



Groupe
L'OCCITANE

STRATÉGIE BIODIVERSITÉ

VERS UN MONDE
« NATURE-POSITIF »



À 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 mondial dans le marché des produits de beauté premium, le Groupe compte plus de 3 000 points de vente, dont plus de 1 500 boutiques en propre, et une présence dans 90 pays. Avec ses six marques – L'OCCITANE en Provence, Melvita, Erborian, L'OCCITANE au Brésil, LimeLife et ELEMIS – le Groupe propose des expériences de beauté utilisant des produits de haute qualité, dans le respect de la nature, de l'environnement et des personnes qui y vivent.

PÉRIMÈTRE

La stratégie de biodiversité s'applique à l'ensemble du Groupe L'OCCITANE. De nombreux engagements s'appliquent aux Laboratoires M&L, filiale du Groupe qui exploite deux sites de production, à Manosque et à Lagorce, en France. D'autres s'appliquent surtout à L'OCCITANE en Provence et à Melvita, deux marques qui représentent plus de 80 % des ventes nettes du Groupe et qui ont donc le plus d'impact sur la biodiversité. Le champ d'action et la portée des engagements sont précisés lorsqu'ils ne s'appliquent pas à l'ensemble du Groupe.

UN ENGAGEMENT DE PLUSIEURS DÉCENNIES

1977 Première récolte manuelle de plantes cultivées de façon durable pour L'OCCITANE en Provence **1980** Olivier Baussan, fondateur de L'OCCITANE en Provence, rencontre des femmes productrices de beurre de karité au Burkina Faso **2004** Lancement du programme de culture biologique de l'immortelle avec des productrices et producteurs corses **2008** Création du département d'Approvisionnement durable pour gérer les relations avec les producteurs et l'approvisionnement d'ingrédients emblématiques **2011** Adhésion à la *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO) **2012** Lancement en Provence du *Fonds de Sauvegarde du patrimoine Lavandes* en Provence **2015** Lancement du programme *Communautés durables* visant le développement de chaînes d'approvisionnement durables pour 50 usines en partenariat direct avec les producteurs locaux **2016** Évaluation par le comité français de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN) de l'impact de L'OCCITANE en Provence sur la biodiversité **2017** Partenariat avec l'Union for *Ethical BioTrade* (UEBT) pour la mise en oeuvre du Protocole de Nagoya **2018** Lancement du programme RESIST (Résilience, Écologie, Renforcement, Indépendance, Structure, Formation) pour la production de karité au Burkina Faso **2019** Adhésion à l'Action for *Sustainable Derivatives* (ASD) pour l'huile de palme durable **2020** Adhésion à l'association *One Planet Business for Biodiversity* (OP2B) **2021** Lancement de la stratégie du Groupe en matière de biodiversité

DONNER DES MOYENS D'ACTION, PASSER À L'ÉCHELLE SUPÉRIEURE, FAVORISER LA RÉGÉNÉRATION

Les produits de beauté et de bien-être du Groupe L'OCCITANE s'inspirent de la nature. La biodiversité et ses bénéfices sont essentiels au bien-être humain et à la santé de la planète. C'est pourquoi nous agissons depuis plus de 40 ans pour préserver et restaurer la nature et pourquoi nous nous efforçons toujours d'avoir un impact positif. Aujourd'hui, notre planète est confrontée à une crise d'extinction de la biodiversité à l'échelle mondiale comme jamais auparavant dans l'histoire de l'humanité. Notre entreprise et l'ensemble du secteur prennent des mesures contre l'extinction des espèces et la dégradation des écosystèmes qui fournissent les ressources et les services dont nous dépendons. Nous sommes à un tournant dans la lutte contre la perte de biodiversité.

Il est temps de donner des moyens d'action, de passer à l'échelle supérieure et de favoriser la régénération afin de progresser vers un monde « nature positif ».

Donner des moyens d'action. La transformation ne peut être réalisée que par la collaboration. Toutes les parties prenantes – des agriculteur·trice·s aux fournisseur·euse·s industriels, des investisseur·trice·s aux décideur·euse·s politiques, des ONG aux communautés locales et jusqu'aux consommateur·trice·s – doivent collaborer pour mettre en oeuvre des solutions. Nous voulons être les artisans du changement en promouvant l'agriculture familiale et le commerce équitable, en partageant nos pratiques agricoles selon les principes de l'open source et en nous engageant activement auprès d'autres entreprises par le biais de coalitions telles que One Planet Business for Biodiversity (OP2B)¹.

Passer à l'échelle supérieure. Compte tenu de l'ampleur du défi, un changement systémique et de nouveaux modèles commerciaux intégrant la biodiversité dans la prise de décisions sont nécessaires. La biodiversité est l'une des trois grandes priorités du programme de développement durable du Groupe, parallèlement à l'atténuation de la crise climatique et à l'empowerment des communautés dans lesquelles nous sommes investis. Nos engagements et nos actions visent à couvrir l'ensemble de notre chaîne de valeur et toutes nos marques. Nous avons commencé par L'OCCITANE en Provence, la plus grande marque du Groupe, et nous capitalisons sur son expérience en matière de durabilité pour aider les autres marques à évoluer dans le même sens. Il est également temps de passer à l'échelle supérieure et de jouer un rôle actif dans la transformation de l'industrie au-delà de notre chaîne de valeur.

Favoriser la régénération. Si la première urgence est d'enrayer la perte de biodiversité, nous sommes convaincus que la régénération de la nature doit être l'objectif ultime. Pour stopper l'appauvrissement de la biodiversité et la renouveler, il faut que l'humanité initie des cercles vertueux, inspirés des cycles naturels. Il est fondamental de mettre en oeuvre des solutions fondées sur la nature qui présentent des avantages pour la biodiversité, le climat et le développement humain. L'agriculture régénératrice est un levier essentiel de cette dynamique.

Cette stratégie en faveur de la biodiversité est notre première contribution à une ambition plus globale en faveur de la nature. Pour nous aider dans cette voie, nous devons nous appuyer sur la science afin de garantir que nos actions correspondent à nos impacts et aux limites de la planète. Comme l'indique le Science Based Targets Network (SBTN), « la transformation nécessaire pour parvenir à un avenir positif pour la nature est immense, mais elle est possible, et la nature n'est pas la seule à en profiter. Mettre fin à la dégradation de la nature et freiner le changement climatique sont deux des plus grandes opportunités commerciales de notre époque ».²

Il s'agit d'un défi de taille pour un groupe aussi important et multilocal que le nôtre. Mais, alors que nous nous efforçons chaque jour de réaliser notre mission consistant à « donner aux entrepreneurs et aux communautés les moyens de cultiver la beauté naturelle et le bien-être et de régénérer la nature », nous sommes convaincus que c'est la bonne - voire la seule - voie à suivre. Et je suis reconnaissant de l'engagement des équipes qui mènent ce changement avec nous.

Adrien Geiger, Group Sustainability Officer et Global Brand Director de L'OCCITANE en Provence

¹ OP2B est une coalition unique d'entreprises leaders qui s'engagent à transformer l'agriculture pour protéger et restaurer la biodiversité et les moyens de subsistance des agriculteur·trice·s (www.ob2b.org).

² Science Based Targets Network, « Science-based Targets for Nature: Initial Guidance for Business », Septembre 2020.



NOTRE AMBITION ET NOTRE APPROCHE

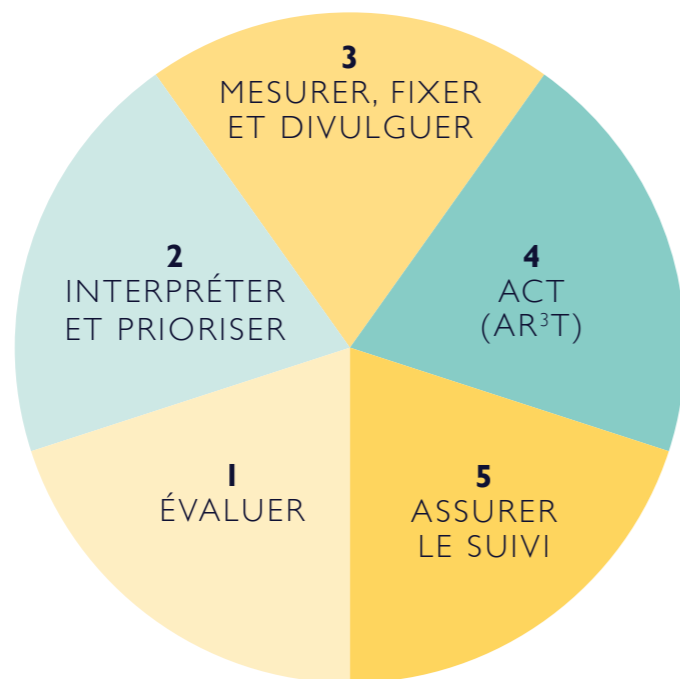
Le Groupe L'OCCITANE s'efforce de contribuer à un monde « nature positif »³ en développant un programme d'actions qui a un impact sur l'ensemble de la chaîne de valeur et en transformant son écosystème commercial et au-delà. Nos actions et nos engagements visent à lutter contre les cinq principaux facteurs directs de perte de nature et les pressions qu'ils exercent sur elle : le changement d'affectation des terres et des mers, l'exploitation des ressources, la pollution, les espèces exotiques envahissantes et le changement climatique.⁴

L'ambition « nature positive » avancée par le cadre mondial pour la biodiversité post-2020⁵ exige l'absence de perte nette de nature à partir de 2020, un état net positif de la nature d'ici à 2030 et une récupération totale d'ici à 2050. Alors que la mise en oeuvre concrète de cet objectif au niveau de l'entreprise fait encore l'objet de discussions scientifiques, notre ambition est de nous mettre à la tâche dès maintenant en examinant de quelle façon nous pouvons y contribuer.

Notre approche s'inspire des premières orientations des premières orientations pour la nature du Science Based Targets Network (SBTN)⁶ : comprendre nos impacts et nos dépendances; hiérarchiser les actions et fixer des objectifs ; appliquer un cadre d'atténuation et de transformation; et suivre les progrès par rapport aux objectifs. Nous nous sommes spécifiquement concentrés sur le cadre d'action du SBTN (AR³T) pour bâtir la stratégie d'atténuation et d'impact positif du Groupe.

Les pages suivantes détaillent les quatre étapes : éviter, réduire, restaurer et régénérer, transformer.

Le processus en cinq étapes des SBT pour la nature



Cette première contribution sera affinée dans les années à venir, à mesure que nous serons mieux à même de mesurer nos impacts et que le Science Based Targets Network (SBTN) fournira des méthodes et des outils plus détaillés. Nous avons l'intention de nous engager davantage avec le SBTN à l'avenir pour aligner nos objectifs sur les limites planétaires et les objectifs sociaux de durabilité.

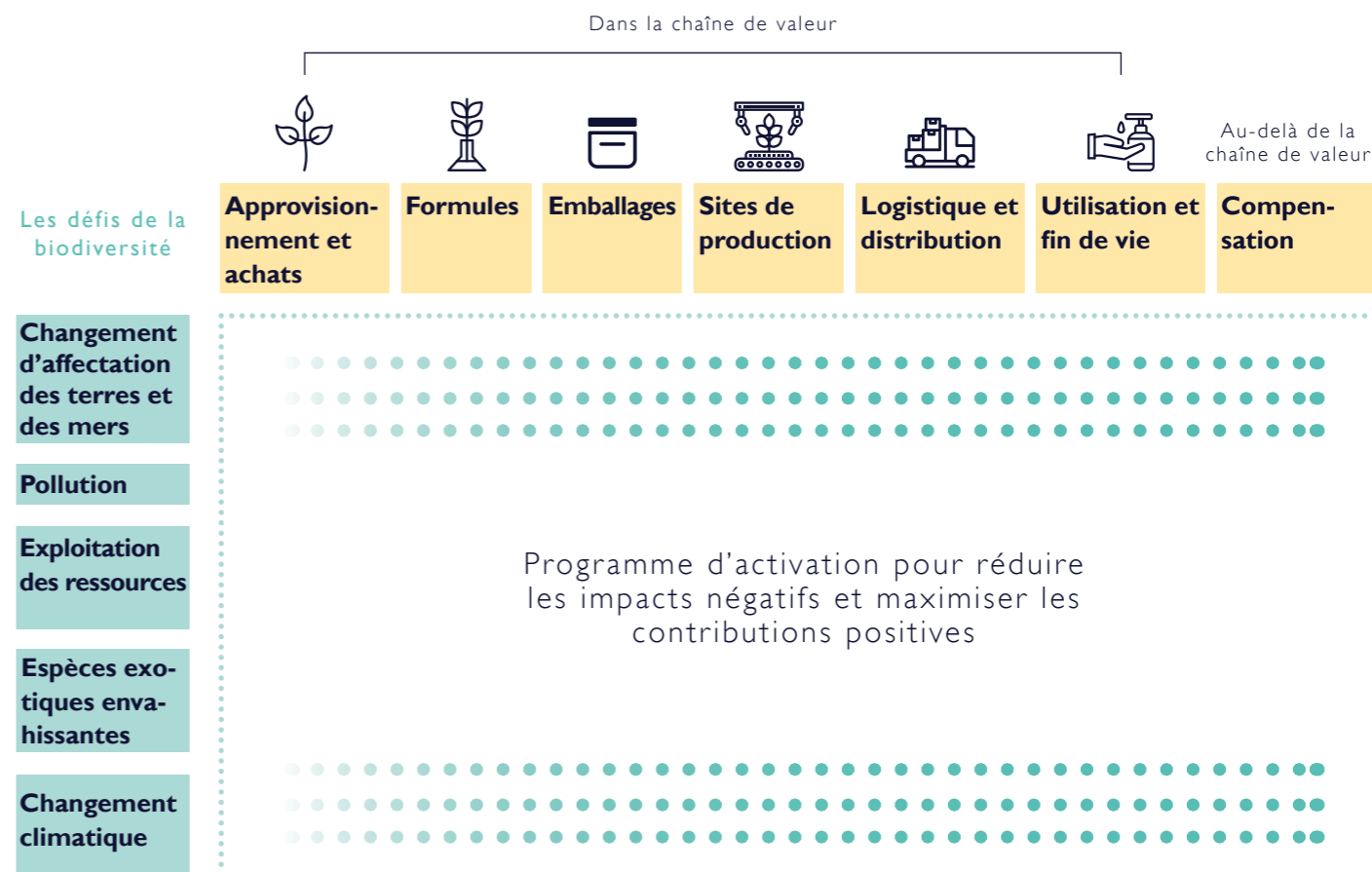
Cette ambition « nature positive » est associée à des objectifs en matière de climat et de développement humain. Le Groupe L'OCCITANE établit sa feuille de route carbone pour **atteindre le « net zero carbon » (zéro émission nette de carbone) d'ici 2030** afin de contribuer à l'atteinte de la neutralité carbone à l'échelle mondiale, conformément à l'Accord de Paris. Le Groupe s'est également fixé pour 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.⁷

La stratégie « nature positive »

AMBITIONS



PROGRAMME D'ACTIVATION



³Harvey Locke, Johan Rockström et al., « A Nature-Positive World: The Global Goal for Nature », avril 2021.

⁴Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services (IPBES), « Models of drivers of biodiversity and ecosystem change ».

⁵Négocié dans le cadre de la Convention sur la diversité biologique, ce cadre définit les objectifs et les voies à suivre pour la conservation et la gestion de la biodiversité pour la prochaine décennie et au-delà.

⁶Science Based Targets Network, « Science-based Targets for Nature: Initial Guidance for Business », septembre 2020.

⁷Nous tenons à remercier le groupe de consultants Quantis qui nous a guidés dans l'adaptation de ce cadre au Groupe L'OCCITANE.

⁷ La stratégie, le plan d'action et les réalisations du Groupe L'OCCITANE en matière de développement durable sont décrits en détail dans son rapport sur la responsabilité sociale des entreprises, disponible ici : www.group.loccitane.com

COMPRENDRE NOTRE IMPACT

Les principaux ingrédients actifs de nos cosmétiques étant dérivés de plantes, nos produits de beauté et de bien-être dépendent fortement de la nature. Le Groupe évalue ses impacts et ses dépendances vis-à-vis de la nature au travers d'une étude de matérialité, au sein de sa chaîne de valeur et en surveillant l'approvisionnement de ses matières premières naturelles clés.

Actions clés

Le Groupe revoit périodiquement son **étude de matérialité** pour s'assurer que ses équipes se concentrent sur les bonnes priorités, identifient les tendances et les problèmes émergents, comprennent les attentes des parties prenantes internes et externes et alimentent ses démarches continues de gestion des risques.

Les principaux enjeux sont la protection de la biodiversité, l'atténuation du changement climatique et l'adaptation à celui-ci, ainsi que les déchets plastiques.

En 2016, le Groupe, en collaboration avec le comité français de l'**Union internationale pour la conservation de la nature (UICN)**, a mené une évaluation de l'impact sur la biodiversité de L'OCCITANE en Provence.

L'étude a évalué toutes les parties de la chaîne de valeur, de l'approvisionnement à la fabrication, du conditionnement à la logistique, jusqu'à la distribution. L'étude a révélé que les principaux défis sont liés à l'approvisionnement en matières premières naturelles.

Des efforts importants sont déployés pour améliorer la **traçabilité des matières premières végétales** pour L'OCCITANE en Provence et pour Melvita. En 2020, nous avons réussi à retracer jusqu'au(x) pays de provenance toutes les plantes contenues dans 45 % de nos matières premières végétales (en volume). Nous travaillons actuellement avec 42 chaînes d'approvisionnement durables, représentant 10 % de nos matières premières naturelles (en volume), et les contrôlons directement sur les sites de production par le biais de visites régulières sur le terrain (environ 200 par an) et d'audits, conformément à notre charte d'approvisionnement responsable. En 2021, nous réaliserons également des évaluations de la biodiversité et des risques sociaux pour 12 matières premières majeures utilisées dans les formules de ces deux marques, représentant 80 % de leurs matières premières végétales (en volume): colza, raisin, tournesol, betterave, blé, maïs, olive, manioc, amande douce, canne à sucre, ricin et soja. Cette liste complète notre travail avec l'initiative Action for Sustainable Derivatives pour améliorer la traçabilité de l'huile de palme et de l'huile de coco et de leurs dérivés.

La traçabilité n'est pas un objectif final mais un moyen de mieux comprendre l'empreinte environnementale du Groupe et d'atténuer ses impacts. Le Groupe vise à appliquer cette approche pour les matières premières clés à chaque produit de base et à faire de même pour ses autres marques.

Engagements clés

D'ici 2022, quantifier l'impact du Groupe sur la biodiversité afin d'établir une base de référence mondiale.

D'ici 2022, réaliser une évaluation de la biodiversité pour tous les nouveaux ingrédients actifs des produits L'OCCITANE en Provence et Melvita.

D'ici 2025, être en mesure de retracer jusqu'au(x) pays de provenance de toutes les plantes contenues dans 90 % de nos matières premières végétales (en volume) pour les marques L'OCCITANE en Provence et Melvita, et étendre les efforts de traçabilité aux autres marques du Groupe.

ÉVITER

Conformément à notre objectif « nature positif », il est essentiel d'éviter les impacts négatifs dans la mesure du possible, notamment dans les écosystèmes d'importance écologique.

Le Groupe met en place des actions d'évitement dans le cadre de ses activités d'approvisionnement et de conception de produits.

Actions clés

Certaines de nos matières premières sont **sensibles à la déforestation ou à la conversion de l'utilisation des terres**. L'OCCITANE en Provence, Melvita et ELEMIS n'achètent pas et n'utilisent pas d'**huile de palme** brute directement dans leurs formules. Toutefois, certains produits contiennent des ingrédients dérivés de l'huile de palme, ce qui représente une quantité estimée à 2 000 tonnes d'huile de palme par an. Le Groupe est membre de la Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), une organisation à but non lucratif qui promeut et certifie la production d'huile de palme durable. Depuis 2020, L'OCCITANE en Provence et Melvita ont atteint 99,5 % d'huile de palme certifiée RSPO (masse équilibrée) dans leurs chaînes d'approvisionnement directes, tandis qu'ELEMIS a atteint 75 %. Pour nos fabricants tiers, nous évaluons le pourcentage d'huile de palme certifiée RSPO dans leurs produits. Globalement, entre 2016 et 2020, L'OCCITANE en Provence, Melvita et Erborian ont réduit de 25 % l'utilisation de dérivés d'huile de palme dans leurs formules. Nos marques s'engagent également à se procurer leurs **matériaux d'emballage en papier et en carton** auprès de forêts gérées de manière durable. Pour soutenir sa **chaîne d'approvisionnement en beurre de karité**, L'OCCITANE en Provence a mis en place au Burkina Faso un programme de protection des ressources en karité pour les femmes productrices et de préservation de la biodiversité⁸. Parmi de nombreuses autres actions locales, l'initiative a soutenu l'installation d'unités semi-industrielles permettant de réduire les émissions de dioxyde de carbone d'environ 3 500 tonnes (par rapport à 2018) en utilisant les déchets de coques de karité comme combustible à la place du bois, contribuant ainsi à la lutte contre la déforestation.

Depuis 2017, les Laboratoires M&L collaborent avec l'Union for Ethical BioTrade (UEBT) pour la mise en oeuvre du **Protocole de Nagoya**, qui vise à partager de manière juste et équitable les avantages découlant de l'utilisation des ressources génétiques, contribuant ainsi à la conservation et à l'utilisation durable de la nature. En 2018, les Laboratoires M&L ont signé une charte de cueillette durable avec tous leurs fournisseurs utilisant des plantes sauvages, contribuant ainsi à la protection des écosystèmes, de la faune et des paysages. Les Laboratoires M&L promeuvent une **agriculture certifiée biologique**, utilisant des méthodes qui respectent les écosystèmes. Dans ses principales chaînes d'approvisionnement en matières premières⁹, 100 % des zones de cueillette sont biologiques et 77 % des terres cultivées sont biologiques, soit une moyenne globale de 98 %. En outre, 88 % des terres sont « bee friendly », c'est à dire favorables aux abeilles.

En 2020, L'OCCITANE en Provence a lancé une « charte propre » fixant des exigences encore plus strictes pour guider les innovations de la marque et améliorer l'**impact environnemental de ses formules**, dans le prolongement de sa charte de formulation. Pour respecter cette charte, les formules sans rinçage doivent contenir 95 % d'ingrédients d'origine naturelle et les formules avec rinçage doivent être biodégradables à 95 %.¹⁰ Les produits qui respectent ce niveau d'engagement supérieur sont facilement identifiables par un logo, qui figure sur l'emballage et sur le site web de L'OCCITANE en Provence. Cette charte propre est actuellement en cours de déploiement pour L'OCCITANE en Provence, et notre ambition est de la déployer à toutes nos marques.

Engagements clés

D'ici 2025, engager tous les ingrédients d'origine végétale dans une démarche positive pour la biodiversité.

D'ici 2025, atteindre le seuil très élevé de 95 % d'ingrédients facilement biodégradables dans 90 % des formules des produits à rincer pour L'OCCITANE en Provence, Melvita et ELEMIS.

D'ici 2025, obtenir la certification RSPO pour 100 % de l'huile de palme contenue dans les matières premières que nous achetons dans l'ensemble du Groupe (2021 pour L'OCCITANE en Provence et Melvita; 2023 pour ELEMIS).

D'ici 2025, développer une approche « forest positive ».

⁸ Le programme RESIST (Résilience, Écologie, Renforcement, Indépendance, Structure, Formation). Pour en savoir plus, visitez le site www.group.loccitane.com.

⁹ Le Groupe a identifié ses 117 matières premières clés et les suit de très près, car elles constituent les principaux principes actifs des gammes de produits L'OCCITANE en Provence et Melvita. Elles comprennent le beurre de karité, l'immortelle, la lavande, la verveine, l'amande et l'argan.

¹⁰ Notre définition de la naturalité « d'origine naturelle » est basée sur la norme internationale ISO 16128. Notre définition de la biodégradabilité est basée sur les lignes directrices internationales 301 de l'OCDE.

RÉDUIRE

Le Groupe L'OCCITANE s'efforce de minimiser les impacts négatifs lorsqu'il ne peut les éliminer. La mise en oeuvre d'approches d'écoconception et d'économie circulaire sur l'ensemble de la chaîne de valeur permet de réduire l'utilisation de l'eau, des matières premières naturelles ou chimiques et de limiter la pollution.

Actions clés

La première responsabilité du Groupe en tant qu'**acteur industriel** est de veiller à ce que toutes ses activités directes, telles que les installations de production, aient un impact minimal sur l'écosystème. La quantité des ressources consommées et la qualité des effluents rejetés par les usines de production du Groupe font l'objet de suivis. L'eau est un ingrédient clé de nos formules de cosmétiques et une ressource essentielle aux processus de fabrication. Les empreintes hydriques de nos sites industriels de Manosque et de Lagorce, en France, font l'objet d'un suivi particulier en raison de leur localisation, à proximité de sites classés Natura 2000 à fort stress hydrique¹¹. L'ambition du Groupe est de transformer complètement son parc industriel et d'agir de manière encore plus drastique pour réduire sa consommation d'eau en mettant en place un **projet d'usines sèches**.

Les déchets font également l'objet d'une surveillance attentive. Nos sites de fabrication en France ont atteint leur objectif de **zéro mise en décharge** en 2018 et depuis, ils ont réduit leur intensité de déchets de 4,4 %.

Toutes les marques du Groupe s'engagent à lutter contre la **pollution plastique** et à réduire les déchets en utilisant un plus grand pourcentage de matériaux recyclés, en réduisant les emballages, en développant la recharge et la vente en vrac, en facilitant le tri des produits recyclables et en réduisant les plastiques à usage unique. À long terme, nous souhaitons promouvoir de nouveaux modèles de consommation. À la mi-2021, 65 % des magasins détenus par le Groupe sont équipés d'un système de recyclage en magasin. Plus de 2 millions d'unités ont été collectées par le biais de TerraCycle pour L'OCCITANE en Provence et Melvita, soit l'équivalent de 94 tonnes de matériaux. L'OCCITANE en Provence, signataire du **New Plastics Economy Global Commitment** mené par la **Ellen MacArthur Foundation**, est pleinement engagée dans une **économie circulaire pour les emballages**. Au-delà de son engagement à améliorer la recyclabilité, L'OCCITANE en Provence utilise des matériaux recyclés pour réduire son empreinte environnementale et sa dépendance aux plastiques vierges d'origine fossile.

Engagements clés

D'ici 2025, mettre en oeuvre un modèle circulaire dans nos usines en France en recyclant 100 % de l'eau utilisée pour les processus industriels.

D'ici 2025, proposer le recyclage en magasin dans 100 % des magasins appartenant au Groupe.

D'ici 2025, viser à ce qu'au moins 40 % de la consommation totale de plastique provienne de matériaux recyclés pour L'OCCITANE en Provence et ELEMIS.

D'ici 2022, fabriquer 95 % des tubes en aluminium pour L'OCCITANE en Provence et Melvita à partir d'aluminium recyclé.

D'ici 2025, réduire d'un tiers notre utilisation de plastique vierge et de 10 % notre utilisation totale actuelle d'emballages plastiques pour L'OCCITANE en Provence.



¹¹ Natura 2000 est un réseau de sites de reproduction et de repos pour les espèces rares et menacées, ainsi que certains types d'habitats naturels rares qui sont protégés en tant que tels.

RESTAURER ET RÉGÉNÉRER

Le Groupe L'OCCITANE développe des actions positives qui contribuent à la restauration et à la régénération des écosystèmes dans les zones où il s'approvisionne en matières premières ou là où la biodiversité est menacée. Parmi les solutions fondées sur la nature qui offrent des avantages en termes de biodiversité et de carbone, nous donnons la priorité aux pratiques d'agriculture régénératrice et aux projets de reforestation.

Actions clés

Notre département Durabilité et Biodiversité travaille avec les producteurs pour développer des **pratiques agricoles durables** et régénératrices pour ses principales matières premières, telles que le beurre de karité, l'immortelle, la lavande, l'amande, l'argan, le licuri et le mandacaru. Il s'agit, d'une part, de protéger les espèces végétales, les variétés locales et la biodiversité et, d'autre part, d'établir avec les producteurs des partenariats à long terme fondés sur le partage de la valeur ajoutée, la promotion des circuits d'approvisionnement locaux, la préservation des savoir-faire traditionnels et le développement des communautés et des régions locales. Nous travaillons en partenariat avec plus de 250 agriculteur.trice.s et 17 000 cueilleur.euse.s pour promouvoir une agriculture certifiée biologique, utilisant des méthodes respectueuses des écosystèmes. 98 % de nos principales matières premières (en volume) sont certifiées biologiques et, parmi ces volumes certifiés biologiques, 84,5 % sont également certifiés Fair for Life, à savoir le beurre de karité et l'argan, produits issus d'un système agroforestier. En 2020, le Groupe a co-créé le collectif **Agroécologie et Commerce Équitable**, avec plus d'une dizaine d'exploitations familiales partenaires en Corse et dans le Sud de la France. L'**effort collectif** vise à créer des écosystèmes bénéfiques dans et autour des champs. Ces projets font appel à diverses méthodes – couverture végétale, agroforesterie, paillage, création d'habitats naturels pour les oiseaux et les insectes, entre autres – pour permettre aux producteurs d'utiliser moins ou pas de pesticides et d'engrais, et moins d'eau.

En 2021, le Groupe L'OCCITANE a rejoint **Le Fonds Carbone Livelihood #3** afin de soutenir les communautés rurales pour préserver ou restaurer leurs écosystèmes naturels et améliorer leurs moyens de subsistance grâce à des pratiques agricoles durables. Le Groupe soutient la **reforestation et la régénération de la biodiversité dans les écosystèmes environnementaux critiques**.

À ce titre, la Fondation L'OCCITANE finance des projets de protection du patrimoine naturel et de la biodiversité tels que : le comité français de l'UICN et sa liste rouge des écosystèmes méditerranéens, les « Vergers d'Avenir » du Conservatoire Méditerranéen Partagé qui conserve et valorise les variétés végétales patrimoniales du bassin méditerranéen, des projets de reforestation et d'agroforesterie dans 10 pays via des ONG locales.¹²

En 2020, le Groupe et ses actionnaires ont créé un **fonds en faveur de la restauration d'écosystèmes** gravement endommagés par des catastrophes naturelles. Après les feux de forêt en Australie et au Brésil en 2019 et 2020, 400 000 € de fonds privés ont été affectés à des projets de restauration dans ces deux pays. De plus, le Groupe est membre fondateur de France Amande, première fédération interprofessionnelle d'amandiers en France, qui vise à replanter 2 000 hectares d'amandiers dans le pays pour relancer une production durable. Le Groupe est également membre fondateur du Fonds de Sauvegarde pour le patrimoine Lavandes en Provence. La lavande souffrant des effets du changement climatique, le fonds vise à soutenir les cultivateur.trice.s de lavande en transition vers une production plus durable.

Depuis la création d'un département dédié à la biodiversité et aux ingrédients durables, et durant les plus de 15 ans d'existence de la Fondation L'OCCITANE, le Groupe a réussi à protéger et à promouvoir 1 149 variétés et 513 espèces différentes de plantes. Depuis 2010, Melvita mène également un programme visant à préserver la biodiversité par la protection des abeilles et la promotion de l'apiculture. À ce jour, 1 150 ruches ont été installées en France et à l'étranger.

Engagements clés

D'ici 2025, engager tous les ingrédients d'origine végétale dans une démarche positive pour la biodiversité.

D'ici 2025, cultiver 100 % de nos principales matières premières conformément aux principes de l'agriculture durable, sur la base de certifications agroécologiques, biologiques, équitables et durables.

D'ici 2025, établir une charte de gestion durable pour les produits du bois.

D'ici 2025, mettre en place 1 500 ruches (Melvita).

¹² Les projets soutenus par la Fondation L'OCCITANE sont détaillés sur le site www.fondation.loccitane.com

TRANSFORMER



Pour contribuer à un avenir positif pour la nature, le Groupe L'OCCITANE cherche à conduire le changement de son écosystème commercial et au-delà. Nous pensons que l'action collective peut entraîner une transformation au niveau systémique. Le Groupe L'OCCITANE s'engage auprès de nombreuses parties prenantes – salarié·e·s, consommateur·trice·s, fournisseur·euse·s, coalitions d'entreprises et autorités publiques – pour défendre des idées et des pratiques « nature positives ».

Actions clés

Le changement commence par les **gens**. Pour sensibiliser nos salarié·e·s et les impliquer dans les questions de climat et de biodiversité, le Groupe organise régulièrement des sessions de « Fresque du Climat » : un jeu collaboratif et pédagogique résumant les travaux du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat. Il soutient également les actions bénévoles des employés, en matière de collecte des déchets ou de plantation d'arbres. Il a mis en place le programme Les Vergers de L'OCCITANE : chaque salarié·e ayant trois ans d'ancienneté reçoit un arbre local planté en son nom, comme un amandier provençal, en collaboration avec des partenaires-producteurs locaux.

Pour permettre aux client·e·s de faire des choix plus durables, nous créons des produits et des services ayant un impact moindre sur l'environnement, tels que les écorecharges, les distributeurs de vrac en magasin, les palettes de maquillage rechargeables ainsi que les savons, shampooings et déodorants solides, nécessitant moins d'emballages.

Nous encourageons nos **partenaires au sein de notre chaîne de valeur** par le biais de différentes initiatives, en leur fournissant un soutien financier, des incitations et une assistance technique pour les aider à faire la transition vers des pratiques régénératrices. Citons par exemple le collectif Agroécologie et Commerce Équitable avec des partenaires de Corse et du Sud de la France ou le programme RESIST au Burkina Faso. Nous nous engageons également avec nos principales entreprises fournisseurs sur les défis environnementaux afin d'innover ensemble et de fixer des ambitions communes.

Afin de partager les meilleures pratiques et de défendre les intérêts de l'industrie et du secteur, nous sommes engagés dans des **coalitions d'entreprises et des organisations à but non lucratif**, notamment : OP2B, la Ellen MacArthur Foundation, la Global Shea Alliance, la Fédération française des entreprises de la beauté (FEBEA), RE100, Action for Sustainable Derivatives, la Responsible Beauty Initiative, l'UEBT, France Amande et le Fonds de Sauvegarde du patrimoine Lavandes en Provence.

Enfin, toutes nos connaissances, tous nos outils et tous nos résultats en matière de biodiversité et d'agriculture régénératrice sont mis à disposition selon les principes de l'**open-source** afin de permettre une diffusion plus large et un changement systémique.

Nous participons également à des **actions de plaidoyer**, en demandant aux gouvernements d'adopter des politiques visant à inverser la perte de la nature. Par exemple, nous avons soutenu l'appel à l'action de Business for Nature #natureiseveryonesbusiness, demandé à l'Union européenne de prendre des mesures énergiques pour éliminer la déforestation importée et rejoint l'appel de la Ellen MacArthur Foundation pour la mise en oeuvre de mécanismes de responsabilité élargie des partenaires-producteurs pour les emballages.

Nous nous engageons également auprès de partenaires scientifiques et universitaires ainsi que d'ONG, comme le comité français de l'UICN, le Conservatoire Méditerranéen Partagé ou Pour une Agriculture du Vivant.

Engagements clés

Développer l'agriculture régénératrice avec OP2B.

Continuer à s'engager avec toutes nos parties prenantes (employé·e·s, client·e·s, associations industrielles, coalitions d'entreprises, scientifiques, ONG et gouvernements).

Continuer à promouvoir le partage en libre accès des connaissances et des pratiques en matière de biodiversité.

AMÉLIORATION CONTINUE, SUIVI, EXIGENCES DE DÉCLARATION, ET VÉRIFICATION

Ce document est une **première contribution systémique à la construction d'un avenir « nature positif »**. Grâce à un modèle d'amélioration continue, de nouvelles itérations permettront de quantifier l'empreinte environnementale du Groupe et de définir des objectifs globaux et des plans opérationnels.

Les développements futurs s'appuieront sur les nouvelles connaissances scientifiques, sur un dialogue enrichi avec nos parties prenantes (notamment les partenaires commerciaux et les ONG) et sur les nouvelles orientations du SBTN. Nos actions et engagements seront alignés sur les cadres de travail aux niveaux national et mondial. Pour renforcer cette approche systémique, nous allons rejoindre le programme d'engagement des entreprises du SBTN.

Dans les mois à venir, nous publierons également notre stratégie climatique, afin de nous assurer que nous abordons ensemble la nature et le climat pour construire un avenir équitable, positif pour la nature et carbone net zero.

Nous contrôlerons et rendrons compte publiquement de nos principaux engagements par le biais de l'initiative « Entreprises Engagées pour la nature-act4nature France », du rapport annuel du Groupe sur la responsabilité sociale des entreprises, de la Certification B Corp et de certains autres rapports spécifiques (comme ceux de l'OP2B et de la Ellen MacArthur Foundation). Les nouveaux cadres d'indicateurs publiés par le SBTN seront également pris en compte.



L'OCCITANE
EN PROVENCE

Melvita

erborian
KOREAN SKIN THERAPY

 L'OCCITANE
AU BRÉSIL

L. LimeLife by Alcone

ELEMIS

THE L'OCCITANE GROUP
CARES

group.loccitane.com
fondation.loccitane.com