

SOMMAIRE

Editorial	
I. LES FONDEMENTS DE LA RESPONSABILITÉ DU GROUPE	
1. Un groupe international	
2. Attentes des parties prenantes et défis du développement durable	
3. Les engagements éthiques du Groupe	
II. LES PRIORITÉS DU GROUPE EN MATIÈRE DE DURABILITÉ	1
1. Protéger et régénérer la biodiversité naturelle et cultivée	
a. Réduire l'impact de notre production sur l'eau et les déchets	
b. Améliorer toujours plus l'ecoconception de nos formules	
c. Promouvoir des achats et un approvisionnement	
responsables de matières premières stratégiques d. Déployer des programmes de préservation et de restauration	2
de la biodiversité sur les territoires	
2. Mener des changements drastiques pour limiter la crise climatique	2
a. Comprendre le profil et la trajectoire carbone du Groupe	2
b. Réduire les émissions de la chaîne d'approvisionnement et logistique	2
c. S'engager dans une transition énergétique d. Réduire les pollutions et déchets dans la chaîne de valeur	3
Créer des opportunités et promouvoir toutes les personnes de nos communautés	3
a. Valoriser et accompagner nos producteurs	3
et les communautés locales	3
b. Promouvoir le leadership féminin	
c. Promouvoir le bien-être, la diversité et l'inclusion au travail	
d. Développer et former les équipes partout dans le monde	
III. AVOIR UN IMPACT SOCIÉTAL POSITIF AU-DELÀ DE NOTRE ACTIVITÉ	4
1. Lutter contre la cécité évitable	4
2. Lutter contre la Covid-19	4
Annexes	5

- faire un bilan annuel de nos progrès et difficultés en termes de développement durable;
 répondre aux exigences réglementaires de reporting;
 partager des bonnes pratiques et initiatives que nous avons pu tester cette année.

- autant que possible les indicateurs consolidés du Groupe L'OCCITANE;
 lorsque nous ne sommes pas en mesure de fournir des chiffres consolidés, nous présentons le périmètre le plus large ou le plus pertinent (les périmètres sont toujours précisés). Beaucoup d'indicateurs présentent notamment les résultats des Laboratoires M&L, notre filiale de production française, ainsi que ceux des marques L'OCCITANE en Provence et Melvita, représentant plus de 80 % du chiffre d'affaires du Groupe.



ÉDITORIAL

Cette année passée a été l'occasion pour le Groupe de renforcer l'ambition de sa politique RSE - historiquement portée par L'OCCITANE en Provence et Melvita en l'élargissant à l'ensemble de ses marques, tout en choisissant d'accélérer sur trois grandes priorités qui nous semblent faire écho aux enjeux sociaux et environnementaux actuels : protéger et restaurer la biodiversité naturelle et cultivée, faire des changements drastiques pour contribuer à limiter la crise climatique, et enfin créer des opportunités et promouvoir toutes les personnes des communautés dans lesquelles nous sommes engagés, avec une attention particulière sur l'empowerment féminin. Nous souhaitons renforcer les actions du Groupe et de toutes ses marques sur ces sujets qui engagent directement notre responsabilité de producteur et distributeur de produits de beauté et de

Je suis très fier d'annoncer notre premier objectif en ce sens : contribuer à la neutralité carbone du monde en atteignant zéro émission nette pour le Groupe d'ici 2030 et d'ici 2025 pour nos deux usines françaises. Inspirés par l'initiative des Science-Based Targets, nous portons en priorité nos efforts sur la réduction de nos émissions directes et sur une plus grande sobriété dans notre chaîne de valeur. Nous devrions d'ailleurs atteindre notre objectif de réduction de 30 % de notre intensité carbone par rapport à 2010. Alors que les efforts pour éviter et réduire nos émissions seront toujours notre priorité, le Groupe L'OCCITANE va initier cette année plusieurs projets de séquestration carbone. Nous prioriserons les « nature-based solutions » comme les projets de reforestation, qui devront offrir des bénéfices sur la biodiversité, le climat et les communautés locales.

REINOLD GEIGER

Président-directeur général du Groupe L'OCCITANE

Le Groupe L'OCCITANE poursuit une trajectoire cohérente depuis plusieurs années, avec une ambition intacte de préserver et régénérer la biodiversité, tout en renforçant les relations de confiance et un commerce équitable avec l'ensemble de nos producteurs partenaires. La pérennité de nos programmes comme RESIST au Burkina Faso et le lancement de nouvelles initiatives comme le collectif d'agroécologie démontrent notre engagement historique et continu pour des écosystèmes naturels et humains vertueux.

Naturel, humain, local: ce sont ces trois concepts clés qui nous inspirent et quident notre activité au quotidien. Après plusieurs décennies d'existence, notre Groupe doit sa résilience à son équilibre unique entre bio-inspiration, innovation ouverte et partenariats agiles axés sur l'économie circulaire et basés sur des méthodes de travail vertueuses. Cette exigence s'est avérée un atout essentiel en cette année mouvementée. Les collaborateurs et collaboratrices du Groupe, ainsi que nos partenaires, ont su s'adapter avec agilité pour traverser la crise sanitaire et économique de la Covid-19 et se réinventer. Concernant nos équipes, cette résilience est le fruit des valeurs du Groupe: entrepreneuriat, esprit d'équipe, exemplarité et authenticité, ce qui veut donc dire écouter et considérer chacun pour aller de l'avant ensemble.

La volonté de créer des opportunités et promouvoir les personnes de nos communautés s'est matérialisée cette année par le déploiement d'un congé parental inédit dans l'industrie cosmétique, de par son envergure internationale et son ambition, visant à promouvoir la santé et le bien-être grâce à l'égalité des chances et de promouvoir tous les employés et leurs familles

Nombreux sont les défis qui s'annoncent sur le plan économique, social et écologique, et nous sommes convaincus que les engagements, actions et objectifs du Groupe que vous découvrirez dans ce rapport nous aideront à les relever.

SYLVAIN DESJONQUÈRES

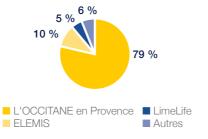
Directeur exécutif du Groupe L'OCCITANE

1. Un groupe international

Le Groupe L'OCCITANE est une entreprise internationale présente dans près de 90 pays, qui conçoit, fabrique et distribue des produits de beauté et de bien-être à base d'ingrédients naturels et biologiques. Le Groupe développe aujourd'hui six marques à l'international:

- L'OCCITANE en Provence propose des parfums et des soins du visage, du corps et des cheveux à base d'ingrédients naturels et élaborés selon les principes de la phytothérapie et de l'aromathérapie, fabriqués en majorité dans le sud de la France.
- · Melvita propose une cosmétique 100 % biologique, labellisée Cosmébio® et certifiée par Ecocert.
- · L'OCCITANE au Brésil propose des parfums, soins capillaires et soins pour le corps valorisant la richesse naturelle et culturelle du Brésil.
- · Erborian développe des produits hybrides, au croisement du soin et du maquillage, inspirés de la pharmacopée traditionnelle et des technologies de formulation coréennes.
- · 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, offre des produits cosmétiques qui associent des technologies de pointe à des actifs naturels puissants.

Répartition des ventes par marque, exercice 2020



Les activités du Groupe comprennent :

- Sell-out : la vente des produits directement aux clients finaux. Ces ventes se font principalement dans les magasins du Groupe et/ou par le biais des sites e-commerce des marques.
- · Sell-in : la vente des produits à un intermédiaire. Ces intermédiaires sont principalement des enseignes de distribution sélective, des hôtels, des boutiques d'aéroport, mais aussi des chaînes de télévision ou des entreprises pour leurs cadeaux clients ou employés.

Répartition des ventes par canal de distribution, exercice 2020



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 des produits des marques L'OCCITANE en Provence et Melvita (certains produits sont sous-traités1). Une troisième usine au Brésil, ouverte en juin 2019, élabore les produits de la marque L'OCCITANE au Brésil et des produits L'OCCITANE en Provence à destination du marché brésilien. Les produits d'Erborian, d'ELEMIS 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 par des beauty guides en direct ou via internet.

CHIFFRES-CLÉS

- 6 marques dans près de 90 pays
- 1644,1 millions d'euros de chiffre d'affaires consolidé
- 12.8 % de croissance à taux constant
- 41.8 % de croissance e-commerce
- 1608 boutiques en propre
- 9 347 employés (ETP)





2013

au Brésil

Duolab, start-up novatrice du Groupe L'OCCITANE créée en 2019, a développé une solution personnalisée de soin visage. Son concept de formules fraîchement préparées, ultra naturelles et s'adaptant aux besoins changeants de la peau place Duolab à l'avant-garde de l'industrie cosmétique. Les chiffres de cette nouvelle marque ne sont pas inclus dans ce rapport.

1976 Fondation de L'OCCITANE en Provence par Olivier Baussan

Reinold Geiger acquiert l'entreprise, crée le Groupe L'OCCITANE et lance une stratégie d'internationalisation

1997

2008 Melvita rejoint le Groupe

2010 Introduction à la bourse de Hong Kong

2012 Erborian rejoint le Groupe

Le CA du Groupe dépasse I milliard d'euros Création de la marque L'OCCITANE

2016 L'OCCITANE fête ses 40 ans

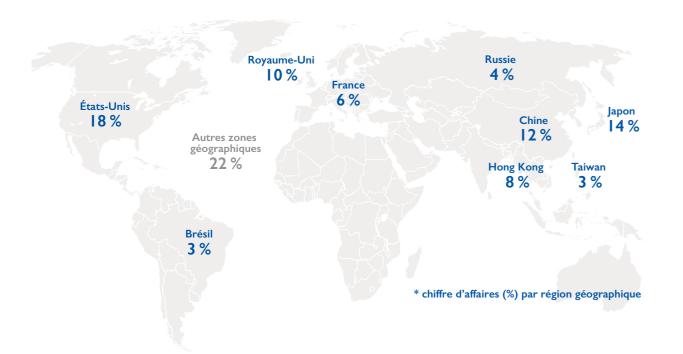
2018 LimeLife by **Alcone** rejoint le Groupe

2019 **ELEMIS** rejoint le Groupe

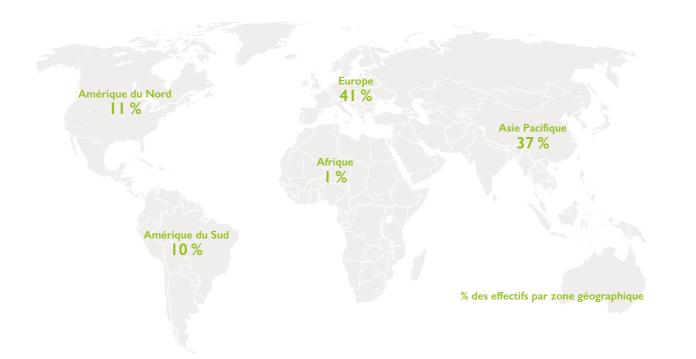
2020 Lancement de la start-up Duolab

¹ Par exemple les produits de maquillage ou aérosols.

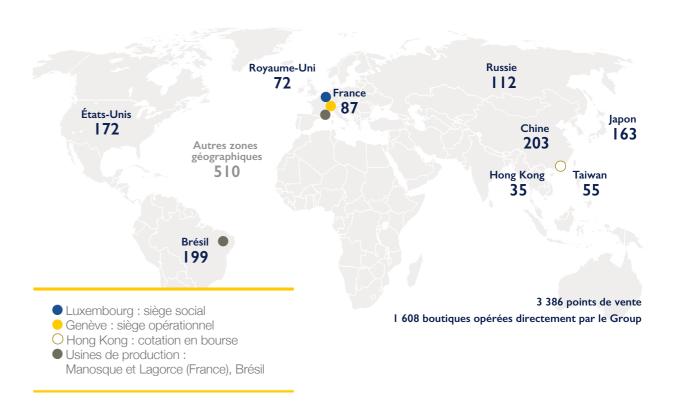
NOTRE ACTIVITÉ



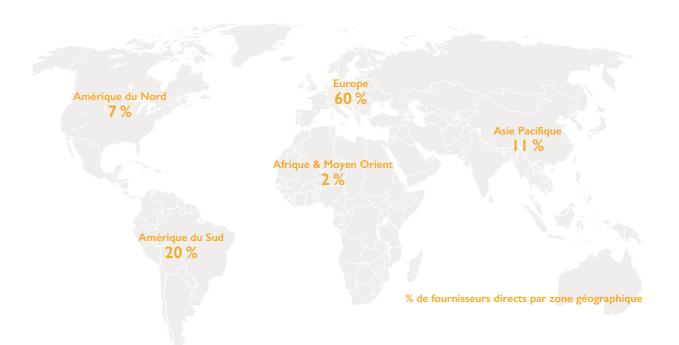
NOS EMPLOYÉS



NOS BOUTIQUES



NOS FOURNISSEURS DIRECTS



20 Rapport

2. Attentes des parties prenantes et défis du développement durable

Prise de parole d'Adrien Geiger, *Sustainability Officer* du Groupe et Directeur international de L'OCCITANE en Provence

Cette année, nous nous sommes fixés comme objectif d'être certifié B Corp à fin 2022, au plus tard courant 2023. Ce label exigeant permet de s'inscrire dans une réelle démarche de progrès pour atteindre nos objectifs et un déploiement de notre stratégie RSE sur toutes les entités et régions du Groupe. Pour nous, ce challenge est à la hauteur de nos ambitions : rassembler des marques de cosmétique et de bien-être à base d'ingrédients naturels et biologiques qui se fixent pour mission de régénérer la nature et sa diversité, de même que développer un biosystème durable qui intègre les écosystèmes et les communautés.

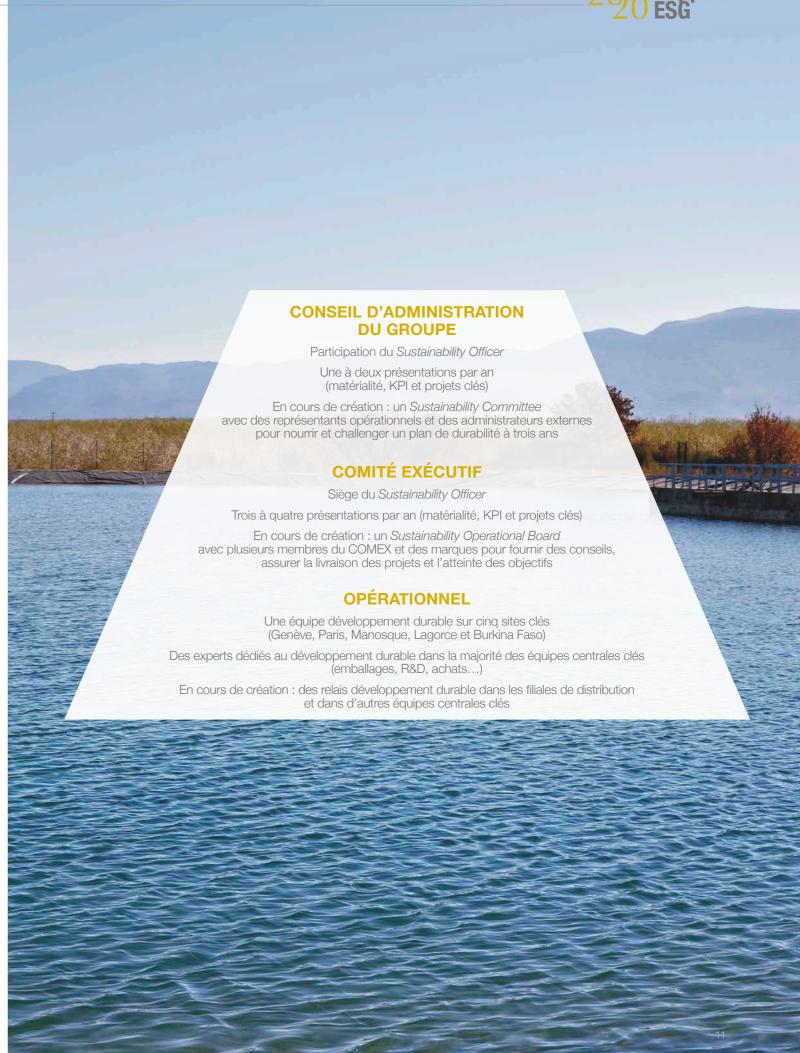


Nous avons mené en 2019 une nouvelle analyse de matérialité (voir l'annexe 4 pour plus de détails) afin d'actualiser nos enjeux et d'identifier les axes d'amélioration. Suite à l'analyse de ces résultats et à la mise en regard des performances du Groupe sur ces enjeux prioritaires par le Comité exécutif et le Conseil d'administration, nous avons décidé de mettre l'accent sur trois sujets hautement prioritaires en se fixant des objectifs plus radicaux. En tant que Groupe utilisant des ressources naturelles et la richesse des savoir-faire des communautés locales qui les transforment, il nous est plus que jamais indispensable de :

- 1. Protéger et restaurer la biodiversité, naturelle et cultivée, à l'intérieur et à l'extérieur de notre chaîne de valeur.
- 2. Mener des changements drastiques pour limiter la crise climatique et anticiper ses conséquences sur nos activités.
- 3. Créer des opportunités et promouvoir toutes les personnes des communautés dans lesquelles nous sommes engagés, avec une attention particulière sur l'empowerment féminin.

Nous avons associé ces trois grandes priorités à des premiers objectifs à moyen terme, dont le premier est d'atteindre « Carbone Net Zéro » d'ici 2030 (zéro émissions nettes). Durant cette année 2020, nous continuons de formuler et d'affiner nos objectifs afin de les décliner sur nos marques et sur l'ensemble de leurs chaînes de valeur. Ces trois grandes priorités et leurs objectifs viennent compléter de façon ambitieuse le **socle d'engagements éthiques** incontournables pour un acteur de l'industrie cosmétique, que nous avons consolidé au cours des dernières années.

En plus de la définition de nos nouvelles priorités et leurs objectifs, la gouvernance des enjeux de durabilité au sein du Groupe L'OCCITANE n'a cessé de se structurer au fil des années, reflétant l'importance croissante, et plus que jamais stratégique, de ces sujets pour son développement. Je siège désormais en tant que *Sustainability Officer* du Groupe au Comité exécutif. Prochainement, un *Sustainability Committee* verra le jour pour revoir tous les ans notre plan d'action RSE à trois ans. Cela permettra de concrétiser notre volonté de suivre au plus près la performance sociétale du Groupe L'OCCITANE.



LES ENGAGEMENTS DES MARQUES

Le Groupe L'OCCITANE encourage par ailleurs les marques à définir des engagements et objectifs ambitieux pour les causes sur lesquelles elles veulent agir, au-delà des trois priorités incontournables du Groupe.

Toutes les marques se sont notamment engagées à trouver des solutions pour lutter contre la pollution plastique et se fixent des objectifs ambitieux sur l'intégration de plastique recyclé, la suppression du plastique à usage unique et la diminution du poids des emballages.

L'OCCITANE en Provence et Melvita ont finalisé leurs engagements respectifs et se concentrent sur leurs projets d'innovation pour atteindre leurs objectifs. ELEMIS finalise la définition de ses engagements et pourra les déployer fin 2020. Les autres marques du Groupe doivent encore les formaliser d'ici la fin d'année.

L'OCCITANE en Provence avait ainsi redéfini ses engagements prioritaires en 2018. La marque a depuis progressé sur l'ensemble des indicateurs et devrait atteindre les deux objectifs fixés pour 2020 (Caring for sight et Empowering women).

Espèces et variétés de plantes protégées et valorisées	950



Certification commerce équitable pour les producteurs d'ingrédients iconiques

D'ici 2025

1000

8

100%

20

En 2020



32 Plastique recyclé dans les flacons Service de recyclage dans les boutiques en propre 47

12



Savoir-faire artisanal soutenu



Femmes soutenues au Burkina Faso via la Fondation

31 427

33 000



Bénéficiaires de soins oculaires

9 109 493

10 M

Melvita a défini trois engagements prioritaires sur lesquels elle s'est fixée des objectifs à 2022 et 2025.

ENGAGEMENTS DE MELVITA

Ensemble, révélons les bienfaits de la cosmétique biologique pour embellir la nature et les gens.







EXCELLER EN « CLEAN BEAUTY »

La nature et la peau méritent les formules les plus pures



Produits hautement naturels: 90 % de nos produits ont un pourcentage de naturalité supérieur ou égal à 99 %

- Aucun ingrédient sensible : paraben, phénoxyéthanol, huile de palme, sels d'aluminium, colorants, etc.

2022

Vers une liste INCI décryptée :

faire preuve de transparence envers nos clients en fournissant une traduction claire et simple de chaque composant de la liste INCI sur notre site.

2025

- Atteindre 100 % d'avis positifs sur les applications **de consommateurs** comme Yuka (la plus utilisée) pour rassurer notre clientèle.
- Objectif 100 % de formules rincées biodégradables.

PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ

2020

Au cours des dix dernières années :

- 1 150 ruches ont été installées en France et à l'étranger :
- 82 projets ont été soutenus pour préserver la biodiversité, promouvoir l'apiculture et sauvegarder les abeilles.

2022

Vers la mise en place de nouveaux indicateurs :

- affichage de nos ingrédients tracés et bons pour les abeilles
- surface de culture biologique concernée par les ingrédients biologiques de Melvita.

2025

Vers toujours plus de ruches : - Atteindre l'installation de

- 1 500 ruches dans le cadre d'une approche humaniste et agroécologique.
- Tous nos projets d'installation sont accompagnés de dispositifs de formation et de sensibilisation.

RÉDUIRE LES DÉCHETS

La nature a besoin d'emballages écoresponsables

2020

- Utilisation de plastique recyclé: 47 % de nos bouteilles.
- **Verre recyclé**: 31 % pour nos huiles végétales.
- Une approche vertueuse : emballages FSC provenant de forêts gérées durablement, sans insert ni suremballage.

- Vers un objectif 55 % de plastique recyclé dans les flacons.
- Vers une approche d'écoconception globale



- Vers un objectif 100 % de plastique recyclé dans nos flacons.
- Vers un objectif 50 % de plastique recyclé dans nos tubes.

3. Les engagements éthiques du Groupe

Tout au long de son évolution et de son développement, le Groupe L'OCCITANE s'est engagé à exercer ses activités conformément à des principes éthiques et de responsabilité d'entreprise. Différentes politiques, initiatives et actions ont été menées historiquement pour constamment renforcer ce socle d'engagements.

Ces engagements éthiques sont notamment déclinés au sein de la charte de responsabilité d'entreprise du Groupe et du code de déontologie achats.

CHIFFRES-CLÉS EXERCICE 2020

- 0 procès relatif à des faits de corruption
- 0 rappel de produits commercialisés²
- 4,31% de taux de fréquence des accidents dans nos usines françaises (6 accidents) versus 2,11% l'année précédente (3 accidents)
- 100 % des acheteurs formés aux achats responsables et signataires du code de déontologie achats
- 87 % des dépenses achats directs couvertes par une évaluation RSE approfondie

Après une diminution constante de la fréquence et de la gravité des taux d'accidents au cours des dernières années, les usines semblent atteindre un plateau, voire une augmentation. Pour atteindre l'objectif 0 accident, les Laboratoires M&L ont lancé un nouveau projet de développement appelé « Culture Sécurité ».





SANTÉ, SÉCURITÉ ET TRANSPARENCE AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

De plus en plus attentifs à la composition et à la qualité des produits qu'ils achètent, les consommateurs attendent aujourd'hui de leurs marques une transparence totale concernant les formulations et les ingrédients des produits. Le Groupe L'OCCITANE est depuis toujours profondément attaché à la sécurité de ses consommateurs, c'est pourquoi 100 % des formules sont testées rigoureusement (30 à 40 tests en moyenne par produits).

Motivées par la volonté de s'améliorer en continu sur leur transparence, nos marques s'engagent chacune à leur manière : en 2019, L'OCCITANE en Provence a publié en ligne sa propre charte de formulation qui va plus loin que la réglementation. Melvita a également publié ses choix de formulation et les exigences qu'impose un référentiel aussi strict que celui de la charte Cosmébio[®]. Erborian détaille sur son site internet les ingrédients retirés de ses formules et a décidé d'indiquer des listes INCI simplifiées sur les pages de ses nouveautés, pour les rendre plus accessibles et transparentes auprès des consommateurs.

² Consiste à empêcher après distribution la consommation ou l'utilisation d'un produit par le consommateur et/ou à l'informer du danger qu'il court éventuellement s'il a déjà utilisé/consommé le produit.

2009 Charte éthique Groupe 2011 Laboratoires M&L adhère au Pacte mondial de l'ONU 2012
Certification
ISO 140001
des boutiques
et d'une des
2 usines en
France

2013-14 L'OCCITANE en Provence devient membre du Business call to action de l'ONU

2015 Certification ISO 14001 de la deuxième usine en France LimeLife rejoint le programme Leaping Bunny, qui certifie que leurs produits et ingrédients n'ont pas été testé sur les animaux

2015

2017 Charte de responsabilité d'entreprise Groupe

2018 Création du poste achats responsables Groupe

2019
Publication
de la charte
de formulation

2019
Code de
déontologie
spécifique
aux équipes
achats

2019 Application de la loi RGPD Participation
au forum
du Business
Call to Action
(BCtA)
- Business
for Nature



II. LES PRIORITÉS DU GROUPE EN MATIÈRE DE DURABILITÉ

1. Protéger et régénérer la biodiversité naturelle et cultivée

18

Parce que les produits cosmétiques et de bien-être des marques du Groupe L'OCCITANE s'inspirent des bienfaits de la nature, nous savons combien il est essentiel de la respecter et de favoriser la régénération de sa biodiversité. Notre résilience est intimement liée à la sienne, c'est pourquoi nous nous engageons dans des démarches de conservation et de restauration depuis plus de vingt ans et mettons tout en œuvre pour tendre vers un impact positif.

a. Réduire l'impact de notre production sur l'eau et les déchets	18
b. Améliorer toujours plus l'ecoconception de nos formules	19
c. Promouvoir des achats et un approvisionnement responsables	
de matières premières stratégiques	20
d. Déployer des programmes de préservation et de restauration	
de la hindiversité sur les territoires	2'

1. Protéger et régénérer la biodiversité naturelle et cultivée

a. Réduire l'impact de notre production sur l'eau et les déchets

OBJECTIFS USINES

- -7 % de consommation d'eau à la tonne produite à 2020
- 2 usines « sèches » en France à 2025

La première responsabilité du Groupe, en tant qu'industriel détenteur d'infrastructures de production, est de tout mettre en œuvre pour éliminer tout impact négatif de ses activités sur les écosystèmes. La quantité des ressources consommées et la qualité des effluents rejetés par les usines de production du Groupe font l'objet de suivis. Tant sur les rejets dans l'eau que sur les émissions dans l'air, les usines de Laboratoires M&L (situées en France à Manosque et Lagorce) sont conformes aux réglementations en vigueur (voir l'annexe 3 pour plus de détails).

L'eau est un ingrédient clé de nombreuses formules cosmétiques au sein des marques du Groupe et une ressource nécessaire aux processus de fabrication. En termes d'empreinte eau, le site industriel de Lagorce fait l'obiet d'une surveillance particulière, du fait de sa situation géographique proche d'une zone Natura 2000 et sujette au stress hydrique. Le projet du Groupe est désormais de s'impliquer dans la transformation globale de son outil industriel et d'agir plus radicalement encore pour réduire sa consommation d'eau, au

AVANCÉES USINES EXERCICE 2020

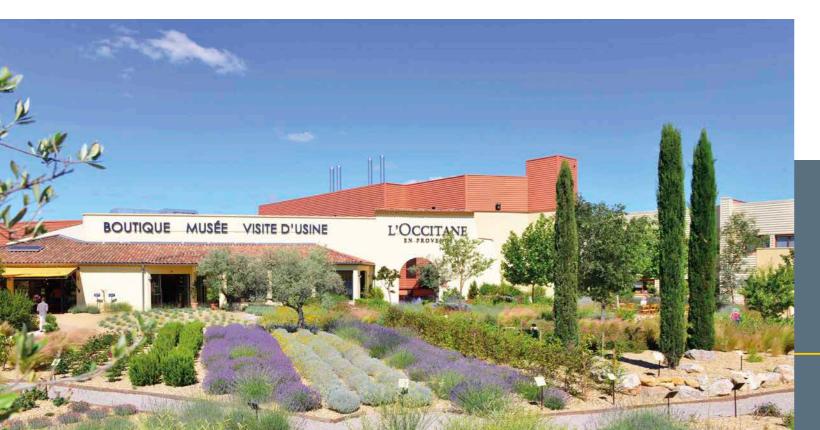
- -8.1 % de consommation d'eau à la tonne produite
- Zéro enfouissement depuis 2018
- 67 % de déchets recyclés, 33 % incinérés et

travers d'un projet d'usines sèches. À 2025, le Groupe souhaite en effet que ses usines françaises opèrent en boucle fermée, en recyclant 100 % de l'eau utilisée pour les processus industriels.

Enfin depuis 2018, Laboratoires M&L a atteint son objectif « zéro enfouissement » et diminué son intensité déchets de 4.4%.

Intensité de la production de déchets non dangereux et dangereux de Laboratoires M&L (en tonnes/tonne produite)





b. Améliorer toujours plus l'ecoconception de nos formules

Une des premières responsabilités d'un groupe de cosmétiques est d'assurer l'innocuité de ses formules, mais aussi de veiller à l'impact environnemental des produits, notamment lors de leur utilisation et en fin de vie. Le Groupe agit donc pour réduire l'impact des formules rincées sur l'eau et améliorer l'impact environnemental de toutes les formules.

OBJECTIFS DES MARQUES

Réduire l'impact de nos formules rincées sur l'environnement

- 95 % d'ingrédients facilement biodégradables pour 90 % des formules rincées d'ici 2025 pour L'OCCITANE en Provence et Melvita
- Obtenir le taux d'ingrédients facilement biodégradables pour les formules rincées des autres marques du Groupe d'ici deux ans
- 100 % des formules rincées sans silicone d'ici 2022 pour L'OCCITANE en Provence

Améliorer la naturalité et l'impact environnemental de nos formules

• Augmenter le pourcentage de produits conformes à la Clean Charter pour L'OCCITANE en Provence

Après la publication de sa charte de formulation qui va au-delà de la réglementation, L'OCCITANE en Provence a lancé en 2020 sa Clean Charter qui va encore plus loin, pour guider ses innovations. Elle est applicable à tous types de produits : soins cheveux, corps, visage et hygiène. Cette charte a fait l'objet d'une large consultation auprès des collaborateurs du Groupe et d'un panel de consommateurs international pour récolter leur vision d'une « Clean Beauty ». Pour être conforme à cette charte, une formule doit répondre à au moins un des critères suivants :

- 95 % d'ingrédients d'origine naturelle pour les formules non rincées;
- · 95 % de biodégradabilité pour les formules rincées.

AVANCÉES EXERCICE 2020

Réduire l'impact de nos formules rincées sur l'environnement

- 80 % d'ingrédients facilement biodégradables dans les formules rincées de L'OCCITANE en Provence et 62 % pour Melvita
- 93 % des formules rincées L'OCCITANE en Provence sans silicone et 100 % pour Melvita (charte Cosmébio®)

Améliorer l'impact environnemental de nos formules

- 28 % des formules actives L'OCCITANE en Provence en ligne avec la Clean Charter
- 100 % des formules Melvita sont labellisées Cosmébio[®]

Elle ne doit également pas comporter plus d'un des ingrédients « orange » de la charte de formulation (ceux que la marque souhaite limiter dans ses formules).

Ce travail est aujourd'hui orienté sur environ 80 % des volumes de vente du Groupe via L'OCCITANE en Provence, et a pour ambition de s'étendre à l'ensemble des marques dans une démarche d'amélioration continue. Le Groupe se fixe donc des objectifs de suivi sur l'ensemble de ses marques d'ici 2025 :

- · suivre la part d'ingrédients biodégradables et de silicone pour toutes les formules rincées du Groupe;
- · suivre la part d'ingrédients d'origine naturelle pour toutes les formules non rincées du Groupe.

2008 Première charte de formulation

2013 Création du Nature Lab

Certification ISO 14001 pour le Application développement formule et pack Mise en place du système de notation écoconception pour les formules L'OCCITANE en Provence et Melvita

2018 nouvelle norme ISO 16128

2020 Mise en place de la Clean Charter

c. Promouvoir des achats et un approvisionnement responsables de matières premières stratégiques

La moitié des espèces de la planète pourraient disparaître d'ici 2050 si rien ne change. S'approvisionner dans le respect de la biodiversité et de façon responsable est donc un enjeu stratégique pour le Groupe.

Les matières premières stratégiques (MPS) du Groupe nécessitent un suivi particulier, car elles représentent les actifs principaux des gammes et des produits. Ces matières premières naturelles, au cœur de l'innovation du Groupe, s'inscrivent également dans un enjeu majeur de ce siècle : l'effondrement global et massif de la biodiversité.

Les approvisionnements stratégiques du Groupe

- · Pour les matières premières dites sensibles et à suivi renforcé (plantes rares pour lesquelles il existe une tension d'approvisionnement), le Groupe assure la traçabilité jusqu'au champ et s'engage sur les volumes d'achat 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 (exemples : myrte et pivoine).
- · Pour les matières premières stratégiques à engagement (ingrédients emblématiques des gammes de produits du Groupe), des partenariats de plusieurs années sont signés avec les producteurs, dans lesquels sont notamment fixés à l'avance les volumes et les prix d'achat. Des préfinancements et prêts à taux zéro peuvent être proposés aux producteurs (exemples : lavande fine AOP de Haute-Provence, immortelle biologique de Corse ou beurre de karité biologique et équitable du Burkina Faso).
- ³ Concombre, Figue, Pomelo, Melon.

⁵ Roundtable on Sustainable Palm Oil.

L'engagement de Melvita et L'OCCITANE en Provence en faveur des filières durables

- 117 matières premières suivies par le service biodiversité et filières durables
- 202 agriculteurs partenaires et 186 fermes familiales
- 17340 cueilleurs (pour les noix de karité ou les fleurs des reines-des-prés par exemple)
- Il existe aujourd'hui 44 filières durables suivies en direct chez les producteurs avec des visites de terrain régulières (environ 200 par an) et 4 filières auditées³ selon une charte de sourcing durable.
- En termes de traçabilité, 133 matières premières sont tracées jusqu'au pays d'origine.
- Ces marques promeuvent pour leurs matières premières stratégiques une culture certifiée biologique et respectueuse des écosystèmes. Sur les 653 hectares cultivés par nos producteurs partenaires et les 1157 hectares de surfaces cueillies, 100% des surfaces cueillies sont bio et 77 % des surfaces cultivées sont bio, soit au global 98 % des surfaces des filières suivies en bio. Enfin, 88 % des surfaces sont « bee-friendly ».

La première étape en faveur de la préservation de la biodiversité est de connaître l'origine des ingrédients, dans des chaînes de valeur qui peuvent être longues dans le cas d'actifs complexes. Afin de sécuriser ces approvisionnements stratégiques, de maîtriser leur qualité ainsi que leurs impacts sur la biodiversité (modes de culture en particulier), le Groupe s'est fixé un plan de traçabilité. Son but est de tracer jusqu'au pays d'origine toutes les plantes entrant dans la composition de 90 % du volume des matières premières achetées pour les marques Melvita et L'OCCITANE en Provence. Cet objectif très ambitieux ne se limite pas aux matières premières 100 % naturelles mais cherche à tracer tous les ingrédients de chaque matière première. Il permettra d'évaluer les risques pour la biodiversité et d'aller plus loin en cas de risque élevé. Laboratoires M&L connait actuellement l'origine géographique des plantes pour 133 matières premières achetées en direct pour les marques L'OCCITANE en Provence et Melvita.. Dans les années à venir, le Groupe a l'ambition de suivre et d'augmenter la part d'ingrédients tracés, toutes marques et ingrédients confondus.

L'OCCITANE en Provence et Melvita n'achètent pas directement d'huile de palme mais utilisent des matières premières dérivées d'huile de palme⁴. Laboratoires M&L s'engage à s'approvisionner durablement via un approvisionnement à 100 % certifié RSPO⁵ d'ici fin 2020, tout en diminuant de 25 % sa consommation dans les formules des marques L'OCCITANE en Provence, Melvita et Erborian d'ici 2025. Laboratoires M&L soutient également les filières d'approvisionnement durables des dérivés de palme pour la cosmétique : en 2019 il a rejoint le consortium « Action for Sustainable Derivatives ». Ce consortium travaille notamment sur l'amélioration de la transparence de la filière et l'engagement dans des projets sur zones de production. Cette première année de travail a permis d'identifier, pour 82 % de ses approvisionnements, les moulins qui peuvent être à l'origine de la production.

OBJECTIFS DES MARQUES

L'OCCITANE en Provence et Melvita

- Tracer tous les ingrédients végétaux entrant dans la composition des matières premières jusqu'au pays d'origine pour 90 % des volumes d'ici 2025
- 100 % de l'huile de palme contenue dans les matières premières certifiée **RSPO** à fin 2020
- Réduire de 25 % l'utilisation d'huile de palme dans les matières premières entre 2016 et 2025

AVANCÉES DES MARQUES EXERCICE 2020

L'OCCITANE en Provence et Melvita

- 20 % des volumes de matières premières tracées jusqu'au pays d'origine, dont 10% tracées jusqu'au champ
- 99 % d'huile de palme contenue dans les matières premières que nous achetons certifiées RSPO
- -23 % d'huile de palme utilisée dans les matières premières; 50 % des savons L'OCCITANE en Provence sans huile de palme
- 98 % des surfaces de matières premières stratégiques suivies par le département biodiversité et filières durables cueillies et cultivées selon des méthodes biologiques

1977 Première récolte manuelle cultivée durablement pour L'OCCITANE en Provence

1980 Olivier Baussan rencontre les productrices de beurre de karité au Burkina Faso

2001 <u>Laboratoires</u>

M&L lance son programme de culture biologique <u>d'immortelle</u> avec des producteurs corses

2008

Création du département filières durables pour L'OCCITANE en Provence chargé de l'approvisionnement en ingrédients emblématiques et des relations avec les producteurs

2011 Laboratoires

2012 L'OCCITANE en Provence M&L initie la membre de création d'un la RSPO fonds de pour une dotation pour huile de la sauvegarde palme de la lavande en Provence durable

2015 Laboratoires M&L lance le programme Sustainable Communities pour promouvoir les filières durables sur une cinquantaine de plantes en travaillant en direct avec les producteurs locaux

2016

Diagnostic biodiversité avec l'UICN évaluant les impacts du Groupe

2017 Laboratoires

M&L partenaire de l'Union for Ethical Biotrade (UEBT) pour l'application du protocole de Nagoya

2018 Lancement du programme **RESIST** pour la filière karité du Burkina

Faso

2019 Groupe membre de **I'ASD** (Action for Sustainable Derivatives) pour une huile de palme durable

⁴ 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 savon, et certains dérivés utilisés peuvent en contenir. 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.



d. Déployer des programmes de préservation et de restauration de la biodiversité sur les territoires

La biodiversité est aujourd'hui menacée, ce qui pourrait avoir de graves conséquences écologiques, sociales et économiques. Pour protéger cette biodiversité sur les territoires où il est impliqué, le Groupe veut développer des approches régénératrices.

OBJECTIFS DES MARQUES

- Contribuer à protéger et valoriser 1 000 espèces et variétés de plantes d'ici 2025 pour L'OCCITANE en Provence
- Participer à la replantation de 900 000 amandiers grâce au statut de membre fondateur de France Amande, la première interprofession de l'amande
- Installer 1 000 ruches d'ici 2020 et 1 500 d'ici 2025 pour Melvita

AVANCÉES EXERCICE 2020

- 950 variétés de plantes cumulées depuis le début des actions de la Fondation L'OCCITANE et des équipes filières durables pour les protéger et les valoriser, dont 209 cette année
- 23619 arbres cumulés plantés par les actions de la Fondation L'OCCITANE depuis son lancement, dont 16513 cette année
- 414000 euros alloués par la Fondation L'OCCITANE et Melvita pour soutenir des projets pour la biodiversité
- 5600 amandiers plantés en Provence pour les employés les deux dernières années
- 244 ruches installées en 2019 et 1 151 depuis 2010

Historiquement pionnier dans cette démarche, le Groupe continue de se fixer des objectifs de restauration du patrimoine naturel sur les territoires et de mettre en œuvre les projets associés. Le Groupe a ainsi choisi de s'engager pour l'agroécologie⁶ au travers de plusieurs initiatives en 2020.

Le Groupe est à l'initiative de la création d'un collectif d'agroécologie avec ses producteurs partenaires, visant à travailler AVEC la nature7. Ce collectif vise à créer des écosystèmes bénéfiques dans et autour des champs, en expérimentant et amplifiant les services que rendent ces écosystèmes, et par conséquent à régénérer la biodiversité et les ressources naturelles. Les méthodes sont très diverses : couvertures végétales, agroforesterie, paillage, création d'habitats naturels pour les oiseaux et les insectes... Cela permet aux producteurs d'utiliser moins ou pas de pesticides et d'engrais chimiques, et moins d'eau. Ce nouveau collectif regroupe déjà guinze de nos exploitations familiales partenaires.

Pour s'inscrire dans une dynamique collective, le Groupe a aussi rejoint en 2019 les vingt partenaires de la coalition One Planet Business for Biodiversity (OP2B). Cette coalition rassemble les entreprises autour de trois ambitions :

- · développer une agriculture régénérative pour protéger les sols;
- · veiller à une diversification de leurs produits;
- · déployer des stratégies pour protéger les écosystèmes menacés et riches en biodiversité.

Enfin, début 2020, le Groupe a créé un fonds en faveur de la restauration d'écosystèmes gravement touchés lors de catastrophes naturelles. Initié pour protéger la biodiversité pour les générations futures, le fonds de L'OCCITANE ambitionne de répondre de façon ponctuelle aux urgences climatiques. Ce fonds sera alimenté grâce à des donations bénévoles provenant des actionnaires de L'OCCITANE. Après les incendies en Australie et au Brésil en 2019 et 2020, 400 000 euros de fonds privés vont être alloués à des projets de restauration dans ces deux pays.

2018

D'AUTRES INITIATIVES

- Notre partenariat international avec PUR Projet pour soutenir les projets d'agroforesterie et de replantation dans nos filiales de distribution.
- Notre programme des Vergers de L'OCCITANE visant à planter un amandier en Provence pour chaque employé ayant plus de trois ans d'ancienneté.
- Notre partenariat avec UICN et le Conservatoire méditerranéen partagé
- Toutes les actions de la Fondation L'OCCITANE

2011 Melvita soutient les programmes de sauvegarde des abeilles

2012 Création du fonds de sauvegarde de la lavande de Provence

2016 **Financement** de la liste rouge des écosystèmes méditerranéens de

I'UICN

2016 Lancement du programme **RESIST** au Burkina Fasso

2017 Première signature de Act for **Nature**

2017

Jardin de

l'usine de

Manosque

refuge LPO

certifié

2018 Membre Fondateur de France Amande, première fédération interprofessionnelle de l'amande en France

Laboratoires M&L - Charte de cueillette durable signée par tous nos fournisseurs s'approvisionnant en plantes sauvages

Soutien du programme «Vergers d'Avenir» du Conservatoire méditerranéen partagé pour la conservation de variétés rares, anciennes ou menacées. Lancement du programme Vergers de L'OCCITANE, pour planter des amandiers

2019 Groupe membre de One Planet **Business for Biodiversity** pour ses employés

2019

2020 Lancement d'un collectif (OP2B) d'agroécologie

⁶ L'agroforesterie est l'association d'arbres et de cultures ou d'animaux sur une même parcelle. Cette pratique ancestrale permet une meilleure utilisation des ressources, une plus grande diversité biologique et la création d'un microclimat favorable à l'augmentation des rendements.

⁷ L'arbre, par son système racinaire, crée des conditions dans les couches profondes du sol qui favorisent l'alimentation en eau et en minéraux des cultures de surface.



II. LES PRIORITÉS DU GROUPE EN MATIÈRE DE DURABILITÉ

2. Mener des changements drastiques pour limiter la crise climatique 26

La lutte contre le changement climatique est un enjeu mondial qui nécessite la contribution de tous. Les entreprises, notamment, sont un levier clé pour parvenir à limiter la hausse des températures de 1,5°C à la fin du siècle par rapport à la période préindustrielle, comme l'indique l'Accord de Paris. Le changement climatique est aussi un des risques majeurs auquel le Groupe doit faire face. La hausse des températures, la sécheresse, les perturbations des cycles de l'eau ou encore les intempéries peuvent durablement modifier les conditions de culture, voire la biodiversité locale, et affecter directement ses approvisionnements en matières premières naturelles. Il est de la responsabilité du Groupe de contribuer à lutter contre le changement climatique en réduisant les émissions de gaz à effet de serre induites par ses activités. C'est pourquoi il en a fait l'un des piliers de sa stratégie.

	Comprendre le profil et la trajectoire carbone du Groupe
	Réduire les émissions de la chaîne d'approvisionnement et logistique
	S'engager dans une transition énergétique
١.	Réduire les pollutions et déchets dans la chaîne de valeur

2. Mener des changements drastiques pour limiter la crise climatique

a. Comprendre le profil et la trajectoire carbone du Groupe

Après une mise à jour du bilan carbone sur le périmètre Laboratoires M&L, fret aval et sous-traitance en 2019, le Groupe prévoit d'effectuer son prochain bilan carbone à l'échelle mondiale au second semestre 2020. Il intégrera notamment les nouvelles marques du Groupe et l'ensemble de leurs activités, depuis les achats des intrants jusqu'à la fin de vie des produits.

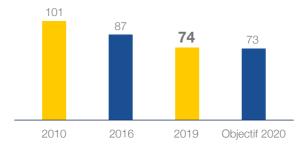
OBJECTIFS GROUPE

- Réduire l'intensité de l'empreinte carbone de 30 % entre 2010 et 2020
- Atteindre la neutralité carbone des usines françaises d'ici 2025
- Atteindre la neutralité carbone du Groupe d'ici 2030

AVANCÉES EXERCICE 2020

 -27 % d'intensité de l'empreinte carbone en 2019, l'objectif de -30 % devrait être atteint en 2020

Intensité carbone par ventes nettes (tCO2eq/M€)



Le Groupe est en très bonne voie pour atteindre son objectif – fixé suite à son dernier bilan carbone complet mené en 2016⁸ – de -30 % d'intensité carbone entre 2010 et 2020. Avec 74 tCO2eq/M€ en 2019, pour un objectif à 73 tCO2eq/M€ à fin 2020, l'objectif est quasiment atteint.

En termes de répartition, les principaux postes du Groupe sont le fret (34%), les intrants de production (34%), incluant notamment les emballages et les matières premières, et l'énergie (17%).

Le Groupe souhaite désormais accélérer sur le sujet, en contribuant à l'échelle mondiale à atteindre la neutralité carbone, en accord avec l'approche de l'Accord de Paris. En 2020, le Groupe se fixe donc l'objectif d'atteindre le « zéro émission nette » à horizon 2030. Le nouvel objectif de réduction sera défini en 2021, avec la volonté de s'inscrire dans une trajectoire compatible avec les *Science-Based Targets*. La première échéance est d'atteindre le « zéro émission nette » pour ses deux sites de production en France d'ici 2025.

Le Groupe utilise le modèle de la *Net Zero Initiative* créé en 2020 et se positionne sur différents chantiers pour éviter et séquestrer les émissions de carbone :

- mesurer et créer les conditions et les outils nécessaires à la transition;
- · réduire les émission propres du Groupe;
- réduire les émissions de sa chaîne de valeur;
- augmenter la séquestration carbone dans la chaîne de valeur et en dehors des zones d'impact.

8 Effectué pour les émissions directes (conception et fabrication des produits, entrepôts et magasins) et indirectes (achats et matières premières, transport aval) de la filiale industrielle et de cinq filiales de distribution (Brésil, États-Unis, Royaume-Uni, Russie, Japon), représentant au total 43 % du chiffre d'affaires du Groupe en 2016.

Répartition des sources d'émission

Ma
Én
Em
Tra
Voy

Matières premières : 17%Énergie : 17%Emballages : 17%

- Trajets domicile-travail: 8%Voyages professionnels: 5%Immobilisations: 5%
- Autres: 4%

Fret: 34%



2008 Premier bilan carbone du fret

2011 Bilan carbone Melvita et L'OCCITANE SA 2014
Bilan carbone
Laboratoires
M&L, fret aval
et sites
centraux

2016
Bilan carbone
Groupe
Objectif -30%
d'intensité
carbone
entre 2010 et
2020

2019
Bilan carbone
Laboratoires
M&L, fret aval,
sites centraux
et soustraitance

2020 Objectif zéro émission nette pour les usines à 2025 et le Groupe à 2030 L'OCCITANE INTERNATIONAL S.A.



b. Réduire les émissions de la chaîne d'approvisionnement et logistique

Le fret représentait 34 % de l'empreinte carbone du Groupe en 2016, tandis que les achats de matières premières généraient 17 % de ses émissions de gaz à effet de serre. Ces postes liés à l'amont de la chaîne de valeur du Groupe sont donc particulièrement stratégiques pour atteindre l'ambition de « zéro émission nette » en 2030.

OBJECTIFS GROUPE

• Définir un nouvel objectif de réduction des émissions liées au fret en 2021

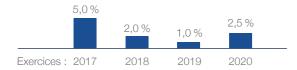
AVANCÉES EXERCICE 2020

• -13 % de fret aérien pour Laboratoires M&L entre 2014 et 2019

Réduire les émissions logistiques et liées au transport

Depuis 2010, le Groupe L'OCCITANE travaille à réduire le fret aérien en améliorant ses processus internes (le recours à l'aérien n'est réalisé qu'en cas d'urgence et a ainsi été réduit de 13 % entre 2014 et 2019) et en recourant de plus en plus à des moyens de transport à plus faible impact écologique. Il utilise depuis 2018 l'axe multimodal rail-route allant de la Chine vers l'Europe. Depuis 2013, un axe de ferroutage a été mis en place pour les marchandises transportées entre les entrepôts de Laboratoires M&L et ceux du reste de l'Europe. En 2019, 100 % des marchandises utilisaient ce mode de transport sur cet axe.





Part de l'aérien dans les expéditions produits (aval)



Les résultats en 2020 reflètent l'impact de la crise de la Covid-19 sur le trafic mondial, avec notamment l'anticipation et la compensation de la fermeture de fournisseurs asiatiques en Chine, qui ont accru le trafic au premier semestre 2020.

Avec son internationalisation, la réduction de l'impact carbone du fret demeure un véritable défi pour l'ensemble du Groupe et de ses filiales. Le Groupe souhaite travailler sur un plan de réduction dans le cadre de l'objectif *Net Zero* en redéfinissant les étapes clés et ses objectifs de réduction sur l'année à venir.

Réduire les émissions de la chaîne d'approvisionnement

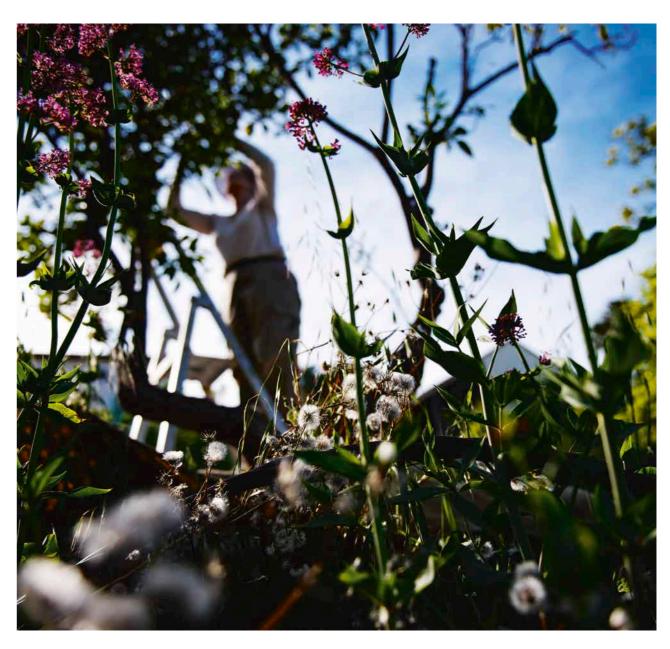
Les leviers de réduction des émissions de gaz à effet de serre résident principalement dans les techniques agricoles des producteurs et fournisseurs de matières premières. Les principes d'agroécologie, de nouvelles techniques de récolte ou de distillation sont autant de moyens pour réduire cette empreinte. Retrouver la fertilité naturelle des terres, tout en réduisant l'impact environnemental de la production agricole, c'est un travail que le Groupe a lancé en 2020 avec quinze exploitations partenaires.

Par ailleurs, le programme « Green & lavandes » lancé en 2019 promeut une culture et une distillation de la lavande plus durable, via la diminution par deux de la consommation d'énergie et de l'empreinte carbone.

Séquestrer les émissions dans ses filières et au-delà

Le Groupe a la possibilité d'aller encore plus loin dans la réduction de son empreinte carbone, via la séquestration de gaz à effet de serre grâce aux plantes avec lesquelles il travaille. Au sein de sa chaîne de valeur et de ses territoires d'approvisionnement, le Groupe travaille à créer des « puits de carbone » dans certaines de ses filières clés en développant l'agroécologie et en remettant l'arbre au cœur des systèmes de production agricoles. S'inspirer de l'écosystème forestier sur les parcelles cultivées permet de redonner vie aux sols, de favoriser la biodiversité et les habitats pour la faune et la flore, d'atténuer les effets du changement climatique sur les ressources en eau, etc.

Le Groupe étudie comment contribuer à la neutralité carbone pour accompagner ses actions de réduction de ses émissions, en finançant des projets forestiers au plus près de ses zones d'activités (Provence, Brésil), avec des partenaires spécialisés en cours d'identification. Ces projets seront sélectionnés pour leur impact positif en termes de séquestration carbone, mais également sur la biodiversité : régénération de forêts dépérissantes, diversification des espèces pour une meilleure adaptation au changement climatique, pratiques respectueuses de la biodiversité, y compris en dehors des zones d'impact direct. Afin de sélectionner des projets en 2020 puis 2021, une charte du carbone responsable est en cours de rédaction.



 28



c. S'engager dans une transition énergétique

La consommation d'énergie et les déplacements domicile-travail représentaient respectivement 17 % et 8 % des émissions de gaz à effet de serre du Groupe en 2016 (un nouveau bilan carbone est actuellement en cours pour mettre à jour ces chiffres). Depuis une dizaine d'années, Laboratoires M&L a mené de nombreuses initiatives pour réduire les émissions de ces postes.

OBJECTIFS

Groupe

- 100 % d'électricité renouvelable d'ici 2030 pour le Groupe et ses marques (et 80 % d'ici 2020 sur le périmètre de 2016)
- Équiper 100 % de nos propres magasins de LED d'ici 2020

Laboratoires M&L

• Énergie 100 % d'origine renouvelable d'ici 2025

AVANCÉES EXERCICE 2020

Groupe

- 40 % d'électricité consommée par le Groupe d'origine renouvelable (sur le périmètre de 2016)
- Pas de chiffres concernant les LED cette année, mais l'objectif devrait être atteint en 2021

Laboratoires M&L

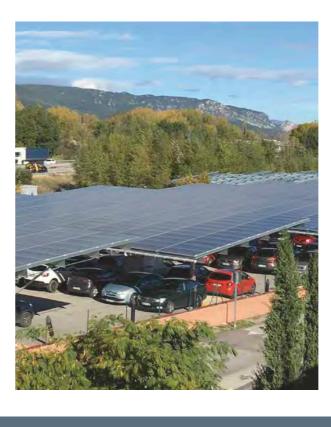
- 100 % de l'électricité consommée par les usines de Laboratoires M&L d'origine renouvelable
- 94 % de l'énergie consommée par Laboratoires M&L issue de sources renouvelables.
- -14 % d'émissions de GES liées au poste énergie depuis 2014

Depuis 2010, un ensemble de mesures ont été prises par le Groupe (voir frise). En parallèle, en 2016, il a rejoint l'initiative RE100 avec son objectif de 100% d'électricité renouvelable d'ici 2025, contribuant aux échéances 2025 et 2030 de l'ambition globale de «zéro émission nette».

Pour réduire ses émissions liées aux déplacements domicile-travail, le Groupe a historiquement mis en place un plan de mobilité sur les sites centraux facilitant le covoiturage. En 2019, le télétravail a été déployé dans l'ensemble des sites centraux (Genève, Paris et sites de production), diminuant ainsi le nombre de trajets des collaborateurs. Aussi, ces sites ne proposent depuis 2019 que des véhicules de fonction hybrides aux collaborateurs.

En s'inspirant des pratiques mises en place sur les déplacements et le télétravail durant la période de crise de la Covid-19, le Groupe projette d'établir une nouvelle politique de déplacement professionnel.

Les résultats définitifs à l'échelle du Groupe seront mesurables en fin d'année 2020 avec le renouvellement du bilan carbone Groupe.





2008 Mise en place d'un plan de déplacement collaborateurs avec covoiturage et navettes pour Laboratoires M&L

2010 Installation des premiers panneaux solaires à l'usine de Manosque 2012

Premiers contrats d'énergie renouvelables pour les boutiques France L'OCCITANE en Provence et Melvita, et l'usine de Lagorce

2013 Installation de nouvaux panneaux solaires à l'usine de

Lagorce

2016 Laboratoires M&L membre de l'initiative REI00 Déploiement des contrats d'électricité renouvelable

2017

pour les boutiques britanniques, allemandes et italiennes

2018 Installation de panneaux solaires sur le parking de l'usine de Manosque

2018 100 % des boutiques en France sont approvisionnées en éléctricité renouvelable

2019 100 % de l'électricité consommée par Laboratoires M&L provient de sources renouvelables



d. Réduire les pollutions et déchets dans la chaîne de valeur

L'empreinte carbone des emballages représente 17 % des émissions du Groupe⁹. En parallèle des émissions de gaz à effet de serre qu'ils génèrent lors de leur production, ces différents emballages, et en particulier le plastique, sont une source de pollution importante pour les écosystèmes terrestres et marins.

OBJECTIF GROUPE

Déployer des programmes de recyclage pour toutes les marques et en s'adaptant aux réseaux de distribution et mode de consommation des clients.

AMBITIONS GROUPE

- Augmenter la part de matériaux recyclés
- Réduire le poids des emballages
- Développer les recharges et le vrac
- Utiliser des matériaux recyclables et faciliter le geste de tri
- Réduire les plastiques à usage unique

AVANCÉES EXERCICE 2020

- 42 % des boutiques en propre du Groupe équipées d'un service de recyclage (10 pays, 657 boutiques, soit 6 % de plus que l'année précédente)
- 843 points de collecte pour LimeLife
- 1 267 609 unités collectées avec Terracycle[®] pour L'OCCITANE en Provence et Melvita, soit plus de 33 tonnes de matière au total

⁹ D'après le bilan carbone effectué en 2016, ce chiffre est similaire sur le bilan carbone 2019.



Une mesure phare prise à l'échelle du Groupe L'OCCITANE est d'inciter les clients à rapporter en boutique les emballages en fin de vie pour qu'ils soient recyclés. Grâce à des partenaires tels que TerraCycle® ou iCycle, le Groupe progresse pour permettre à toutes ses marques de disposer de points de recyclage des contenants. Outre les points en boutiques, LimeLife dispose de 843 points de collecte grâce à ses beauty guides, et Duolab d'un système d'enveloppes prétimbrées pour renvoyer les capsules usagées.

QUELQUES CHIFFRES-CLÉS SUR L'UTILISATION DE MATIÈRES POUR L'EXERCICE 2020

L'OCCITANE en Provence, Melvita, L'OCCITANE au Brésil

- 5683 tonnes d'emballages utilisés dont 737 tonnes de matériaux recyclés (tous matériaux confondus) en 2019-2020, soit un taux de 13 %
- 2557 tonnes de matières plastiques utilisées, dont 385 tonnes d'origine recyclée, soit un taux moyen de 15 %



2014

Premières boutiques
L'OCCITANE
en Provence avec
service de recyclage
(Terracycle),
première marque
de cosmétique à
proposer ce service
en Europe

2018

Déploiement du dispositif Terracycle au Royaume-Uni, États-Unis et Canada 2019

Déploiement du dispositif Terracycle en Chine, Corée et Japon LimeLife lance son programme de recyclage 2019

Engagement de L'OCCITANE en Provence avec Loop Industries pour accélérer la transition vers un plastique PET 100 % durable

Premiers flacons en plastique 100 % recyclé pour la marque L'OCCITANE en Provence

Premiers flacons en plastique 100 % recyclé pour Melvita Suivant les ambitions du Groupe concernant les déchets plastiques, la plupart des marques se sont déjà fixés des objectifs ambitieux d'ici 2025 et elles travailleront ensemble pour les atteindre.

OBJECTIFS L'OCCITANE EN PROVENCE

- 100 % des flacons en plastique recyclé d'ici 2025
- 50 % de matières recyclées dans les emballages plastiques d'ici 2025
- 25 écorecharges d'ici 2025
- 100 % des boutiques en propre avec un service de recyclage
- Proposer des stations de recharge en magasin dans tous les pays
- Retrait total du cellophane des produits en 2022

AVANCÉES L'OCCITANE EN PROVENCE 2019

- 32 % de plastique recyclé dans les flacons
- 14% de plastique recyclé dans l'ensemble des emballages
- 19 écorecharges existantes à date
- 42 % des boutiques en propre équipées d'un service de recyclage; stations de recharge en magasin testées dans deux pays et trois boutiques.
- 45 % des références utilisent une cellophane issue de fibres de bois FSC et compostable

La collaboration stratégique entre L'OCCITANE en Provence et Loop Industries, signée en 2018, devrait permettre d'atteindre plus tôt l'objectif d'utiliser du plastique recyclé à 100 % pour tous les flacons prévu pour 2025.

La marque a également rejoint en 2019 le mouvement New Plastics Economy Global Commitment lancé par la Fondation Ellen MacArthur, en signant l'engagement mondial visant à réduire la pollution par le plastique et à promouvoir l'économie circulaire. La marque doit ainsi partager les résultats annuels sur chacun de ses engagements.

OBJECTIFS MELVITA

- Vers 100% de plastique recyclé dans les flacons d'ici 2025
- Vers 50 % de plastique recyclé (hors bouchages) dans les tubes d'ici 2025
- Vers une distribution en vrac pour adopter une approche zéro déchet

AVANCÉES MELVITA

- 47 % de plastique recyclé dans les flacons
- 31 % de verre recyclé dans les huiles de beauté





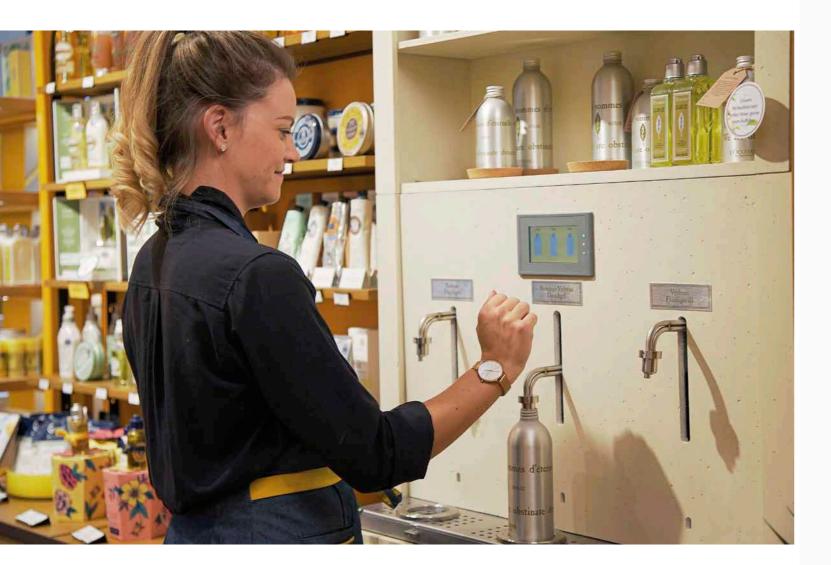
OBJECTIFS ET ENGAGEMENTS D'AUTRES MARQUES

ELEMIS

- 100 % de plastique recyclé dans les flacons d'ici 2025
- 30 % de matières recyclées dans les emballages plastiques d'ici 2025, en travaillant notamment sur les tubes et les flacons
- retrait des spatules d'ici fin 2020
- Rendre les sacs et les polybags recyclables ou biodégradables

LimeLife

• Palettes de maquillage 100 % recyclables et rechargeables





II. LES PRIORITÉS DU GROUPE EN MATIÈRE DE DURABILITÉ

3.	Créer des opportunités et promouvoir toutes les personnes	
	de nos communautés	

38

Le Groupe s'engage à développer et valoriser toutes les personnes qui travaillent pour et avec le Groupe. Car c'est grâce à cette communauté ambassadrice de la nature, composée de nos salarié.e.s, fournisseur.euse.s, producteur.trice.s, agriculteur.trice.s, chercheur.se.s ou encore start-upers que nous pouvons offrir des produits et services de qualité tout en relevant les nombreux défis auxquels nous devons faire face.

a. Valoriser et accompagner nos producteurs	
et les communautés locales	3
b. Promouvoir le leadership féminin	
c. Promouvoir le bien-être, la diversité et l'inclusion au travail	
d. Développer et former les équipes partout dans le monde	

3. Créer des opportunités et promouvoir toutes les personnes de nos communautés

a. Valoriser et accompagner nos producteurs et les communautés locales

Le Groupe L'OCCITANE développe historiquement une approche partenariale avec l'ensemble de ses fournisseurs et producteurs. Il soutient leur développement économique et une agriculture familiale, garante de la protection des territoires et des savoir-faire. Depuis près de dix ans, les achats effectués par les équipes centrales achats font l'objet d'une attention toute particulière en matière de RSE, à la fois pour gérer les risques RSE mais aussi pour sélectionner des fournisseurs conformes aux exigences environnementales et sociales.

En 2019, le Groupe a lancé via son équipe achats le programme #NotJustSuppliers pour travailler sur deux enjeux essentiels :

- · Vigilance RSE pour limiter les risques sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement en favorisant la confiance entre acheteurs et fournisseurs;
- Co-création de valeur RSE pour augmenter le niveau de performance générale, capter les innovations dans les achats directs et nouer des partenariats solides avec les fournisseurs clés.

OBJECTIFS GROUPE

Vigilance RSE

- 95 % des dépenses achats directs couverts par une évaluation RSE détaillée d'ici 2021
- 0 fournisseur à risque d'ici 2021

Amélioration de la performance RSE

• Une note moyenne de 62 pour les achats directs d'ici 2021 (EcoVadis)

Commerce équitable

• Tous les producteurs français d'ingrédients emblématiques certifiés commerce équitable d'ici 2025 pour L'OCCITANE en Provence

AVANCÉES GROUPE EXERCICE 2020

Vigilance RSE

- 87 % des dépenses achats directs couvertes par une évaluation RSE détaillée
- 5 fournisseurs considérés à haut risque par le Groupe et accompagnés pour améliorer

Amélioration de la performance RSE

• Note moyenne globale des fournisseurs directs de 60

Commerce équitable

• 77 % du volume des matières premières stratégiques de Melvita et L'OCCITANE en Provence certifié équitable

Vigilance RSE - Gérer les risques de la chaîne d'approvisionnement

En 2019, dans le cadre du programme #NotJustSuppliers, une cartographie complète des risques RSE à l'échelle mondiale et sur l'ensemble des catégories d'achats du Groupe a permis d'identifier les fournisseurs les plus à risque et/ou les plus stratégiques. Suite à la cartographie des risques RSE sur l'ensemble des achats Groupe directs et indirects, le Groupe a choisi d'évaluer via EcoVadis la performance RSE de près de 300 fournisseurs (représentant plus de 50 % des dépenses gérées par les équipes achats).

Parmi ces 300 fournisseurs, 174 sont des fournisseurs directs (matières premières, packaging, sous-traitance) représentant 92 % des dépenses achats directs (hors LimeLife et Elemis) et, à la fin de l'exercice 2020, 87 % des dépenses achats directs sont couvertes par une évaluation RSE détaillée.

L'équipe achats responsables, en collaboration avec d'autres membres d'EcoVadis, organise régulièrement des événements visant à développer l'engagement des fournisseurs sur la plateforme EcoVadis.

Accompagner nos fournisseurs pour améliorer la performance RSE de la chaîne de valeur

Le Groupe souhaite accompagner ses fournisseurs dans l'amélioration de leur performance RSE, grâce à leur notation EcoVadis. D'ici 2021, le Groupe vise une note EcoVadis moyenne de 62 pour les achats directs. Les équipes achats sont accompagnées, formées et objectivées pour encourager l'engagement des fournisseurs éligibles sur la plateforme EcoVadis et les aider à formaliser leurs plans d'amélioration.

Fin mars 2020, la note moyenne globale des fournisseurs directs était de 60, déjà bien au-dessus de la moyenne générale (52) des fournisseurs du secteur de la cosmétique évalués sur EcoVadis.

Pour la sélection de ses fournisseurs stratégiques, ainsi que pour la revue de performance annuelle du panel fournisseurs, le Groupe intègre désormais dans les grilles de sélection et d'évaluation des critères RSE dont la note EcoVadis et des sous-critères spécifiques à la catégorie achats. La note RSE pèse entre 10 et 20 % de la note globale fournisseur.

Pour continuer à progresser, le Groupe L'OCCITANE a rejoint en 2020 la Responsible Beauty Initiative (RBI).

La RBI, soutenue par EcoVadis, réunit les leaders de l'industrie de la beauté afin de renforcer les pratiques responsables dans l'industrie, améliorer l'empreinte environnementale et les impacts sociaux tout au long des chaînes d'approvisionnement.

Promouvoir le commerce équitable

Le Groupe a depuis toujours travaillé avec ses producteurs et fournisseurs dans une démarche partenariale qui favorise une juste rémunération et un respect de leurs conditions de travail. Pour les matières premières stratégiques, les marques L'OCCITANE en Provence, Melvita et L'OCCITANE au Brésil définissent ainsi des contrats pluriannuels avec les producteurs pour leur garantir des revenus sur une période allant de deux à dix ans. Le commerce équitable s'applique historiquement aux échanges de matières premières entre les pays « du nord » et pays « du sud ». Les filières argan, coco ou karité du Groupe sont ainsi certifiées équitables.

De nombreuses filières stratégiques du Groupe se situant en Europe, un travail est mené depuis plusieurs années pour créer une certification équitable « nord/ nord ». De nombreux producteurs français peuvent notamment se trouver dans des situations précaires. qu'une certification « commerce équitable » pourrait améliorer. Cette certification exige une évaluation régulière par des auditeurs indépendants, offrant ainsi une garantie à long terme d'ingrédients d'origine éthique, durable et équitable. Elle permettra également de faire reconnaître et d'harmoniser les pratiques éthiques menées par le Groupe depuis de nombreuses années.

2008

Création du service filières durables: assurer l'approvisionnement en ingrédients emblématiques et des liens directs avec les producteurs

2009

Certification de la filière karité équitable au Burkina Faso

Burkina Faso: diversification 2014 des revenus et Certification équitable de protection des la filière argan pour Melvita

2018

Programme

RESIST au

cultures,

ressources

naturelles

2018 Création de la fonction achats responsables

rattachée à l'équipe achats Groupe

2018 Sécurisation des risques RSE sur les catégories prioritaires

Cartographie globale des risques RSE dans la chaîne de valeur et lancement du programme #NotJustSuppliers

2019

2019 Groupe membre du CA de la Global Shea Alliance pour 3 ans Groupe membre de la Responsible Beauty Initiative

2019 Reconnaissance **PNUD en 2013** et 2019 pour l'exemplarité du modèle inclusive business au **Burkina Faso**

producteurs L'OCCITANE en Provence

2008

Premiers

partenariats

b. Promouvoir le leadership féminin

87% de l'effectif du Groupe L'OCCITANE sont des femmes, travaillant au siège, sur nos sites de production ou dans nos boutiques. Le Groupe s'engage à encourager leur leadership et empowerment au travers d'initiatives portées à l'échelle du Groupe ainsi que par les marques et leurs actions de mécénat.

L'ambition du Groupe est aussi de favoriser l'accès des femmes à de hautes fonctions. Le Groupe progresse peu à peu avec une quasi égalité (48 % de femmes) aux fonctions clés du management (N-1 du Comité exécutif). C'est plus que la moyenne des 32 entreprises qui ont participé au Gender Diversity Scorecard Survey organisé par LEAD Network (35 %). En outre, deux marques du Groupe (Erborian et LimeLife) ont été fondées et sont dirigées par des femmes. De son côté, ELEMIS compte deux femmes parmi ses trois cofondateurs.

OBJECTIFS GROUPE

- Augmenter le nombre de femmes au Comité exécutif et Conseil d'administration
- Soutenir 33 000 femmes au Burkina Faso via la Fondation L'OCCITANE



AVANCÉES GROUPE EXERCICE 2020

- 48% des fonctions de haut management (N-1 du Comité exécutif) occupées par des femmes
- 10% de femmes au Conseil d'administration
- 25 % de femmes au Comité exécutif
- Près de 45 000 femmes bénéficiaires de projets à impact positif (Fondation L'OCCITANE, programmes ELEMIS et Brighter Together Foundation de LimeLife), dont 31 427 femmes soutenues par la Fondation L'OCCITANE
- 433 208 euros alloués à des projets pour les femmes par la Fondation L'OCCITANE

L'enjeu aujourd'hui est d'améliorer la représentativité des femmes au Conseil d'administration et au Comité exécutif du Groupe, qui comptent respectivement une femme sur dix membres et trois femmes pour neuf hommes (25%) à la fin de l'exercice 2020.

Le Groupe soutient aussi le leadership féminin au sein de sa chaîne de valeur et via des actions de mécénat de ses marques.



Présente au Burkina Faso depuis les années 1980 via ses achats de beurre de karité directement auprès de coopératives de femmes, L'OCCITANE en Provence a décidé d'étendre sa collaboration avec les femmes burkinabè et de promouvoir plus largement leur entrepreneuriat et émancipation via la Fondation. L'objectif en 2020 est de soutenir plus de 33 000 femmes au Burkina Faso dans leur développement socioéconomique. Parmi les 31 427 femmes qui ont bénéficié de cette démarche à la fin de l'exercice 2020, 150 femmes entrepreneurs ont rejoint le programme Empow'Her.

La Brighter Together Foundation de LimeLife vise à développer l'esprit entrepreneurial de femmes vivant dans des sociétés défavorisées grâce à des programmes de microfinancement. Plus de 13000 femmes ont à date accédé à ces formations en Tanzanie, au Burundi et au Guatemala. La marque a également lancé The Fempire Fund, un fonds d'investissement dédié aux entrepreneures, qui met à leur disposition un accompagnement complet et son réseau de beauty quides. Le LimeLife Fempire Fund cherche ainsi à investir dans trois à quatre nouvelles entreprises d'ici à la fin 2021.

Enfin, ELEMIS parraine une classe de femmes en Afghanistan dans le cadre du programme d'un an de Women for Women International, visant à leur fournir les outils nécessaires pour gagner un revenu et s'occuper de leur famille. ELEMIS poursuit par ailleurs son soutien de longue date à la lutte contre le cancer du sein, grâce à sa collecte de fonds via sa « collection rose ».



2002 Début du soutien d'ELEMIS à Breast Cancer Care

2006-07 Création de la **Fondation** L'OCCITANE en Provence et programme d'alphabétisation des femmes au **Burkina Faso**

Soutien de deux programmes au profit des femmes au Burkina Faso: l'alphabétisation avec l'ONG Aide et Action et la microfinance avec l'association

Entrepreneurs du

Monde

2009

2012 Lancement du premier produit solidaire L'OCCITANE en Provence; bénéfices reversés à la promotion du leadership féminin au **Burkina Faso**

2013 L'OCCITANE en Provence reconnue par le PNUD comme une entreprise exemplaire pour son engagement au Burkina Faso

2015 **ELEMIS** soutient Women for Women International pour aider les femmes marginalisées vivant dans des zones de conflit

2016 **Première** édition du concours L'OCCITANE pour Elles pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin

LimeLife crée la Brighter Together **Foundation** pour encourager l'esprit d'entreprise des femmes dans les sociétés les plus défavorisées

2017

2017 LimeLife crée le Fempire **Fund pour** accompagner les fondad'entreprise

2018 La Fondation L'OCCITANE soutient le programme Étincelles de l'ONG Empow'Her pour l'accès des femmes en milieu rural à la formation professionnelle et l'entrepreneuriat

2019 Le Groupe adhère au réseau LEAD, pour faire progresser les femmes dans l'industrie des consommation

2019 Lancement de la deuxième édition du concours L'OCCITANE pour Elles



c. Promouvoir le bien-être, la diversité et l'inclusion au travail

En tant que groupe international, L'OCCITANE s'implique pour le bien-être au travail de toutes et tous. Fort de son engagement pour l'égalité femme-homme, le Groupe vise à instaurer un cadre de travail sain et motivant.

OBJECTIFS GROUPE

- Score de 70% au Trust Index© de Great Place to Work
- Nouvelle politique de congés parentaux déployée dans toutes les entités du Groupe d'ici 2022

AVANCÉES GROUPE EXERCICE 2020

- Score de 67 % au Trust Index[©], soit trois points de plus qu'en 2017 et quatre points de plus que la moyenne du secteur industriel
- Sept pays sur dix certifiables Great Place to Work (un de plus qu'en 2017) et quatre considérées comme Best Place to Work
- Mise en place d'une nouvelle politique de congé parental par deux entités du Groupe (L'OCCITANE International en avril 2020 et Laboratoires M&L en juin 2020)

Afin de s'améliorer continuellement, le Groupe L'OCCITANE s'est impliqué depuis 2015 dans la démarche Great Place To Work¹⁰, qui accompagne et évalue la qualité de vie au travail dans l'entreprise.

La dernière enquête, menée entre juillet 2019 et avril 2020, a mobilisé dix pays et filiales du Groupe¹¹. Sur 5565 enquêtes envoyées, le taux de retour est de 78 %. Le score au Trust Index[©] en avril 2020 (67 %) est de trois points plus élevé qu'en 2017 (date de l'enquête précédente) et de quatre points supérieur à la moyenne du secteur¹². À l'échelle des filiales, le score a progressé partout (sauf au Brésil et au Canada qui obtiennent des Trust Index[©] honorables, avec respectivement 71 % et 68 %). Sept filiales sont certifiables¹³ à fin 2019, soit une de plus qu'en 2017, et quatre considérées comme « Best Place to Work », soit les meilleures entreprises certifiées sur leur marché¹⁴. Ces progrès sont le fruit des efforts menés ces dernières années dans le cadre des quatre chantiers du programme « Trust and Empower People » (évoqués dans la prochaine section).

En 2020, pour améliorer le bien-être de ses employés, et surtout pour favoriser la diversité et soutenir le leadership féminin, le Groupe a décidé de s'engager pleinement sur le sujet clé de la parentalité. Le Groupe L'OCCITANE est ainsi le premier groupe intercosmétique à déployer une telle politique de congés parentaux sur un aussi grand périmètre international. Cette politique a été élaborée pour l'ensemble des effectifs du Groupe L'OCCITANE dans le monde (bureaux, usines et magasins de détail) et accorde :

- un minimum de 20 semaines de congés entièrement payées pour le premier parent;
- un minimum de 12 semaines de congés entièrement payées pour le second parent.

Progressivement déployée, elle sera mise en place dans chaque entité du Groupe avant mars 2022, que l'enfant soit accueilli à la naissance, par adoption ou par une mère porteuse. Cette mesure a été conçue pour répondre à de nombreux enjeux :

- l'égalité femme-homme, en permettant aux hommes comme aux femmes de bénéficier d'un congé parental long pour s'occuper de leur enfant et des mêmes aménagements de carrière;
- la promotion de la diversité et l'inclusion des personnes LGBTQ+, en appliquant cette politique pour tous les couples;
- l'amélioration du bien-être des salariés, en permettant un équilibre de leurs moments de vie.

À travers cette politique ambitieuse, le Groupe espère faire évoluer les pratiques de nos sociétés et donner une place aux seconds parents.



Enfin, la filiale de production Laboratoires M&L poursuit son engagement de longue date en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap. Les résultats continuent de montrer l'efficacité des actions mises en place (notamment des plans d'accompagnement spécifiques, l'adaptation de l'ergonomie des postes et des opérations de sensibilisation).

	2018	2019	2020	
Part des salariés en situation de handicap dans l'effectif total des Laboratoires M&L (en %)	9,88	8,16	9,63	

¹⁰ Les questions du Trust Index® sont divisées en cinq dimensions : crédibilité, respect, équité, convivialité et fierté. Cela permet d'évaluer le niveau de confiance au sein de l'entreprise et offre une base de données pour l'analyse et le développement ultérieur de la culture d'entreprise.

 ¹¹ Brésil, Canada, France, Irlande, Japon, Malaisie, Afrique du Sud, L'OCCITANE International, Royaume-Uni, États-Unis.
 12 Moyenne du secteur de 63 % d'après Best Workplaces France.

¹³ Les filiales France, Irlande, États-Unis, Canada, Brésil, Royaume-Uni et Malaisie sont certifiables en ayant obtenu un score d'au moins 66% au Trust Index[®] (enquête de satisfaction des salariés) et 30/60 à l'évaluation du Culture Audit[®] (menée par Great Place to Work).

¹⁴ Les filiales Irlande, États-Unis, Royaume-Uni et Malaisie sont « Best Place to Work » en 2019.

d. Développer et former les équipes partout dans le monde

Le Groupe consolide et harmonise progressivement sa politique de ressources humaines, afin de rassembler ses entités à travers le monde sous une marque employeur commune forte et un accompagnement à la montée en compétence au service d'une meilleure résilience.

OBJECTIFS GROUPE

- Déployer le programme Horizon auprès des 150 salariés sélectionnés
- Développer le taux de fréquentation de la plateforme de formation digitale My True Story

AVANCÉES GROUPE EXERCICE 2020

• Plus de 8 000 salariés utilisateurs de My True Story dans le monde

Le Groupe a notamment lancé son programme de transformation interne Trust and Empower People il y a deux ans au travers de quatre chantiers :

- Nurturing a culture: pour développer un management basé sur la confiance et le feedback;
- Develop Digital & Retail Skills: pour digitaliser l'entreprise et accompagner les vendeuses, vendeurs et beauty guides auprès des clients;
- Be employee-centric : pour accompagner les talents et améliorer l'expérience employé ;
- Implement Lean and Agile Organisations: pour développer une culture agile.

En 2020, le Groupe a lancé son nouveau programme Horizon de développement individuel pour les personnes à haut potentiel. Destiné à 150 employés à travers le monde, Horizon a pour objectifs de permettre une meilleure connaissance de soi et de libérer son potentiel à travers la mobilité internationale, la participation à un programme de leadership ou encore du coaching. Il participe à aligner les souhaits de carrière de ces talents avec les objectifs du Groupe.

Le Groupe accélère également la formation de ses équipes via la plateforme de formation en ligne My True Story. Lancée en 2017, la plateforme dédiée aux équipes retail s'est vu remettre en juin 2019 un Digital Learning Excellence Award (DLEA) dans la catégorie métiers, pour la qualité de ses contenus ainsi que l'expérience utilisateur sur la plateforme. Parallèlement, en avril 2019, la plateforme a été ouverte aux populations corporate. Ce sont donc près de 4000 nouveaux apprenants qui ont pu accéder à des contenus de formation digitale.

Pour accélérer la digitalisation des équipes, le Groupe a déployé via My True Story deux programmes de formation dédiés à la transformation digitale : un en avril 2019 destiné aux populations corporate (Digipulse, qui recense un taux de finalisation de 84 %), et un en juillet 2020 pour les populations retail.

La fin de l'année sera marquée par la mise à disposition d'un parcours de huit modules sur la découverte des métiers de la Supply Chain du Groupe, ainsi que par le lancement de la plateforme My True Story pour les équipes de la marque ELEMIS.

CHIFFRES-CLÉS DE LA FORMATION LABORATOIRES M&L, EXERCICE 2020

- 11,759 heures de formation totales, soit une moyenne de 11 heures de formation par salarié
- 876 collaborateurs/trices ont suivi au moins une formation durant l'année, soit 85 % des effectifs de Laboratoires M&L, dont 21 personnes du top management et 413 du middle management
- Les femmes ont reçu 5 870 heures au total, avec 440 femmes ayant suivi au moins une formation
- Les hommes ont reçu 5 888 heures au total, avec 436 hommes ayant suivi au moins une formation



LE DÉVELOPPEMENT D'UNE CULTURE AGILE À L'ÉPREUVE DE LA COVID-19

Le Groupe travaille depuis début 2019 à transformer ses modes de travail vers plus d'agilité. En s'inspirant des modèles d'entreprises de la tech, les équipes ont expérimenté une organisation en squads, des groupes transdisciplinaires, qui favorisent un travail autonome et pérenne sur un projet donné. Le déploiement du télétravail en 2019 a constitué un changement culturel majeur pour un groupe à l'organisation historiquement classique. Aujourd'hui, plus de 200 personnes sont passées à des modes «agiles» dans les équipes des bureaux (RH, développement produit, communication, IT, e-commerce...). Les équipes ont remarqué une efficacité et un bien-être accru dans leur travail, notamment sur la priorisation et l'amélioration continue.

La période du confinement liée à la Covid-19 au printemps 2020 a conduit à généraliser le travail à distance pour tous les employés de bureau. Ces méthodologies d'agilité se sont alors montrées particulièrement adaptées et ont facilité la continuité de l'activité dans cette période exceptionnelle.

Aussi, le Groupe a pu mieux s'adapter aux besoins de ses clients, en créant par exemple un parcours client 100 % « sans contact » dans l'ensemble de ses boutiques et spas.



III. AVOIR UN IMPACT SOCIÉTAL POSITIF AU-DELÀ DE NOTRE ACTIVITÉ

Dans sa recherche d'impact positif, le Groupe s'engage de longue date sur des sujets qui lui tiennent à cœur comme par exemple la lutte contre la cécité évitable. Récemment, la crise sanitaire de la Covid-19 a également démontré la capacité du Groupe à sortir de son périmètre habituel et d'être porteur de solutions à son échelle.

1. Lutter contre la cécité évitable

48

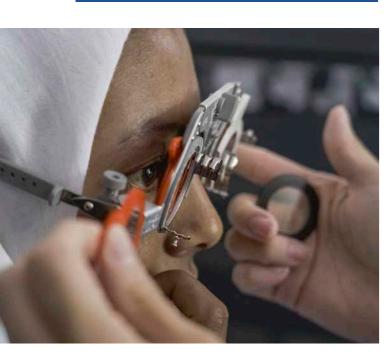
2. Lutter contre la Covid-19

1. Lutter contre la cécité évitable

Le monde compte 285 millions de personnes aveugles ou malvoyantes, dont 90 % résident dans des pays à revenu faible ou intermédiaire¹⁵. Parce que 80 % des cas sont évitables, le Groupe s'engage depuis l'an 2000 contre la cécité évitable au travers de la marque L'OCCITANE en Provence et sa Fondation.

OBJECTIFS GROUPE

- 15 millions de bénéficiaires de soins oculaires dans le cadre du programme Caring for Sight d'ici 2025
- Améliorer la prévention de la cécité infantile de 3 000 000 nouveaux enfants dans le cadre du partenariat entre L'OCCITANE, la Fondation L'OCCITANE et UNICEF



¹⁵ D'après le rapport de l'OMS.

AVANCÉES GROUPE EXERCICE 2020

- Entre 2000 et fin mars 2020, 9 109 493 personnes ont pu bénéficier de soins ophtalmologiques dans le monde, dont 2 777 632 cette année
- 620 054 euros collectés via l'opération Savon solidaire de l'UNICEF
- 296 623 euros alloués par les filiales, distributeurs ou sites pour soutenir des projets caritatifs de lutte contre la cécité cette année

En 2020, le programme Union for Vision devrait atteindre rapidement son objectif de plus de 10 millions de bénéficiaires de soins oculaires dans le monde. Pour aller plus loin, le programme s'intitule désormais Caring for Sight et s'est fixé pour objectif d'atteindre 15 millions de bénéficiaires de soins oculaires dans le monde d'ici 2025. Il se matérialise par des partenariats avec des ONG et soutient des projets de dépistage, traitements, chirurgies oculaires, mais également de financement de matériel et de formation d'équipes médicales.

En 2020, la Fondation L'OCCITANE a également renouvelé son partenariat avec l'UNICEF pour trois nouvelles années et l'a étendu pour améliorer la prévention de la cécité infantile de plus de 3000000 nouveaux enfants à travers le monde.

Enfin, La Fondation L'OCCITANE continue de travailler main dans la main avec des ONG à travers le monde pour lutter contre la cécité évitable, telles que Orbis, Light for the World, Sight Savers, ainsi que des partenaires locaux aux Philippines, en Indonésie ou encore au Canada.

2. Lutter contre la Covid-19

La crise sanitaire qui a touché le monde au printemps 2020 a démontré plus que jamais l'importance de la résilience, de l'agilité, mais aussi de la solidarité.

Le Groupe L'OCCITANE s'est mobilisé pour soutenir l'ensemble de ses communautés tout au long de la crise. Fort de ses relations étroites avec ses partenaires, la solidarité au sein des écosystèmes locaux s'est mise en place rapidement.

En France, L'OCCITANE a pu produire du gel désinfectant en grande quantité, avec les Distilleries et Domaines de Provence, la société HelmD3 et son prestataire Geodis, qui ont respectivement fourni des dizaines de milliers de litres d'alcool, offert la manutention et la livraison sur le site de production de Manosque. La société Schutz a également pu livrer des contenants antistatiques vides en 24 heures à destination des hôpitaux. Le Groupe a fait don de produits d'hygiène des mains à des fournisseurs et partenaires qui avaient fait face à des pénuries alors qu'ils aidaient le Groupe à produire des désinfectants. Aussi, la compagnie France montgolfières, L'OCCITANE en Provence et la ville de Forcalquier se sont associées pour upcycler trois montgolfières en 500 blouses réutilisables et lavables pour le personnel hospitalier local.

À l'échelle mondiale, de nombreux dons ont été effectués dans plus de trente pays :

- 300 000 flacons contenant au total 77 000 litres de désinfectant pour les mains pour les autorités sanitaires et le personnel de santé en Europe;
- 765 000 savons, lotions hydratantes et baumes pour les mains, destinés aux travailleurs de la santé souffrant de lésions cutanées dues à l'utilisation prolongée de vêtements de protection.

Enfin, le Groupe se mobilise auprès de sa chaîne d'approvisionnement pour aider ses fournisseurs à traverser cette crise économique. L'approche partenariale du Groupe s'est montrée extrêmement précieuse dans cette période. Les contrats pluriannuels et quantitatifs ainsi que le préfinancement de 50 à 80 % des coûts avant la récolte se sont montrés particulièrement adaptés pour les producteurs, leur donnant la garantie de pouvoir vendre leurs stocks et de sécuriser leurs revenus. Au niveau mondial, le Groupe a soutenu des fournisseurs particulièrement vulnérables en accélérant les paiements en espèces pour ceux au bord de la faillite. Dans le sud de la France, une aide spéciale a été apportée aux producteurs tout au long du processus de récolte, car ils avaient du mal à recruter des cueilleurs.

Au Burkina Faso, certaines dates de livraison ont été reportées à l'automne et le Groupe a avancé 80 % des paiements. Pour soutenir les femmes burkinabè, le Groupe a bénéficié d'une subvention de 50 000 euros dans le cadre du programme develoPPP.de financé par le ministère fédéral allemand de la Coopération économique et du Développement (BMZ). L'organisation allemande SEQUA est chargée de sa mise en œuvre et contribue à la réalisation du programme RESIST depuis mars 2018. Le Groupe a mobilisé ses salariés et son partenaire local, l'ONG Nitidæ pour lutter contre la Covid-19 : sensibilisation aux gestes barrières, distribution de matériel de protection pour 8 500 femmes, atténuation de l'impact économique de la pandémie.



Première opération Savon solidaire de L'OCCITANE en Provence dont les bénéfices

sont destinés à

lutter contre la

cécité évitable

2000

2006 Création de la Fondation L'OCCITANE 2015 ation du

Création du programme Union for Vision 10by20 pour atteindre 10 millions de bénéficiaires de soins oculaires dans le monde 2016

Première édition de la course connectée Race for Vision qui permet aux employés de collecter des fonds pour soutenir des projets contre la cécité évitable Partenariat entre
la Fondation
L'OCCITANE
et l'UNICEF
pour 3 ans avec
I million d'euros
par an pour
prévenir la cécité
infantile

2020
La nouvelle édition de Race for Vision vise à couvrir 500 000 km pour 300 000 € de collecte



ANNEXE 1 : GRILLE D'INDICATEURS 2020 - GROUPE L'OCCITANE

LES FONDEMENTS DE LA RESPONSABILITÉ DU GROUPE					
Indicateurs	Sous-indicateurs	Unité	2020	2019	2019-2020
Engagements	Pourcentage du total des produits vendus ou expédiés faisant l'objet de rappels pour des raisons de sécurité et de santé	%	0	0	-
éthiques	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	nb	0	0	-
PRÉSE	ERVER ET RESTAURER LA BIODIVERS	SITÉ NA	TURELLE	ET CUL1	TIVÉE
Indicateurs	Sous-indicateurs	Unité	2020	2019	2019-2020
	EAU, AIR, SOL	S			
	Volume total d'eau consommé (usine de Manosque)	m3	87 177	81 020	-7%
Eau	Volume total d'eau consommé (usines de Manosque, Lagorce et Brésil)	m3	105 621	111 209	-5
	Intensité de consommation d'eau par unité produite	m3/t	7,13	7,76	-8,1%
	Quantité totale de déchets produite	t	2 895	2 903	-0,3%
	Quantité totale de déchets non dangereux produite	t	2 203	2 152	+2,4%
Déchets	Intensité de déchets non dangereux produits	t/t	0,148	0,150	-1,3%
	Quantité totale de déchets dangereux produite	t	692	751	-7,9%
	Intensité totale de déchets dangereux produits	t/t	0,047	0,052	-9,6%
	FILIÈRES DURAB	LES			
Huile de palme	Tonnage huile de palme total	t	2 510	3 277	-23,4%
Culture biologique	Volume de MPS certifiées biologiques	t	766	855	-10,4%
Matières premières	Surfaces de MPS utilisées	ha	1 811	2 050	-11,7%
LIMITER	R LA CRISE CLIMATIQUE ET RÉDUIRE	NOTRE	EMPRE	NTE CAF	RBONE
Indicateurs	Sous-indicateurs	Unité	2019	2016	2016-2019
ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE					
Empreinte carbone (sur la base du	Émissions de GES totales	tCO2eq	117 000	111 786	autre périmètre
bilan carbone 2016 du	Émissions scope 1	tCO2eq	2 599	2 843	-8.6%
Groupe et sur celui de	Émissions scope 2	tCO2eq	16 778	17 116	-2.0%
Laboratoires M&L in 2019)	Intensité carbone par unité produite	m3/t	74	87	-15%

Indicateurs	Sous-indicateurs	Unité	2020	2019	2019-2020
	ÉNERO	iE.			
	Volume total d'électricité consommé	kWh	39 617 270	43 871 771	-9,7%
Électricité (Groupe)	Volume total d'électricité provenant de sources renouvelables	kWh	16 205 290	13 566 979	+19,4%
	Volume total d'énergie consommé (gaz + électricité)	kWh	19 955 532	20 629 708	-3,3%
,	Volume d'électricité consommé	kWh	11 577 916	11 458 826	+1,0%
Énergie (Laboratoires M&L)	Volume de gaz naturel consommé	kWh	8 377 616	9 170 882	-8,6%
	Volume de pétrole consommé	kWh	=	-	=
	Intensité de l'énergie consommée	kWh/t produit	1 347	1 366	-1,4%
Énergies renouvelables (Laboratoires M&L)	Volume d'énergie renouvelable consommé	kWh	18 678 518	19 186 308	-2,6%
	TRANSP	ORT			
	Part des importations Laboratoires M&L transportées par ferroutage	%	1,0	NA	-
Fret	Part des importations Laboratoires M&L transportées par voie aérienne	%	2,5	1,0	-
rret	Part des produits finis transportés par ferroutage	%	12,2	NA	-
	Part des produits finis transportés par voie aérienne	%	1,1	1,4	-
	DÉCHETS ET ÉCONO	MIE CIR	CULAIRE		
Matières utilisées	Volume total de matières utilisées (produit fini)	t	5 683	NA	-
	Volume de recyclé global (tous matériaux confondus)	t	737,18	NA	-
Recyclage	Poids des déchets collectés (Terracycle®)	kg	33 032	NA	-
	Nombre de pays impliqués dans un programme de recyclage en boutique (Terracycle® ou autre)	nb	10	9	+11%
Recyclabilité des emballages	Taux de recyclabilité des emballages (L'OCCITANE en Provence & Melvita)	%	76,94	NA	-
Écorecharges	Volume matériaux économisés grâce aux écorecharges (L'OCCITANE en Provence)	t	181,74	141,41	+28,5%



ANNEXE 1 : GRILLE D'INDICATEURS 2020 - GROUPE L'OCCITANE

PROTÉGE	ER ET VALORISER L'ENSEM	BLE DE	NOTRE CO	MMUNAL	JTÉ
Indicateurs	Sous-indicateurs	Unité	2020	2019	2019-2020
	COMMUNAUTÉS ET F	OURNIS	SEURS		
Achats directs et	Valeur achats des fournisseurs directs/ indirects couverts par une évaluation RSE en step 1	€	199 268	NA	-
indirects	Nombre de fournisseurs directs/ indirects couverts par une évaluation RSE en step 1	nb	294	NA	-
	Fournisseurs Amérique du Nord	nb	25	NA	-
Nombre de	Fournisseurs Amérique du Sud	nb	72	NA	-
fournisseurs directs par région	Fournisseurs Europe	nb	216	NA	-
géographique	Fournisseurs Afrique Moyen-Orient	nb	9	NA	-
	Fournisseurs Asie Pacifique	nb	40	NA	-
	EFFECTI	FS			
Effectif total (ETP)I	Effectif total	nb	9 347	8 601	+1%
Effectif par genre	Nombre de femmes	%	87	NA	-
(toutes les répartitions sont en effectifs et sans ELEMIS)	Nombre d'hommes	%	13	NA	-
Effectif par type	Nombre d'employés à temps plein	nb	NA	NA	-
d'emploi	Nombre d'employés à temps partiel	nb	NA	NA	-
	Nbre de salariés de moins de 26 ans	nb	2 056	1 941	-
	Nombre de salariés 26-35 ans	nb	4 542	4 391	-
Effectif par âge	Nombre de salariés 36-45 ans	nb	2 637	2 741	-
	Nombre de salariés 46-55 ans	nb	1 175	1 223	-
	Nbre de salariés de plus de 56 ans	nb	408	439	-
	Effectif Amérique du Nord	%	11	11	-
	Effectif Amérique du Sud	%	10	10	-
Effectif par région géographique	Effectif Europe	%	41	41	-
	Effectif Afrique Moyen-Orient	%	1	1	-
	Effectif Asie Pacifique	%	37	37	-
Turnover	Taux de turnover	%	38	NA	-
Turnovor nor com	Turnover chez les femmes	%	NA	NA	-
Turnover par genre	Turnover chez les hommes	%	NA	NA	-
	26-35 ans	%	NA	NA	-
Turn aver no - 2	36-45 ans	%	NA	NA	-
Turnover par âge	46-55 ans	%	NA	NA	-
	> ou égal à 56 ans	%	NA	NA	-

Indicateurs	Sous-indicateurs	Unité	2020	2019	2019-2020
	COMMUNAUTÉS ET FO	URNISSE	URS		
	Turnover Amérique du Nord	%	72	NA	-
	Turnover Amérique du Sud	%	54	NA	-
Turnover par région géographique	Turnover Europe	%	30	NA	-
33	Turnover Afrique Moyen-Orient	%	23	NA	-
	Turnover Asie Pacifique	%	24	NA	-
	SANTÉ, SÉCURITÉ, BIEN-É	TRE AU	TRAVAIL		
	Nombre d'accidents	nb	6	3	+100%
	Taux de fréquence des accidents	%	4,31	2,11	-
Accidents du travail	Taux de gravité des accidents	%	0,318	0,055	-
(Laboratoires M&L)	Nombre de jours de travail perdus liés à un accident du travail	nb	443	NA	-
	Effectif des travailleurs en situation de handicap	%	9,63	8,16	-
	FORMATIO	N			
Formation	Nombre total d'heures de formation	heures	11 759	17 000	-
(Laboratoires M&L)	Part d'employés formés	%	71,5	85	-
	Taux de formation des femmes	%	50	NA	-
Formation par genre	Taux de formation des hommes	%	50	NA	-
(Laboratoires M&L)	Nombre de formation (femmes)	heures	932	NA	-
	Nombre de formation (hommes)	heures	935	NA	-
	Ouvriers et employés	nb	344	NA	-
Formation par	Agents de maîtrise	nb	226	NA	-
type de catégorie socioprofessionnelle	Cadres	nb	296	NA	-
(Laboratoires M&L)	Cadres dirigeants membres de la direction	nb	13	NA	-



ANNEXE 2 : TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LES INFORMATIONS DEMANDÉES PAR LA BOURSE DE HONG KONG

INDICATEU	RS E	NVIRONNEMENTAUX	PUBLICATION
	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 17 à 35 et annexe 3
	A1.1	Types d'émissions et données d'émissions respectives	Pages 26-27 et annexe 3
Aspect A1 Émissions	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 26-27 et annexe 3
	A1.3	Total des déchets dangereux produits (en tonnes) et, le cas échéant, leur intensité (ex. volume de production par unité, par installation)	Annexe 1
	A1.4	Total des déchets non dangereux produits (en tonnes) et, le cas échéant, leur intensité (ex. volume de production par unité, par installation)	Annexe 1
	A1.5	Description des mesures de réduction des émissions et des résultats obtenus	Pages 26 à 35
	A1.6	Description de la gestion des déchets dangereux et non dangereux, des initiatives de réduction et des résultats obtenus	Page 18
	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	Pages 18, 20, 21, 30, 31
	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)	Annexe 1
Aspect A2 Utilisation des	A2.2	Total de la consommation d'eau et son intensité (ex. par unité de volume de production, par installation)	Annexe 1
ressources	A2.3	Description des initiatives pour l'efficacité de la consommation énergétique et des résultats obtenus	Pages 30, 31
	A2.4	Description d'éventuels problèmes d'approvisionnement en eau, des initiatives pour l'efficacité de l'eau et des résultats obtenus	Page 18
	A2.5	Total des matériaux d'emballages utilisés pour les produits finis (en tonnes) et, le cas échéant, par unités produites	Annexe 1
Aspect A3 Environnement	A3	Politiques de réduction de l'impact significatif de l'émetteur sur l'environnement et sur les ressources naturelles	Pages 17 à 33
et ressources naturelles	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 17 à 33

INDICATEU	JRS S	OCIAUX	PUBLICATION
Aspect B1 Emploi	B1.	Informations: (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	Pages 44, 45
	B1.1	Répartition de l'effectif par genre, catégorie professionnelle, âge et zone géographique	Annexe 1
	B1.2	Renouvellement du personnel selon le sexe, la tranche d'âge et la région géographique	Annexe 1
Aspect B2 Santé et sécurité	B2.	Informations : (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	Annexe 3
	B2.1	Nombre et taux d'accidents du travail survenus au cours de chacune des trois dernières années, y compris l'année du reporting	Annexe1
	B2.2	Jours de travail perdus à la suite d'un accident du travail	Annexe 1
	B2.3	Description des mesures prises pour la santé et la sécurité au travail et la manière dont elles ont été déployées et suivies	Annexe 3
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	
	B3.1	Pourcentage des employés formés, par genre et par catégorie professionnelle	Annexe 1
	B3.2	Nombre moyen d'heures de formation des employés, par genre et catégorie professionnelle	Annexe 1
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	Annexe 3
	B4.1	Description des mesures prises pour contrôler les pratiques d'emploi pour éviter le travail des enfants et le travail forcé	Annexe 3
	B4.2	Description des mesures prises pour éliminer ce type de pratiques lorsqu'elles sont identifiées	Politique de responsabilité d'entreprise
Aspect B5 Gestion de la chaîne d'approvi- sionnement	B5.	Informations sur les politiques de gestion des risques environnementaux et sociaux de la chaîne d'approvisionnement	Pages 14, 38, 39
	B5.1	Nombre de fournisseurs par zone géographique	Annexe 1
	B5.2	Description des pratiques relatives à l'engagement des fournisseurs, nombre de fournisseurs où les pratiques sont appliquées et la manière donc elles sont appliquées et suivies	Pages 38, 39



ANNEXE 2 : TABLE DE CORRESPONDANCE AVEC LES INFORMATIONS DEMANDÉES PAR LA BOURSE DE HONG KONG

INDICATE	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	Annexe 3
	B6.1	Pourcentage des produits rappelés pour des raisons de santé et sécurité, dans le total des produits vendus ou exportés	Annexe 1
	B6.2	Nombre de produits et de plaintes liées au service reçu	Annexe 3
	B6.3	Description des pratiques relatives au respect et à la protection des droits de propriété intellectuelle	Page 3
	B6.4	Description des procédures de garantie de qualité et des procédures de rappel de produits	Annexe 3
	B6.5	Description des politiques de protection des données personnelles des consommateurs, la manière dont elles sont déployées et suivies	Annexe
Aspect B7 Anticorruption	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	Annexe 3
	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	Annexe 1
	B7.2	Description des mesures de prévention et des procédures d'alerte mises en place, et la manière dont elles sont déployées et suivies	Annexe 3
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	Annexe 1
	B8.1	Domaines de contribution (par exemple éducation, respect de l'environnement, besoins de main d'œuvre, santé, culture, sport)	Pages 22, 40, 41, 48, 49
	B8.2	Ressources allouées (par exemple en temps ou en argent) à ces domaines de contribution	Pages 22, 40, 41, 48, 49

ANNEXE 3: MENTIONS RÉGLEMENTAIRES

Types d'émissions

Les principaux rejets dans l'air de Laboratoires M&L sont les émissions de CO2. Hors CO2, les sites émettent des composés organiques volatils (COV) et du dioxyde d'azote (NO2). Des contrôles d'émissions réglementaires sont effectués régulièrement pour s'assurer de la conformité des sites.

Conformité avec les lois en matière d'emploi et de santé-sécurité au travail

Le Groupe respecte les réglementations en vigueur dans les pays où il opère en matière d'emploi, et s'assure du respect des mesures de santé et de sécurité de ses employés dans l'ensemble de ses activités.

Le Groupe a défini une politique de responsabilité d'entreprise, formalisée en 2017, qui regroupe différents principes, dont la santé et la sécurité au travail à travers la protection de la santé des consommateurs et de l'hygiène industrielle, la prévention des maladies et des accidents du travail.

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.

La santé et sécurité des salarié(e)s durant la crise de la Covid-19: Durant le pic de l'épidémie de la Covid-19, le Groupe a mis en place des mesures pour veiller à la santé, la sécurité et le bien-être de ses salariés partout dans le monde. L'ensemble des voyages internationaux et événements externes ont été suspendus pour limiter l'exposition des équipes au virus, le personnel de bureau a travaillé depuis son domicile et un strict respect des mesures de protection et de distanciation a été observé.

Conformité avec les lois en matière de normes de travail

La politique RSE est conforme aux conventions internationales sur les droits de l'homme, les droits du travail et la protection de l'environnement, notamment la Déclaration universelle des droits de l'homme et la Déclaration de l'Organisation internationale du travail (OIT) sur les principes et droits fondamentaux au travail, les conventions de l'OIT, les principes directeurs des Nations unies pour les entreprises et les conventions des Nations unies sur l'environnement et la santé humaine.

En 2017, une politique de responsabilité d'entreprise a été formulée. Elle regroupe différents principes sur lesquels se base le Groupe L'OCCITANE, dont celui concernant les 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.

Qualité et innocuité des formules

Garantir la qualité et l'innocuité de ses produits cosmétiques est la première responsabilité du Groupe envers ses consommateurs. Pour assurer cette qualité, une veille réglementaire ainsi que des contrôles qualité sont mis en place. Une veille réglementaire concernant les ingrédients ainsi que les produits cosmétiques et alimentaires est réalisée pour chaque pays ou

zone géographique dans lesquels 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 par 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.

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-traités¹6), 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.

Description des politiques de protection des données personnelles

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.

Conformité avec les lois en matière d'anticorruption

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.

Description des mesures de prévention et des procédures d'alerte mises en place

Le Groupe dispose d'un principe de « Protection de l'identité et absence de représailles » pour protéger l'anonymat de tout dénonciateur et de toute personne soulevant des préoccupations.

Management environnemental

Depuis 2012, une démarche volontaire de certification ISO 14001 a été mise en place sur 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.

¹⁶ Par exemple des produits de maquillage ou aérosols.



ANNEXE 4 : ANALYSE DE MATÉRIALITÉ

Le dialogue entre les parties prenantes et l'analyse de matérialité

En 2019, le Groupe a souhaité compléter ces échanges suivis par la mise à jour de son analyse de matérialité. Le caractère multimarque et « multi-local » du Groupe a nécessité pour cet exercice la mobilisation de directions stratégiques clés à l'international, ainsi que d'experts sectoriels et prospectivistes externes. Au cours de l'exercice 2019-2020, cette réévaluation a mis en évidence l'évolution des enjeux et attentes que le Groupe doit prendre en compte.

Les douze enjeux identifiés comme très prioritaires pour le Groupe sont aujourd'hui intégrés dans ses engagements éthiques, sa politique de responsabilité d'entreprise ou ses trois priorités stratégiques. Abordés au sein du présent rapport, ils continuent de nourrir le dialogue avec les parties prenantes clés du Groupe à l'international :

- Trois enjeux produits : innocuité des formules, éco-socio-conception des produits, communication responsable et information des consommateurs
- Trois enjeux environnementaux : impact environnemental des formules, protection de la biodiversité, lutte et adaptation au changement climatique
- Deux enjeux approvisionnement : chaîne de valeur responsable, responsabilité des matières premières
- Trois enjeux éthiques : lutte contre la corruption, dialogue avec les parties prenantes, fiscalité transparente
- Un enjeu ressources humaines : développement du capital humain

Certains enjeux font l'objet d'une attente croissante des parties prenantes, dont la lutte et l'adaptation au changement climatique et la protection de la biodiversité qui sont aujourd'hui deux priorités phares du Groupe et structurantes de sa stratégie RSE.

De plus, les enjeux relatifs à l'impact environnemental des formules, l'éco-socioconception des produits et la communication responsable auprès des clients sont également bien intégrés dans la stratégie du Groupe en tant qu'acteur de la beauté et des cosmétiques.

L'OCCITANE EN PROVENCE









ELEMIS



group.loccitane.com fondation.loccitane.com