

Le Groupe L'OCCITANE présente sa stratégie biodiversité « nature positive »

Genève/Marseille, le 6 septembre 2021 – **Point d'orgue de sa participation au Congrès de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN) qui se déroule à Marseille, le Groupe L'OCCITANE a présenté les lignes directrices de sa stratégie en faveur de la biodiversité.**

Partant du constat que la lutte contre la perte de biodiversité est à un tournant, il appelle à passer à l'échelle supérieure et à se donner les moyens d'agir afin d'évoluer vers un monde « nature positif »¹. Le Groupe L'OCCITANE entend y contribuer en développant un programme d'actions de bout en bout de sa chaîne de valeur, au sein de son écosystème commercial et au-delà.

Forte d'une approche systémique, la stratégie s'est nourrie des enseignements issus des multiples initiatives menées par le Groupe et ses marques. En cela, il ne s'agit pas d'un exercice théorique mais bel et bien de renforcer le sens d'un engagement de longue date encadré désormais par une ligne de conduite claire couvrant les cinq facteurs clés de perte de biodiversité : utilisation des sols et des mers, exploitation des ressources, pollution, espèces invasives et changement climatique.

« La crise actuelle confirme plus que jamais le besoin d'engagement des entreprises. Si la biodiversité a toujours été pour nous source d'innovation et d'inspiration, la collaboration et le partage d'expériences nous permettra de l'intégrer encore davantage à nos décisions et à nos activités », commente Adrien Geiger, Sustainability Officer du Groupe et Directeur international de L'OCCITANE en Provence.

Eviter, Réduire, Restaurer et régénérer, Transformer - Quatre domaines d'intervention

En 2106, un diagnostic a montré que l'essentiel de l'impact sur la biodiversité de L'OCCITANE est lié à ses approvisionnements en matières premières végétales et à ses emballages. L'approche retenue s'inspire des recommandations du réseau *SBTN - Science Based Target Network* qui réunit plus de 45 ONG, associations d'entreprises et sociétés spécialisées afin de favoriser, grâce à une démarche et des objectifs scientifiques, un avenir équitable, respectueux de la nature et avec des émissions de gaz à effet de serre limitées. Ce cadre SBTN définit quatre domaines d'intervention concrets.

EVITER - autant que possible

Afin de contribuer à l'objectif *nature positif*, il est essentiel d'éviter autant que possible les impacts négatifs, en particulier dans les écosystèmes d'importance majeure. Le Groupe met en place des actions d'évitement dans le cadre de ses approvisionnements et de la conception de ses produits :

- En guise d'exemple, dans le cadre de ses approvisionnements en beurre de karité au Burkina Faso, le Groupe a soutenu l'installation d'unités semi-industrielles pour économiser environ 3'500 tonnes d'équivalent CO₂ (par rapport à 2018) en utilisant comme combustibles des résidus de coques de karité à la place du bois, participant ainsi à la lutte contre la déforestation.
- D'ici 2025, l'objectif est que toutes ses matières premières végétales proviennent de cultures engagées dans des démarche positive pour la biodiversité.

RÉDUIRE - minimiser les impacts qui ne peuvent être évités

Le Groupe met tout en œuvre pour minimiser l'impact sur l'écosystème de ses activités directes :

¹ Harvey Locke, Johan Rockström et al, 'A Nature-Positive World: The Global Goal for Nature', April 2021.

- Les volumes de ressources consommées et la qualité des eaux usées issues des sites de production sont rigoureusement surveillés. En termes d'empreinte eau, les sites de Lagorce et Manosque font l'objet d'un suivi particulier en raison de leur proximité de zones à fort stress hydrique classées *Natura 2000*.
- Les sites de production en France ont atteint leur objectif *Zero Landfill* en 2018.
- L'ambition du Groupe est de s'engager dans une transformation globale de l'outil industriel en mettant en place un projet d'usine sèche.

La mise en œuvre de démarches d'éco-conception et d'économie circulaire sur l'ensemble de la chaîne de valeur contribue à réduire l'utilisation d'eau ou de matières premières et à limiter les risques de pollution :

- Toutes les marques luttent contre la pollution plastique et la réduction des déchets : matériaux recyclés, allègement des emballages, développement des recharges et de la vente en vrac, etc. ; 65% des boutiques du Groupe sont aujourd'hui équipées d'un service de recyclage.
- D'ici 2025, la marque L'OCCITANE en Provence, qui représente près de 80% des ventes nettes du Groupe, s'engage à réduire d'un tiers son utilisation de plastique vierge et de 10% le volume total de plastique utilisé pour ses emballages.

RESTAURER et RÉGÉNÉRER - contribuer à dynamiser les écosystèmes

Le Groupe L'OCCITANE s'engage à dynamiser les écosystèmes dans ses périmètres d'approvisionnement mais aussi dans les biotopes les plus sensibles. Parce qu'elles apportent des avantages en termes de biodiversité et d'empreinte carbone, la priorité est donnée aux pratiques d'agriculture régénératrice et aux projets de reforestation :

- L'agriculture régénératrice passe par des partenariats étroits, comme au Burkina Faso pour le beurre de karité, l'immortelle en Corse ou en Provence pour la lavande, l'amande ou la verveine. Le développement de pratiques durables et régénératrices implique des partenariats à long terme fondés sur le partage de la valeur ajoutée, la promotion des circuits locaux et la préservation des savoir-faire traditionnels.
- Ces mesures sont mises en place par le département Durabilité et Biodiversité de L'OCCITANE créé en 2008. Ainsi, L'OCCITANE est partenaire de plus de 250 cultivateurs et 17'000 cueilleurs pour promouvoir une agriculture biologique. Ainsi, 98% des volumes de matières premières clés sont certifiés biologiques ; parmi eux, 84,5 % sont également certifiés *Fair for Life*.
- Depuis 2018, le Groupe est membre de France Amande dont l'objectif est de replanter 2'000 hectares d'amandiers en France pour relancer une production durable.
- En 2020, le Groupe a co-créé un Collectif d'Agroécologie de 15 exploitations familiales dans le Sud de la France. Il vise à créer des écosystèmes bénéfiques dans et autour des champs en recourant à des méthodes telles que couverts végétaux, agroforesterie, paillage, création d'habitats naturels pour les oiseaux et les insectes, etc. Son but est de réduire l'utilisation d'eau ainsi que de pesticides et d'engrais.
- En 2025, l'ensemble des principales matières premières du Groupe sera cultivé dans le respect des principes de l'agriculture durable, sur la base de certifications agroécologiques, biologiques, équitables et durables.

TRANSFORMER – fournir un effort collectif indispensable

Convaincu du potentiel de l'action collective, le Groupe cherche à conduire le changement au sein de son écosystème mais également au-delà. Il s'engage auprès de nombreuses parties prenantes - employés, consommateurs, fournisseurs, coalitions d'entreprises et autorités publiques - pour défendre des idées et des pratiques positives pour la nature :

- Afin d'impliquer ses employés, le Groupe organise régulièrement des séances « Climate Collage » pour mieux appréhender les concepts scientifiques associés au réchauffement climatique, soutient le bénévolat pour la collecte de déchets ou la plantation d'arbres. De même, il permet à ses consommateurs d'adopter un mode de vie plus durable avec des produits à faible impact (écorecharges, vrac, savons solides, etc.).

- Il accompagne ses partenaires dans une transition vers des pratiques régénératrices (soutien financier, assistance technique) et s'engage avec ses principaux fournisseurs sur les défis environnementaux afin d'innover ensemble et fixer des ambitions communes.
- Afin de partager les expériences et meilleures pratiques, le Groupe participe activement à des coalitions d'entreprises et est partenaire d'ONG telles que OP2B - One Planet Business for Biodiversity, Ellen McArthur Foundation, Global Shea Alliance, FEBEA, RE100, Association for Sustainable Derivatives, Responsible Beauty Initiative, UEBT, France Amande ou le Fonds de dotation Sauvegarde du Patrimoine Lavandes Provence, pour n'en citer que quelques-unes.
- Toutes les connaissances et outils sur la biodiversité et l'agriculture régénératrice de L'OCCITANE sont accessibles en open source afin de permettre leur diffusion et susciter un changement systémique.

Un point de départ

La stratégie présentée se nourrit des multiples expériences du Groupe L'OCCITANE et de ses marques. Elle leur apporte une dimension supplémentaire en précisant leurs objectifs futurs.

A ce titre, et suivant un modèle d'amélioration continue, cette stratégie sera enrichie de données permettant de quantifier l'empreinte environnementale du Groupe, définir des objectifs globaux et des plans opérationnels. En outre, ses développements s'appuieront sur de nouvelles connaissances scientifiques, un dialogue nourri avec ses parties prenantes ainsi que les orientations du réseau SBTN.

Cette ambition pour la nature est combinée à des objectifs climatiques et de développement humain. Le Groupe L'OCCITANE met en place sa feuille de route pour atteindre le « net zero carbon emissions » d'ici 2030. Et il s'est également fixé comme objectif d'être certifié B Corp d'ici 2023, afin de construire une entreprise durable et inclusive, répondant aux plus hauts standards de performance sociale et environnementale.

Davantage d'informations sous : <https://group.loccitane.com>

Contact médias

Groupe L'OCCITANE | Marianna Fellmann | +41 (0)22 561 09 30 | groupcommunication@loccitane.com

A propos du Groupe L'OCCITANE

Le Groupe L'OCCITANE est un groupe international qui fabrique et commercialise des produits de cosmétique et de bien-être à base d'ingrédients naturels et biologiques. Leader dans le marché de la beauté premium, le Groupe a plus de 3 000 points de vente, dont plus de 1 500 boutiques en propre, et une présence dans 90 pays. Avec six marques - L'OCCITANE en Provence, Melvita, Erborian, L'OCCITANE au Brésil, LimeLife et ELEMIS - le Groupe propose des expériences de beauté nouvelles et singulières et des produits de haute qualité, dans le respect de l'homme et de son environnement.