

# LE GROUPE L'OCCITANE S'ENGAGE

Responsabilité Sociétale et Environnementale



---

**RAPPORT ANNUEL RSE FY2014**

L'OCCITANE  
EN PROVENCE

L'OCCITANE  
AU BRÉSIL

Melvita



LE COUVENT DES MINIMES

 **erborian**  
KOREAN SKIN THERAPY  
PARIS · SEOUL

---

Le Groupe L'OCCITANE est composé de 5 marques : L'OCCITANE en Provence, L'OCCITANE au Brésil, Melvita, Le Couvent des Minimes et Erborian. Il compte 2 572 boutiques dont 1 295 en propre. Les informations reportées dans le cadre de ce rapport concernent essentiellement les entités françaises du Groupe.

Ce rapport RSE se réfère à l'exercice fiscal 2014 (1<sup>er</sup> avril 2013 - 31 mars 2014). Les informations qui ne sont pas sur ce périmètre fiscal seront précisées.

---

# SOMMAIRE

---

P4	AMBITION DU GROUPE
P5	POLITIQUE DÉVELOPPEMENT DURABLE
P6	LE GROUPE EN CHIFFRES
P8	GOUVERNANCE
P9	<b>&amp; ÉTHIQUE DES AFFAIRES</b>
P12	<b>&amp; FILIÈRES DURABLES</b>
P16	ENVIRONNEMENT
P17	<b>&amp; FORMULE</b>
P20	<b>&amp; PACK</b>
P22	<b>&amp; PRODUCTION</b>
P25	<b>&amp; TRANSPORTS</b>
P27	<b>&amp; BOUTIQUES</b>
P28	RESPONSABILITÉ SOCIALE
P29	<b>&amp; GESTION DES RESSOURCES HUMAINES</b>
P31	<b>&amp; QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL</b>
P34	<b>&amp; DIVERSITÉ</b>
P36	PHILANTHROPIE
P37	<b>&amp; ENGAGEMENTS DU GROUPE</b>
P41	ANNEXE
	<b>&amp; INFORMATIONS SOCIALES LABORATOIRES M&amp;L</b>

# MESSAGE DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

---

## AMBITION DU GROUPE



Développer et commercialiser des produits toujours plus respectueux de l'Homme et de l'environnement : voici la mission qui nous anime et nous amène depuis les origines à continuellement limiter les impacts environnementaux de nos produits et de nos activités, ainsi qu' à être un employeur et un acteur économique ayant un sens aigu de ses responsabilités.

C'est une exigence qui chemine pas à pas, en équipe, et nous sommes heureux de partager avec vous à travers ce rapport RSE, émis pour la 4<sup>ème</sup> année consécutive, le fruit de ce travail exigeant, collectif et continu. Vous trouverez dans ce rapport des exemples de réalisations concrètes, des indicateurs de progrès, des témoignages des équipes mobilisées permettant d'illustrer la façon dont s'exprime jour après jour notre responsabilité sociale, environnementale et sociétale.

Ce rapport est aussi l'occasion pour nous de réaffirmer notre soutien constant aux 10 principes du Pacte Mondial des Nations Unies, auquel nous avons adhéré officiellement en 2011. Amener notre contribution à l'application de ces principes, non seulement dans nos pratiques, mais aussi dans notre sphère d'influence est source de grande satisfaction pour l'ensemble de nos collaborateurs. Nous sommes aussi fiers que L'OCCITANE ait été reconnue comme entreprise exemplaire par l'ONU au regard de ses actions au Burkina Faso.

■ Emmanuel Osti

## POLITIQUE DÉVELOPPEMENT DURABLE



### Quels sont les grands objectifs en matière de Développement Durable ?

Le Groupe L'OCCITANE s'est construit sur des fondations solides qui sont les valeurs continuant aujourd'hui d'animer l'ensemble des femmes et des hommes formant cette organisation : il s'agit de nos valeurs d'entrepreneuriat, d'esprit d'équipe et solidaire, de respect de l'Homme et de la Nature.

Conscients de ce que la Nature nous offre, nous travaillons en permanence pour limiter l'impact que nos activités, nos bâtiments et nos produits peuvent avoir sur l'environnement : consommer le moins de ressources naturelles possible, recycler davantage, œuvrer à la préservation de la biodiversité font partie de nos priorités.

La richesse du Groupe L'OCCITANE réside aussi dans ses équipes, motivées et engagées : en tant qu'employeur responsable, nous œuvrons pour le développement de compétences de nos salariés, dans un climat de bien-être au travail et de respect de leur diversité.

Enfin, le Groupe L'OCCITANE interagit avec sa communauté en remplissant pleinement ses responsabilités : nous fondons nos relations commerciales sur des bases éthiques solides et développons un programme philanthropique cohérent avec nos engagements historiques.

### Quels sont les faits marquants de l'année ?

Nos filières d'ingrédients végétaux ont fait l'objet de nombreuses distinctions dont celle du Ministère de l'Ecologie français : celles-ci sont une reconnaissance du travail continu de nos équipes pour renforcer auprès de nos partenaires producteurs des liens durables, équitables et préserver la biodiversité.

En outre, la démarche d'éco-conception des produits s'est encore renforcée avec un zoom tout particu-

lier sur la naturalité de nos formules : en atteste la mise en place cette année d'un Laboratoire Naturalité consacré à développer la part de naturalité dans nos formules. La démarche ISO 14001, engagée en 2011 pour limiter notre impact sur l'environnement, couvre un périmètre toujours plus large. Nous avons certifié nos boutiques en propre en France, le site administratif de Paris, le siège de Genève et le site industriel de Lagorce. C'est à présent au tour des sites de production & logistique de Manosque de se préparer à entrer dans le périmètre de la certification. L'année 2013-2014 a également été marquée par le déploiement du Programme d'Engagement des Salariés, qui a permis à plus de 100 personnes de s'investir dans des projets associatifs en lien avec nos engagements, grâce à la journée offerte à tous par la Direction à cet effet. Pour finir, le partenariat avec le milieu protégé, à la croisée de notre politique d'Achats Responsables et de notre politique sociale en faveur du handicap, s'est concrétisé par une activité soutenue de l'activité de l'équipe ESAT Hors les Murs détachée au sein de nos équipes.

### Quels sont les enjeux de l'année à venir ?

Notre enjeu pour cette année est d'ancrer durablement dans nos pratiques l'ensemble de nos démarches en faveur d'une plus grande responsabilité : respect de l'environnement, Achats Responsables, et implication sociale. Un autre de nos défis majeurs est d'améliorer l'impact de notre communication sur nos engagements auprès de nos consommateurs, afin de les associer davantage à nos efforts pour un Développement Durable.

■ Katia Michieletto  
Développement Durable

# LE GROUPE EN CHIFFRES

---



plus de  
**7000**  
employés dans le monde



présence dans  
**90**  
pays



Croissance globale nette  
**1.1%**



Chiffre d'affaires consolidé  
**1.055**  
milliards d'euros



Croissance (monnaie locale)  
**9.4%**



Groupe côté à la bourse  
de Hong Kong depuis  
**2010**



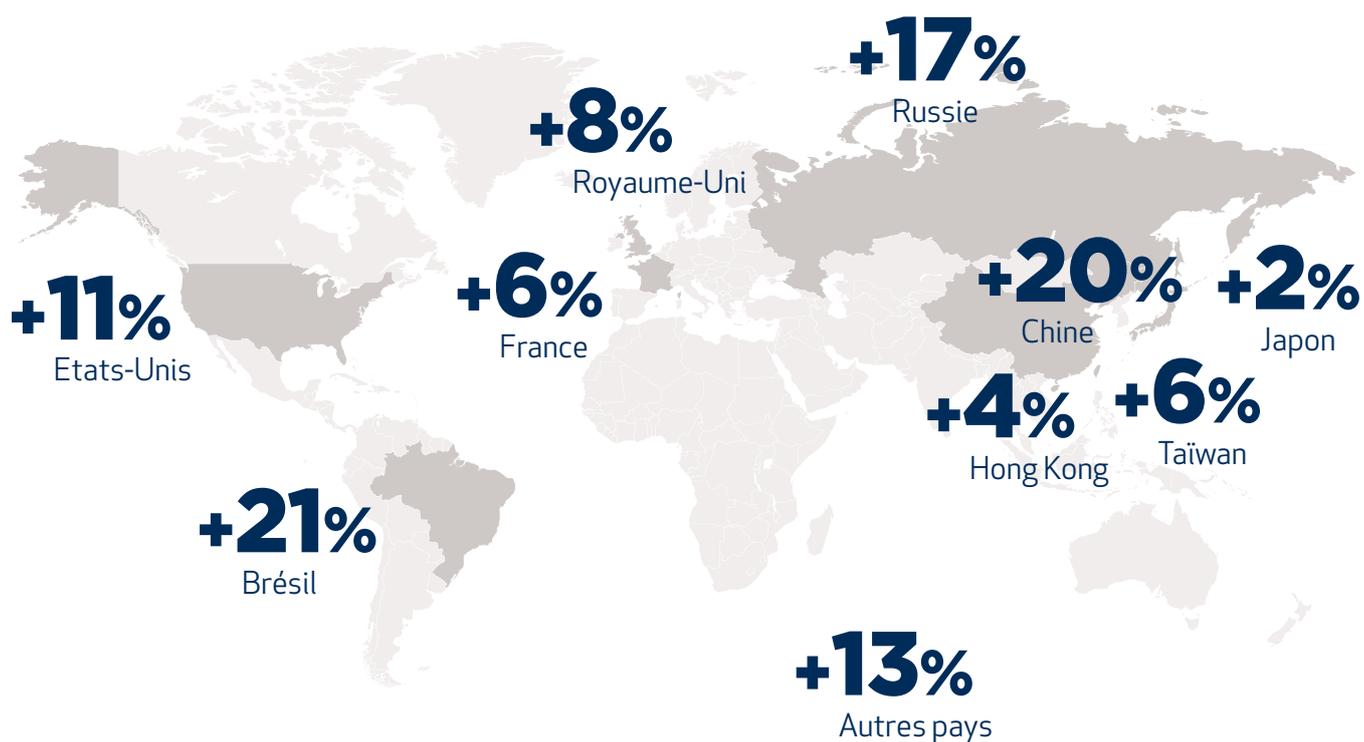
**2 572**  
points de vente



**115**  
nouveaux magasins\*

\*Ouvertures nettes à périmètre constant

CROISSANCE  
PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE  
(EN MONNAIE LOCALE)



# GOVERNANCE

---

La gouvernance est au cœur des actions de l'entreprise : grâce à un dialogue sans cesse renouvelé avec ses différentes parties prenantes, des fournisseurs jusqu'aux boutiques, L'OCCITANE a pu développer des relations durables s'inscrivant dans la confiance et le respect. Ce sont ces relations qui font la force d'un Groupe, dans lequel les acteurs avancent main dans la main, pour construire le monde de demain.



# GOUVERNANCE & ÉTHIQUE DES AFFAIRES

---



## 2 Questions ( DÉVELOPPEMENT DURABLE ) À KATIA MICHIELETTO



### Défi relevé de l'année ?

*La formation Achats Responsables et la Charte RSE Fournisseurs.*

### Enjeu à venir ?

*Etendre le périmètre des Achats Responsables et intégrer cette thématique dans les points de contrôle de l'Audit interne à l'échelle internationale.*

En vue de manager au mieux nos impacts environnementaux, sociaux et pour maintenir des pratiques éthiques, nous avons opté pour une approche globale. Pour ce faire, le Groupe maintient et renouvelle sans cesse son dialogue avec l'ensemble de ses parties prenantes, qu'elles soient internes ou externes. Ce choix implique de rester attentif et ouvert à l'échange.

## DES ENGAGEMENTS VOLONTAIRES FORMALISÉS

---

Les engagements du Groupe en faveur du développement durable s'illustrent par des actions concrètes et formalisées dans l'ensemble de l'organisation.

### LE PACTE MONDIAL

En octobre 2011, les sites industriels se sont engagés de manière volontaire auprès des Nations-Unies en signant le Pacte Mondial. Dans une démarche d'amélioration continue et de transparence, chaque année, ceux-ci publient sur le site des Nations-Unies une « communication sur le progrès » permettant de suivre l'état d'avancement des actions relatives aux 10 principes du Pacte et de participer aux échanges de bonnes pratiques avec l'ensemble des adhérents.



# GOUVERNANCE & ÉTHIQUE DES AFFAIRES

---



## 70

personnes formées  
aux Achats Responsables

---

## 94%

du chiffre d'affaires  
Achats corporate couvert  
par la Charte RSE  
Fournisseurs

### GÉNÉRATION RESPONSABLE

Dans le même souci de progresser continuellement dans ses pratiques responsables, L'OCCITANE est membre fondateur du club Génération Responsable dont les adhérents sont principalement des entreprises de la distribution. Grâce aux échanges de bonnes pratiques entre les différentes enseignes, le Groupe a pu challenger ses actions et progresser.

### CHARTRE D'ENGAGEMENT RSE DES RÉSEAUX

L'OCCITANE est signataire de la Charte d'Engagement RSE des réseaux. Cette adhésion nous amène à rendre compte, auprès d'un Comité de Surveillance constitué de membres de l'association, de nos progrès continus dans la prise en compte des engagements de la Charte.

### LA POLITIQUE ACHATS : UN LEVIER POUR LE CHANGEMENT

---

En tant qu'acteur économique responsable, le Groupe identifie les Achats comme un véritable enjeu et levier pour contribuer à un développement économique et social durable.

### CYCLES DE FORMATIONS INTERNE

Un nombre important de métiers est impliqué dans le process Achats, de la définition du besoin au suivi du fournisseur homologué. Depuis 2012, le service Achats en collaboration avec le département RSE met en place un cycle de sessions de formation interne à destination de l'ensemble de ces métiers, en vue de fournir aux équipes les connaissances, les outils et la vision du Groupe en matière d'Achats Responsables. À la fin de cette année, 70 salariés ont suivi cette formation.

### CHARTRE RSE FOURNISSEURS

En vue de partager ses valeurs, et pour renforcer son engagement au sein du Pacte Mondial, le service Achats demande à chacun de ses fournisseurs, avant tout nouveau partenariat commercial, de s'engager en signant la Charte RSE Fournisseurs. Cette charte est construite autour des thématiques du Pacte Mondial des Nations-Unies : respect des normes du travail, santé et sécurité, environnement et éthique dans les affaires. En 2013-2014, après compilation, 94% du chiffre d'affaires du périmètre Matières Premières, Composants, Merchandising, Meubles des marques L'OCCITANE et Melvita était couvert par la Charte.

### PARTENARIAT KEDGE BUSINESS SCHOOL

Enfin, depuis 4 ans, les sites industriels (Laboratoires M&L) se sont engagés comme partenaires de la Chaire Achats Durables et Socialement Responsables, pilotée par Kedge Business School aux côtés d'autres entreprises et d'acteurs de la société civile et du monde de la recherche (SNCF, Sodexo, ERDF, Max Havelaar, WWF, Extramuros). Cette chaire a pour objectif de partager et de transmettre le savoir et l'expérience des partenaires auprès d'un public élargi (chercheurs, étudiants, entreprises). Elle nous permet également de développer les compétences de nos équipes sur le sujet.

## LE DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES

---

Les parties prenantes sont des acteurs majeurs qu'il est primordial d'impliquer pour l'atteinte de nos objectifs de Développement Durable.

### IMPLIQUER SES FOURNISSEURS ET PRIVILÉGIER LE LOCAL

En vue de les associer à notre démarche d'engagement, le service Achats demande à ses fournisseurs de signer la Charte RSE Fournisseurs garantissant notamment le respect des conditions de travail, d'hygiène et de sécurité, et de l'environnement. Il réalise également périodiquement des audits auprès de ses fournisseurs, et plus particulièrement des audits sociaux dans les pays qui le justifient. L'objectif est de contrôler la conformité des fournisseurs avec le standard SA8000 (conditions de travail décentes) et de les faire progresser vers de bonnes pratiques.

Parmi les fournisseurs, les producteurs locaux représentent une part importante. Par ailleurs, le Groupe L'OCCITANE privilégie les filières courtes, inscrites dans le respect et la durée pour maîtriser la traçabilité et la qualité des matières premières jusqu'à la livraison. À titre d'exemple, le Groupe a construit sur le long terme une véritable filière équitable pour le karité au Burkina Faso. L'OCCITANE a d'ailleurs été distingué par le Programme des Nations-Unies pour le Développement (PNUD) pour l'ensemble de ses actions dans le pays.

### IMPLIQUER SES CLIENTS

Nos marques sont à l'écoute des clients et s'adaptent à leurs attentes : pour cela, un dialogue est instauré via les boutiques, les e-mails, le service client, les réseaux sociaux... Cette implication aux différents points de contact a permis de construire une relation de proximité et de confiance : par exemple, le service clients L'OCCITANE France a été élu n°1 de la Relation Client en ligne au Trophée Qualiweb 2014, classement de référence de la meilleure relation clients on-line.

La marque L'OCCITANE souhaite impliquer ses clients dans une démarche responsable. Les clients ont notamment la possibilité de s'engager et de participer à des actions de solidarité en achetant nos produits solidaires deux fois par an, dont les bénéfices sont entièrement reversés à des projets associatifs soutenus par la Fondation L'OCCITANE.

### IMPLIQUER SES COLLABORATEURS

Chaque année, les collaborateurs disposent de plusieurs temps d'expression : ceux-ci prennent la forme d'entretiens personnalisés, durant lesquels le manager est à l'écoute du collaborateur. Afin de lier le développement de ses collaborateurs et la performance de l'entreprise, le Groupe a internationalisé ces entretiens de performance : aujourd'hui, ceux-ci sont mis en place dans 15 pays du Groupe, pour plus de 2000 salariés.

En outre, dès leur arrivée, les nouveaux collaborateurs des sites français et genevois participent à une journée d'intégration. Pendant cette journée, ils bénéficient de sessions d'informations sur les missions et valeurs du Groupe.

Des petits déjeuners sont également organisés régulièrement sur plusieurs sites du Groupe. Ces rencontres sont l'occasion pour les salariés d'échanger avec la Direction. ■



**N°1**

de la Relation Client  
en ligne au Trophée  
Qualiweb 2014

---

**PLUS DE**

**2000**

collaborateurs de 15 pays  
ont passé des entretiens  
de performance

# GOUVERNANCE & FILIÈRES DURABLES

---



## 2 Questions ( FILIÈRES DURABLES ) À MAUD REBOUL



### Défi relevé de l'année ?

*Le caractère innovant et durable de notre programme immortelle récompensé par le « Coup de cœur biodiversité du jury » des « Prix Entreprises & Environnement », du ministère français de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie.*

### Enjeu à venir ?

*Engager un programme d'action ambitieux et cohérent sur la biodiversité pour aller plus loin sur notre politique d'achats matières premières.*

# GOUVERNANCE & FILIÈRES DURABLES

Le Groupe L'OCCITANE encadre et sécurise ses approvisionnements en végétaux. Pour cela, nous travaillons en direct avec les producteurs à l'amélioration continue des filières plantes et inscrivons nos partenariats dans la confiance, le respect et la durée.

## ZOOM SUR LE SERVICE FILIÈRES DURABLES

### Notre politique

- **Utiliser la plante de façon raisonnée** afin de respecter la biodiversité des écosystèmes et leur équilibre fragile.
- **Mettre en place des échanges justes et transparents** entre l'ensemble des acteurs de la filière et contribuer ainsi à un partenariat gagnant-gagnant.
- **4 principes : local, durabilité, traçabilité, équité.**

### Nos résultats

Grâce aux efforts fournis, nous avons mis en place plus de 60 filières tracées, ce qui représente 400 hectares de culture dont 2/3 sont certifiés biologiques. Des partenariats ont été développés avec plus de 120 agriculteurs et 15 000 cueilleurs.

Nos engagements au sein des filières végétales ont fait l'objet d'une reconnaissance de la part du Ministère de l'Agriculture et de la Forêt, qui a décerné le 12 mai 2014 la médaille de l'ordre national du Mérite agricole à Laure Pierrisnard, en charge des Filières Durables pour le Groupe.

PLUS DE

**60**

filières tracées

PLUS DE

**120**

agriculteurs et  
15 000 cueilleurs

## RENFORCEMENT DE LA FILIÈRE IMMORTELLE

Afin de limiter la pression sur les espaces naturels et sécuriser les approvisionnements, L'OCCITANE a mis en place en 2004 le tout premier programme de plantation d'immortelle biologique à grande échelle. Il garantit qualité et traçabilité depuis la récolte jusqu'à la distillation de la plante et offre aux producteurs des engagements contractuels sur 5 à 7 années.

L'ensemble de la démarche sur la filière immortelle a été récompensé en 2013 par le « Coup de cœur du jury biodiversité » des « Prix Entreprises & Environnement », du Ministère français de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie.

L'année 2013-2014 marque un renforcement de la filière immortelle puisque 2 nouveaux producteurs rejoignent les 6 cultivateurs-distillateurs historiques. Le programme ambitieux de renouvellement des parcelles initiales se poursuit : en seulement 2 ans, 80% des parcelles ont été replantées. En parallèle, un partenariat avec le CRIEPPAM<sup>(1)</sup> a permis d'établir un diagnostic sur les distilleries qui produisent l'huile essentielle d'immortelle afin de réduire encore plus l'impact environnemental de la filière.

**8**

partenaires cueilleurs  
et distillateurs

**50**ha

d'immortelle biologique  
plantés

(1) Centre Régionalisé Interprofessionnel d'Expérimentation en Plantes à Parfums, Aromatiques et Médicinales.

PLUS DE

**4 tonnes**

d'huile essentielle lavande  
fine AOP achetées



En 10 ans, des volumes  
d'achat de beurre de karité

**x 7**

PLUS DE

**15 000**

femmes bénéficiaires  
directes au Burkina Faso



## DES PARTENARIATS DURABLES SUR LA LAVANDE AOP

Le Groupe met en place des partenariats locaux qui s'inscrivent dans la durée : des contrats pluriannuels garantissent aux producteurs un volume d'achat minimum permettant d'assurer un débouché pérenne de leur production, avec un prix agréé entre les parties et revalorisé à la hausse tous les ans.

Les partenariats avec la filière lavande se sont concrétisés par des contrats inédits de 5 ans avec plus d'une vingtaine de producteurs. Ces contrats, qui entrent dans leur seconde année, contribuent au maintien des cultures de lavande fine sur les plateaux de Haute-Provence : avec plus de 4 tonnes d'huile essentielle de lavande fine AOP achetées chaque année, L'OCCITANE est le principal acheteur de la production.

## ALLER TOUJOURS PLUS LOIN SUR LA FILIÈRE KARITÉ ÉQUITABLE

Depuis des décennies, le Groupe L'OCCITANE et les unions de femmes au Burkina Faso ont mis en place un partenariat durable et équitable. L'implication croissante du Groupe approfondit cette collaboration et se traduit chaque année par des résultats positifs au niveau local : en 10 ans, les volumes d'achat ont été multipliés par 7, ce qui bénéficie directement à plus de 15000 femmes. L'OCCITANE reverse par ailleurs 3% du prix du beurre de Karité à un fonds de développement communautaire aidant au financement d'actions de développement social et technique. Le business model développé a été plébiscité par le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) qui a reconnu L'OCCITANE comme entreprise exemplaire en 2013.

Dans un objectif d'amélioration continue, des diagnostics auprès des partenaires ont permis d'identifier les actions prioritaires pour les 3 prochaines années. L'ambition d'ici 2017 est de faire certifier biologique 100% de la production, de réduire la consommation en eau et en bois nécessaire à la transformation, et de valoriser 75% des résidus rejetés. Pour aller encore plus loin, la Fondation L'OCCITANE a missionné l'ONG RONGEAD, spécialisée sur les démarches de développement durable.

## NOS ENGAGEMENTS SUR LA FILIÈRE HUILE DE PALME

Depuis 2011, Les Laboratoires M&L sont adhérents à la RSPO<sup>(1)</sup>, association à but non lucratif qui développe des critères mondiaux pour la production d'huile de palme durable.

### NOTRE AMBITION FIN 2015 :

100% des savons L'OCCITANE et Melvita destinés aux boutiques formulés à partir d'huile de palme RSPO.

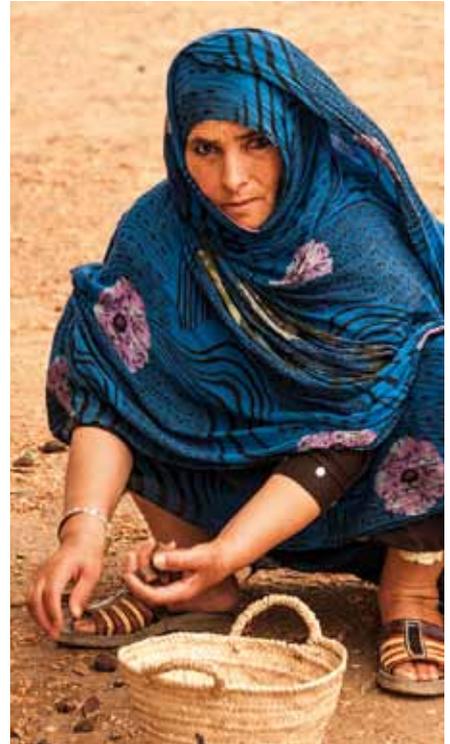
(1) Roundtable on Sustainable Palm Oil

## UN DÉVELOPPEMENT FORT DE LA FILIÈRE ARGAN ÉQUITABLE AU MAROC

Dans la région d'Essaouira au Maroc, pousse l'arganier qui fournit des fruits dont on extrait une huile précieuse : l'huile d'argan. Depuis 2006, le Groupe s'approvisionne en huile d'argan biologique pour les produits de la marque Melvita auprès d'une entreprise familiale qui tisse des liens étroits avec les femmes en charge de la collecte et du décorticage des fruits d'argan. Les arganeraies biologiques dédiées à Melvita représentent 2000 hectares et impliquent plus de 250 femmes, ce qui bénéficie indirectement à environ 1500 personnes.

Afin de stimuler la valeur ajoutée locale, nous accompagnons les producteurs dans l'attestation EQUITABLE ESR<sup>(1)</sup> délivrée par ECOCERT Environnement. Cette année, un contrat de production pluriannuel a été signé avec ce fournisseur historique afin de garantir une quantité minimum d'achat annuelle à un prix juste sur 3 ans. Les femmes perçoivent ainsi un salaire supérieur au SMIC marocain : x2 pour les collectrices et + 20% pour les décortiqueuses. Parallèlement, et pour faire face à une demande croissante, un deuxième partenariat a été initié.

Un diagnostic approfondi de notre filière Argan a permis de réaliser un état des lieux précis sur les aspects environnementaux, sociaux et économiques et d'identifier les défis à relever dans les années à venir.



### Impacts

#### économiques

Des salaires supérieurs au SMIC marocain :

- x2 pour les collectrices
- +20% pour les décortiqueuses

### Impacts

#### sociaux

- 250 femmes impliquées et environ 1500 bénéficiaires indirects
- 24 emplois dans les unités de transformation

### Impacts

#### environnementaux

2000 hectares d'arganeraie biologique

## CONSTRUCTION DES FILIÈRES DE DEMAIN

Le Groupe L'OCCITANE est toujours à la recherche de nouveaux ingrédients naturels et efficaces. Ce travail s'effectue en collaboration avec les départements Recherche & Développement et Qualité pour assurer efficacité et sécurité de la matière première. Cette année, 3 filières ont vu le jour en pays grasseois sur les ingrédients stars de notre collection de Grasse et 19 filières font l'objet d'un travail de prospection approfondi. ■

# 19

filières prospectives  
identifiées

(1) Echanges Équitables, Solidaires, Responsables, selon le référentiel disponible sur le site [www.ecocert.com](http://www.ecocert.com)

# ENVIRONNEMENT

---

Le Groupe L'OCCITANE cherche à limiter l'impact environnemental de son activité à toutes les étapes de la vie de ses produits : pour ce faire, tous les services sont mis à contribution et mettent en place des nouvelles façons de produire. De la formulation des produits, à l'éco-conception des emballages, en passant par la production, et la distribution en boutiques, le Groupe s'engage dans une démarche d'amélioration continue vis-à-vis de son impact environnemental.



# ENVIRONNEMENT & FORMULE

---



## 2 Questions ( RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT ET QUALITÉ ) À BÉNÉDICTE LE BRIS



### Défi relevé de l'année ?

*La mise en place d'un laboratoire dédié aux Innovations Naturelles, qui permet d'accroître l'éco-conception de l'ensemble de nos formules avec des indicateurs de progrès en croissance, tout en proposant des formules toujours aussi sensorielles et efficaces.*

### Enjeu à venir ?

*La nouvelle préservation des formules par des matières naturelles, des procédés innovants et des packagings protecteurs afin de réduire l'exposition des consommateurs aux conservateurs conventionnels.*

Le Groupe L'OCCITANE s'est engagé à accroître sans cesse les innovations liées à la naturalité de ses produits tout en maintenant ses exigences de performance et de sensorialité. Par exemple, le Groupe limite le nombre d'ingrédients dans ses formules et les sélectionne selon une liste de critères environnementaux stricte.

## CRÉATION D'UN LABORATOIRE NATURALITÉ

---

Toujours plus innovant dans le secteur de la cosmétique naturelle, un laboratoire dédié à la naturalité a été créé. Celui-ci a ouvert en septembre 2013. La mission de ce laboratoire est d'introduire des innovations naturelles dans l'ensemble des nouveaux produits et d'amener les équipes de développement à « penser et formuler vert ». La création de cette nouvelle structure fait ainsi évoluer la formulation de nos produits : le pourcentage d'ingrédients d'origine naturelle est renforcé, et tout ingrédient soupçonné de nocivité est immédiatement retiré. Le produit est aussi envisagé dans son écosystème : les processus respectueux de l'environnement et biodégradables sont privilégiés.

## ENVIRONNEMENT & FORMULE



### L'INNOCUITÉ DES PRODUITS

Les textures et les parfums sont inspirés de l'art de vivre méditerranéen : utiliser un produit de la marque L'OCCITANE, c'est un moment de bien-être et de plaisir, mais aussi la garantie d'une sécurité et d'une efficacité optimale. Chaque matière est étudiée afin de garantir la tolérance locale (cutanée, oculaire) pour l'effet immédiat à l'application des produits et l'innocuité à long terme : pas de risque d'intolérance, d'effet mutagène ou de toxicité pour l'utilisateur. Les produits sont ensuite testés par des volontaires sous contrôle dermatologique dans notre nouveau Laboratoire d'Évaluation Clinique qui a ouvert ses portes cette année à Marseille.

# 95%

de matières  
d'origine naturelle  
dans la Crème  
Précieuse

### ZOOM SUR LE LABORATOIRE D'ÉVALUATION CLINIQUE

Lors de la phase de développement d'un produit, l'ensemble des marques du Groupe L'OCCITANE réalisent une série de tests, notamment pour vérifier la tolérance et l'efficacité en condition réelle d'utilisation. Ces tests sont réalisés depuis cette année dans notre Laboratoire d'Évaluation Clinique à Marseille en partenariat avec des dermatologues et ophtalmologues expérimentés afin d'avoir une connaissance plus pointue de nos produits et de permettre leur ajustement au plus près des attentes de nos consommateurs. Par ailleurs, des évaluations sont réalisées dans divers pays du monde pour tester nos produits sur des peaux différentes.



### DES FORMULES ÉCO-CONÇUES

#### MISE EN PLACE D'INDICATEURS DE MESURE ET DE SUIVI

Des indicateurs de suivi d'éco-conception sur les formules ont été mis en place par la marque L'OCCITANE pour renforcer le respect de l'homme et de l'environnement. Les matières d'origine naturelle sont préférées aux produits issus de la chimie (huiles minérales) ou aux matières premières peu biodégradables. La marque limite ainsi la concentration des silicones car ces substances synthétiques dérivées du silicium sont peu biodégradables. En outre, les silicones soupçonnées de toxicité (D4) ne sont pas utilisées : la marque travaille sur des alternatives d'origine végétale afin d'obtenir un toucher et une application des produits les plus sensoriels possibles. Les matières premières dont les procédés d'extraction et d'obtention ont un impact négatif sur l'environnement (les produits ethoxylés, les PEG) sont aussi évitées. Ainsi, la Crème Précieuse, produit phare de la marque L'OCCITANE, est composée à 95% de matières d'origine naturelle, grâce à de nouveaux émulsionnants naturels.

# ENVIRONNEMENT & FORMULE

## DES PROCÉDÉS DE FABRICATION OPTIMISÉS

Le Groupe L'OCCITANE travaille sur les procédés de fabrication des matières premières et des produits finis afin d'en réduire l'impact environnemental. Les formules émulsions sont fabriquées selon des process écologiques, optimisés en matière de consommation d'eau et d'énergie. Un pôle pilote a été créé, dédié à l'industrialisation des formules à échelle réduite, avant de les transposer sur des plus gros volumes.

Par ailleurs, nous tenons à limiter notre impact sur l'environnement en privilégiant la biodégradabilité : par exemple, tous les shampoings et gels douches L'OCCITANE sont biodégradables à plus de 98%.

## DES ACTIFS D'ORIGINE NATURELLE

L'OCCITANE privilégie systématiquement l'utilisation d'actifs naturels. Néanmoins, pour offrir un produit présentant une efficacité optimale, des molécules de synthèse sont parfois utilisées toujours selon le principe de précaution et quand il n'existe pas d'alternative naturelle, fiable et performante.

Par ailleurs, la marque L'OCCITANE sélectionne les actifs qui ont le plus faible impact environnemental : ceux-ci doivent être faiblement consommateurs d'eau, minimiser les déchets et respecter la biodiversité. Des procédés à la fois innovants et propres sont mis en place par la marque, permettant d'obtenir les extraits les plus concentrés en molécules actives. Plus de 300 ingrédients d'origine végétale sont utilisés, dont plus de 25% sont certifiés biologiques. Rigoureusement sélectionnés pour leur efficacité, ils sont intégrés dans les formules à un niveau de concentration optimal. ■

Shampoings et gels douches L'OCCITANE biodégradables à

**98%**

**PLUS DE  
300**

ingrédients d'origine végétale dont 25% sont certifiés biologiques

## ZOOM SUR LE PRINCIPE DE PRÉCAUTION ET RETRAIT DU MIT ET PET

### ARRÊT D'UTILISATION DU METHYLISOTHIAZOLINONE

Le MIT est un conservateur, c'est-à-dire une molécule permettant de lutter contre la contamination microbiologique des formules cosmétiques. Les formules ont besoin d'être conservées pour être utilisées dans des conditions normales (stockage dans une salle de bain, contact quotidien avec les mains de l'utilisateur). Des études ayant démontré récemment qu'il pouvait être à l'origine d'allergie de contact, le Comité Scientifique de l'Union Européenne réfléchit actuellement à l'interdiction de ce conservateur MIT dans les produits non rincés et à sa limitation à 100 ppm dans les produits rincés et ce à l'horizon fin 2015. Dans le respect de la certification ECOCERT, la marque Melvita n'utilise pas de MIT ; quant aux autres marques du Groupe, celles-ci n'utilisent pas le MIT dans les produits de soin non rincés et moins de 5% des produits d'hygiène rincés en contiennent. Depuis cette alerte, les nouveaux développements en sont exempts et le Groupe travaille à la substitution de ce conservateur dans les anciennes formules qui en contiennent.

### LES MICROBILLES EN PLASTIQUE

Actuellement les microbilles plastiques, très utilisées en cosmétique dans les produits exfoliants, sont accusées d'être néfastes pour l'environnement et l'écosystème car elles ne sont pas biodégradables et peuvent se retrouver dans le milieu marin. Le Groupe L'OCCITANE privilégie les matières naturelles comme les coques d'amandes broyées, les poudres de noyaux d'abricots, et n'utilise que très rarement ces micro billes. Le Groupe les a interdit pour les prochains développements et s'engage à les retirer des quelques produits qui en contiennent dans les meilleurs délais.

# ENVIRONNEMENT & PACK

---



## 2 Questions

À ALINE ABERGEL

( PACKAGING ET  
ÉCO-CONCEPTION )



### Défi relevé de l'année ?

*Des déploiements de nouveaux matériaux renouvelables ou recyclés et le lancement de nouvelles références d'éco-recharges.*

### Enjeu à venir ?

*La mise en place d'une démarche ISO 14001 pour la conception de nos produits.*

Le Groupe L'OCCITANE s'engage toujours davantage en faveur du développement durable, et cherche à réduire la production de déchets en amont, en adoptant une démarche d'éco-conception des emballages. Le Groupe est aussi moteur pour sensibiliser ses collaborateurs et ses consommateurs aux gestes de tri.

# 17.7%

de matériaux  
recyclés ou  
d'origine  
renouvelable dans  
les emballages  
L'OCCITANE

## L'ÉCO-CONCEPTION DES EMBALLAGES

---

Les équipes Marketing, Développement et Achats sont formées à la politique d'éco-conception du Groupe et les consignes de conception environnementale sont diffusées via le « guide d'éco-conception » à tous les développeurs. La démarche d'éco-conception des produits L'OCCITANE et Melvita repose sur un principe d'amélioration continue : elle est soutenue par des outils et des indicateurs de suivi.

### LES OUTILS D'ÉCO-CONCEPTION

Pour une meilleure prise en compte de l'environnement à chaque lancement de produits (L'OCCITANE et Melvita), tous les nouveaux emballages sont évalués selon un outil de notation : la « note Eco-Pack ». Celle-ci permet d'évaluer ou de comparer les scénarii de conception avant la validation du produit selon leur poids, leur matière, leur empreinte Carbone, leur recyclabilité... Pour aller plus loin, des études d'Analyse de Cycle de Vie (ACV) sont menées sur les produits des marques L'OCCITANE et Melvita.

# ENVIRONNEMENT & PACK

---

## LES INDICATEURS DE SUIVI

Des indicateurs de suivi de l'éco-conception des emballages des marques L'OCCITANE et Melvita ont été mis en place. Calculés annuellement, ils permettent de suivre de manière factuelle les résultats de nos efforts et de nous fixer des objectifs pour l'avenir.

Ces indicateurs concernent :

- Le tonnage de matériaux utilisés
- Le nombre d'éco-recharges disponibles
- Le pourcentage de matière recyclée ou renouvelable dans les emballages
- Le pourcentage de nos emballages recyclable
- Les gains d'émission de CO<sub>2</sub> liés à nos efforts d'éco-conception.

Les emballages des produits L'OCCITANE sont composés à 17.7% de matériaux recyclés ou d'origine renouvelable (16.9% pour Melvita), ce qui est une réelle performance au regard des pratiques du secteur cosmétique.

## DES MATÉRIAUX RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

---

### DES EMBALLAGES EN MATIÈRE RECYCLÉE

Sans compromettre l'esthétique et la qualité de ses emballages, la marque L'OCCITANE intègre de la matière recyclée dans certains de ses flacons et de ses tubes. Par exemple dans la catégorie des produits d'hygiène, les gels douche de la gamme Verdon et les soins capillaires de la gamme Aromachologie sont en plastique PET 100% recyclé et recyclable. Des flacons de soins de la gamme Immortelle sont également élaborés en plastique recyclé. Pour ses flacons en verre, la marque L'OCCITANE utilise régulièrement du verre partiellement recyclé. Les produits de la marque Melvita sont éco-conçus dès que cela est possible : par exemple, les flacons bleus des eaux florales sont développés en PET 100% recyclé et recyclable.

### DES EMBALLAGES EN MATIÈRE RENOUVELABLE

Pour limiter le recours aux matériaux à base de pétrole, la marque L'OCCITANE continue de développer des flacons et des tubes en plastique à 95% à base de canne à sucre (gammes Karité et Amande).

Le Groupe L'OCCITANE poursuit ses recherches pour élargir son panel de matériaux et de solutions plus respectueuses de l'environnement pour ses emballages et travaille en étroite collaboration avec des fournisseurs partenaires pour les mettre en œuvre.

## LE DÉVELOPPEMENT D'ÉCO-RECHARGES

---

Depuis 5 ans déjà, L'OCCITANE offre aux consommateurs un large choix d'éco-recharges visant à donner une seconde vie aux emballages : 14 ont été développées, ce qui représente une économie allant jusqu'à 90% de matière plastique.

Cette année, des animations ont eu lieu en boutique, afin de rendre ces éco-recharges plus visibles auprès des consommateurs et une nouvelle identité a été créée.

Celle-ci repose sur :

- Une meilleure visibilité de nos actions d'éco-conception
  - Le rappel du design du produit initial pour une identification intuitive et rapide.
- Avec cette initiative, L'OCCITANE souhaite attirer plus de clients sensibles à l'engagement écologique afin de les associer aux efforts mis en place pour limiter l'impact sur l'environnement. ■



# 14

éco-recharges proposées permettant une réduction jusqu'à 90% de matière plastique

# ENVIRONNEMENT & PRODUCTION

---



## 2 Questions ( SITES INDUSTRIELS ) À JEAN-FRANÇOIS GONIDEC



### Défi relevé de l'année ?

*Démarrer les nouveaux ateliers de fabrication et de conditionnement de nos deux sites de production Manosque et Lagorce avec un niveau fort de qualité de notre environnement de production, une amélioration des conditions de travail de nos opérateurs et une optimisation des consommations énergétiques.*

### Enjeu à venir ?

*Certifier ISO 14001 notre site de production Manosque et maintenir cette certification pour le site de Lagorce.*

Afin de réduire toujours plus son impact environnemental, L'OCCITANE a choisi de mettre en place une démarche d'amélioration continue sur ses sites de production : certification ISO 14001, recyclage des déchets, production d'énergie renouvelable, sensibilisation des salariés, font partie des actions développées pour concilier activités industrielles et respect de l'environnement.

## LA DÉMARCHE DE CERTIFICATION ISO 14001

---

Pour que l'environnement soit au cœur de l'organisation, le Groupe a tenu à se lancer dans une démarche de certification ISO 14001.

### MAINTIEN DE LA CERTIFICATION ISO 14001 SUR LES SITES CERTIFIÉS

La politique environnementale exprime la vision du Groupe : faire en sorte que la croissance des impacts sur l'environnement soit plus faible que la croissance du Groupe. Afin de rendre concrète cette politique dans l'ensemble de ses activités, L'OCCITANE s'est engagé en 2011 dans une démarche de certification à la norme environnementale ISO 14001.

Un système de management environnemental a été déployé sur les sites de production (Manosque et Lagorce), les boutiques en propre en France (L'OCCITANE et Melvita), le siège de Genève, le site administratif de Paris et l'entrepôt logistique.

En mars 2013, le site de production de Lagorce obtenait la certification pour ses activités de production. Quelques mois auparavant, en octobre 2012, les boutiques L'OCCITANE et Melvita en propre en France, le site administratif de Paris et le siège de Genève se voyaient également certifiés ISO 14001. Cette année, ces sites confirment brillamment leur certification lors des premiers audits de suivi, avec une seule non-conformité mineure sur l'ensemble du périmètre, prouvant l'efficacité du système de management mis en place.

Le Groupe a ainsi su, au fil des années, fiabiliser et développer les indicateurs et leur analyse, affiner les actions mises en place pour diminuer les impacts sur l'environnement et impliquer de plus en plus les salariés.

### LANCEMENT DE LA DÉMARCHE DE CERTIFICATION ISO 14001 À MANOSQUE EN FIN D'ANNÉE

Les sites de Manosque – à savoir son site de production et son entrepôt logistique – sont entrés dans la démarche de certification cette année. La certification aura lieu pendant l'année 2015.



## ISO 14001

50% des sites de production

---

100% de nos boutiques en propre soit 68 boutiques

---

Le siège de Genève et le site administratif de Paris





# 91%

des déchets valorisés sur  
Manosque et 80% sur  
Lagorce

## AUGMENTATION DE LA PART DE DÉCHETS VALORISÉS

---

Analyse des besoins, mise à disposition des contenants adaptés, affichages clairs et compréhensibles, collecte interne, zone de stockage adaptée et répondant à la réglementation, filières adaptées et recherche de nouvelles filières, traçabilité et suivi de l'élimination des déchets, sensibilisation des salariés...

C'est toute cette organisation mise en place sur les sites industriels qui permet d'améliorer de façon continue la gestion des déchets.

- À Lagorce, grâce aux actions d'amélioration, la part de recyclage des déchets est passée de 27% à 52% et la valorisation (déchets recyclés et incinérés) a atteint 80%. Les cartons, les films et les emballages plastiques, le verre propre et souillé et les huiles végétales sont recyclés.
- Sur le site industriel de Manosque 43 types de déchets sont triés dans 13 filières différentes. 91% des déchets sont ainsi valorisés.

## DES PANNEAUX PHOTOVOLTAÏQUES

---

Le site de Manosque est équipé de 270 m<sup>2</sup> de panneaux photovoltaïques depuis 2011, ce qui a permis de produire pour l'année 2013, 33760 kWh d'électricité. Quant au site de Lagorce, 241 m<sup>2</sup> de panneaux sont installés depuis 2013.

## SENSIBILISATION DES SALARIÉS

---

Toute l'année, des actions de sensibilisation sont menées sur les différents sites de production pour animer l'environnement au quotidien. La Semaine du Développement Durable (SDD) est un rendez-vous incontournable de communication et d'implication des salariés en interne depuis 2008.

Cette année, l'évènement a pris le format d'ateliers durables. Le principe : rassembler les acteurs de certains métiers de l'entreprise et un expert extérieur autour d'un sujet Développement Durable, afin d'améliorer les pratiques en interne. « Chimie verte », bonnes pratiques informatiques, événements éco-responsables, communication durable ou encore finance responsable font partie des thèmes développés.

Temps fort de ces ateliers, l'Atelier Durable Biodiversité a permis des échanges passionnants entre Marc DUFUMIER — agronome et enseignant-chercheur à AgroParisTech (France), spécialiste de l'agroécologie et auteur de plusieurs livres — les représentants externes de la filière Lavande et les services travaillant en collaboration avec la filière.

Autre moment fort de cette année pour la sensibilisation des salariés : une journée de sensibilisation sur le thème de la sécurité et de l'environnement a été organisée sur le site de production de Lagorce lors de la journée de solidarité. ■

# ENVIRONNEMENT & TRANSPORTS

---



## 2 Questions

À LORENZO GIACOMONI

( GO TO  
MARKET )



### Défi relevé de l'année ?

*La réduction du fret aérien.*

### Enjeu à venir ?

*Certifier ISO 14001 la plateforme Export en face du site de production de Manosque et poursuivre la réduction du fret aérien.*

Le Groupe L'OCCITANE s'engage dans la lutte contre le réchauffement climatique en réduisant ses émissions de gaz à effet de serre. Pour ce faire, le Groupe s'appuie sur son Bilan Carbone, publié tous les 3 ans. Le dernier (2009-2010) avait révélé l'impact non négligeable du fret dans le total des émissions de CO<sub>2</sub>. Depuis, plusieurs plans d'action ont été mis en place afin de réduire les émissions de CO<sub>2</sub> liées au fret. Le Bilan Carbone avait mis en avant le fait que les déplacements des salariés (déplacements domicile-travail et déplacements professionnels) étaient le 3<sup>ème</sup> poste émetteur de CO<sub>2</sub> représentant 12% de nos émissions totales. Le Groupe a donc choisi d'instaurer une politique pour inciter ses collaborateurs à réduire leurs émissions.

RÉDUCTION DE  
**42%**

du poids transporté  
par voie aérienne

## LE TRANSPORT AÉRIEN MOINS UTILISÉ

---

Le recours au transport par avion pour la livraison des marchandises est certes limité mais représente tout de même 75% des émissions de CO<sub>2</sub> du fret aval au moment du dernier bilan carbone. Le département Go-To-Market s'est donc engagé dans une politique de réduction de l'aérien, en utilisant ce moyen uniquement pour les cas d'urgence. Les résultats sont significatifs. La part du transport aérien, exprimée en tonnes, est passée de 4,2% en 2012-2013 à 3,1% en 2013-2014, soit une diminution de 42% par rapport à l'année précédente, permettant ainsi une diminution des T<sub>éq</sub> CO<sub>2</sub> de 26%.

## ENVIRONNEMENT & TRANSPORTS

---

# 99%

des marchandises  
à destination de  
l'Europe continentale  
acheminées via le mode  
rail-route

---

# 480

Téq CO<sub>2</sub>  
économisées grâce au  
rail-route

---

# 23

boutiques d'Ile de  
France livrées par  
véhicule électrique

---



# 20%

des collaborateurs  
sur Manosque et  
35% sur Lagorce  
empruntent le bus  
ou covoitent

### LE FERROUTAGE : UN NOUVEAU MODE DE TRANSPORT ÉCOLOGIQUE

---

Cette année, 99% des marchandises à destination de l'Europe continentale livrées à partir du site de Manosque ont été acheminées via le mode rail-route : 16 601 palettes ont ainsi été transportées, ce qui a permis d'économiser 480 Téq CO<sub>2</sub> (réduction de 70% des émissions de CO<sub>2</sub>). Les retours d'expérience sont toujours très positifs (fluidité des axes routiers, moindre pollution, fiabilité, etc.) et encouragent le Groupe à approfondir cette solution de transport de marchandises initiée en 2012.

### LES VÉHICULES ÉLECTRIQUES : ÉCOLOGIQUES ET PRATIQUES

---



Afin de s'engager toujours davantage dans la lutte contre le réchauffement climatique, dès juin 2012, des boutiques parisiennes ont été livrées en camionnette électrique. Aujourd'hui, 23 boutiques d'Ile-de-France (L'OCCITANE et Melvita) sont livrées de façon écologique.

Cette année, notre prestataire a effectué 3 938 livraisons, ce qui représente 439 301 kilogrammes de marchandises. La camionnette, floquée aux couleurs de L'OCCITANE, a parcouru 44 280 km et a permis d'éviter de brûler 11 000 litres de gasoil. Cela représente une économie de 28,8 tonnes de CO<sub>2</sub>. Au-delà de la lutte contre les émissions de gaz à effet de serre, ce partenariat garantit fiabilité et ponctualité.

### LE PLAN DE DÉPLACEMENT D'ENTREPRISE

---

Le déplacement des salariés est aujourd'hui le 3<sup>ème</sup> poste émetteur de CO<sub>2</sub>. Un plan de déplacement d'entreprise a donc été lancé en 2008 et est renforcé d'année en année. L'objectif : garder le cap les années à venir.

#### INCITATION AU COVOITURAGE

Depuis 2008, une politique de forte incitation au covoiturage a été instaurée sur les sites de production et le siège de Genève : fichier de mise en relation, sensibilisation des nouveaux arrivants, places réservées à proximité des entrées de bâtiments, pleins d'essence à gagner par tirage au sort, etc. Il continue aujourd'hui de porter ses fruits.

#### MISE EN PLACE DE NAVETTES COLLECTIVES

Depuis 2009 à Manosque et depuis 2011 à Lagorce, une navette de transport collectif du personnel posté en 3x8 a été financée par le Groupe : elle permet aux salariés de venir travailler sans prendre leur voiture personnelle et sans frais.

Par ailleurs, depuis l'ouverture du Restaurant d'entreprise « La Table Occitane » sur le site de l'usine de Manosque, des navettes sont mises en place à l'heure du déjeuner pour permettre aux salariés de l'entrepôt logistique de Manosque, situé à quelques kilomètres de l'usine, de venir y prendre leurs repas. En dehors de ces heures de repas, des voitures électriques sont à disposition pour les services généraux, afin qu'ils puissent circuler écologiquement entre l'entrepôt et l'usine. ■

# ENVIRONNEMENT & BOUTIQUES

---



## 2 Questions ( RETAIL FRANCE ) À NICOLAS SIRIEZ

### Défi relevé de l'année ?

*L'optimisation du traitement des déchets en boutiques.*

### Enjeu à venir ?

*Développer les livraisons par véhicule électrique.*

**73%**  
des boutiques  
ont un contrat  
d'électricité 100%  
renouvelable

Avec 2572 boutiques dans le monde, l'éco-conception des boutiques est pour le Groupe L'OCCITANE un enjeu majeur : le Groupe essaie d'être toujours plus innovant, afin notamment de diminuer les consommations d'électricité et d'améliorer le tri des déchets, dans une logique d'amélioration continue. Conformément à la politique du Groupe, la France s'est engagée en ce sens.

### AMÉLIORER LES ACTIONS DES BOUTIQUES

---

Pour réduire l'impact sur l'environnement, des indicateurs de consommation d'électricité sont mis en place sur l'ensemble des boutiques en propre afin de déterminer les leviers d'action. Grâce à ce fichier de suivi, les postes « énergivores » ont été identifiés et des plans d'action ont été implémentés. Ainsi, les enseignes sont éteintes la nuit et des LEDs sont instaurées pour l'éclairage, ce qui permet une consommation moyenne mensuelle de 28 kWh/m<sup>2</sup>, soit une réduction de 3,6% par rapport à l'an dernier. En outre, en vue de prévenir tout risque sanitaire ou environnemental, les peintures utilisées dans les boutiques ne contiennent aucun Composé Organique Volatile.

### ÉLECTRICITÉ 100% RENOUVELABLE

---

Le Groupe L'OCCITANE privilégie les énergies renouvelables : en France, 73% des boutiques L'OCCITANE en propre et 100% des boutiques Melvita en propre ont un contrat d'électricité avec un fournisseur d'électricité renouvelable (hydraulique, éolien, biomasse, solaire).

### CERTIFICATION ISO 14001

---

Certifier les boutiques fait partie de l'ambition du Groupe, qui souhaite intégrer l'ensemble de la chaîne d'activité dans une démarche d'amélioration continue : celles-ci ont donc leur propre certificat ISO 14 0001 pour leur activité de vente de produits cosmétiques. En octobre 2012, nos boutiques en France ont obtenu la certification ISO 14001. Cette certification a été maintenue en octobre 2013, suite à un nouvel audit. ■

# RESPONSABILITÉ SOCIALE

---

Encourager la diversité au sein des équipes, favoriser le développement et l'épanouissement de nos salariés : voilà l'objectif que le Groupe L'OCCITANE s'est fixé. Pour y répondre, le Groupe a instauré un dialogue social fort et mis en place divers plans d'actions volontaristes, en vue de construire une entreprise responsable et responsabilisante, ouverte sur les autres et sachant faire de la différence une force.



# RESPONSABILITÉ SOCIALE & GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

---



## 2 Questions ( RESSOURCES HUMAINES ) À JULIEN SCHMIDT ET NICOLAS VETO



### Défi relevé de l'année ?

*La structuration des Ressources Humaines (outils, réorganisation, élection des représentants du personnel) pour encore plus d'équité, de dialogue et de gestion des talents.*

### Enjeu à venir ?

*L'internationalisation du process RH.*

Le Groupe L'OCCITANE cherche à rester continuellement à l'écoute de ses collaborateurs et à créer un climat de confiance et de développement professionnel.

## UN DIALOGUE SOCIAL RENOUVELÉ

---

Cette année, les Laboratoires M&L ont souhaité aller encore plus loin dans la mise en place d'un dialogue social de qualité. À ce titre, les instances représentatives du personnel (IRP) ont été renouvelées en septembre 2013 avec la mise en place d'un Comité d'Entreprise Unique et des Délégués du Personnel sur chaque site français. Un Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail par site se regroupe tous les trimestres pour traiter les sujets communs à l'ensemble des établissements. Cette dynamique volontariste de développement du dialogue social dans l'entreprise se concrétise également par la réalisation d'entretiens de début et de fin de mandat pour l'ensemble des représentants du personnel.

Par ailleurs, la mobilité interne retient une attention particulière dans le développement du Groupe. C'est un axe majeur de développement de la motivation et de la reconnaissance des collaborateurs. Un accord de mobilité interne a ainsi été signé en février 2014 pour faciliter et accompagner la mobilité géographique et fonctionnelle des collaborateurs sur les sites industriels et le site administratif de Paris.

## RESPONSABILITÉ SOCIALE & GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

---

# 20 000

candidatures  
enregistrées dans  
la plateforme  
e-recrutement

---

# PLUS DE 600

offres diffusées via  
le module « bourse à  
l'emploi » sur l'intranet  
de l'entreprise

# PLUS DE 2000

personnes concernées  
par les Entretiens de  
Développement

---

# PLUS DE 89.6%

de nos salariés  
bénéficient d'au moins  
une action de formation

Suite au plan d'action de 2012 relatif à l'égalité professionnelle hommes/femmes, les Laboratoires M&L (sites industriels et site administratif de Paris) ont négocié et signé un accord collectif relatif à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes avec les Organisations Syndicales Représentatives. Un suivi et une animation régulière avec les représentants du personnel permettent de reporter, dans le cadre d'un rapport de situation comparée, les actions, les évolutions, et de définir des objectifs précis.

## UN VECTEUR D'EMPLOIS ET DE DÉVELOPPEMENT

---

Le site industriel de Manosque est un acteur majeur de l'emploi local, avec la création de nombreux emplois sur l'année 2013-2014. Une plateforme e-recrutement est en place depuis septembre 2012 et garantit la traçabilité des candidatures par la création d'un compte personnalisé. Au total, 20 000 candidatures pour des postes sur les sites français et européens y sont enregistrées.

Par ailleurs, afin de favoriser la mobilité des salariés, un module « bourse à l'emploi » a également été intégré sur l'intranet du Groupe. Cette année, plus de 600 offres ont été diffusées via ce nouvel outil de recrutement.

## L'ACCUEIL DES NOUVEAUX ARRIVANTS

---

L'adhésion à la politique sociale et environnementale du Groupe est un facteur clé d'intégration. C'est la raison pour laquelle tout nouvel arrivant sur les sites français et le site genevois bénéficie d'une sensibilisation spécifique sur cette thématique. Pour inscrire leur engagement dans le quotidien, outre un document détaillant les actions du Groupe en matière sociétale et environnementale, une tasse en plastique recyclé est symboliquement offerte à cette occasion sur les sites industriels de Manosque et Lagorce.

## DES COMPÉTENCES ACCRUES

---

Le développement des compétences des collaborateurs est un axe essentiel pour la croissance et la compétitivité du Groupe. Ainsi, les campagnes d'évaluation et les Entretiens de Développement ont été déployés à l'international, notamment en Europe, en Amérique du Nord, en Australie, au Brésil et en Asie. Au total, plus de 2000 personnes sont concernées par ces rendez-vous annuels, qui sont une occasion privilégiée d'échanger avec son manager sur sa carrière professionnelle.

En 2013-2014, plus de 43 068 heures de formation ont été dispensées auprès de 1 068 personnes au sein des Laboratoires M&L : cela signifie que 89,6% des salariés bénéficient d'au moins une action de formation. En outre, au 31.12.2013, les dépenses relatives à la formation continue représentaient 4,8% de la masse salariale des Laboratoires M&L, soit 3 fois plus que l'obligation légale (pour rappel, l'obligation légale est de 1,6%).

Par ailleurs, certains salariés travaillant en équipe avec des collaborateurs déficients auditifs ont fait le choix de suivre la formation Langue des Signes (LSF). Cette année, une nouvelle étape a été franchie avec la réalisation par des salariés d'un dictionnaire numérique de termes usuels et professionnels en LSF comprenant 120 mots et consultable en ligne. ■

# RESPONSABILITÉ SOCIALE & QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

---



## 2 Questions À JULIEN SCHMIDT

RESSOURCES HUMAINES  
SITES INDUSTRIELS



### Défi relevé de l'année ?

*La mise en place d'un nouveau socle social commun à travers des Accords d'Entreprise sur le Temps de Travail, l'Intéressement, le Dialogue Social et la dynamisation des rituels de communication auprès des managers.*

### Enjeu à venir ?

*Rester à l'écoute des enjeux sociaux et inscrire dans la durée tous nos efforts pour maintenir un dialogue social ouvert, constructif, participatif, transparent et moderne à tous les niveaux de l'entreprise.*

## RESPONSABILITÉ SOCIALE & QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

---



# 17

enfants à la crèche de  
Manosque et 16 à la  
crèche de Vögué

# 50 986

repas ou collations servis  
à La Table Occitane

## PLUS DE

# 90%

des convives satisfaits

Le bien être des salariés fait partie des priorités du Groupe : des actions ont été menées en ce sens, afin d'approfondir toujours davantage cette thématique dans une démarche de cohérence d'ensemble, motivante et impliquant toutes les parties prenantes.

## LA CONCILIATION VIE PROFESSIONNELLE - VIE FAMILIALE

---

La conciliation entre vie professionnelle et familiale est un enjeu clé pour les entités françaises du Groupe puisqu'elle est déterminante dans l'équilibre et la motivation des collaborateurs. Depuis plus de 6 ans maintenant, des cours de gym, de yoga, de pilate rythment les pauses des salariés. Par ailleurs, deux crèches ont été mises en place. Cette année, 17 enfants étaient inscrits à la crèche de Manosque et 16 à celle de Vögué près de Lagorce.

## SPORT ET BIEN ÊTRE

---

L'année 2013-2014 a été une année placée sous le signe du sport en équipe, de la solidarité et de la compétition, avec divers événements sportifs organisés :

- Le 15 septembre 2013, 70 salariées se sont retrouvées pour s'engager dans une course « de femmes pour les femmes », La Parisienne. Cette course à pied de 6 km a été créée pour soutenir la recherche contre le cancer du sein.
- Le 5 octobre 2013, 55 salariés ont participé au Triathlon du Verdon, en individuel ou en relais.

## UN RESTAURANT D'ENTREPRISE ET DES SOIRÉES CONVIVIALES

---

En septembre 2013, « La Table Occitane », restaurant d'entreprise géré par une société spécialisée dans la restauration collective, a vu le jour sur le site de Manosque. De septembre à mars 2014, 50 986 repas ou collations ont été servis. En moyenne, le restaurant sert plus de 400 couverts par jour et collations pour les équipes du matin, d'après-midi et de soir. En outre, chaque mois, une animation est prévue en lien avec l'actualité et notre activité.

Une enquête BVA a été réalisée en mars dernier auprès des collaborateurs, afin d'évaluer leur satisfaction vis-à-vis de ce nouveau restaurant : 91% des personnes qui y déjeunent le midi sont globalement satisfaits du restaurant.

Ce restaurant d'entreprise est un pas de plus en faveur du bien-être au travail, en proposant des repas équilibrés dans un cadre agréable.

Par ailleurs, depuis mars 2014, des soirées conviviales sont proposées régulièrement aux salariés du site de Manosque. Ces moments de convivialité et de détente ont rassemblé plus de 80 collaborateurs. ■

## ZOOM SUR L'IMPLICATION DU COMITÉ D'ENTREPRISE

Le bien être des salariés fait également partie des priorités du Comité d'Entreprise qui s'est associé à quelques actions liées à la Responsabilité Sociale, comme le Triathlon du Verdon, en subventionnant une partie des frais d'inscription. Celui-ci s'est également impliqué en faveur de la qualité de vie au travail, en proposant aux salariés de bénéficier de moments de détente sur le temps de pause, par le biais de modelages (pratiqués dans le laboratoire d'analyse sensorielle), de journées boissons chaudes gratuites ou encore via des prestations de ventes directes en salle de pause.

## PRÉVENTION DES RISQUES PROFESSIONNELS

La santé et la sécurité des collaborateurs sont une de nos priorités. Sur le périmètre des sites industriels, deux groupes de travail, un sur la pénibilité et l'autre sur les risques psycho-sociaux, se réunissent régulièrement avec les membres du Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) et tous les acteurs clés de la santé au travail. Ainsi, de nombreuses actions ont été engagées. Voici deux exemples marquants de l'année 2013 - 2014 :

- Sur le site de Manosque, une évaluation des conditions et du bien-être au travail a été menée avec l'intervention d'une ergonome du travail. Les conclusions de l'étude ont été restituées en CHSCT et le suivi sera assuré par un groupe de travail pluridisciplinaire.
- Un groupe de travail « test » au département Flux Amont, piloté par le CHSCT et le service HSE, a permis de faire remonter des propositions d'améliorations des conditions de travail, ce qui a donné lieu à des investissements et des réaménagements de poste.

Cette initiative sera étendue à d'autres services courant 2014. Par ailleurs, des efforts permanents pour réduire la pénibilité au travail sont mis en œuvre, notamment suite à l'ouverture de la nouvelle usine : les conditions de travail y sont optimisées avec l'amélioration des flux visiteurs/salariés/chariots, des éclairages naturels, la diminution du bruit, la mise en place de vestiaires, la réduction du bruit dans les boxes de fabrication automatisés etc.

## SENSIBILISATION DU PERSONNEL

Depuis le début du déploiement de la politique RSE, les campagnes de sensibilisation ont une place prépondérante dans la conduite du changement et l'implication des collaborateurs.

Lors de la Semaine nationale du Développement Durable en avril 2013, des « Ateliers » ont été constitués afin d'inciter les salariés à innover pour atteindre leurs objectifs en intégrant les piliers d'un développement durable. (voir Environnement et production) ■



Marc Dufumier lors de la Semaine du Développement Durable.

# RESPONSABILITÉ SOCIALE & DIVERSITÉ

---



## 2 Questions ( DIVERSITÉ ) À AURÉLIE URICHER



### Défi relevé de l'année ?

*La reconduction de l'équipe « ESAT Hors les Murs » suite au transfert d'une de leurs principales activités.*

### Enjeu à venir ?

*Le maintien dans l'emploi de nos collaborateurs en situation de handicap.*

Le Groupe favorise la diversité, en intégrant professionnellement des personnes en situation de handicap, mais aussi en s'engageant pour la parité hommes/femmes.

## LA PARITÉ HOMMES/FEMMES

---

Cette année marque un nouvel élan dans l'engagement des entités françaises du Groupe avec la signature d'un accord sur la Parité Homme-Femme. Dans ce cadre, plusieurs initiatives ont été menées comme les entretiens pré et post-Maternité afin d'accompagner au mieux les femmes à cette période clef de leur vie professionnelle et personnelle. Par ailleurs, pour la première fois lors de la Semaine de la Journée de la Femme, le Groupe a accueilli Véronique Préaux-Cobti du cabinet Diafora pour un Atelier-Conférence sur le thème de la mixité des équipes en entreprise sur notre site de Paris.

# RESPONSABILITÉ SOCIALE & DIVERSITÉ

---

## LE MAINTIEN DANS L'EMPLOI

---

Les sites industriels sont partenaires depuis 2010 de l'AGEFIPH, une association qui vise à favoriser l'insertion professionnelle et le maintien dans l'emploi des personnes handicapées. Les sites de production dépassent l'obligation de taux d'emploi de 6% de personnes handicapées et atteignent 7.24% au 31.12.2013.

## UN PARTENARIAT DURABLE AVEC L'ARPEJEH

---

Depuis septembre 2010, les sites industriels sont engagés auprès de l'association ARPEJEH (Accompagner la Réalisation des Projets d'Etudes de Jeunes Elèves et Etudiants Handicapés). Le but de ce partenariat est de donner confiance aux jeunes dans la poursuite de leurs études et de sensibiliser les collaborateurs au handicap. Tout au long de l'année, plusieurs temps d'échanges entre salariés et jeunes sont organisés dans nos locaux: l'Exploration des Métiers Insolites (EMI) à Manosque, les Ateliers Découverte des Métiers (ADM) à Paris et Marseille, l'accueil de stagiaires en situation de handicap et enfin l'organisation d'une rencontre sur 1/2 journée des personnalités du monde éducatif et des professionnels du monde de l'entreprise.

## LA SENSIBILISATION AU HANDICAP

---

C'est avant tout grâce à l'engagement des collaborateurs que la politique handicap des entités françaises du Groupe existe : engagement bénévole pour les actions de l'ARPEJEH, formation à la langue des signes pour le maintien dans l'emploi de salariés sourds, investissement de l'équipe achats pour le maintien de l'activité avec les ESAT... Toutes ces actions ont été mises en avant durant la Semaine pour l'Emploi des Personnes Handicapées à travers les expositions photos des collaborateurs engagés en faveur de l'intégration du handicap dans notre Groupe.

Pour la quatrième année consécutive, dans le cadre de l'opération nationale « Un Jour, Un Métier » de Cap Emploi, des stagiaires en situation de handicap issus de tous horizons ont été accueillis par une quinzaine de salariés sur le site de Manosque, afin de leur faire découvrir leurs différents métiers pendant une journée.

## LE RECRUTEMENT DIRECT ET INDIRECT

---

Depuis le 15 octobre 2012 une douzaine de travailleurs handicapés de l'ESAT du Fournas à Manosque empruntent le chemin du site de production de Manosque et s'installent aux côtés de l'équipe Logistique. Encadrés par leurs monitrices détachées, les travailleurs confectionnent des coffrets, effectuent des reprises Qualité et assurent diverses opérations de conditionnement. Ce projet d'équipe baptisé « ESAT HORS LES MURS » a su maintenir une activité constante grâce à la forte implication des équipes opérationnelles et de la Direction. Cette initiative est aussi un véritable accélérateur éducatif puisque les travailleurs ont gagné notamment 70% de motivation en plus et 30% de confiance en soi (données issues du bilan social réalisé par l'ESAT au sujet de l'équipe détachée). ■



**7.24%**  
de travailleurs handicapés  
sur les sites de production

---

**12 880**  
coffrets Noël pré-  
confectionnés par des ESAT

# PHILANTHROPIE

---

L'engagement du Groupe L'OCCITANE se poursuit par le biais de sa Fondation, d'actions de Mécénat ou de projets de ses salariés. Le Groupe révèle les valeurs qui l'animent et soutient des projets d'intérêt général.



# LES ENGAGEMENTS PHILANTHROPIQUES DU GROUPE

---



## 2 Questions ( MÉCÉNAT ) À JÉRÔME SCHATZMAN



### Défi relevé de l'année ?

*Accroître l'implication des salariés L'OCCITANE à travers le monde.*

### Enjeu à venir ?

*Concentrer les actions de la Fondation L'OCCITANE au Burkina Faso pour renforcer nos impacts pour le développement du pays.*

Le Groupe L'OCCITANE s'engage et soutient des projets d'intérêt général au niveau local, notamment sur le territoire de Haute-Provence, mais aussi à l'échelle internationale, comme au Burkina Faso, terroirs historiques du Groupe.

## PROGRAMME D'ENGAGEMENT DES SALARIÉS

---

Le Groupe cherche à promouvoir l'engagement de ses salariés, en particulier en France : les entités françaises leur proposent de s'investir auprès d'associations dans le cadre du Programme d'Engagement des Salariés mis en place en 2011.

# LES ENGAGEMENTS PHILANTHROPIQUES

## DU GROUPE

---

# 110

salariés engagés dans 27 projets associatifs

Pour permettre à ses collaborateurs de s'investir sur un projet, le Groupe L'OCCITANE offre trois possibilités d'agir :

- ① Financièrement par un don à la Fondation L'OCCITANE.
- ② En partant en mission au Burkina Faso avec l'association de salariés Nord & Sud afin de former les femmes à la fabrication de savons.
- ③ En donnant de son temps à un projet associatif de proximité.

Cette année, près de 110 salariés des trois sites français se sont engagés sur 27 projets différents (nettoyage des Gorges de l'Ardèche, sensibilisation du public au dépérissement de la lavande, restauration de murets de pierres sèches...). Soit 4 fois plus de salariés que sur l'année passée !

# 85

palettes de produits redistribués auprès de 160 000 personnes en difficulté

## DON DE PRODUITS

---

Depuis 3 ans, L'OCCITANE est partenaire de l'association Dons Solidaires. En 2013-2014, 85 palettes ont été distribuées auprès de 145 associations (contre 46 en 2012). Plus de 160 000 personnes en difficulté ont pu en bénéficier.

## MÉCÉNAT EN PROVENCE

---

L'OCCITANE est une marque très impliquée localement. Celle-ci s'est associée à 32 partenaires pour faire perdurer les savoir-faire provençaux et valoriser le territoire.

Cette année, 4 projets ont été soutenus :

- La création d'un parcours sur l'histoire de la Rose à l'Abbaye de Valsaintes, jardin remarquable de près de 650 variétés de roses
- Des visites nocturnes du jardin des Senteurs au Musée ethnobotanique de Salagon
- Le développement d'une filière de plantes tinctoriales par Couleurs Garance
- Un Fonds de dotation pour la préservation du patrimoine lavandicole.

La culture de la lavande en Provence fait aujourd'hui face à des défis importants qui appellent une réponse : L'OCCITANE se mobilise auprès des lavandiculteurs et soutient le « Fonds lavande ». Notre projet commun : développer des solutions concrètes, écologiques et adapter les pratiques de culture afin de préserver la lavande exposée aux conséquences du changement climatique. 50 000 € ont déjà été versés au Fonds lavande pour financer des projets de recherche.

Afin de valoriser ce thème de la lavande qui nous est sensible, en 2013, le Groupe L'OCCITANE s'est associé aux Rencontres Internationales de la Photographie à Arles et a proposé au photographe portugais Paulo Nozolino, grand poète du noir et blanc, de travailler sur une exposition autour de ce sujet.

# 32

partenariats avec des associations pour valoriser le territoire provençal



# LES ENGAGEMENTS PHILANTHROPIQUES DU GROUPE

---

## FONDATION L'OCCITANE

---

Créée en 2006, la Fondation L'OCCITANE s'investit dans deux champs d'action : le soutien aux personnes déficientes visuelles et l'entrepreneuriat féminin. Elle accompagne également une douzaine de filiales du Groupe qui souhaitent s'engager localement. Cette année, la Fondation dispose d'un budget de plus d'1 million d'euros, soutenant 27 projets.

### LE SOUTIEN À L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

Depuis sa création :

- **900 femmes ont été alphabétisées** grâce au Programme de l'association Aide et Action
- **6000 femmes ont eu accès au micro-crédit**, aux services d'épargne et à des programmes de formation dans le cadre des projets de l'association Entrepreneurs du Monde.

Par ailleurs, des Prix Pépites ont été remis en 2013 avec la Maison de l'Entreprise du Burkina Faso à 3 femmes entrepreneures exemplaires pour les accompagner dans le développement de leurs activités. Enfin, comme chaque année, un produit solidaire était proposé pour la Journée Internationale de la Femme en mars. Cette année, la vente de ce savon a permis de collecter plus de 58 000 euros.

A l'échelle internationale, la Fondation a à cœur de soutenir les initiatives entrepreneuriales : pour ce faire, une nouvelle collaboration a vu le jour avec le réseau d'entrepreneurs sociaux Ashoka pour les trois prochaines années. 4 femmes entrepreneures sociales sont soutenues dans 3 pays (France, Etats-Unis et Burkina Faso).

### LE SOUTIEN AUX PERSONNES DÉFICIENTES VISUELLES

Cette année, la Fondation s'est engagée dans deux nouveaux projets de lutte contre la cécité évitable au Burkina Faso :

- **Light for the World :**

Ce programme permet l'octroi de bourses/crédits à 4 médecins Burkinabés pour suivre une formation de spécialisation en ophtalmologie au Mali. Il y a en effet un manque d'ophtalmologistes au Burkina Faso et très peu d'entre eux interviennent en dehors des grandes villes.

- **Sightsavers :**

Ce projet a pour objectif d'éliminer les maladies tropicales négligées dans la région des Cascades au Burkina Faso. 40 000 personnes seront traitées.

Les filiales et distributeurs du Groupe s'engagent eux aussi pour soutenir les personnes déficientes visuelles : en 2013-2014, 10 projets de différents pays ont été sélectionnés et ont permis à près de 150 personnes déficientes visuelles de trouver une formation, un stage ou un emploi et à 3000 personnes d'avoir un accès favorisé à la culture.

Enfin, pour sa 2<sup>ème</sup> édition, le Prix L'OCCITANE Sight Award, visant à soutenir la recherche scientifique pour la lutte contre la cécité dans les pays en développement, a été remis au Pr. Clare Gilbert de la London School of Hygiene and Tropical Medicine pour une étude au Bangladesh. Le projet permettra l'examen oculaire de plus de 10 000 enfants dans les écoles du pays.



# 40 000

personnes traitées contre  
les maladies tropicales  
négligées au Burkina Faso

---

# 6 000

femmes ont eu accès au  
microcrédit avec l'ONG  
Entrepreneurs  
du Monde

# LES ENGAGEMENTS PHILANTHROPIQUES DU GROUPE

---

**PLUS DE  
2 MILLIONS  
D'EUROS**

collectés pour la  
reconstruction du  
Japon

## FONDS L'OCCITANE

---

Après le tsunami au Japon en 2011, le Fonds L'OCCITANE a quant à lui permis de collecter plus de 2 millions d'euros auprès des salariés et actionnaires du groupe, afin d'aider à la reconstruction des régions sinistrées. En effet, 3 ans après la catastrophe, l'aide est toujours nécessaire pour la reconstruction.

## FONDATION MELVITA

---

La marque Melvita est intégrée au Groupe L'OCCITANE depuis 2008. Sa fondation, créée en 2010 par Bernard Chevillat, fondateur de Melvita, agit pour la sauvegarde de l'abeille et de son environnement en participant à toutes les actions ou études susceptibles d'enrayer sa disparition et de préserver son habitat naturel. Depuis la création de la Fondation, 223 ruches ont été installées, 61 apiculteurs ont été formés, et 9 études/conférences ont été organisées autour du thème de la disparition de l'abeille. En 2013, la Fondation Melvita s'est engagée en faveur de 5 projets de sensibilisation et de protection des abeilles.

**223**

ruches installées

---

**61**

apiculteurs formés

---

**9**

études/conférences  
organisées



**276**

bénéficiaires en  
Inde et au Brésil

## MÉCÉNAT COUVENT DES MINIMES

---

Souhaitant faire perdurer la tradition des Sœurs Franciscaines Missionnaires de Marie qui vécurent à Mane dans le Couvent des Minimés, la marque reverse 1% de ses ventes annuelles pour soutenir leurs actions de solidarité. Les premiers projets sont un jardin d'enfant et une école d'infirmière situés dans le sud de l'Inde, ainsi qu'un centre pour personnes âgées au Brésil : 276 personnes bénéficient de ce projet dans ces deux pays. ■

# ANNEXE

---

## INFORMATIONS SOCIALES LABORATOIRES M&L

# ANNEXE

## INFORMATIONS SOCIALES LABORATOIRES M&L

Les données fournies ci-dessous concernent uniquement les Laboratoires M&L, sur l'année civile 2013 (au 31.12.2013). Ces informations sont données à titre indicatif.

### A) EMPLOI

#### L'EFFECTIF ET LA RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR SEXE ET PAR ÂGE

##### Répartition des salariés M&L par âge

Moins de 25 ans	25-35 ans	36-45 ans	46-55 ans	Plus de 55 ans	Total
3,5%	42,7%	33,7%	17,2%	2,9%	100%

En outre, on compte 58% de femmes contre 42% d'hommes au sein de l'entreprise.

#### LES EMBAUCHES ET LES LICENCIEMENTS

Total des embauches CDI	86
Total des départs CDI	65

### B) ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL

Répartition des salariés M&L en temps partiel

Temps plein	87%
Temps partiel	13%

### C) RELATIONS SOCIALES

Représentants du personnel	
Délégués du personnel (titulaires et suppléants)	34
Comité d'entreprise (titulaires et suppléants)	26
CHSCT	19
Délégués syndicaux	5

# ANNEXE

## INFORMATIONS SOCIALES LABORATOIRES M&L

---

### D) SANTÉ ET SÉCURITÉ

#### LES CONDITIONS DE SANTÉ, DE SÉCURITÉ ET L'ENVIRONNEMENT AU TRAVAIL

Nombre de personnes inscrites à une formation sécurité M&L
---------------------------------------------------------------

774
-----

#### LES ACCIDENTS DU TRAVAIL

Nombre d'accidents sans arrêts survenus en 2013	19
Nombre d'accidents avec arrêts survenus en 2013	10

