité), le Groupe veille à respecter la structure à trois niveaux préconisés par l'OCDE : rédaction d'un masterfile Groupe, rédaction de local file locaux, déclaration du reporting « pays-par-pays ».

Dans un souci de transparence, le groupe accorde par ailleurs une importance particulière au fait de nouer une relation de confiance avec l'ensemble des parties prenantes de la sphère fiscale, y compris les administrations.



Ainsi, en 2020, le Groupe a continué à échanger en France à de multiples reprises avec l'administration fiscale dans le cadre du partenariat fiscal conclu l'année précédente.

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

Pour finir, la politique fiscale du Groupe est déterminée de façon à aligner création de valeur et localisation des profits et à s'adapter aux diverses évolutions opérationnelles et organisationnelles. Elle est déterminée dans un souci de dialogue permanent, que ce soit avec les opérationnels ou les administrations. Elle permet de s'assurer que chacune des filiales du groupe supporte la charge cohérente d'impôt due.

La fonction fiscale est assurée en central par la Direction Fiscale, qui est rattachée au Secrétariat Général et en local par les relais appropriés. Lorsque cela est nécessaire, les intervenants en fiscalité du Groupe sont assistés par des conseils externes. Tous les intervenants en fiscalité du Groupe travaillent en étroite collaboration avec les opérationnels du Groupe.

Performance

La charge d'impôt sur les sociétés du Groupe Rocher s'est élevée à 8,3 millions d'euros au cours de l'exercice 2020. La baisse de cette charge d'impôt du Groupe par rapport à l'exercice 2019 est liée à la dégradation de ses performances économiques due à la crise sanitaire.

Le Groupe a contribué en France à hauteur de 32 millions d'euros au titre des prélèvements obligatoires (taxes sur les salaires, taxes locales, droits de douanes, autres taxes diverses).

ANNEXES

Note de méthodologie

Périmètre global

Par « Groupe Rocher » est entendu l'ensemble des sociétés détenues directement ou indirectement par la société-mère Laboratoires de Biologie Végétale Yves Rocher, comme présenté dans les Comptes Consolidés au 31 Décembre 2020.

Agir en faveur des femmes et des hommes

Le périmètre de consolidation pour la partie « Agir en faveur des femmes et des hommes » est basé sur l'effectif annuel moyen des filiales du Groupe Rocher ayant des salariées et salariés au 31 décembre 2020.

Les sites Sabon Roumanie et Sabon République Tchèque ont ouverts en avril 2020.

Périmètre spécifique de certains indicateurs

Les effectifs totaux (dont la répartition entre les hommes et les femmes, par statut, par temps de travail, et par activité) sont consolidés dans le présent rapport incluant l'ensemble des filiales du groupe.

Les seuls indicateurs reportés pour les filiales Sabon Allemagne, Sabon Italie, Sabon Royaume-Uni sont les effectifs.

Concernant les consolidations des **effectifs par âge** : sont exclues du périmètre les entités Sabon Allemagne, Sabon Italie, Sabon Royaume-Uni.

Concernant les consolidations des indicateurs sur **la diversité** : sont exclues du périmètre les entités Sabon Allemagne, Sabon Italie, Sabon Royaume-Uni, Petit Bateau Belgique, Petit Bateau Hollande, Petit Bateau Luxembourg.

Concernant les consolidations des indicateurs sur **l'absentéisme** : sont exclues du périmètre les entités Sabon Allemagne, Sabon Italie, Sabon Royaume-Uni, Petit Bateau Belgique, Petit Bateau Hollande, Petit Bateau Luxembourg, Yves Rocher Stuttgart, Yves Rocher Autriche, Yves Rocher Suisse.

Concernant les consolidations des indicateurs sur **les embauches et les départs** : sont exclues du périmètre les entités Sabon Allemagne, Sabon Italie, Sabon Royaume-Uni, Petit Bateau Belgique, Petit Bateau Hollande, Petit Bateau Luxembourg.

Concernant les consolidations des indicateurs sur **la formation** : sont exclues du périmètre les entités Sabon Allemagne, Sabon Italie, Sabon Royaume-Uni, Petit Bateau Belgique, Petit Bateau Hollande, Petit Bateau Luxembourg, Yves Rocher Pays-Bas, Petit Bateau Espagne.

L'indicateur « Turn Over » couvre les contrats à durée indéterminée et est calculé sur le périmètre des entités ayant une activité autre que retail ou dont l'activité n'est pas principalement retail. Sont ainsi pris en compte les sites suivants :

- 8 sites de production (les sites des Villes Geffs, Ploërmel, Rieux, Flormar Production Kosan Sanayi, Petit Bateau Troyes, Petit Bateau Tenmar Teinture et Petit Bateau Tenmar Confection, Arbonne Levlad.
- 11 sites logistiques : les sites de La Villouet, Petit Bateau Buchères, La Croix des Archers, Yves Rocher Suède, Yves Rocher Portugal, l'Atelier des Primevères et Flormar Distribution Kosan Pazarlama, Stanhome Espagne, Stanhome Italie, Arbonne Greenwood et Arbonne Irvine.
- 20 sites tertiaires : 7 sites situés en France (Cap Rocher, Yves Rocher Rennes, Petit bateau Réaumur, Stanhome France, Dr. Pierre Ricaud, Daniel Jouvance et Cerco), Yves Rocher de Mexico, Stanhome de Mexico, Yves Rocher Madrid, Yves Rocher Singapour, Yves Rocher Chine, Flormar Offices, Cécor, Arbonne Sydney, Arbonne Mississauga, Arbonne Addison, Arbonne UK, Arbonne Pologne, et Sabon offices.
- 1 site de tourisme (Eco Hôtel Spa La Grée des Landes), l'Eclosarium, et le Cerco.

Les indicateurs « Taux de Fréquence » et « Taux de Gravité » sont calculés sur le périmètre des entités ayant majoritairement une activité de production et de logistique à l'exception de Sabon. Sont ainsi pris en compte les sites suivants :

- 7 sites de production (les sites des Villes Geffs, Ploërmel, Rieux, Flormar Production Kosan Sanayi, Petit Bateau Troyes, Petit Bateau Tenmar Teinture et Petit Bateau Tenmar Confection, Arbonne Levlad.
- 11 sites logistiques : les sites de La Villouet, Petit Bateau Buchères, La Croix des Archers, Yves Rocher Suède, Yves Rocher Portugal, l'Atelier des Primevères et Flormar Distribution Kosan Pazarlama, Stanhome Espagne, Stanhome Italie, Arbonne Irvine et Greenwood.

Protocole de reporting

Les données quantitatives sont collectées via un outil de partage en ligne. Un ou plusieurs contributeurs par filiale saisissent mensuellement ces données. Ces contributeurs sont essentiellement des responsables Ressources Humaines de leurs filiales respectives.

Les données quantitatives sont ensuite consolidées annuellement par la Direction du Développement Responsable, pour le compte de la Direction des Ressources Humaines, qui vérifie avec les contributeurs leur cohérence et leur exactitude. Les données sur les effectifs sont des moyennes sur l'année 2020.

Les informations qualitatives sont apportées par la Direction des Ressources Humaines du Groupe Rocher et ses représentantes et représentants dans les filiales.

Les données sont comptabilisées en nombre de personnes et non en ETP (Equivalent Temps Plein).

Définitions d'indicateurs :

Effectifs : les effectifs présentés incluent les salariées et salariés en contrat à durée indéterminée (dont les vendeurs représentant placiers ou VRP), en contrat à durée déterminée (incluant les contrats de professionnalisation), et les contrats d'alternance.

Départs : licenciements pour raisons économiques et individuelles, les démissions, les départs à la retraite, les décès et départs pour autres motifs (exemple, accords entre le salarié et l'employeur) pour les personnes en CDI comme en CDD. Sont exclus les indicateurs nombre de transformation de CDD en CDI & les sorties pour fin de CDD, ainsi que les mobilités professionnelles au sein du groupe. Sont exclus les contrats d'alternance.

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

Turn Over : la moyenne des entrées et des sorties des salariés en contrat à durée indéterminée au cours de l'année rapportée à l'effectif considéré au 1^{er} janvier de l'année.

Taux de Fréquence : Nombre des accidents avec arrêt d'un jour au moins rapporté au nombre d'heures travaillées x 1 000 000. Sont prises en compte les heures effectivement travaillées.

Taux de Gravité : Nombre de journée perdues par incapacité temporaire rapporté au nombre d'heures travaillées x 1000. Sont prises en compte les heures effectivement travaillées.

Accident du travail : Evènement survenu à une date certaine par le fait ou à l'occasion du travail (excluant les accidents de trajet pour se rendre ou partir du lieu de travail) avec arrêt de travail ou sans arrêt de travail pour les sites d'Arbonne Greenwood, Flormar Production, et Stanhome Italie. Nombre d'accident de travail dont la date de début est comprise entre le 1^{er} et le dernier jour du mois. A date, les rechutes sont comptabilisées comme un nouvel accident du travail pour les données France. En cours de travail pour aligner la définition à l'international.

Handicap : la notion de personne en situation de handicap ne recouvre pas les mêmes réalités selon les pays du périmètre du groupe. Cet indicateur monde n'est pas totalement comparable à l'indicateur sur le périmètre France, qui lui est encadré juridiquement.

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

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

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

Les informations présentées concernant les matières premières sensibles sont directement fournies par les départements Achats, Qualité, Recherches & Innovation. Les informations portant sur l'activité cosmétique ne couvrent pas les marques Flormar, Sabon et Arbonne.

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

Périmètre

Au total, les données de **33 sites** sont consolidées dans la partie environnementale du reporting.

Le périmètre de consolidation pour la partie environnementale inclut les sites industriels de production et de distribution des branches cosmétique, détergence et textile, appartenant au Groupe Rocher, soit :

- **9 sites de production** (les sites des Villes Geffs, Ploërmel, Rieux, Flormar Production Kosan Sanayi, Petit Bateau Troyes, Petit Bateau Tenmar Teinture et Petit Bateau Tenmar Confection, Sabon kiryat gat, Arbonne Levlad Chatsworth).
- **13 sites logistiques** (les sites de La Villouet, La Croix des Archers, Stanhome les Lauriers Verts, l'Atelier des Primevères, Petit Bateau Buchères, Yves Rocher Belgique, Yves Rocher Suède, Yves Rocher Portugal, Yves Rocher Canada, Flormar Distribution Kosan Pazarlama, Sabon Logistique, Arbonne Headquarter & Logistique Irvine et Arbonne Greenwood Indiana).
- **10 sites tertiaires** : 3 sites situés en France (Cap Rocher, Yves Rocher Rennes, Petit bateau Réaumur), 1 site tertiaire international employant au moins 250 personnes (Yves Rocher Russie), ainsi que Yves Rocher Allemagne et Yves Rocher Espagne (historiquement inclus au reporting), ainsi qu'Arbonne Northampton UK, Arbonne Addison Texas, Arbonne Mississauga Canada et Arbonne Sydney Australia.
- **1 site de tourisme** (Eco Hôtel Spa La Grée des Landes).

A ISO Périmètre hors Arbonne hors Sabon.

Pour les indicateurs de consommations d'énergie la mention « groupe » ou « Groupe Rocher » fait référence à l'ensemble des sites du périmètre global à l'exclusion d'un site de distribution : Yves Rocher Canada.

Pour les indicateurs de consommations d'eau la mention « groupe » ou « Groupe Rocher » fait référence à l'ensemble des sites du périmètre global à l'exclusion des 4 sites tertiaires suivants : Petit Bateau Réaumur, Yves Rocher Russie, Yves Rocher Espagne et Yves Rocher Canada.

Pour les indicateurs déchets la mention « groupe » ou « Groupe Rocher » fait référence à l'ensemble des sites du périmètre global à l'exclusion des sites tertiaires suivants : l'atelier des Primevères, Arbonne Northampton UK, Arbonne Sydney Australia, Arbonne Mississauga Canada, Arbonne Addison Texas.

Pour les indicateurs « émissions de gaz à effet de serre » sont comprises les émissions liées aux consommations d'électricité du parc de 124 magasins, exploités directement par les marques du Groupe Rocher (fonds propre, succursales) en France.

Sont inclus dans les émissions de gaz à effet de serre scope 3 :

- Les 3 101 points de ventes exploités sous les enseignes des marques du groupe en franchise, gérance libre, en location – gérance et en succursales à l'étranger.

Sont exclus de l'ensemble des indicateurs :

- Les 4 747 points de ventes multimarques et exploités par des agents du groupe.

Protocole de reporting

Les données sont recueillies via un outil de partage en ligne. Un ou plusieurs contributeurs par site saisissent mensuellement des données quantitatives et qualitatives relatives à l'eau, l'énergie, les déchets. Ces données sont consolidées annuellement par la Direction du Développement Responsable. Chaque site doit ensuite valider les données consolidées qui lui sont communiquées.

Lutter et s'adapter au changement climatique

Le périmètre opérationnel des émissions comprend les scope 1 et 2 de la méthode de comptabilisation du GHG Protocol³³. Les facteurs d'émissions utilisés sont ceux de la Base Carbone® de l'ADEME³⁴. La part de l'électricité d'origine renouvelable pour chaque pays provient de l'Observ'ER³⁵. Dans certains cas, les facteurs d'émissions pour l'électricité et la part de l'électricité d'origine renouvelable sont donnés directement par les fournisseurs.

Pour le calcul des GES, le facteur d'émission de la Base Carbone® de l'ADEME pour l'électricité en France en 2015 a été appliqué au parc magasins France.

Pour les sites d'Arbonne Greenwood Indiana et Arbonne Levlad Production Chatsworth, Arbonne Headquarter & Logistique Irvine, Arbonne Northampton UK et Arbonne Addison Texas, les facteurs d'émission sont issus soit de la donnée spécifique du fournisseur, soit de la base de l'US EPA.

Diminuer notre empreinte environnementale et favoriser l'économie circulaire

Méthodologie

Une collecte de données d'activité est réalisée auprès des différents contributeurs identifiés. Sur la base de ces données, les calculs des KPIs sont calculés en central pour chacun des périmètres et consolidés pour l'ensemble du Groupe Rocher une fois par an.

Périmètre

La collecte des données d'activité est réalisée par marque du Groupe, en dissociant :

- Les emballages des produits et des accessoires vendus ;
- Les emballages des cadeaux ;

Les objets / cadeaux en plastique ne font pas partie du reporting plastique du Groupe. Cependant, des politiques de réduction et de substitution des matières plastique sont mises en œuvre par les différentes marques.

Pour l'année 2020 les emballages des produits et objets suivants ont été exclus des données consolidées :

- la Marque Stanhome fabriquée en sous-traitance au Mexique (soit 30 millions de produits, 5% des produits du groupe) ;
- la Marque Sabon (soit 13 millions de produits, 2% des produits du groupe) ;
- la Marque Petit Bateau (qui utilise peu de plastique dans ses emballages).

³³ Greenhouse Gas Protocol, standard international pour la comptabilisation carbone.

³⁴ Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie.

³⁵ Observatoire des énergies renouvelables.



Communiquer / coopérer de manière responsable et avec transparence

Les indicateurs concernant le devoir de vigilance sont consolidés par la Directions des Opérations et portent sur les entités intégrées dans la première vague de déploiement du devoir de vigilance (2018 – 2020) à savoir : Achats de production Groupe Rocher Opérations, Petit Bateau et Stanhome International ainsi que l'intégralité des périmètres de la Directions des Opérations Asie et Cadeaux et la filiale Yves Rocher Russie.

Les indicateurs concernant les « Business Reviews » ainsi que les chiffres d'affaires réalisés auprès d'entreprises adaptées sont fournis par le département Achats. Les informations portent sur le périmètre production de Groupe Rocher Opérations.

Les données relatives à l'intégrité des pratiques sont consolidées par le Risk Management.

Exclusions

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

- Les actions de lutte contre le gaspillage alimentaire ;
- La loi sur l'alimentation durable du 30 octobre 2018 : la lutte contre la précarité alimentaire, l'alimentation responsable, équitable et durable.