

A close-up photograph of a hand holding a bunch of yellow flowers, likely chamomile, in a field. The background is a soft-focus field of similar flowers. The text is overlaid on the top and bottom of the image.

LE *Groupe* L'OCCITANE S'ENGAGE

RAPPORT
DÉVELOPPEMENT DURABLE
2019

L'OCCITANE
EN PROVENCE

Melvita



erborian
KOREAN SKIN THERAPY



L'OCCITANE
AU BRÉSIL



LimeLife by Alconé

ELEMIS

Les informations contenues dans ce rapport couvrent l'ensemble des activités du Groupe L'OCCITANE et des cinq marques L'OCCITANE en Provence, Melvita, Erborian, LimeLife et L'OCCITANE au Brésil, durant l'exercice allant du 1er avril 2018 au 31 mars 2019.

La marque Elemis, détenue par le Groupe depuis mars 2019, n'est pas incluse dans le périmètre de ce rapport.

La majorité des données présentées concerne Laboratoires M&L, filiale française du Groupe en charge de la formulation, de la fabrication et de la logistique primaire des produits de L'OCCITANE en Provence, Melvita et Erborian. Lorsque les données portent sur un périmètre plus large, celui-ci sera précisé. Le Groupe L'OCCITANE est désigné sous le vocable « Groupe » dans le rapport.



.....

SOMMAIRE

Éditorial

Introduction

Le Groupe et le développement durable

01 Promouvoir un *sourcing* et des achats durables

02 Concevoir des produits responsables

03 Réduire notre empreinte environnementale
tout au long de notre chaîne de valeur

04 Assurer le bien-être et le développement de nos salariés

05 S'engager dans des projets à impact positif

Annexes

Éditorial

REINOLD GEIGER

Président-directeur général
du Groupe L'OCCITANE

L'exercice 2019 constitue un tournant en matière de responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) pour le Groupe L'OCCITANE. En renforçant nos actions de préservation de la biodiversité et de lutte contre les déchets plastiques, nous entendons contribuer à deux combats majeurs du siècle.



Je suis fier que L'OCCITANE en Provence ait ouvert la voie par la définition de ses six piliers d'engagements, au service d'une réelle intégration du développement durable au cœur de sa stratégie. Notre politique de développement durable est aujourd'hui souhaitée et incarnée par l'ensemble des collaborateurs du Groupe.

Afin de renforcer la pertinence de nos engagements nous avons mis à jour de notre analyse de matérialité. Cette nouvelle priorisation des enjeux auxquels nous devons répondre nous a permis d'ajuster notre politique RSE au plus près des attentes actuelles de l'ensemble de nos parties prenantes.

L'année fut aussi marquée par le lancement de plusieurs projets phares, comme notre partenariat pluriannuel avec *Loop industries*, qui témoigne de nos efforts pour insérer notre usage du plastique dans un modèle d'économie circulaire. Nous avons ainsi amorcé notre transition vers un plastique PET¹ 100% durable.

Notre objectif est clair : atteindre 100% de plastique recyclé pour les bouteilles L'OCCITANE en Provence d'ici 2025.

Par ailleurs, nos équipes ont pour ambition de contribuer à préserver 1 000 espèces et variétés végétales, grâce de multiples partenariats et de nos filières d'ingrédients végétaux (immortelle, lavande, karité...).

Dans un contexte de profonde transformation du secteur, le Groupe renforce ses programmes de formation des collaborateurs. Il nous tient à cœur d'assurer leur développement et leur montée en compétence tout au long de leur carrière.

Enfin, au-delà de ses actions de responsabilité d'entreprise, le Groupe continue ses activités de mécénat, qui œuvrent par exemple pour l'entrepreneuriat et l'*empowerment* féminins, et la lutte contre la cécité évitable, combat historique de L'OCCITANE en Provence.

¹ Le PET est un plastique : le polyéthylène téréphthalate.

INTRODUCTION

Le Groupe, présent dans près de 90 pays, conçoit, fabrique et distribue des produits cosmétiques haut de gamme. Il est composé de six marques suite aux acquisitions de LimeLife (anciennement LimeLight by Alcone) en janvier 2018 et Elemis en mars 2019 :

- **L'OCCITANE en Provence**, créée en 1976, offre des parfums et soins visage, corps et cheveux, riches en ingrédients naturels, fabriqués principalement dans le sud de la France.
- **Melvita** a été créée il y a 30 ans par un apiculteur et propose depuis une cosmétique 100 % biologique, labellisée Cosmébio et certifiée par Ecocert.
- **Erborian** développe des produits hybrides, au croisement du soin et du maquillage, inspirés de la pharmacopée traditionnelle et des technologies de formulation coréennes.
- **L'OCCITANE au Brésil** propose depuis 2013 des parfums, soins capillaires et soins pour le corps valorisant la richesse naturelle et culturelle du Brésil.
- **LimeLife**, marque américaine de cosmétiques et maquillage, vend ses produits par le biais de son site internet et de *beauty guides*.
- **Elemis**, marque de soin *premium* pour la peau a été créée en 1990. Ses produits cosmétiques associent des technologies de pointe à des actifs naturels puissants. La marque vend ses produits par le biais de ses sites web et de grossistes à différents canaux de distribution (e-commerce, vente au détail, QVC, spas professionnels et croisières). L'acquisition d'Elemis permet au groupe de renforcer sa capacité de distribution sur l'ensemble des canaux, dont internet, et d'étendre ses catégories de produits, en particulier dans le domaine des produits de soin du visage.

L'OCCITANE en Provence représente 87% du chiffre d'affaires, LimeLife : 6% et les autres marques (Melvita, Erborian, L'OCCITANE au Brésil) : 7%.

La structure des activités du Groupe se décline en deux grands champs :

- Le *sell-in*, représentant 25% des ventes, est dédié à la commercialisation de produits conçus et fabriqués par le Groupe à des opérateurs, comme des enseignes de distribution sélective, des hôtels ou des *travel retail*².

- Le *sell-out*, représentant 75% des ventes, concerne la commercialisation directe des produits du Groupe auprès des consommateurs, via son propre réseau de boutiques et en e-commerce.

² Boutiques d'aéroport.

CHIFFRES-CLÉS

- 6 marques
- 1 426,9 millions d'euros de chiffre d'affaires consolidé
- 1 572 boutiques en propre
- + 10 845 collaborateurs, plus de 9 000 équivalents temps plein
- Près de 90 pays

IMPLANTATION

- Luxembourg : siège social
- Suisse : quartier général
- Hong Kong : cotation en bourse

Étant coté à la Bourse de Hong Kong, le Groupe a pour obligation de publier tous les ans un certain nombre d'informations sociales, environnementales et de gouvernance. Le Groupe doit également se conformer aux dispositions de la directive européenne 2013/34/UE relative à la publication d'informations non financières et d'informations relatives à la diversité, et sa transposition dans la loi luxembourgeoise en juillet 2016.

Le présent rapport a pour objectif de répondre à cette double obligation de *reporting* extra-financier. Une table de correspondance avec les exigences de la Bourse de Hong Kong est fournie en annexe de ce rapport.



LE GROUPE L'OCCITANE ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Stratégie de développement durable du Groupe et de ses marques

La politique développement durable du Groupe s'articule autour de trois axes majeurs :

- **le respect de l'environnement et de la biodiversité** avec la volonté de réduire son impact environnemental tout au long de la chaîne de valeur (de la formulation à la distribution) et de protéger la biodiversité sur les territoires d'implantation ;

- **le soutien des communautés** : développement de filières durables, souvent locales et courtes, en partenariat avec les producteurs ;

- **la sécurité et la qualité** des produits.

Ces axes stratégiques s'accompagnent d'une **politique de responsabilité d'entreprise**, formalisée en 2017. Elle est basée sur les principes fondamentaux que sont :

- **l'éthique** : activités apolitiques, intégrité, protection de la vie privée et des informations personnelles³, prévention de la corruption, achats de matières premières responsables, protection de la propriété intellectuelle, respect des obligations fiscales ;

- **des conditions de travail respectueuses** : horaires décents, liberté d'association et droit à la négociation collective, absence d'emplois précaires, lutte contre les discriminations, interdiction du travail forcé et du travail des enfants ;

- **la santé et la sécurité** : protection de la santé des consommateurs et de l'hygiène industrielle, prévention des maladies et des accidents du travail.

La politique de responsabilité d'entreprise est en cours de déploiement auprès de l'ensemble des parties prenantes (collaborateurs, fournisseurs et partenaires) et peut donner lieu à **des audits** pour s'assurer de son respect.

Pacte mondial de l'ONU

Depuis 2011, Laboratoires M&L, filiale française en charge de la formulation, de la production et de la logistique primaire des marques L'OCCITANE en Provence, Melvita et Erborian, adhère au Pacte mondial des Nations unies. Par ce programme, l'entreprise s'engage à respecter dix principes concernant les droits humains, les conditions de travail, la protection de l'environnement et la lutte contre la corruption.

Analyse des risques non financiers et dialogue avec les parties prenantes

Le Groupe a réalisé lors de son exercice 2019 une **mise à jour de son analyse de matérialité** afin de réévaluer les enjeux auxquels il doit faire face et les attentes de ses parties prenantes internes et externes. Cette réévaluation va permettre d'ajuster, au cours de l'exercice 2019-2020, la politique RSE du Groupe.

Les enjeux identifiés comme très prioritaires sont les suivants :

- **produits** : innocuité des formules, éco-socio conception des produits, communication responsable et information des consommateurs ;

- **impacts environnementaux** : impact environnemental des formules, protection de la biodiversité ;

- **chaîne d'approvisionnement** : chaîne de valeur responsable, responsabilité des matières premières ;

- **ressources humaines** : développement du capital humain ;

- **éthique** : éthique des affaires, lutte contre la corruption, dialogue avec les parties prenantes.

Ces enjeux, tous abordés au sein du présent rapport, viendront nourrir l'évolution de la stratégie RSE ainsi que le dialogue avec les parties prenantes et la mise à jour de l'analyse des risques extra-financiers présentée ci-dessous.

³ Concernant le sujet de la confidentialité en particulier, le Groupe et ses salariés s'engagent à maintenir confidentielles toutes les informations obtenues dans le cadre de leurs activités, y compris les données personnelles et les informations qui leur sont transmises par les clients et les fournisseurs et cela dans le respect des lois en vigueur au niveau local et international.



Principaux risques non financiers

CATÉGORIE DE RISQUES	EXEMPLE DE RISQUES	POLITIQUES ET ACTIONS MISES EN ŒUVRE	INDICATEURS DE PERFORMANCE
RISQUES LIÉS AUX PRODUITS	<ul style="list-style-type: none"> Utilisation d'ingrédients ayant des effets indésirables sur la santé ou l'environnement Rappel de produits pour des raisons de santé et sécurité du consommateur Perte de labels relatifs à la RSE (Cosmébio, ESR...) 	<ul style="list-style-type: none"> Veille réglementaire Contrôles qualité Charte matières premières Laboratoire Naturalité Éco conception des formules Labellisation Cosmébio de la marque Melvita 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de rappels pour des raisons de santé et sécurité Taux de biodégradabilité des formules Pourcentage d'ingrédients d'origine naturelle dans les produits (en cours de redéfinition)
RISQUES LIÉS AUX IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES USINES	<ul style="list-style-type: none"> Pollution générée par les usines 	<ul style="list-style-type: none"> Système de management de l'environnement et certification ISO 14001 Contrôles des rejets dans l'air et dans l'eau Réduction et recyclage des déchets Engagement RE100 (100 % énergies renouvelables) 	<ul style="list-style-type: none"> Consommation d'eau et d'énergie Production de déchets et types de traitement (enfouissement, incinération, recyclage) Émissions de gaz à effet de serre Pourcentage de sites en électricité renouvelable
RISQUES LIÉS À LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT	<ul style="list-style-type: none"> Non respect des droits de l'homme par les fournisseurs ou sous-traitants Pollution générée par les fournisseurs ou sous-traitants Indisponibilité d'une matière première stratégique 	<ul style="list-style-type: none"> Politique de responsabilité d'entreprise Audit des risques de la chaîne d'approvisionnement Évaluation RSE des fournisseurs Contrats pluriannuels avec les producteurs Certification bio et équitable des matières premières stratégiques 	<ul style="list-style-type: none"> Pourcentage de fournisseurs évalués sur la RSE Nombre de producteurs couverts par des contrats pluriannuels Pourcentage de matières premières stratégiques certifiées biologiques ou équitables
RISQUES LIÉS AUX RESSOURCES HUMAINES	<ul style="list-style-type: none"> Comportement violent les droits de l'homme (discrimination, harcèlement...) Accident du travail Plan social 	<ul style="list-style-type: none"> Politique de responsabilité d'entreprise Charte de la diversité Certification OHSAS 18001 Plan de prévention et sécurité Bourse à l'emploi interne 	<ul style="list-style-type: none"> Taux d'absentéisme Taux de fréquence et de gravité
RISQUES LIÉS À L'ÉTHIQUE	<ul style="list-style-type: none"> Comportement frauduleux (corruption, fraude fiscale...) 	<ul style="list-style-type: none"> Charte éthique Code de déontologie achats 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de procès pour corruption



Engagements de la marque L'OCCITANE en Provence

Suite aux travaux réalisés spécifiquement sur la stratégie RSE de L'OCCITANE en Provence, le Groupe a annoncé **6 engagements** pour la marque avec des objectifs clairement définis :



respecter la biodiversité :

contribuer à la protection de 1 000 espèces et variétés de plantes d'ici 2025 ;



soutenir les producteurs :

créer un commerce équitable avec l'ensemble des producteurs en relation directe d'ici à 2025 ;



réduire les déchets :

intégrer 100% de plastique recyclé dans 100% des flacons et proposer un service de recyclage dans 100% des boutiques en propre dans le monde d'ici 2025 ;



lutter contre la cécité évitable :

atteindre 10 millions de bénéficiaires de soins oculaires d'ici 2020 ;



soutenir le leadership féminin :

soutenir 33 000 femmes dans leur développement socioéconomique d'ici à 2020 ;



promouvoir l'artisanat :

soutenir les artisans, partager leur savoir-faire.



Éthique des affaires et lutte contre la corruption

En 2009 le Groupe s'est doté d'une charte éthique toujours en vigueur avec un double principe d'action et de comportement pour l'ensemble de ses employés.

Un code de déontologie spécifique a fait l'objet d'un engagement formel des membres de la fonction achats en 2019.

Pour l'exercice 2019, le Groupe n'a été concerné par aucun procès relatif à des faits de corruption.

L LimeLife by Alconne *Paraben Free - Cruelty Free - Worry Free Skin Care*





PROMOUVOIR UN *SOURCING*
ET DES ACHATS DURABLES

01

POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES

Présentation de la politique du Groupe

Le Groupe L'OCCITANE cherche en permanence à garantir la traçabilité, la durabilité et la qualité de l'ensemble des matières premières et produits qu'il achète. Au-delà de la sécurisation de la chaîne de valeur, le Groupe a pour ambition d'identifier les fournisseurs les plus pertinents pour innover et renforcer ses engagements.

Le Groupe s'est doté en 2018 d'une fonction « achats responsables ». Sa mission première consiste à gérer les risques RSE en matière d'achats pour les catégories et pays les plus exposés aux risques RSE, ainsi que de consolider la politique globale en matière d'achats responsables.

L'ensemble des salariés de la fonction achats de Laboratoires M&L et des grandes filiales de distribution a signé la politique de responsabilité d'entreprise et a été formé à l'intégration des enjeux RSE dans les processus achats.

La fonction achats dispose de son propre code de déontologie, qui précise les modalités d'application des principes éthiques de la politique de responsabilité d'entreprise.

En 3 ans, 100% des acheteurs L'OCCITANE en Provence et Melvita ont reçu une formation achats responsables et écoconception.

Évaluation des risques sociaux et environnementaux dans la chaîne d'approvisionnement

Au cours des trois dernières années, le Groupe a concentré l'évaluation des risques sociaux et environnementaux de sa chaîne d'approvisionnement sur trois catégories d'achats les plus à risque : *merchandising*, mobilier et articles promotionnels.

L'objectif de zéro fournisseur à haut risque sur ces catégories d'achats a quasiment été atteint fin 2018. Sur les 105 fournisseurs jugés à risque RSE élevé en 2017-2018, seuls trois n'ont pas été exclus du panel fournisseurs. L'approche

choisie pour ces partenaires est de les accompagner dans un plan de progrès de leur maîtrise des risques RSE. Des plans d'actions ciblés peuvent être exigés des fournisseurs présentant un risque modéré.

Évaluation RSE des fournisseurs de Laboratoires M&L

18% des achats directs sont couverts par une évaluation RSE détaillée soit 6 points de plus que durant l'exercice 2017.

98% des fournisseurs du périmètre cible se sont engagés à respecter la politique de responsabilité d'entreprise.

Les évaluations des fournisseurs se font sur la base d'une étude documentaire et d'une grille d'analyse d'indicateurs-clés. Pour les zones au cadre législatif différent de l'Europe, des rapports d'audits sociaux et environnementaux, réalisés par des organismes tiers sur la base de référentiels reconnus internationalement (comme BSCI, SMETA ou SA 8000), peuvent également être exigés. Afin d'identifier et de répondre aux risques RSE de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement du groupe, une cartographie des risques sera réalisée en 2019.

Les boutiques L'OCCITANE en Provence

En 2018, les équipes *retail* et *concept* ont été sensibilisées aux achats responsables en boutique (meubles écoconçus, modularité, empreinte environnementale des matériaux...). Un guide répertoriant l'impact environnemental des matériaux a été mis en place et des ateliers d'intégration de l'écoconception dans le concept boutique seront organisés en 2019.

Répartition achats directs de Laboratoires M&L par région géographique (en montants d'achats) pour l'exercice 2019

73% en Europe

25% en Asie

2% en Afrique



SOURCING DURABLE DE MATIÈRES PREMIÈRES STRATÉGIQUES



Les filières durables, un département unique

Un des enjeux stratégiques du Groupe est de préserver et valoriser ses filières végétales. Cela implique de protéger les espèces végétales et la biodiversité d'une part et d'autre part, de nouer des partenariats de long terme avec les producteurs fondés sur le partage de la valeur créée, les circuits courts, la pérennisation des savoir-faire, ou encore le développement des communautés locales et des territoires.

Une équipe de neuf personnes est entièrement consacrée à la gestion des filières naturelles stratégiques, pour les marques L'OCCITANE en Provence, Melvita et L'OCCITANE au Brésil. Cette démarche interne, appelée *Sustainable Communities*, a pour objectifs de :

- permettre au Groupe d'innover de façon responsable, avec des ingrédients naturels ;
- sécuriser durablement les chaînes stratégiques d'approvisionnement et assurer une traçabilité maximale ;
- préserver la biodiversité ;
- participer au développement des territoires de production.

Les matières premières stratégiques (MPS) sont les ingrédients où le besoin de traçabilité est extrêmement important car ils représentent les actifs principaux des gammes et produits. L'outil d'évaluation de durabilité des ingrédients stratégiques comprend des critères sur la sécurité et la qualité, l'équité économique, le respect de l'environnement, le respect des savoir-faire et du patrimoine culturel, la gouvernance et le management et, enfin, les relations commerciales avec le producteur.

66 filières stratégiques

étaient développées par le Groupe, à la fin mars 2019.





Les matières premières stratégiques font l'objet d'engagements importants de la part du Groupe.

- Pour les matières premières dites sensibles et à suivi renforcé, c'est-à-dire des plantes rares et pour lesquelles il existe une tension d'approvisionnement, le Groupe assure la traçabilité jusqu'au champ et s'engage sur les volumes d'achats auprès des producteurs, avant la récolte des plantes. Un cahier des charges spécifique peut être défini avec les producteurs afin de préciser les procédés de culture et de transformation ou encore les critères de qualité de l'ingrédient. Le myrte et la pivoine sont par exemple concernées par ce cahier des charges.
- Pour les matières premières stratégiques à engagement, qui correspondent aux ingrédients phares des gammes de produits du Groupe, des partenariats de plusieurs années sont signés avec les producteurs, dans lesquels sont notamment fixés d'avance les volumes et les prix d'achats. Des préfinancements et des prêts à taux zéro peuvent également être proposés aux producteurs. La lavande AOP de Haute-Provence, l'immortelle biologique de Corse ou le beurre de karité biologique et équitable du Burkina Faso appartiennent à cette catégorie.

Par ailleurs, des audits sont progressivement menés pour les autres matières premières végétales ou d'origine végétale afin d'approfondir la traçabilité de ces dernières jusqu'au pays de production voire à la parcelle, lorsque les partenaires peuvent le fournir.

Pour les marques L'OCCITANE en Provence et Melvita, les matières premières stratégiques représentaient à la fin mars 2019 :

9,8% des volumes totaux de matières premières végétales

12% de la valeur totale des achats d'ingrédients



Soutien des producteurs et des économies locales

Au travers de son approvisionnement en matières premières stratégiques, le Groupe soutient le développement économique des producteurs et des territoires sur lesquels ils se situent. Le Groupe soutient une agriculture familiale garante de la protection des territoires et des savoir-faire en privilégiant le *sourcing* local, en élaborant des contrats pluriannuels avec les producteurs et en s'engageant dans des démarches de commerce équitable.

Cinq ingrédients des marques L'OCCITANE en Provence et Melvita sont issus du commerce équitable – «Fair for Life»⁴ : karité, argan, fleur d'oranger, huile de sésame et huile de coco.

Les marques L'OCCITANE en Provence et Melvita s'engagent ainsi à ce que toutes les filières de matières premières stratégiques soient certifiées comme issues du commerce équitable d'ici 2025.

Pour les matières premières stratégiques, les marques L'OCCITANE en Provence, Melvita et L'OCCITANE au Brésil définissent des contrats pluriannuels avec les producteurs afin de leur garantir des revenus sur une période allant de deux à dix ans.

Ces contrats fixent un prix et/ou des volumes minimums, voire engagent à préfinancer les récoltes pour assurer aux producteurs la trésorerie nécessaire pendant ces périodes : au cours de l'exercice 2019, les préfinancements ont représenté plus de 40% du budget total consacré aux achats de matières premières stratégiques pour les marques L'OCCITANE en Provence et Melvita.



Un ingrédient phare illustrant cette démarche est l'immortelle de Corse : L'OCCITANE en Provence a signé des contrats d'une durée de cinq à sept ans avec neuf producteurs et distillateurs, et préfinance la récolte jusqu'à 80% en fonction des besoins des agriculteurs. Pour le karité, les préfinancements représentent 80% du prix du beurre avant récolte des noix ; pour l'argan ils représentent 50% du prix de l'huile.

Par ailleurs, le Groupe promeut des contrats non exclusifs qui permettent aux producteurs de conserver leur indépendance et de diversifier leurs sources de revenus. L'accompagnement vers une conversion à des pratiques agricoles plus écologiques et biologiques est également proposé.

En 2019, le Groupe a lancé une réflexion sur la création d'un fonds de solidarité pour soutenir les producteurs en cas de besoin exceptionnel, par exemple lorsqu'ils sont frappés par des catastrophes naturelles.



95 % des surfaces utilisées

pour les ingrédients stratégiques sont biologiques, ce qui représente 4731 hectares.



L'OCCITANE au Brésil et le partage des bénéfices



Dans le cadre de l'application du protocole de Nagoya, L'Occitane au Brésil s'engage à partager les avantages découlant de l'utilisation de la biodiversité du Brésil. Des projets ont donc été menés pour partager ces bénéfices avec les communautés locales sous la forme d'actions environnementales ou de développement. Depuis 2014, des cultures locales et biologiques ont été développées ainsi qu'un fonds pour la structuration de zones agroforestières, mais aussi une librairie pour les enfants, une aide à la fabrication et commercialisation d'artisanat local ou un projet de fabrication de céramiques avec des enfants.

⁴ Le référentiel "Fair for Life" est basé sur plusieurs engagements, dont l'équité (des prix équitables permettant un salaire décent aux producteurs), le social (le respect des droits de l'homme, des conditions de travail dignes, l'organisation collective), l'environnement (des pratiques agricoles durables), le développement local durable (des projets de développement adaptés aux contextes locaux) et des partenariats commerciaux solides et de longue durée

Préservation de la biodiversité

• Diagnostic biodiversité avec l'UICN

Pour la troisième année consécutive de la collaboration avec l'UICN France⁵, Laboratoires M&L a signé l'engagement collectif « Act 4 Nature » dont l'UICN France est partenaire.

Ce partenariat, dont le double objectif est d'identifier les impacts liés à l'activité de L'OCCITANE en Provence sur la biodiversité et de soutenir l'UICN dans ses projets, a permis à la marque de mettre en place un plan d'action dédié à la protection de la biodiversité.

En trois ans, le diagnostic a démontré que l'impact principal des activités de L'OCCITANE en Provence sur la biodiversité se situait au niveau du *sourcing* de matières premières. Ce constat a conduit la marque à mettre en place un plan d'action visant à améliorer la traçabilité des matières premières pour ensuite s'assurer que son approvisionnement ne menace pas la biodiversité.

L'UICN continue aujourd'hui de conseiller le Groupe sur différents projets, comme par exemple le plan de gestion de la ressource en cade⁶.

• Respect du protocole de Nagoya

Le protocole de Nagoya est un accord international visant à partager, en toute équité, la valeur émanant de l'utilisation d'une ressource génétique. Laboratoires M&L travaille avec l'association Union for Ethical Biotrade (UEBT) pour s'assurer de la conformité de ses actions à ce protocole et améliorer la traçabilité des ingrédients naturels :

- aucune nouvelle matière première contenant des ingrédients d'origine naturelle n'est acceptée par Laboratoires M&L sans certificat d'origine ;
- la matière première est refusée si elle n'est pas conforme avec les législations nationales du protocole de Nagoya ;
- une base de données est constituée pour obtenir un état des lieux de l'origine géographique des ingrédients de chacune des 600 matières premières naturelles de Laboratoires M&L.

• Actions en faveur de la biodiversité dans la chaîne d'approvisionnement

La préservation de la biodiversité fait partie intégrante de la politique de filières durables, en valorisant des variétés locales adaptées à leur territoire, en favorisant les ingrédients certifiés biologiques et en recourant à la certification RSPO⁷ pour ses achats de matières premières contenant de l'huile de palme.

Parmi les 66 filières stratégiques du Groupe (hors Erborian et LimeLife), 42 sont certifiées biologiques. La marque Melvita étant labellisée Cosmébio, au moins 95% de ses matières premières sont biologiques.

95 % des filières stratégiques

du Groupe (hors Erborian et LimeLife) sont certifiées biologiques à la fin mars 2019.

En 2018, Laboratoires M&L travaille avec ses partenaires locaux pour élaborer une charte de cueillette durable, qui vise à protéger l'intégrité de l'habitat de certaines plantes. À ce jour, tous les partenaires cueilleurs ont signé cette charte. C'est notamment le cas de plus de 17 000 cueilleurs avec lesquels travaillent les marques pour le karité, l'argan, le cade, le myrte, l'églantier et la reine des prés.

L'huile de palme fait l'objet de controverses concernant ses impacts sociaux et environnementaux, notamment sur la déforestation et la destruction de l'habitat d'espèces animales en voie de disparition. Laboratoires M&L n'achète ni n'utilise directement de l'huile de palme brute dans la composition de ses formules. En revanche, certains produits, comme les copeaux de savons et certains dérivés utilisés peuvent en contenir⁸. Depuis 2011, Laboratoires M&L est membre de la RSPO, une organisation à but non lucratif visant à promouvoir et certifier une production d'huile de palme durable. L'objectif est que 100% de l'huile de palme contenue dans les matières premières soit certifiée RSPO d'ici 2020.

97 % de l'huile de palme

contenue dans les matières premières de Laboratoires M&L est certifiée RSPO, à la fin mars 2019.

Laboratoires M&L s'engage aussi à réduire sa consommation d'huile de palme, à hauteur de 25% d'ici 2025. La production de savons sans huile de palme est une des pistes privilégiées.

• Répondre à l'urgence climatique et promouvoir la biodiversité cultivée

Préservation de la biodiversité et crise climatique sont liées. Certaines espèces comme la lavande sont touchées par les épisodes de sécheresse, tandis que des ravageurs de cultures ne sont plus régulés par les périodes de froid l'hiver. Le Groupe veille à la résilience de chaque filière grâce à une attention particulière portée aux territoires, en privilégiant les variétés locales et en préservant la diversité des variétés.

Par ailleurs, le Groupe a lancé pour l'année 2019-2020 un partenariat avec PUR Projet pour soutenir des projets de reforestation dans chaque pays où le Groupe opère.

L'ensemble de ces actions sont renforcées par les nombreux projets et partenariats :

- Conservatoire méditerranéen partagé, une communauté rassemblant des organisations, institutions et producteurs autour de la préservation et promotion des plantes et variétés végétales des espaces cultivés autour de la Méditerranée.
- France Amande, première fédération interprofessionnelle de l'amande en France, dont le but est de replanter 2000 hectares d'amandiers en France pour relancer une culture durable.
- Fonds de dotation de sauvegarde de la lavande de Provence, le premier programme visant à lutter contre les maladies s'est terminé en 2018 et les prochaines étapes s'orientent désormais vers la réduction des consommations d'énergie fossile et des émissions de CO₂.

Les vergers de L'OCCITANE

Afin de sensibiliser et d'impliquer ses collaborateurs dans la préservation de la biodiversité de ses filières stratégiques, Laboratoires M&L a lancé le projet « Les vergers de L'OCCITANE », qui permet à chaque collaborateur de trois ans d'ancienneté de planter un amandier provençal à son nom aux côtés de producteurs locaux.



⁵ Comité français de l'Union internationale pour la conservation de la nature.

⁶ Le genévrier cade est un petit arbre ou un arbrisseau fréquent en région côtière méditerranéenne.

⁷ Round Table on Sustainable Palm Oil.

⁸ L'huile de palme peut subir un fractionnement lors de son extraction, pour créer des dérivés d'huile de palme qui se présentent sous forme solide ou liquide.





CONCEVOIR DES PRODUITS RESPONSABLES

02

QUALITÉ ET SÉCURITÉ DES PRODUITS

Garantir la qualité et l'innocuité de ses produits cosmétiques est la première responsabilité du Groupe envers ses consommateurs. De nombreux mécanismes sont mis en place afin d'assurer, tout au long de la chaîne de valeur, la qualité et la sécurité des produits.

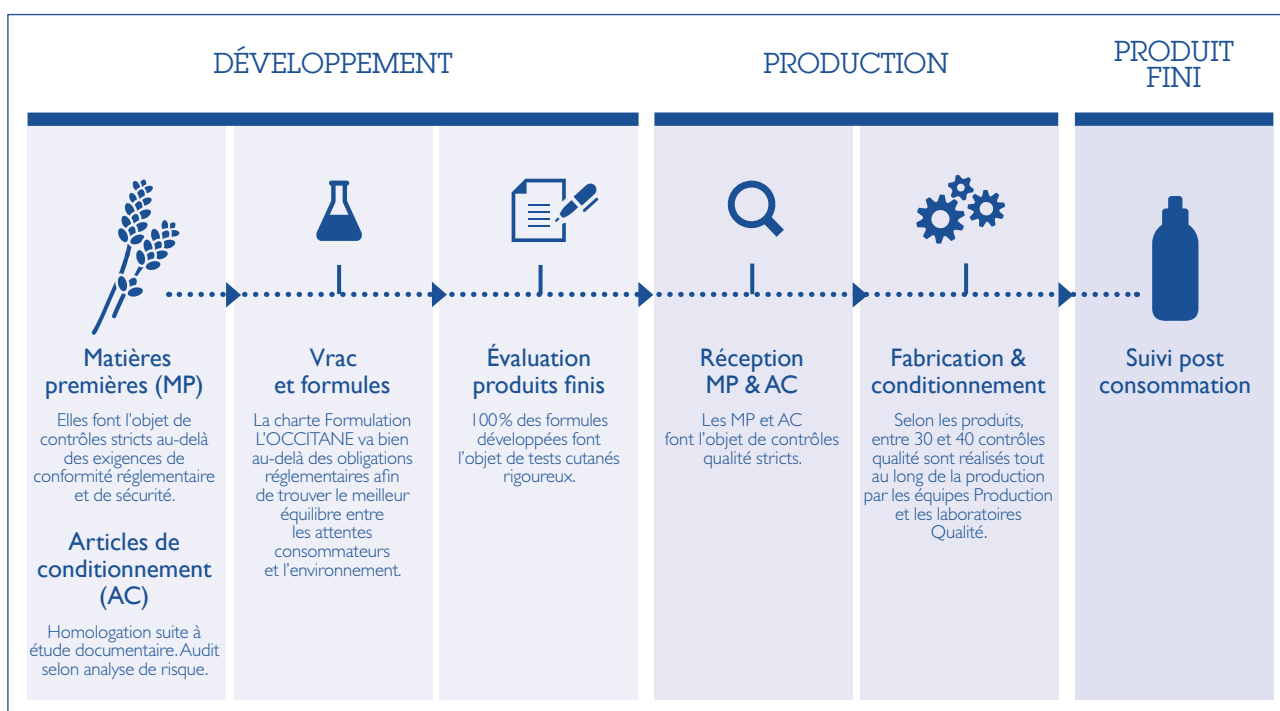
Une veille réglementaire concernant les ingrédients ainsi que les produits cosmétiques et alimentaires est réalisée pour chaque pays ou zone géographique dans laquelle les produits du Groupe sont commercialisés. Ce travail permet d'anticiper les évolutions réglementaires futures, et ainsi d'assurer la conformité internationale des produits du Groupe.

Des contrôles qualité sont réalisés à chaque étape de développement des produits : lors de la réception des matières premières et des articles de conditionnement, de la formulation, de la fabrication et au niveau du produit fini.

Durant l'exercice 2019, aucun retrait ou rappel de produits commercialisés pour les marques L'OCCITANE en Provence, Melvita, Erborian et L'OCCITANE au Brésil n'a eu lieu en raison d'effets indésirables sur la santé ou de menaces pour la sécurité des consommateurs.



Des produits sous contrôle tout au long de leur conception



ÉCOCONCEPTION DES FORMULES COSMÉTIQUES

Les marques du Groupe L'OCCITANE partagent la conviction des bienfaits des cosmétiques d'origines naturelles. Le Groupe cherche à accroître la naturalité et la biodégradabilité de ses formules, tout en privilégiant des filières durables.

Une charte de formulation guide les équipes de l'entreprise mais aussi les fournisseurs et sous-traitants travaillant avec Laboratoires M&L dans le développement de formules cosmétiques plus naturelles. Elle édicte les règles à suivre en matière de formulation, liste les ingrédients interdits ainsi que ceux à privilégier. Cette charte est basée sur la réglementation et des engagements volontaires.

Le Groupe dispose par ailleurs d'un Laboratoire Naturalité qui travaille à l'amélioration des formules – existantes ou nouvelles. À chaque formulation ou reformulation d'un produit L'OCCITANE en Provence, une note écoconception est attribuée selon plusieurs critères : le taux de naturalité, le nombre d'ingrédients à enjeu pour l'environnement, le nombre d'ingrédients entrant dans la composition de la formule, et enfin le pourcentage d'ingrédients facilement biodégradables.

Par ailleurs, Laboratoires M&L s'inspire de la chimie verte pour l'extraction de ses ingrédients actifs, en utilisant des solvants verts tels que l'eau ou les huiles végétales et des procédés d'extraction verts tels que les ultrasons, les fluides super-critiques ou encore l'hydrolyse enzymatique. En outre, les coproduits, autres matières créées lors de l'extraction, sont valorisés en déchets ou font l'objet d'une double extraction.

En 2019, Laboratoires M&L s'est aligné sur la norme ISO 16128 en matière de définition de la « naturalité » afin de se référer au standard international, tout en allant au-delà. C'est le cas pour la marque Melvita, entièrement labellisée Cosmébio, dont le référentiel est plus exigeant que celui de la norme ISO 16128, mais aussi de la marque L'OCCITANE en Provence, qui proscrit le parabène ou les organismes génétiquement modifiés.

68 % des produits rincés

de L'OCCITANE en Provence répondent à l'engagement de biodégradabilité.

Une attention croissante est portée à la biodégradabilité des formules, en substituant progressivement des ingrédients synthétiques tels que les silicones ou les conservateurs. L'objectif de la marque L'OCCITANE en Provence est que 100% de ses produits rincés contiennent 95% d'ingrédients facilement biodégradables d'ici 2030.



L'OCCITANE en Provence s'engage à revoir ses formules dans le cadre de sa démarche écoconception, en substituant progressivement certains ingrédients :

- le cyclosiloxane (D5) en 2020,
- l'huile de palme pour les savons *retail* en 2022,
- le phénoxyéthanol en 2023⁹.

86 % des produits sont **sans silicones**

77 % des produits sont **sans phénoxyéthanol**

à la fin mars 2019 pour L'OCCITANE en Provence

La gamme Verveine & Agrumes proposée en BtoB, auprès des hôtels notamment, est désormais conçue sans phénoxyéthanol, sans silicones, sans colorants et sans huiles minérales, et le gel douche, le shampoing et l'après-shampoing comptent 98% d'ingrédients biodégradables. Par ailleurs, la Perfect Sunscreen de LimeLife est une crème solaire contenant des ingrédients organiques d'origine végétale et notamment sans dommages pour les coraux.

Afin d'informer les consommateurs de manière transparente, la charte de formulation est publiée sur les sites du Groupe ou de la marque L'OCCITANE en Provence. Cette charte détaille les ingrédients utilisés, interdits ou limités dans l'ensemble des formules. Erborian travaille également de son côté à la mise en place d'une charte similaire.

⁹ Les années indiquées correspondent aux années de mise en production.

ÉCOCONCEPTION DES EMBALLAGES

Conscient des impacts environnementaux des emballages, le Groupe a pour ambition d'accélérer l'écoconception et la réduction de leur empreinte environnementale.

L'approche du Groupe pour l'écoconception de ses emballages comprend :

- la réduction du poids des emballages,
- le recours à des matériaux recyclés ou d'origine renouvelable,
- l'utilisation de matériaux recyclables et de composants séparables pour faciliter le geste de tri,
- la proposition de contenants rechargeables (écorecharges).

L'OCCITANE en Provence et Melvita étudient différentes solutions afin d'éliminer les emballages non nécessaires ou de proposer des alternatives plus durables :

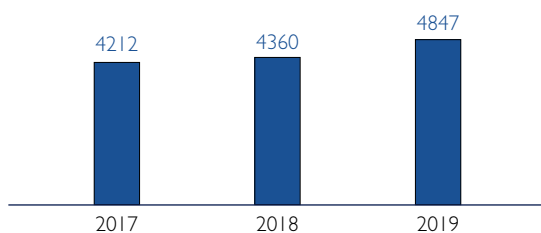
- substitution de la cellophane d'emballage des produits par un film compostable à domicile labellisé FSC¹⁰,
- allègement des pots échantillons,
- utilisation d'emballage e-commerce exclusivement en carton,
- d'ici 2021, L'OCCITANE en Provence s'engage à ne plus utiliser de spatule en plastique pour ses produits et à fournir aux boutiques des spatules en matériau durable.

New Plastic Economy

Afin d'officialiser son engagement pour diminuer l'impact environnemental de ses emballages, le Groupe a signé le New Plastic Economy Global Commitment de la Fondation Ellen Macarthur, en novembre 2018.

Depuis de nombreuses années, L'OCCITANE en Provence s'efforce d'augmenter le pourcentage de plastique recyclé dans ses bouteilles et le fait actuellement à hauteur de 24%, avec l'objectif d'atteindre 100% d'ici 2025.

Consommation de matériaux de conditionnement de Laboratoires M&L (en tonnes)



¹⁰ La certification FSC - Forest Stewardship Council - vise à promouvoir à travers le monde une gestion responsable des forêts.

L'engagement avec Loop Industries

Un accord pluriannuel d'approvisionnement en plastique PET 100% durable, labellisé LoopTM, a été signé en février 2019 entre Loop Industries et L'OCCITANE en Provence. Grâce à cet accord, la marque commencera à intégrer ce plastique dans les emballages de ses flacons et bouteilles d'ici 2022. Cela permettra de porter à 100% le taux de plastique recyclé dans ses contenants vendus en boutique d'ici 2025.

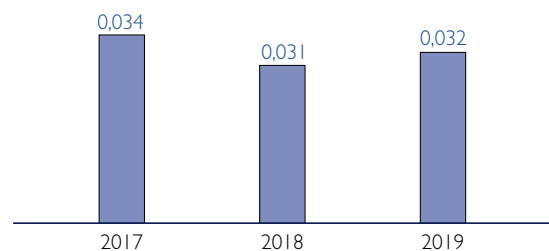
L'OCCITANE en Provence promeut des écorecharges pour certains de ses produits les plus vendus. Elles permettent d'économiser jusqu'à 90% de matière par rapport à un contenant classique et limitent les émissions de CO₂ lors du transport des produits. L'objectif est de proposer d'ici 2021 25 écorecharges pour l'ensemble de la marque L'OCCITANE en Provence, et ainsi de diminuer de 10% les approvisionnements de plastique.

15 produits L'OCCITANE en Provence sont disponibles en écorecharge et ont permis d'économiser **152** tonnes de matériaux au cours de l'exercice 2019.

Les palettes blush rechargeables de LimeLife

LimeLife by Alcone propose des palettes de maquillage 100% recyclables et rechargeables. Les clients sont libres de choisir les teintes à intégrer dans leurs palettes et les remplacer lorsque celles-ci sont utilisées. Ce procédé de personnalisation du produit a permis de réduire les déchets de 30%.

Intensité de la consommation de matériaux de conditionnement de Laboratoires M&L (en tonnes/K unités produites)





RÉDUIRE L'EMPREINTE
ENVIRONNEMENTALE TOUT AU
LONG DE LA CHAÎNE DE VALEUR

03



SYSTÈME DE MANAGEMENT DE L'ENVIRONNEMENT

Le Groupe fabrique la grande majorité de ses propres produits : la filiale Laboratoires M&L, comprenant deux usines à Manosque et à Lagorce en France, procède à la fabrication de tous les produits des marques L'OCCITANE en Provence et Melvita (hormis quelques produits sous-traités¹¹), tandis que les produits d'Erborian, de L'OCCITANE au Brésil et de LimeLife sont fabriqués par des sous-traitants. Le Groupe dispose également de son propre réseau de boutiques, tandis que les produits LimeLife sont vendus en direct ou par des *beauty guides* via internet. L'ensemble des opérations, de la fabrication à la distribution en passant par la logistique, génère des impacts environnementaux que le Groupe s'engage à minimiser.

Depuis 2012, une démarche volontaire de certification ISO 14001 a été mise en place dans certains sites. En 2019, les deux usines de Laboratoires M&L pour les activités de développement et de fabrication des produits, mais aussi le siège de Genève, le site administratif de Paris et l'ensemble des boutiques en propre en France des marques L'OCCITANE en Provence et Melvita, ont été certifiés ISO 14001 dans sa nouvelle version. Aucun point de non conformité n'a été constaté lors de cette nouvelle certification.

¹¹ Produits de maquillage ou aérosols.

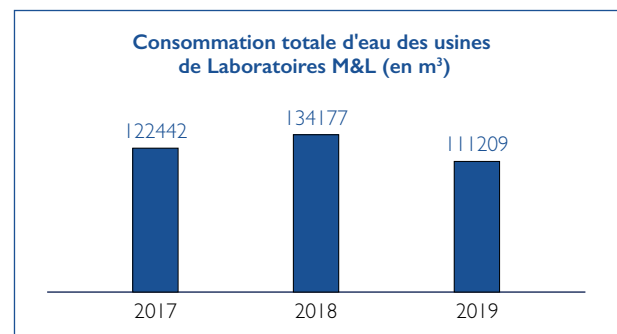
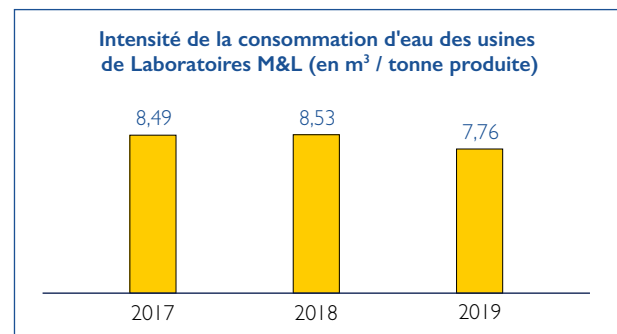
PRÉSERVATION DES RESSOURCES NATURELLES

Optimisation de la consommation d'eau

L'eau, en tant qu'ingrédient-clé dans les formules des produits et matière nécessaire aux processus de fabrication, est une ressource majeure pour le Groupe. Optimiser la gestion de l'eau est une priorité pour Laboratoires M&L et ses deux usines.

Le site de Lagorce fait l'objet d'une surveillance particulière, du fait de sa situation géographique en zone de stress hydrique. Le site de Manosque a dépassé l'objectif fixé fin 2018 de réduire de 5% sa consommation d'eau par tonne produite, avec une diminution de 9,5% à la fin mars 2019. L'objectif est désormais de réduire de 7% la consommation à la tonne produite pour l'usine de Manosque d'ici 2020.

Au cours de l'exercice 2019, Laboratoires M&L a consommé près de 111 209 m³ d'eau (soit une économie de 22 968 m³ d'eau sur un an). Par rapport à 2018, l'intensité de la consommation d'eau (m³ par tonne produite) a baissé de 9%.

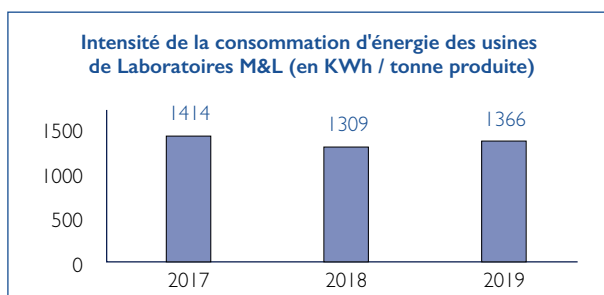
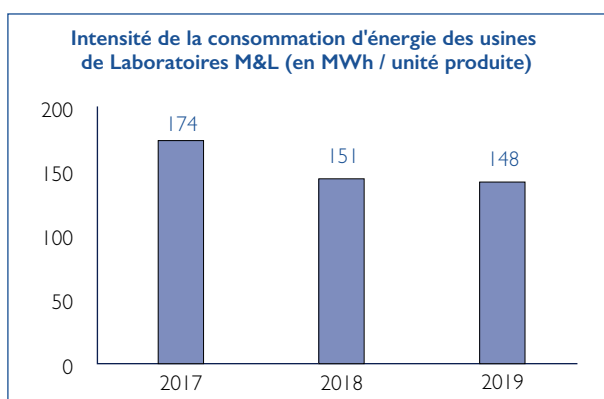
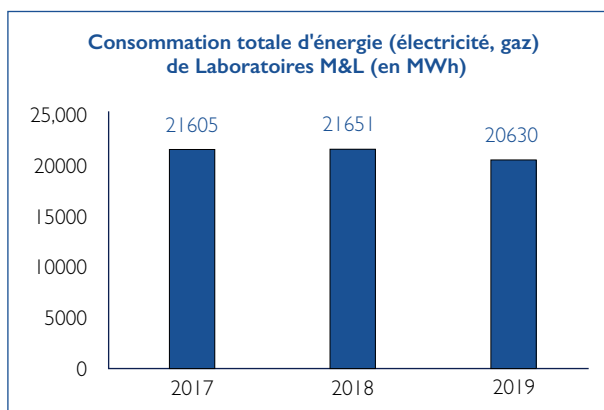


Réduction de la consommation d'énergie

Pour diminuer la consommation énergétique de ses sites de production, Laboratoires M&L privilégie des méthodes de fabrication moins énergivores avec des procédés à froid ou des temps de fabrication moindres. Sur le site de Lagorce, Laboratoires M&L a mis en place un procédé de récupération de la chaleur des eaux usées dans le but de préchauffer les eaux de process.

La marque L'OCCITANE en Provence a aussi l'objectif de recourir exclusivement à l'éclairage LED d'ici 2020 pour l'ensemble de ses boutiques en propre.

Durant l'exercice 2019, Laboratoires M&L a utilisé près de 20 629 MWh d'énergie (électricité, gaz). Par rapport à 2018, les sites ont réussi à réduire de 15% l'intensité de leur consommation d'énergie, en KWh par unité produite, et de 3,4% par tonne produite.



Laboratoires M&L va engager, dans les mois à venir, des audits énergétiques des sites de Lagorce et Manosque. Ces audits, effectués pour la dernière fois il y a quatre ans, seront les fondements d'une nouvelle politique de transition énergétique avec de nouveaux objectifs pour ces sites, en s'appuyant par exemple sur la norme ISO 50 001¹².



RÉDUCTION DES POLLUTIONS ET DÉCHETS

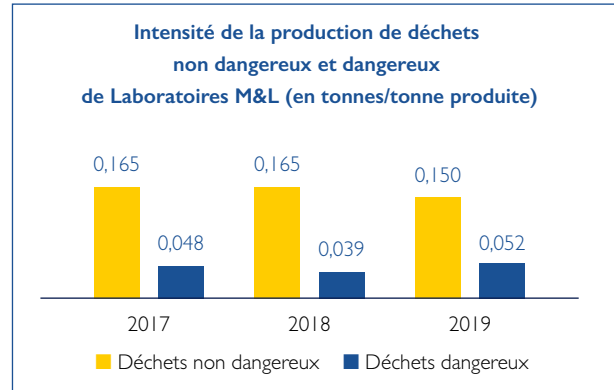
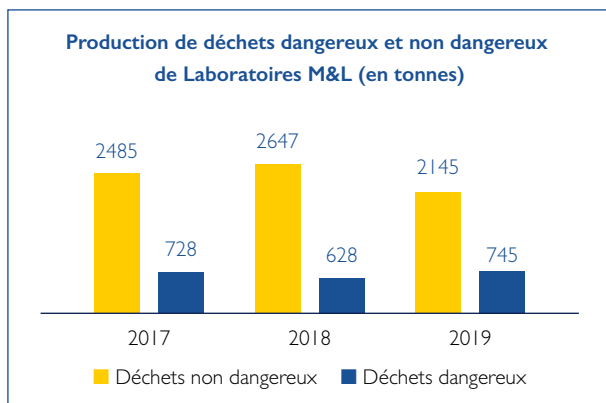
Rejets dans l'eau et dans l'air

Les rejets dans l'eau de Laboratoires M&L sont conformes aux réglementations en vigueur¹³. L'usine de Manosque dispose d'une station de prétraitement des effluents, qui sont ensuite transférés vers la station d'épuration locale. Le site de Lagorce est, quant à lui, équipé de sa propre station d'épuration des eaux usées, utilisant un système de traitement biologique et d'ultrafiltration.

Les principaux rejets dans l'air de Laboratoires M&L sont les émissions de CO₂ (voir la partie suivante sur le changement climatique). Hors CO₂, les sites émettent des composés organiques volatiles et des NO₂. Des contrôles d'émissions réglementaires sont effectués régulièrement pour s'assurer de la conformité des sites.

Traitement des déchets

Sur l'exercice 2019, la production totale de déchets était de 2 890 tonnes, soit 13% de moins qu'en 2018. Ramenés à la tonne produite, Laboratoires M&L a généré 0,05 tonnes de déchets dangereux, soit une légère augmentation par rapport à 2017, et 0,15 tonnes de déchets non dangereux, soit une diminution 10% par rapport à 2017.



Zéro enfouissement
 et 100% de valorisation (thermique, organique ou matière) des déchets de Laboratoires M&L depuis le 1^{er} avril 2018

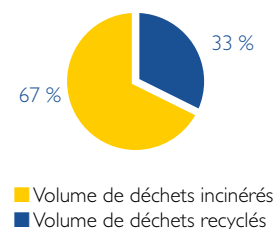
Un programme de recyclage en boutique avec TerraCycle

Depuis 2014, les boutiques des marques L'OCCITANE en Provence et Melvita proposent à leurs clients un programme de recyclage de leurs emballages vides, en partenariat avec l'organisme TerraCycle. L'objectif du programme est d'encourager le recyclage de produits de beauté par les consommateurs, en ciblant particulièrement les emballages composés de matériaux difficilement recyclables (tubes de baume à lèvres, flacons et pompes démaquillant), notamment dans des pays dépourvus de services de recyclage. D'abord instauré en France, le programme est aujourd'hui déployé dans 9 pays – les États-Unis, la Grande-Bretagne, l'Irlande, la Corée et le Japon ayant rejoint l'initiative durant l'exercice 2019 – ainsi que pour de nouvelles marques comme LimeLife. Le recyclage en magasin est offert dans 42% des magasins en propre L'OCCITANE en Provence avec un objectif de 100% d'ici 2025.

Des salariés engagés pour le recyclage

En 2019, plusieurs filiales du Groupe ont organisé des marches pour nettoyer la nature, comme au Japon, en Grande-Bretagne et en France. La filiale de Grande-Bretagne a instauré un partenariat avec l'association Kic-Plastic de l'aventurière Kiko Matthews pour le nettoyage des plages de Brighton, Bournemouth, Cardiff et Édimbourg.

Répartition des déchets par type de traitement



¹² La norme ISO 50001 guide les organismes, quel que soit leur secteur d'activité, dans la mise en œuvre d'un système de management de l'énergie qui leur permettra de faire un meilleur usage de l'énergie.

¹³ Le dépassement de la température des eaux rejetées par l'usine de Manosque est en cours de traitement.

ACTIONS FACE À L'URGENCE CLIMATIQUE

Bilan carbone

Le Groupe a mené un bilan carbone en 2016 pour les émissions directes et indirectes de la filiale industrielle et de cinq autres filiales, représentant au total 43% du chiffre d'affaires du Groupe en 2016. Les résultats ont démontré que les intrants (matières premières et emballages), le fret et l'énergie étaient ses trois principaux postes émissifs.

Suite à cette démarche, le Groupe s'est fixé pour objectif de réduire de 30% son intensité carbone d'ici 2020, par rapport à celle mesurée initialement en 2010.

Le Groupe prévoit d'effectuer son prochain bilan carbone à l'échelle mondiale en 2021. C'est à cette occasion que pourront être évalués les progrès menés depuis 2010 et les résultats des actions déployées pour réduire les émissions de gaz à effet de serre.

Réduction des émissions de dioxyde de carbone

• Transport des collaborateurs

Les actions comprennent le recours privilégié au train, l'incitation au covoiturage, la mise en place du télétravail, un plan de déplacement des salariés sur les sites industriels, des véhicules d'entreprise électriques ou hybrides (Genève), des aides financières pour les cyclistes (France).

À Paris, 92% des salariés du Groupe utilisent des modes de transport doux pour venir au travail (transport en commun, vélo, marche...). 30% des salariés de Genève se rendent en transport en commun sur leur lieu de travail, 10% se déplacent à vélo et le covoiturage est favorisé grâce à des places de parking réservées.

• Chaîne logistique : *double stacking*¹⁴

En 2019, le passage de 24 palettes par conteneur à 44 a permis de transporter deux fois moins de conteneurs, notamment vers Singapour, Hong Kong, la Chine, la Grande-Bretagne ou les États-Unis.

Le *double stacking* sera déployé dans d'autres pays en 2020.

Le Groupe a de plus en plus recours à des moyens de transport à plus faible impact écologique afin d'éviter autant que possible le transport aérien. Le Groupe utilise depuis 2018 l'axe multimodal rail-route allant de la Chine vers l'Europe. 100% des marchandises transportées entre l'entrepôt de Laboratoires M&L et l'entrepôt Europe ont été transportées par ferroutage.

¹⁴ Le *double stacking* consiste à optimiser le mode de chargement d'un conteneur en plaçant deux étages de palettes de produits au lieu d'une seule.





Promotion des énergies renouvelables

Laboratoires M&L est membre de l'initiative internationale RE100 et s'engage à s'approvisionner à 100% en électricité d'origine renouvelable.

Plusieurs étapes ont été définies pour permettre au Groupe de progressivement atteindre 100% d'électricité de sources renouvelables dans le monde entier d'ici 2030.

- La première étape, prévoyant de faire fonctionner 100% des boutiques en propre en France et l'ensemble des sites industriels (Manosque et Lagorce) avec de l'électricité d'origine renouvelable, a été franchie en 2018. En 2019, des ombrières photovoltaïques ont par ailleurs être installées sur les parkings des sites de Manosque.
- La deuxième étape consistera à déployer les énergies renouvelables au sein des boutiques et sites des principales filiales de distribution, représentant 80% des consommations totales d'électricité du Groupe.
- La troisième et dernière étape verra le déploiement de cette démarche dans les filiales de distribution restantes.

Enfin, Laboratoires M&L a conclu un contrat d'approvisionnement en biogaz depuis avril 2018 afin de continuer à réduire l'impact environnemental de la consommation d'énergie du site de Manosque.



1,4% du tonnage de produits

envoyés par l'entrepôt de Laboratoires M&L vers les filiales mondiales a été transporté par voie aérienne sur l'exercice 2019.

100% de l'électricité

consommée par Laboratoires M&L, soit plus de 11 459 MWh sur l'exercice 2019, provient de sources renouvelables.

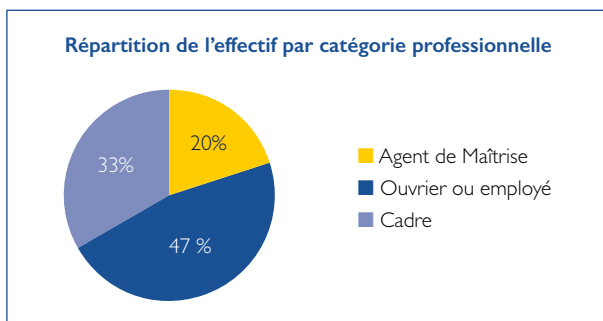
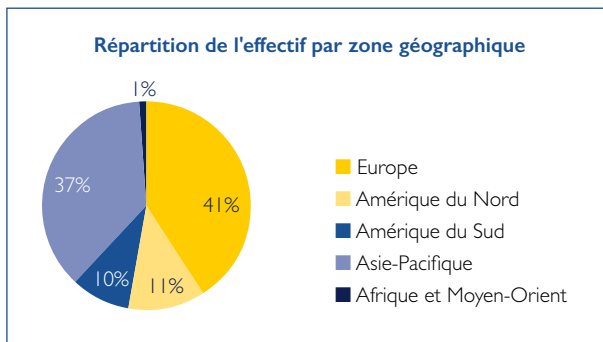


ASSURER LE DÉVELOPPEMENT
ET LE BIEN-ÊTRE DES SALARIÉS

EMPLOI ET DÉVELOPPEMENT DU CAPITAL HUMAIN

Panorama de l'emploi au sein du Groupe

Le Groupe employait 10 845 salariés à la fin mars 2019 dans le monde, ce qui correspond à 8 747 équivalents temps plein. 86,5% des salariés du Groupe sont des femmes¹⁵. Les contrats stables demeurent privilégiés avec 95% des salariés effectivement employés en CDI.



Développement des compétences

Le Groupe consolide et harmonise progressivement sa politique en matière de ressources humaines. Plusieurs dispositifs de formation ont récemment été mis en place, en plus des dispositifs classiques et locaux de formation.

• « My True Story » est une plateforme de *digital learning* proposée depuis 2017. Elle déploie une formation en ligne sur les techniques de ventes, les produits et le développement personnel à destination des conseillers de beauté. L'outil a été déployé depuis avril 2018 au Mexique, Hong Kong, Singapour, Thaïlande, Malaisie, Taïwan, Macao, Corée, Italie, Espagne, Portugal, Russie, en plus des pays déjà couverts auparavant.¹⁶

¹⁵ L'augmentation de 11 points par rapport à l'exercice 2018 est due à une évolution du périmètre des données auparavant restreint à quelques filiales.

¹⁶ États-Unis, Canada, Royaume-Uni, Australie, Brésil, France, Allemagne et Suisse.

« My True Story » est ainsi déployé pour 6 500 employés des filiales et 1 370 employés de distributeurs. Ce dispositif est un succès :

- +129% d'apprenants vs 2018 du fait de l'augmentation du périmètre géographique et de son adoption croissante,
- un taux de connexion de 95%,
- un taux de finalisation des parcours de 98%,
- une moyenne de 36 contenus consultés par apprenant sur un an.

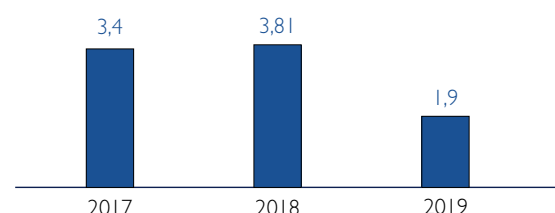
Un plan de développement managérial a été élaboré de manière à accompagner spécifiquement les salariés ayant des rôles managériaux. Mis en place en France et en Suisse, il comprend plusieurs volets, tels que des réunions et des rencontres entre managers, des focus et des accompagnements RH, ainsi que des conférences. Des programmes similaires à destination des managers existent également à Hong Kong et aux États-Unis. Ce programme sera revu en 2020 pour proposer un parcours de formation managers unique et commun à l'ensemble du Groupe.

« Culture Feedback » est le plan destiné à connaître et expérimenter les fondements du *feedback*. Ce programme vise à rendre les organisations plus agiles, à renforcer l'attractivité pour les jeunes talents et à s'inspirer du fonctionnement des start-ups. 249 personnes ont été formées à Genève.

15,6 heures de formation par salarié ont été dispensées en moyenne au cours de l'exercice 2019 soit **17 000 heures** au total.

71,5% des effectifs de Laboratoires M&L ont reçu au moins une formation au cours de l'exercice 2019.

Masse salariale dédiée à la formation au sein de Laboratoires M&L et de M&L Distribution (en % de la masse salariale totale)



Part des salariés formés par catégorie professionnelle, à la fin mars 2019, au sein de Laboratoires M&L

CATÉGORIE PROFESSIONNELLE	EFFECTIF	NOMBRE DE SALARIÉS FORMÉS	PART DES SALARIÉS FORMÉS DANS L'EFFECTIF
Ouvriers et employés	345	321	93%
Agents de maîtrise	253	211	83%
Cadres	466	264	56%
Cadres dirigeants membres de la direction	10	7	70%
Total	1 074	803	75%

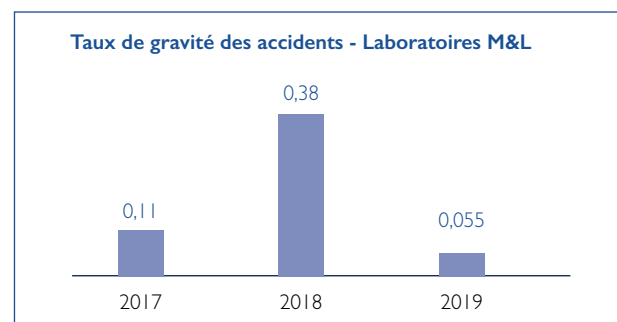
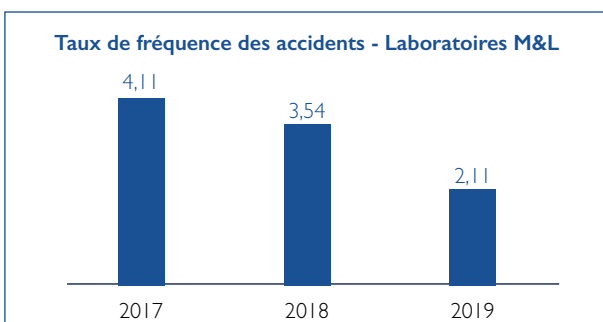


SANTÉ, SÉCURITÉ ET BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Santé et sécurité des salariés

Laboratoires M&L a défini une politique de prévention en faveur de la santé et de l'environnement au travail, de manière à anticiper et à gérer les risques associés sur les

sites de production. Engagés dans une démarche de management de la sécurité, les deux sites de Manosque et de Lagorce sont certifiés OHSAS 18001.



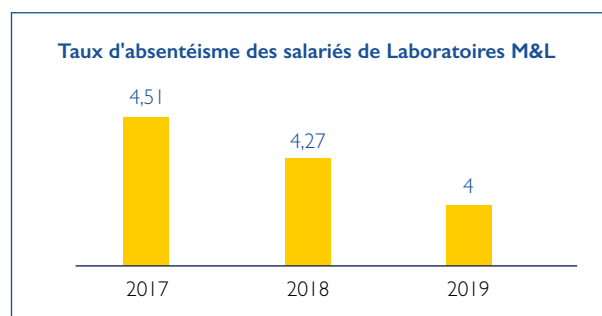


Bien-être au travail

Chaque année depuis 2015, le Groupe fait participer plusieurs de ses filiales au programme « Great Place to Work ». Ce baromètre social identifie les points forts de l'entreprise en termes de bien-être au travail et met en lumière des points d'amélioration.

Cette mesure se fait au travers d'un questionnaire de 15 minutes administré à l'ensemble des salariés, appelé « Trust Index », et d'une série de questions portant sur la culture de l'entreprise, appelé « Culture Audit », auxquelles seules les services des ressources humaines répondent. Tous les ans, les résultats du baromètre permettent de tirer des enseignements en termes d'amélioration du bien-être des salariés sur leur lieu de travail.

La dernière campagne a été réalisée en 2017, auprès de plus de 5 100 salariés. Le « Trust Index » moyen atteint au niveau mondial était de 65%. L'objectif est d'atteindre un score de 70% en 3 ans. Le Groupe a décidé de renouveler l'étude tous les deux ans et de l'étendre à un grand nombre de filiales. La prochaine campagne est programmée en 2019-2020.



DIVERSITÉ, ÉGALITÉ DES CHANCES ET INCLUSION

Égalité entre les hommes et les femmes

Quatre engagements pour l'égalité entre les hommes et les femmes ont été fixés depuis 2013 par Laboratoires M&L :

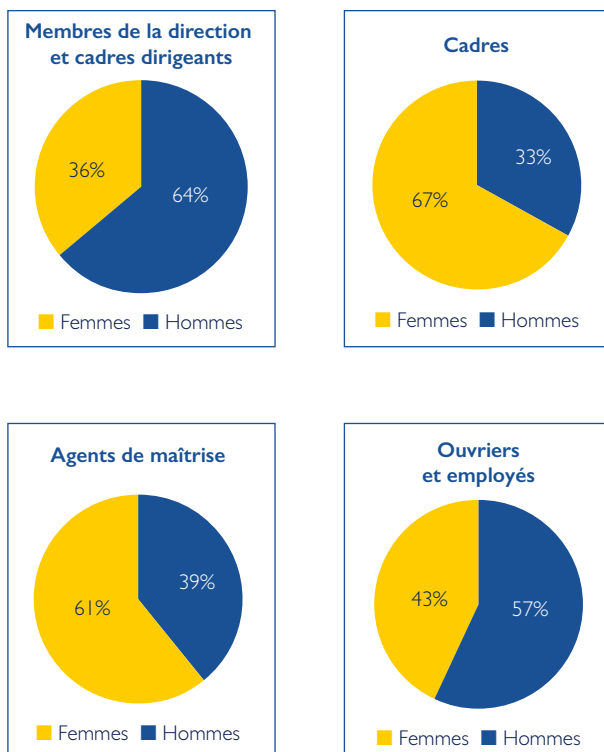
- promouvoir des candidatures équilibrées ;
- mieux préparer le départ et le retour de congé maternité ;
- réduire les écarts de rémunération des cadres ;
- mener une politique visant la féminisation des instances dirigeantes.

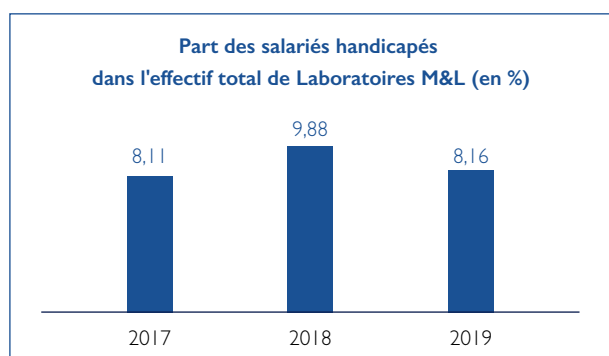
De son côté, Limelife donne aux femmes, via le statut de *beauty guides*, la possibilité de devenir des entrepreneures prospères qui établissent des liens significatifs au sein de leur communauté.

Emploi de personnes en situation de handicap

L'inclusion de personnes en situation de handicap constitue un engagement fort de la politique de diversité de Laboratoires M&L. Elle comprend des plans d'accompagnement spécifiques et l'adaptation ergonomique des postes en fonction du handicap sont également mis en œuvre. À ce titre, une semaine pour l'emploi des personnes en situation de handicap a été organisée à Manosque en octobre 2018.

Répartition par genre des salariés de Laboratoires M&L sur l'exercice 2019, par catégorie professionnelle





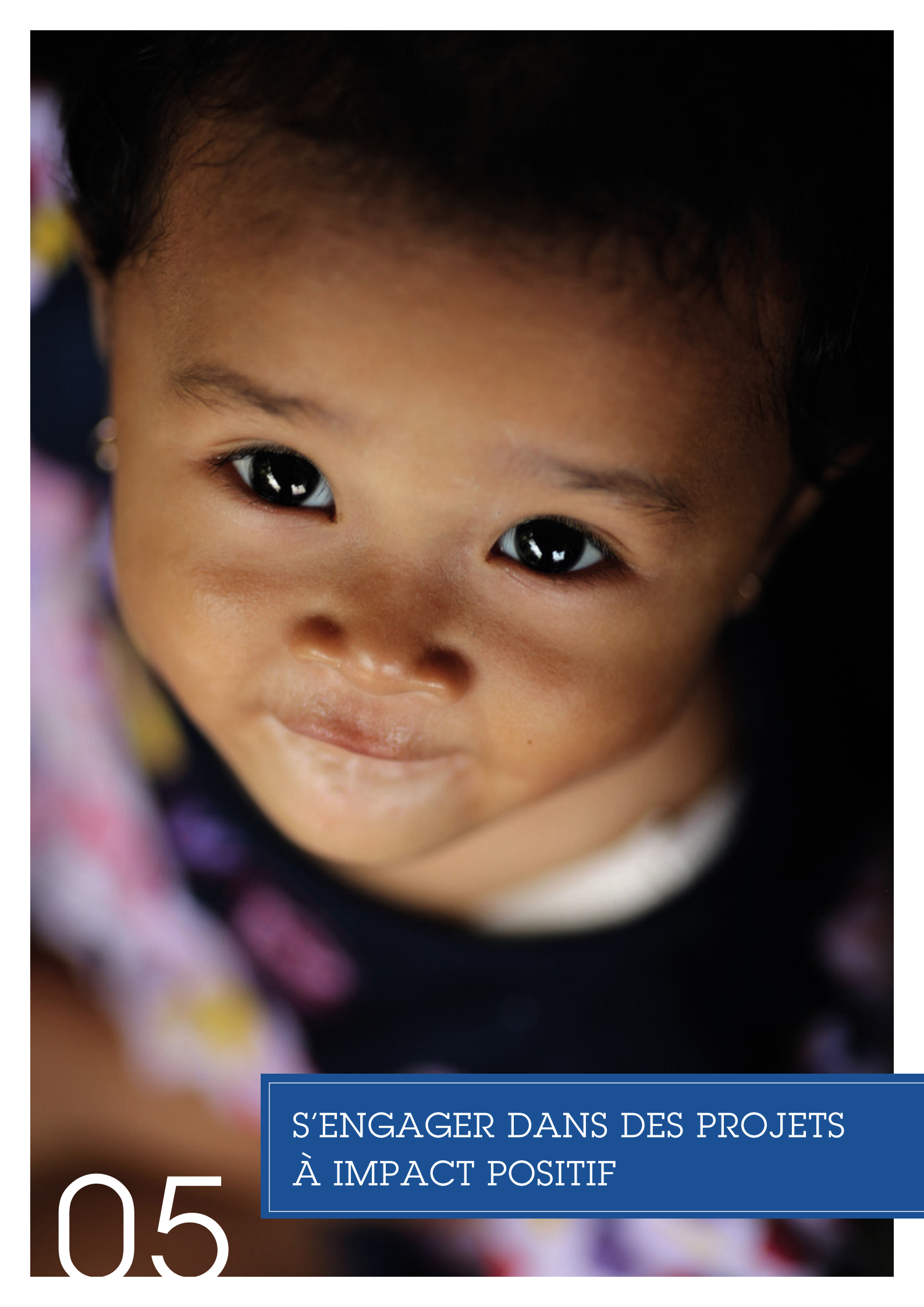
Le Programme engagement des salariés (PES), un programme de solidarité

Créé par Laboratoires M&L, le PES permet aux salariés de se mobiliser pour des causes solidaires.

Deux formes d'engagement leur sont proposées :

- Un engagement en temps auprès d'associations: le Groupe offre une journée par an à ses salariés en France et en Suisse afin qu'ils puissent s'engager sur un projet associatif, lui-même proposé et parrainé par un salarié de l'entreprise. En 2019, ces « journées PES » ont été utilisées par 212 salariés pour plus de 1 500 heures d'engagement au profit d'associations en lien avec la nature, la solidarité, le handicap et le patrimoine local.
- Un engagement financier auprès d'associations: via la solution de l'organisme Microdon, les salariés en France peuvent effectuer un « arrondi sur salaire ». Ces dons de quelques centimes d'euros par mois – ou davantage selon le souhait du salarié – permettent de soutenir des projets associatifs proposés par la Fondation. La Fondation L'OCCITANE double ensuite les dons effectués par les salariés. Au cours de l'exercice 2019, une somme totale de 9 600 euros a été allouée aux associations.





S'ENGAGER DANS DES PROJETS
À IMPACT POSITIF

05

PRÉSENTATION DU MÉCÉNAT DU GROUPE

Depuis son origine, le Groupe L'OCCITANE donne à l'intérêt général une place centrale, qu'il concrétise dans une politique mécénale et le soutien à des projets à impact positif. Ces projets bénéficient de sources de financement diverses et complémentaires :

- les fondations d'entreprise L'OCCITANE et LimeLife (The Brighter Together Foundation) ;
- les bénéficiaires de la vente des produits solidaires ;
- les filiales du Groupe, via les dons aux associations ;
- les salariés du Groupe L'OCCITANE, par exemple au travers de l'arrondi sur salaire en France.

L'OCCITANE en Provence s'engage pour le leadership au féminin au Burkina Faso, la préservation de la biodiversité et du patrimoine naturel en Provence et Méditerranée, et œuvre pour son combat historique, la lutte contre la cécité évitable dans le monde. Melvita s'engage à préserver la biodiversité grâce à des projets de sauvegarde de l'abeille et de promotion de l'apiculture. LimeLife s'engage pour développer l'entrepreneuriat au féminin. Erborian lance en France un projet de soutien au *leadership* féminin.

38 filiales du Groupe sont engagées dans des projets de mécénat à la fin mars 2019.

LUTTE CONTRE LA CÉCITÉ ÉVITABLE

Le programme UNION FOR VISION 10by20 est un programme phare qui rassemble l'ensemble des initiatives du Groupe et de sa Fondation en matière de lutte contre la cécité évitable et qui se fixe l'objectif de financer des projets de soins oculaires pour 10 millions de personnes dans le monde d'ici 2020.

Il se matérialise par de multiples partenariats avec des organisations non gouvernementales (ONG) et soutient des projets de dépistages, de traitements, de chirurgies oculaires, mais également le financement de matériel et la formation d'équipes médicales.

Pour s'intégrer au maximum à l'écosystème des acteurs de la prévention de la cécité, la Fondation L'OCCITANE est membre de l'IAPB¹⁷, une alliance d'ONG, d'entreprises et d'organismes professionnels.

En 2016, la Fondation L'OCCITANE a signé un partenariat international majeur avec l'UNICEF¹⁸. D'une durée de trois ans, et d'un montant d'1 million d'euros par an, le partenariat vise à améliorer la prévention de la cécité infantile en Bolivie, au Myanmar et en Papouasie-Nouvelle-Guinée, en développant des programmes de supplémentation en vitamine A, essentielle pour le système immunitaire de l'enfant.

Pendant l'exercice 2019, le savon solidaire UNICEF est devenu une référence vendue tout au long de l'année, et une bougie UNICEF a été lancée pour les fêtes de fin d'année en Europe. Ces fonds additionnels au minimum garanti ont permis de financer un projet supplémentaire au Niger, dont 360 000 enfants supplémentaires ont bénéficié.

La Fondation soutient également au Burkina Faso les actions de lutte contre la cécité évitable des ONG Light for the World et Sight Saver.

+2 millions d'euros

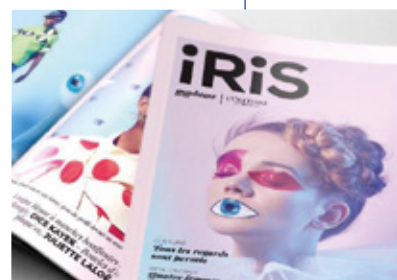
alloués à la lutte contre la cécité évitable.

Race for Vision : sensibilisation des collaborateurs à la cécité évitable

Chaque année, depuis 2016, les collaborateurs du Groupe peuvent participer à «Race for Vision», une course connectée dédiée à la collecte de fonds pour les déficients visuels. 43 pays ont participé à la troisième édition de 2018. Grâce à la mobilisation des 3871 collaborateurs ayant parcouru plus de 850 000 kilomètres, la Fondation a débloqué 300 000 € pour soutenir les projets locaux des filiales.

Iris, le magazine, un partenariat média avec Madame Figaro

En France, L'OCCITANE en Provence s'est associée à Madame Figaro pour éditer un magazine imprimé et une plateforme digitale inclusifs sensibilisant à la cécité évitable et qui offrent un contenu accessible à celles et ceux touchés par un handicap visuel.



¹⁷ International Agency For the Prevention of Blindness

¹⁸ UNICEF ne cautionne aucune entreprise, marque ou produit.



PROMOTION DU *LEADERSHIP* FÉMININ

Présent au Burkina Faso depuis les années 1980 à travers ses achats de beurre de karité, le Groupe a décidé d'étendre sa collaboration avec les femmes burkinabè et de promouvoir plus largement l'entrepreneuriat et l'émancipation des femmes du pays.

La Fondation L'OCCITANE agit dans quatre principaux domaines d'actions :

- l'alphabétisation,
- le microcrédit,
- l'éducation des filles,
- l'entrepreneuriat.

L'objectif est de soutenir d'ici 2020 plus de 33 000 femmes au Burkina Faso dans leur développement socioéconomique.

Au cours de l'exercice 2019, la Fondation L'OCCITANE a apporté son soutien à trois principaux partenaires :

- L'ONG Aide et Action et son programme d'alphabétisation au profit des femmes rurales.
- L'association Entrepreneurs du Monde qui œuvre au renforcement de l'autosuffisance des populations en situation de précarité. L'association facilite l'accès au microcrédit, la promotion de l'épargne et les formations socioéconomiques.
- L'UNICEF et son programme d'éducation secondaire de jeunes filles dans la région du Centre-Ouest.

En 2019, un nouveau programme « Empow'Her » a été mis en place. Le projet « Étincelles » soutient des femmes vivant en milieu rural au Burkina Faso. L'objectif est de leur donner accès à une formation professionnelle et entrepreneuriale afin de faciliter le développement de leurs activités dans des secteurs comme la cosmétique, la transformation agroalimentaire, la couture, la production animale ou la production agricole écologique.

37 femmes de 4 communes

bénéficient du programme "Empow'Her" durant 14 mois depuis décembre 2018.

Depuis 2016, le concours « L'OCCITANE pour Elles » permet d'accompagner chaque année quatre lauréates dans le développement de leur entreprise.

595 000 € alloués à des projets

pour la promotion du *leadership* féminin.

La Brighter Together Foundation de LimeLife

En 2017, LimeLife a créé la Brighter Together Foundation afin de développer l'esprit entrepreneurial de femmes vivant dans des sociétés défavorisées. La fondation Brighter Together s'est associée au projet "Women Empowered" (WE) de Project Concern International (PCI). Ce programme de microfinancement axé sur l'épargne apprend aux femmes à créer et développer une activité et à créer des programmes de microfinancements communautaires. PCI forme ces femmes entrepreneures à devenir de véritables *leaders* au sein de leur communauté, dans le but d'accroître leur statut économique, culturel et politique. Plus de **750 000 femmes** ont eu accès à ces formations en Tanzanie, au Burundi et au Guatemala.



PRÉSERVATION DU PATRIMOINE NATUREL

Durant l'exercice 2019, sept projets pour préserver la biodiversité en Méditerranée ont été soutenus.

En particulier :

- l'identification par l'UICN des écosystèmes menacés des côtes et forêts méditerranéennes en France ;
- l'association Sauvegarde des forêts varoises (ASDFV) pour l'entretien d'un verger conservatoire mis à disposition par le parc national de Port-Cros ;
- la reconstitution de haies par la plantation de 1 860 arbres sur des terrains agricoles du plateau de Valensole, en partenariat avec le parc naturel régional du Verdon ;
- le programme « Vergers d'avenir » du Conservatoire méditerranéen partagé : conservation et plantation de variétés d'arbres fruitiers, dans le but de protéger et diffuser la biodiversité cultivée méditerranéenne.

Lors de l'exercice 2019, la Fondation a alloué 53 000€ pour la préservation du patrimoine naturel méditerranéen.

Au-delà du patrimoine naturel méditerranéen, le Groupe entend étendre son action dans d'autres pays, grâce à un partenariat avec l'entreprise sociale PUR Projet qui développe des programmes de reforestation et d'agroforesterie. Dix filiales ou distributeurs volontaires financeront ces derniers avec un abondement de la Fondation L'OCCITANE.

PROTECTION DES ABEILLES

La marque Melvita mène un programme de mécénat visant à préserver la biodiversité à travers la sauvegarde de l'abeille et la promotion de l'apiculture. Au cours de l'exercice 2019, Melvita a octroyé plus de 45 000 € aux trois programmes suivants :

- « Abeilles de Cocagne » avec le Réseau Cocagne pour l'implantation d'une activité apicole dans les jardins maraîchers bios d'aide à l'insertion en France ;
- « Abeilles d'Argan » avec l'Association Man & Nature pour le développement de l'apiculture auprès des femmes des coopératives d'argan au Maroc ;
- « Le Rucher du Cade » avec l'association de salariés pour la sensibilisation à la sauvegarde de l'abeille et la promotion de l'apiculture.

Il s'agit également de développer des projets d'apiculture urbaine, plus propices aux abeilles du fait de l'absence des pesticides en ville. Cette ambition s'est matérialisée en mars 2019 par le projet "Les abeilles du Palais des Papes" en Avignon, où six ruches ont été installées sur la terrasse de la tour Saint-Laurent.

en 2019,

154 ruches ont été installées et

166 personnes ont été formées à l'apiculture

TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LES INFORMATIONS DEMANDÉES PAR LA BOURSE DE HONG KONG

INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX		PUBLICATION
ASPECT A1 Émissions	A1. Informations sur : - les politiques ; et - la conformité avec les lois et réglementations en la matière qui ont un impact significatif sur l'émetteur, relatives aux émissions de gaz à effet de serre et atmosphériques, aux déversements dans l'eau et dans les sols et à la production de déchets dangereux et non dangereux	Pages 20 à 25
	A1.1 Les types d'émissions et les données d'émissions respectives Les principaux rejets dans l'air de Laboratoires M&L sont les émissions de CO ₂ . Hors CO ₂ , les sites émettent des Composés Organiques Volatiles (COV) et du dioxyde d'azote (NO ₂). Des contrôles d'émissions réglementaires sont effectués régulièrement pour s'assurer de la conformité des sites.	Page 22
	A1.2 Total des émissions de gaz à effets de serre (en tonnes) et, le cas échéant, leur intensité (ex. volume de production par unité, par installation)	Pages 22 à 24
	A1.3 Total des déchets dangereux produits (en tonnes) et, le cas échéant, leur intensité (ex. volume de production par unité, par installation)	Page 23
	A1.4 Total des déchets non dangereux produits (en tonnes) et, le cas échéant, leur intensité (ex. volume de production par unité, par installation)	Page 23
	A1.5 Description des mesures de réduction des émissions et des résultats obtenus	Pages 22 à 25
	A1.6 Description de la gestion des déchets dangereux et non dangereux, des initiatives de réduction et des résultats obtenus	Page 23
ASPECT A2 Utilisation des ressources	A2. Informations sur les politiques portant sur l'utilisation efficace des ressources, y compris de l'énergie, de l'eau et d'autres matières premières	Page 18 à 23
	A2.1 Total (kWh en milliers) de la consommation énergétique directe et/ou indirecte par type (ex. électricité, gaz ou pétrole) et son intensité (ex. volume de production par unité, par installation)	Page 22
	A2.2 Total de la consommation d'eau et son intensité (ex. par unité de volume de production, par installation)	Page 21
	A2.3 Description des initiatives pour l'efficacité de la consommation énergétique et des résultats obtenus	Page 22
	A2.4 Description d'éventuels problèmes d'approvisionnement en eau, des initiatives pour l'efficacité de l'eau et des résultats obtenus	Page 21
	A2.5 Total des matériaux d'emballages utilisés pour les produits finis (en tonnes) et, le cas échéant, par unités produites	Page 19
ASPECT A3 Environnement et ressources naturelles	A3 Politiques de réduction de l'impact significatif de l'émetteur sur l'environnement et sur les ressources naturelles.	Pages 10 à 15 et 18 à 25
	A3.1 Description des impacts significatifs des activités sur l'environnement et sur les ressources naturelles et des mesures mises en place pour les gérer	Pages 10 à 15 et 18 à 25

INDICATEURS SOCIAUX		PUBLICATION
ASPECT B1 Emploi	B1. Informations sur : - les politiques ; et - la conformité avec les lois et réglementations en la matière qui ont un impact significatif sur l'émetteur, relatives aux indemnités et aux licenciements, aux recrutements et aux promotions, aux heures de travail, aux temps de repos, à l'égalité des chances, à la diversité, à la non discrimination et à d'autres avantages et allocations	Pages 4 et 27 à 31
	B1.1 Répartition de l'effectif par genre, catégorie professionnelle, âge et zone géographique	Page 27
	B1.2 Taux de rotation des employés par genre, âge et zone géographique	Non disponible
ASPECT B2 Santé et sécurité	B2. Informations sur : (a) les politiques ; et (b) la conformité avec les lois et réglementations en la matière qui ont un impact significatif sur l'émetteur, relatives à un environnement de travail sûr et à la protection des employés contre les risques professionnels	Page 28
	B2.1 Nombre et taux d'accidents du travail	Page 28
	B2.2 Jours de travail perdus à la suite d'un accident du travail	Page 28
	B2.3 Description des mesures prises pour la santé et la sécurité au travail et la manière dont elles ont été déployées et suivies	Page 28
ASPECT B3 Développement et formation	B3. Politiques d'amélioration des connaissances et des compétences des employés pour exécuter les tâches requises par leurs postes. Description des activités de formation.	Page 27
	B3.1 Pourcentage des employés formés, par genre et par catégorie professionnelle	Page 28
	B3.2 Nombre moyen d'heures de formation des employés, par genre et catégorie professionnelle	Page 27
ASPECT B4 Normes de travail	B4. Informations sur : - les politiques ; et - la conformité avec les lois et réglementations en la matière qui ont un impact significatif sur l'émetteur, relatives à la prévention du travail forcé et du travail des enfants.	Page 4
	B4.1 Description des mesures prises pour contrôler les pratiques d'emploi pour éviter le travail des enfants et le travail forcé	Page 4
	B4.2 Description des mesures prises pour éliminer ce type de pratiques lorsqu'elles sont identifiées	Page 4
ASPECT B5 Gestion de la chaîne d'approvisionnement	B5. Informations sur les politiques de gestion des risques environnementaux et sociaux de la chaîne d'approvisionnement	Pages 9 à 15
	B5.1 Nombre de fournisseurs par zone géographique	Page 9
	B5.2 Description des pratiques relatives à l'engagement des fournisseurs, nombre de fournisseurs où les pratiques sont appliquées et la manière dont elles sont appliquées et suivies	Pages 9 à 15

INDICATEURS SOCIAUX (suite)		PUBLICATION
ASPECT B6 Responsabilité des produits	B6. Informations sur : - les politiques ; et - la conformité avec les lois et réglementations en la matière qui ont un impact significatif sur l'émetteur, relatives à la santé et à la sécurité, à la publicité, à l'étiquetage et aux questions de confidentialité concernant les produits et services fournis et les méthodes de correction.	Pages 17 to 19
	B6.1 Pourcentage des produits rappelés pour des raisons de santé et sécurité, dans le total des produits vendus ou exportés	Page 17
	B6.4 Description des procédures de garantie de qualité et des procédures de rappel de produits	Page 17
	B6.5 Description des politiques de protection des données personnelles des consommateurs, la manière dont elles sont déployées et suivies	Page 4
ASPECT B7 Anti-corruption	B7. Informations sur : (a) les politiques ; et (b) la conformité avec les lois et réglementations en la matière qui ont un impact significatif sur l'émetteur, relatives à la corruption, l'extorsion, la fraude et le blanchiment d'argent	Page 7
	B7.1 Nombre de procès conclus relatifs à des pratiques de corruption accusant l'entreprise ou ses employés au cours de la période de reporting, et les résultats de ces procès	Page 7
	B7.2 Description des mesures de prévention et des procédures d'alertes mises en place, et la manière dont elles sont déployées et suivies	Page 7
ASPECT B8 Investissement dans les communautés	B8. Politiques sur l'engagement auprès des communautés locales pour comprendre les besoins des communautés là où l'émetteur est établi et pour garantir que ses activités prennent en compte les intérêts de ces communautés.	Pages 12 à 15 and 33 à 35
	B8.1 Domaines de contribution (par exemple : éducation, respect de l'environnement, besoins de main d'œuvre, santé, culture, sport)	Pages 12 à 15 and 33 à 35
	B8.2 Ressources allouées (par exemple en temps ou en argent) à ces domaines de contribution	Pages 12 à 15 and 33 à 35

CHIFFRES-CLÉS

CHAPITRE 1 Achats et <i>sourcing</i>	UNITÉ	PÉRIMÈTRE	2017	2018	2019
Part des achats en valeur couverts par le dispositif d'évaluation des risques sociaux et environnementaux (en année calendaire)	%	Laboratoires M&L	23	-	18
Nombre de filières stratégiques	Nb	Groupe	-	66	66
Part des matières premières stratégiques dans les achats d'ingrédients, en volume	%	Laboratoires M&L	-	13	9,8
Part des matières premières stratégiques dans les achats d'ingrédients, en valeur	%	Laboratoires M&L	-	12	12
Filières certifiées équitables : part des producteurs de matières premières stratégiques couverts par un contrat pluriannuel	%	Groupe	-	100	-
Filières non certifiées équitables : part des producteurs de matières premières stratégiques couverts par un contrat pluriannuel	%	Groupe	-	35	-
Part des matières premières stratégiques certifiées équitables, en volume	%	Groupe	-	80	-
Part des matières premières stratégiques certifiées biologiques, en volume	%	Groupe	-	77	-

CHAPITRE 2 Produits	UNITÉ	PÉRIMÈTRE	2017	2018	2019
Consommation de matériaux de conditionnement	T	Laboratoires M&L	4 212	4 360	4 847
Intensité de la consommation de matériaux de conditionnement	T/k unité produite	Laboratoires M&L	0,034	0,031	0,032
Part des matériaux recyclés ou d'origine renouvelable dans les emballages	%	L'OCCITANE en Provence et Melvita	19,3	20,7	19,7

CHAPITRE 3 Production et distribution	UNITÉ	PÉRIMÈTRE	2017	2018	2019
Consommation totale d'eau	m ³	Laboratoires M&L	122 442	134 177	111 209
Intensité de la consommation d'eau	m ³ /T produite	Laboratoires M&L	8,49	8,53	7,76
Consommation totale d'énergie (électricité et gaz naturel)	MWh	Laboratoires M&L	21 605	21 651	20 630
Intensité de la consommation d'énergie	kWh/T produite	Laboratoires M&L	1 414	1 309	1 366
Production de déchets non dangereux	T	Laboratoires M&L	2 485	2 647	2 145
Production de déchets dangereux	T	Laboratoires M&L	728	628	745
Intensité de la production de déchets non dangereux	T/T produite	Laboratoires M&L	0,165	0,165	0,150
Intensité de la production de déchets dangereux	T/T produite	Laboratoires M&L	0,048	0,039	0,052
Répartition des déchets par types de traitement :					
- Enfouissement	%	Laboratoires M&L	2,8	1,8	0
- Incinération	%	Laboratoires M&L	26,9	27,4	33
- Recyclage matière	%	Laboratoires M&L	70,2	70,9	67
Émissions de CO ₂	T eq CO ₂	Groupe	-	-	-
Intensité des émissions de CO ₂	T eq CO ₂ /T produite	Groupe	-	-	-
Part des produits envoyés par l'entrepôt de Laboratoires M&L aux filiales mondiales par voie aérienne	%	Laboratoires M&L	1,6	1,6	1,4

CHAPITRE 4 Ressources humaines		UNITÉ	PÉRIMÈTRE	2017	2018	2019
Effectif total		Nb	Groupe	8 630	8 672	8 747
Répartition des salariés par zone géographique :	- Amérique du Nord	%	Groupe	-	12	11
	- Europe	%	Groupe	-	41	41
	- Asie Pacifique	%	Groupe	-	37	37
	- Amérique du Sud	%	Groupe	-	9	10
	- Afrique et Moyen Orient	%	Groupe	-	1	1
Part de la masse salariale dédiée à la formation		%	Laboratoires M&L	3,40	3,81	1,9
Part des effectifs formés au total		%	Laboratoires M&L	81	78	71,5
Effectifs formés par catégorie professionnelle :	- Ouvriers et employés	%	Laboratoires M&L	-	74	93
	- Agents de maîtrise	%	Laboratoires M&L	-	82	83
	- Cadres	%	Laboratoires M&L	-	80	56
	- Cadres dirigeants membre de la direction	%	Laboratoires M&L	-	71	70
Nombre total d'heures de formation		Heures	Laboratoires M&L	18 422	19 989	17 000
Nombre moyen d'heures de formation		Heures/salarié	Laboratoires M&L	17,07	18,14	15,6
Taux de fréquence des accidents du travail		%	Laboratoires M&L	4,11	3,54	2,11
Taux de gravité des accidents du travail		%	Laboratoires M&L	0,09	0,37	0,055
Taux d'absentéisme des salariés		%	Laboratoires M&L	4,51	4,27	4
Répartition des femmes par catégorie professionnelle :	- Membres de la direction et cadres dirigeants	%	Laboratoires M&L	46,7	50	36
	- Cadres	%	Laboratoires M&L	66,3	67,5	67
	- Agents de maîtrise	%	Laboratoires M&L	64,6	61,1	61
	- Ouvriers et employés	%	Laboratoires M&L	47,9	48,2	57
Part des salariés handicapés dans l'effectif total		%	Laboratoires M&L	8,11	9,88	8,16

CHAPITRE 5 Mécénat		UNITÉ	PÉRIMÈTRE	2017	2018	2019
Budget de L'OCCITANE par champ d'actions :	- Lutte contre la cécité évitable	k€	L'OCCITANE	1 768	1 311	2 009
	- Promotion du leadership féminin	k€	L'OCCITANE	776	380	595
	- Préservation du patrimoine provençal et méditerranéen	k€	L'OCCITANE	129	60	53
Budget de la marque Melvita pour la protection des abeilles		k€	Melvita	-	60	60

L'OCCITANE
EN PROVENCE

Melvita

 **erborian**
KOREAN SKIN THERAPY

 L'OCCITANE
AU BRÉSIL

L. LimeLife by Alcone

ELEMIS

LE *Groupe* L'OCCITANE
S'ENGAGE

group.loccitane.com
fondation.loccitane.com