

**RAPPORT
D'AVANCEMENT
2019**



**SHARING
BEAUTY
WITH ALL**



L'ENGAGEMENT DE L'ORÉAL
EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



L'ORÉAL

SOMMAIRE

SHARING BEAUTY WITH ALL : L'ENGAGEMENT DE L'ORÉAL EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE	03
ÉDITORIAL DE JEAN-PAUL AGON, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL	04
L'ANNÉE 2019 EN CINQ CHIFFRES CLÉS	05
ENGAGEMENTS À 2020, RÉSULTATS 2019	06



Innover DURABLEMENT

RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DES FORMULES	09
VEILLER AU RESPECT DE LA BIODIVERSITÉ	10
OPTIMISER LES EMBALLAGES	11
ATTEINDRE « ZÉRO DÉFORESTATION »	12



Produire DURABLEMENT

RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE	14
RÉDUIRE LA CONSOMMATION D'EAU	15
RÉDUIRE LA GÉNÉRATION DE DÉCHETS	16



Consommer DURABLEMENT

ÉVALUER L'EMPREINTE DES PRODUITS	18
SENSIBILISER À LA CONSOMMATION DURABLE	19



Partager LA CROISSANCE

FAVORISER L'ACCÈS À L'EMPLOI ET L'INCLUSION SOCIALE	21
ASSOCIER LES FOURNISSEURS AUX ENGAGEMENTS DU GROUPE	22
PLACER LES COLLABORATEURS AU CŒUR DES ENGAGEMENTS	23
LE PROJET CARBON BALANCED : VERS UNE ENTREPRISE BAS-CARBONE	24
BRÉSIL : L'ORÉAL DISTINGUÉ COMME UN ACTEUR MAJEUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE	
REPORTING : UNE PERFORMANCE RECONNUE	25



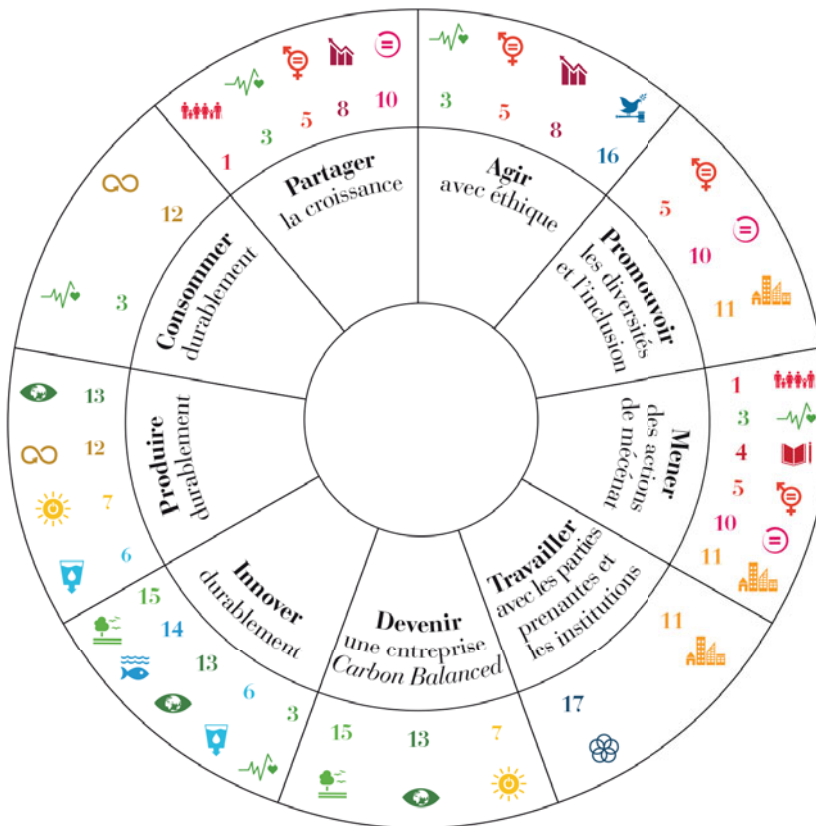
Sharing Beauty With All : l'engagement de L'Oréal en matière de développement durable

Dans le cadre de son programme de développement durable *Sharing Beauty With All*, lancé en 2013, L'Oréal s'est fixé des engagements concrets à fin 2020, qui couvrent l'ensemble de ses impacts et toute sa chaîne de valeur, de la conception des produits à leur distribution, en passant par le processus de production ou encore le sourcing des ingrédients. Ces engagements sont organisés selon quatre piliers : l'innovation durable, la production

durable, la consommation durable et le partage de la croissance avec les employés, les fournisseurs et les communautés avec lesquelles L'Oréal interagit. Chaque année, L'Oréal mesure ses avancées de façon chiffrée, et ses résultats sont accessibles à tous. S'inscrivant dans une dynamique de progrès continu, L'Oréal entretient un dialogue permanent avec ses parties prenantes pour partager sa stratégie de développement durable et

co-construire ses projets. Ce programme de développement durable, tout comme l'engagement fort en matière d'éthique, la politique de promotion des diversités ou encore les actions de mécénat menées avec le soutien de la Fondation L'Oréal et par les marques, permettent au Groupe de contribuer à 15 des 17 Objectifs de développement durable mondiaux déterminés en 2015 par les Nations Unies.

CONTRIBUTION DE L'ORÉAL AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES



Éditorial



2019 a été une année de nouvelles avancées vers nos objectifs 2020 *Sharing Beauty With All*, le programme de transformation de L'Oréal vers une entreprise toujours plus durable, responsable et citoyenne. À un an de l'échéance, 2019 nous a aussi permis de tirer des enseignements, et de préparer l'avenir.

Premier enseignement : notre volonté de changer de paradigme a été déterminante. Avant le lancement du programme, L'Oréal était déjà engagé depuis plus de 20 ans dans une démarche de réduction d'impact. Avec *Sharing Beauty With All*, nous sommes allés bien au-delà. Notre ambition : réinventer collectivement la manière d'exercer notre métier. Avec une stratégie et des objectifs ambitieux sur toute la chaîne de valeur. L'impératif de durabilité d'un produit est désormais un critère aussi incontournable que sa qualité et sa rentabilité. D'ailleurs, nos résultats extra financiers sont audités au même titre que nos résultats financiers. En 2019, déjà 85 % de nos produits nouveaux ou renouvelés présentent un profil social ou environnemental amélioré. Et nous avons engagé notre transition vers un modèle d'entreprise bas-carbone, avec une réduction de 78 % des émissions de CO₂ de nos sites de production entre 2005 et 2019, alors même que la production a progressé de 37 % dans le même temps. Oui, découpler impact et croissance est possible.

Deuxième enseignement : *Sharing Beauty With All* a généré une spirale vertueuse. Se fixer des objectifs ambitieux a été, pour nous tous, une incroyable source de dépassement. Et donc de performance. Cette ambition oblige au quotidien à être plus créatifs, innovants, audacieux. Je peux d'ores et déjà dire que nous serons au rendez-vous pour la majorité des objectifs 2020 du programme. Pour d'autres, le chemin sera un peu plus long.

“ Notre responsabilité collective est immense, et chacun peut faire la différence. Nous sommes donc mobilisés aux côtés de nos partenaires et de nos fournisseurs. ”

Jean-Paul Agon
Président-Directeur Général

“ La révolution durable de L'Oréal est à l'aube d'une nouvelle ère. ”

La transformation durable est une démarche continue qui exige de se remettre en cause en permanence. L'essentiel est que la dynamique de transformation soit installée.

Troisième et dernier enseignement, nos engagements ont un effet d'entraînement sur l'ensemble de notre écosystème. Notre responsabilité collective est immense, et chacun peut faire la différence. Nous sommes donc mobilisés aux côtés de nos partenaires et de nos fournisseurs. Et nous pensons que le changement durable, pour être complet et réellement impactant, passera aussi par la sensibilisation des consommateurs à des achats plus responsables. C'est pourquoi nous allons rendre disponibles les informations sur l'impact social et environnemental de nos produits. Impulser le changement partout est notre devoir, et sans doute l'un de nos plus grands défis à venir.

Nos Principes Éthiques – Intégrité, Respect, Courage et Transparence – guident notre développement, contribuent à notre réputation et sont notamment le fondement de nos politiques en matière de développement durable, de responsabilité sociale et sociétale, de conformité et de mécénat. Aujourd'hui, ma plus grande fierté est que L'Oréal soit doublement reconnu, à la fois comme leader dans son métier et leader dans le domaine de la responsabilité environnementale et sociale, par des experts indépendants qui font autorité. En 2019, nous sommes la seule entreprise dans le monde à avoir reçu du CDP pour la 4^{ème} année consécutive un triple A, soit la note la plus élevée, pour nos actions en matière de lutte contre le changement climatique, de gestion durable de l'eau et de lutte contre la déforestation. L'Oréal se classe n° 1 mondial de l'indice de réputation éthique Covalence EthicalQuote. En matière de parité femmes/hommes, nous sommes reconnus comme l'une des entreprises les plus paritaires au monde. Dans le cadre de notre engagement continu envers le Pacte Mondial des Nations Unies, nous avons été désignés l'une des 36 entreprises LEAD, réservé aux sociétés les plus avancées en termes de conduite responsable des affaires et qui contribuent aux Objectifs de Développement Durable des Nations Unies et nous avons été distingués pour la 10^{ème} fois comme l'une des sociétés les plus éthiques au monde par l'Institut Ethisphere.

Mais l'ampleur des enjeux auxquels la planète est confrontée est inédite. Nous savons que les plus grandes transformations restent à venir. Et qu'elles devront être profondément disruptives.

Nous restons fidèles à notre ambition : L'Oréal veut et doit être exemplaire. Toujours faire mieux. Et plus vite, compte tenu de la vitesse vertigineuse des bouleversements actuels.

La révolution durable de L'Oréal est à l'aube d'une nouvelle ère.

L'année 2019 en cinq chiffres clés

- 78 % 

Nous avons réduit de 78 % les émissions de CO₂ de nos usines et centrales de distribution en valeur absolue depuis 2005, avec un volume de production qui augmente de 37 % sur la même période.

85 % 

85 % des produits nouveaux ou renoués en 2019 présentent un profil environnemental ou social amélioré. À chaque fois qu'un produit est créé ou renoué, sa contribution au développement durable est désormais prise en compte, en plus de sa performance et de sa rentabilité.

90 635 

C'est le nombre de personnes issues de communautés en difficulté qui ont été accompagnées vers l'emploi grâce aux programmes menés par notre Groupe.

89 % 

C'est la proportion de nos marques qui ont mené une évaluation de leur impact environnemental et social.

3A






En 2019, pour la quatrième année consécutive, notre Groupe s'est vu décerner trois « A », c'est-à-dire le meilleur score, à chacun des classements réalisés par le CDP sur trois sujets clés : la protection du climat, la gestion durable de l'eau et la lutte contre la déforestation. Notre entreprise est la seule au monde à avoir obtenu 3 « A » du CDP quatre ans de suite.

Engagements à 2020, résultats 2019






Chaque année, L'Oréal publie l'évolution de ses performances en matière de développement durable au regard d'objectifs fixés à l'horizon fin 2020. Le tableau ci-dessous présente de façon globale et synthétique l'avancée du Groupe sur chacun des quatre piliers du programme *Sharing Beauty With All*, au moyen d'indicateurs* dits « stratégiques ». Les chiffres et les actions de chaque engagement sont détaillés dans les pages de ce rapport.

Les informations sociales, sociétales, environnementales et santé/sécurité identifiées dans ce rapport par les signes ☺ (pour « audit en assurance modérée ») et ☺ (pour « audit en assurance raisonnable ») ont été vérifiées par Deloitte & Associés et PricewaterhouseCoopers Audit, commissaires aux comptes de la Société. Voir la note méthodologique et le rapport d'assurance 2019 sur www.loreal.fr/sharing-beauty-with-all-resources, rubrique « Publications ».

Innovier durablement


OBJECTIFS 2020	RÉSULTATS 2019	RAPPEL 2018
 <p>100 % des produits L'Oréal présenteront un bénéfice environnemental ou social.</p> <p>À chaque fois qu'un produit est inventé ou rénové, son profil environnemental ou social est amélioré sur au moins l'un des quatre critères suivants :</p>	<p>85 % ☺ des produits nouveaux ou rénovés présentent un profil environnemental ou social amélioré.</p>	79 %
 <ul style="list-style-type: none"> la nouvelle formule réduit son empreinte environnementale, notamment son empreinte eau ; 	<p>46 % ☺ des produits nouveaux ou rénovés présentent un profil environnemental amélioré grâce à une nouvelle formule dont l'empreinte environnementale a été réduite.</p>	48 %
 <ul style="list-style-type: none"> la nouvelle formule utilise des matières premières renouvelables, issues de sources durables ou de la chimie verte ; 	<p>59 % ☺ des produits nouveaux ou rénovés présentent une amélioration de leur profil environnemental grâce à une nouvelle formule intégrant des matières premières d'origine renouvelable, sourcées de façon responsable ou respectant les principes de la chimie verte.</p>	43 %
 <ul style="list-style-type: none"> le nouveau produit a un impact social positif ; 	<p>40 % ☺ des produits nouveaux ou rénovés présentent un profil social amélioré, car ils intègrent notamment des matières premières issues de programmes de <i>Solidarity Sourcing</i>.</p>	31 %
 <ul style="list-style-type: none"> le profil environnemental du nouveau packaging est amélioré. 	<p>67 % ☺ des produits nouveaux ou rénovés présentent un profil environnemental amélioré grâce à un emballage dont l'empreinte environnementale a été réduite.</p>	58 %

Produire durablement

OBJECTIFS 2020	RÉSULTATS 2019	RAPPEL 2018
 <p>L'Oréal aura réduit de 60 % les émissions de CO₂ des usines et centrales de distribution en valeur absolue, par rapport à 2005.</p>	<p>- 78 % d'émissions de CO₂ par les usines et centrales de distribution depuis 2005 en valeur absolue.</p>	- 77 %
 <p>L'Oréal aura réduit de 20 % les émissions de CO₂ générées par le transport des produits (en grammes de CO₂ par unité de vente et par km), par rapport à 2011.</p>	<p>- 12 % d'émissions de CO₂ par le transport des produits (en grammes de CO₂/unité de vente/km) depuis 2011 avec 434 293 tonnes ☺ de CO₂ émises en 2019.</p>	- 8 %
 <p>L'Oréal aura réduit de 60 % sa consommation d'eau par unité de produit fini, par rapport à 2005.</p>	<p>- 51 % de consommation d'eau dans les usines et centrales de distribution depuis 2005 (en litre/produit fini).</p>	- 48 %
 <p>L'Oréal aura réduit de 60 % la génération de déchets par unité de produit fini, par rapport à 2005.</p>	<p>- 35 % de génération de déchets dans les usines et centrales de distribution depuis 2005 (en grammes/produit fini).</p>	- 37 %
 <p>L'Oréal aura atteint le zéro déchet en décharge.</p>	<p>L'objectif de 0 ☺ déchet en décharge (hors obligations réglementaires) pour toutes les usines et les centrales de distribution a été atteint dès 2018.</p>	

* Les indicateurs dits "stratégiques" ainsi que les chiffres et actions détaillées sont sur un périmètre hors acquisitions et sous-traitance.

Consommer durablement

OBJECTIFS 2020	RÉSULTATS 2019	RAPPEL 2018
 <p>Un outil d'évaluation établira le profil environnemental et social de tous les produits. Les marques rendront ces informations disponibles pour permettre au consommateur de faire des choix de consommation durable.</p>	<p>100 % des produits nouveaux ou rénovés en 2019 sont évalués à travers l'outil d'évaluation des produits*.</p> <p>% de marques communiquant aux consommateurs une information issue de l'outil d'évaluation des produits**.</p>	100 %
 <p>Chaque marque aura évalué son empreinte environnementale et sociale et aura pris des engagements pour l'améliorer.</p>	<p>89 % ☑ des marques ont évalué leur impact environnemental et social.</p>	88 %
 <p>Chaque marque rendra compte de ses progrès et associera le consommateur à ses engagements.</p>	<p>57 % ☑ des marques ont effectué une action de sensibilisation auprès des consommateurs.</p>	57 %
 <p>Les consommateurs pourront influencer les actions de L'Oréal en matière de développement durable, à travers un comité consultatif de consommateurs.</p>	<p>En 2019, dans le prolongement du comité consultatif mis en place en 2016, L'Oréal a poursuivi sa politique active d'écoute des consommateurs sur les sujets de développement durable au gré de plusieurs études, menées auprès de panels de consommateurs américains, indiens et européens pour comprendre leurs attentes et affiner ses politiques.</p>	

Partager la croissance...

OBJECTIFS 2020	RÉSULTATS 2019	RAPPEL 2018
... avec les communautés		
 <p>En 2020, L'Oréal aura permis à plus de 100 000 personnes issues de communautés en difficulté d'accéder à un emploi grâce aux programmes suivants :</p>	<p>90 635 ☑ personnes issues de communautés en difficulté ont pu accéder à un emploi.</p>	63 584 personnes
 <ul style="list-style-type: none"> • <i>Solidarity Sourcing</i> ; 	<p>70 912 ☑ personnes ont accédé à un emploi grâce au programme <i>Solidarity Sourcing</i>.</p>	56 842 personnes
 <ul style="list-style-type: none"> • formation professionnelle aux métiers de la beauté ; 	<p>18 443 ☑ personnes en situation de grande précarité ont été formées gratuitement aux métiers de la beauté dans le cadre du programme <i>Beauty For a Better Life</i>, soutenu par la Fondation L'Oréal.</p>	5 565 personnes
 <ul style="list-style-type: none"> • emploi de personnes en situation de handicap. 	<p>1 280 ☑ personnes en situation de handicap travaillent pour L'Oréal.</p>	1 177 personnes
... avec les fournisseurs		
 <p>Tous les fournisseurs stratégiques seront évalués et sélectionnés sur la base de leurs performances environnementales et sociales.</p>	<p>87 % ☑ des fournisseurs stratégiques*** du Groupe sont évalués et sélectionnés à date sur la base de leurs performances environnementales et sociales.</p>	83 %
 <p>Tous les fournisseurs stratégiques auront procédé, avec le soutien de L'Oréal, à une autoévaluation de leur politique en matière de développement durable.</p>	<p>96 % ☑ des fournisseurs stratégiques ont procédé, avec le soutien de L'Oréal, à une autoévaluation de leur politique en matière de développement durable.</p>	93 %
 <p>Tous les fournisseurs auront accès aux outils de formation L'Oréal, destinés à optimiser leur politique en matière de développement durable.</p>	<p>La plateforme de formation en ligne dédiée a été lancée fin octobre 2016. Dans un premier temps accessible aux seuls fournisseurs stratégiques, elle est progressivement déployée plus largement.</p>	
 <p>20 % des fournisseurs stratégiques seront associés au programme <i>Solidarity Sourcing</i>.</p>	<p>17 % ☑ des fournisseurs stratégiques sont associés au programme <i>Solidarity Sourcing</i>.</p>	13 %
... avec les salariés		
 <p>Les salariés bénéficieront d'une couverture santé alignée sur les meilleures pratiques de leur pays de résidence.</p>	<p>94 % ☑ des employés permanents du Groupe bénéficient d'une couverture santé alignée sur les meilleures pratiques de leur pays de résidence.</p>	96 %
 <p>Les salariés bénéficieront d'une protection financière en cas d'accident de la vie.</p>	<p>91 % ☑ des employés permanents du Groupe ont accès à une protection financière en cas d'accident de la vie (décès, invalidité permanente).</p>	93 %
 <p>Les salariés auront accès à une formation, où qu'ils se trouvent dans le monde.</p>	<p>96 % ☑ des employés du Groupe ont bénéficié d'au moins une formation au cours de l'année 2019.</p>	88 %

* Le périmètre retenu concerne les produits fabriqués par L'Oréal (hors full-buy, acquisitions récentes, testeurs et échantillons, etc.).

** Cet indicateur sera complété dès la finalisation du dispositif d'affichage environnemental et social, qui est en cours d'élaboration et sera déployé par les marques du Groupe.

*** Les « fournisseurs stratégiques » sont les fournisseurs dont la valeur ajoutée est significative pour le Groupe en contribuant par leur poids, leurs innovations, leur alignement stratégique et leur déploiement géographique à accompagner durablement la stratégie de L'Oréal.



INNOVER DURABLEMENT

D'ici à fin 2020, 100 % des produits L'Oréal présenteront un profil environnemental ou social amélioré. Réduction de l'empreinte environnementale des formules, respect de la biodiversité via une politique d'approvisionnement durable et responsable des matières premières, écoconception des emballages, engagement « zéro déforestation » : autant de leviers actionnés en faveur de l'innovation durable.



Réduire l'empreinte environnementale des formules / 09

Veiller au respect de la biodiversité / 10

Optimiser les emballages / 11

Atteindre « zéro déforestation » / 12

Réduire l'empreinte environnementale des formules

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

AMÉLIORATION DES PRODUITS



85 %

des produits nouveaux ou renouvelés en 2019 présentent un profil environnemental ou social amélioré*.

EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DES FORMULES



46 %

des produits nouveaux ou renouvelés présentent un profil environnemental amélioré, grâce à une nouvelle formule dont l'empreinte environnementale a été réduite.

D'ici à fin 2020, 100 % de nos produits présenteront un profil environnemental ou social amélioré, grâce, notamment, à l'amélioration du profil environnemental des formules.

Amélioration de la biodégradabilité des formules

L'Oréal réalise depuis plusieurs années des analyses de cycle de vie de ses produits pour mesurer leur impact sur l'environnement. Ces études démontrent notamment que l'un des impacts principaux des formules sur l'environnement concerne l'eau, en particulier celle rejetée par le consommateur lors du rinçage, une fois le produit utilisé.

Nos équipes travaillent donc à améliorer le profil environnemental des formules sur deux axes :

- l'amélioration de la biodégradabilité des formules, c'est-à-dire leur capacité à être dégradées par les micro-organismes présents dans la nature ;
- la réduction de leur empreinte eau, c'est-à-dire l'impact des produits sur l'environnement aquatique.

Un outil d'écoconception des formules

Tous les produits fabriqués par le Groupe (shampoings, soins du cheveu, *styling*, colorations, gels douche, soins de la peau, déodorants, solaires, maquillage, parfums, etc.) ont été classés en fonction des bénéfices offerts au consommateur. 143 catégories de produits ont été définies et plus de 40 000 formules ont été passées au crible. Un outil d'écoconception a été créé dans le but d'améliorer le profil environnemental des formules, à bénéfice consommateur équivalent.

Intégré à SPOT, l'outil d'évaluation des produits du Groupe (voir page 18), ce dispositif est utilisé par toutes les équipes de formulateurs. Parmi les nouveautés lancées en 2019 se trouvent des produits dont la formule présente un niveau de

biodégradabilité supérieur à 98 % au sein des différentes marques du Groupe, comme, par exemple, le soin *Life Plankton™ Essence* chez Biotherm, les ampoules anti-âge de Vichy *Liftactiv Specialist Peptide-C*, le jus nettoyant Glucoside de Coco de Biolage R.A.W., ou encore la lotion Garnier Bio Thym purifiant.

Au total, le taux de biodégradabilité moyen de tous les shampoings vendus en 2018 s'élève à 91 %, et celui des gels douche a été porté à 92 % (contre 89 % en 2017).

Des résultats reconnus

Ces améliorations en matière d'empreinte des formules, combinées à la réduction de la consommation d'eau réalisée au niveau de la production (voir page 15), ont valu à L'Oréal d'obtenir en 2019, pour la quatrième année consécutive, un score de « A » (le plus haut niveau de performance), dans le classement des entreprises en matière de gestion durable de l'eau réalisé par le CDP (voir page 25).

GARNIER



FRUCTIS HAIR FOOD ALOE VERA, UN MASQUE QUI ALLIE RESPONSABILITÉ ET EFFICACITÉ

Garnier a lancé en 2019 son nouveau masque Fructis *Hair Food* ultra-nourrissant, composé à 98 % d'ingrédients d'origine naturelle, et enrichi en Aloe Vera, pour hydrater les cheveux. Venant renforcer la gamme *best-seller* Fructis *Hair Food* de Garnier, ce produit peut être utilisé en soin démêlant, en masque ou en soin sans rinçage. Non seulement performante, la formule de ce nouveau soin est aussi particulièrement responsable : végétane (sans composant d'origine animale ou dérivé), biodégradable à 98 %, testée dermatologiquement, elle est composée d'huiles végétales pures et fabriquée dans une usine engagée en faveur du développement durable. ●

Voir page 6 pour en savoir plus sur l'audit des indicateurs.

* Il s'agit des produits nouveaux, c'est-à-dire pour lesquels de nouvelles formules ont été développées et sont produites pour la première fois dans les usines du Groupe, ou des produits pour lesquels l'emballage a été renouvelé ou créé en 2019.

Veiller au respect de la biodiversité

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

AMÉLIORATION DES PRODUITS



85 % ✓

des produits nouveaux ou rénovés présentent un profil environnemental ou social amélioré en 2019*.

MATIÈRES PREMIÈRES ET BIODIVERSITÉ



59 % ✓

des produits nouveaux ou rénovés présentent une amélioration de leur profil environnemental grâce à une nouvelle formule intégrant des matières premières renouvelables, sourcées de façon responsable ou respectant les principes de la chimie verte.

IMPACT SOCIAL DES PRODUITS



40 % ✓

des produits nouveaux ou rénovés présentent un profil social amélioré, car ils intègrent notamment des matières premières issues de programmes de *Solidarity Sourcing*.

D'ici à fin 2020, 100 % de nos produits présenteront un profil environnemental ou social amélioré, grâce, entre autres, à l'utilisation de matières premières renouvelables provenant de sources durables ou transformées selon les principes de la chimie verte.

Privilégier l'utilisation de matières premières renouvelables

Aujourd'hui, 59 % ✓ (en volume) des matières premières utilisées par L'Oréal sont renouvelables, c'est-à-dire qu'elles sont majoritairement d'origine végétale. Cela représente environ 1 600 matières premières issues de près de 350 espèces végétales provenant d'une centaine de pays. 68 % ✓ (en volume) de ces matières premières renouvelables sont issues de sources certifiées durables**.

Certains produits commercialisés en 2019 présentent un taux de matières premières renouvelables qui dépasse les 98 %, comme la crème riche *Rosa Fresca* de Sanoflore, l'Huile Extraordinaire Gelée Lactée Démaquillante de L'Oréal Paris, le gel volumisant Biologie R.A.W Gelée d'Aloès Gel, ou encore la crème de nuit Giorgio Armani *Crema Nera reviving volcanic mask*.

Nos formulateurs sont fortement encouragés à utiliser ces ingrédients renouvelables, qu'ils soient :

- issus de sources durables ;
- ou élaborés selon les principes de la chimie verte, c'est-à-dire via des processus qui réduisent notamment au minimum le nombre d'étapes de synthèse et la consommation d'énergie et de solvants, ainsi que la génération de déchets. En 2019, 28 % (en volume) des ingrédients utilisés par L'Oréal dans ses formules ont été élaborés selon les principes de la chimie verte.

Renforcer la méthodologie de sourcing durable

En 2019, nous avons continué à déployer notre politique d'approvisionnement durable des ingrédients renouvelables. Cette méthodologie a été renforcée avec l'appui de l'ONG *Rainforest Alliance*, et repose sur les principes suivants :

- garantir la traçabilité des matières premières, c'est-à-dire

connaître la plante d'origine et son pays de production ;

- évaluer les enjeux environnementaux et sociaux avec les fournisseurs sur chaque filière ;
- vérifier le respect des critères suivants :
 - les conditions de travail doivent être décentes et sûres, dans le respect des droits humains, selon les principes édictés par l'Organisation Internationale du Travail, tout au long de la chaîne de production,
 - l'égalité au travail et l'absence de discrimination entre les producteurs sont vérifiées, et la promotion des femmes est encouragée,
 - la culture et la récolte des plantes doivent contribuer au développement économique des producteurs, dans le respect des savoirs traditionnels issus de la biodiversité, conformément aux principes du protocole de Nagoya,
 - la culture et les récoltes préservent la biodiversité, notamment les forêts,
 - les pratiques agricoles durables et bas-carbone sont mises en œuvre ;
- faire vérifier l'ensemble de cette démarche par une tierce partie indépendante, pour mesurer l'impact positif des programmes sur les filières. En 2019, la procédure d'audit terrain des producteurs (88 indicateurs) a été revue par Ecocert Expert Consulting, *The Biodiversity Consultancy* et *The Danish Institute for Human Rights*.

MADAGASCAR

LE SOURCING DURABLE DE LA CENTELLA ASIATICA

Les actifs extraits de la *Centella Asiatica* sont utilisés dans les produits de soin de la peau. En 2016, L'Oréal a lancé un projet en partenariat avec ses fournisseurs et l'appui de *Union for Ethical BioTrade (UEBT)*, visant à préserver cette plante sauvage tout en garantissant la traçabilité, la qualité, une juste rémunération aux femmes collectrices des feuilles de *Centella*, et le respect des Droits Humains. À fin 2019, ce sont 3 366 femmes qui ont bénéficié de cette juste rémunération et ont été formées aux bonnes pratiques de collecte. Ceci a permis d'assurer la préservation de la ressource tout en augmentant sa facilité d'extraction et en minimisant ainsi l'empreinte du procédé de production. Fort de ce bilan, les partenaires ont décidé de renouveler pour 3 ans supplémentaires cette initiative. En parallèle, des études sur la mise en culture de la *Centella* et sur l'optimisation du processus d'extraction de ses actifs ont été menées, afin de développer des techniques plus respectueuses de cette ressource fragile et de l'équilibre de la biodiversité. ●

☺☺ Voir page 6 pour en savoir plus sur l'audit des indicateurs.

* Il s'agit des produits nouveaux, c'est-à-dire pour lesquels de nouvelles formules ont été développées et sont produites pour la première fois dans les usines du Groupe, ou des produits pour lesquels l'emballage a été rénové en 2019.

** La liste des certifications reconnues a été définie avec le support de l'ONG *Rainforest Alliance* dès 2017. Cette liste est cohérente avec la grille de critères sourcing durable de L'Oréal (88 indicateurs), qui a été revue en 2019 par Ecocert Expert Consulting, *The Biodiversity Consultancy* et *The Danish Institute for Human Rights*.

Optimiser les emballages

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

AMÉLIORATION DES PRODUITS



EMBALLAGES



MATÉRIAUX



CARTON ET PAPIER CERTIFIÉS



D'ici à fin 2020, 100 % de nos produits présenteront un profil environnemental ou social amélioré. L'optimisation des emballages constitue un levier essentiel permettant d'atteindre cet objectif.

Dès 2007, L'Oréal a engagé une politique de packaging responsable fondée sur trois piliers, appelée les « 3 R » : Respecter, Réduire et Remplacer. Un processus global et systématique d'écoconception a été mis en place pour les packagings des produits finis et les emballages de transport. Cette démarche est étendue aux matériels de publicité sur le lieu de vente (PLV) depuis 2015. Une analyse du profil environnemental des emballages est réalisée systématiquement, au travers de SPOT, l'outil d'évaluation des produits de L'Oréal (voir page 18).

Respecter l'environnement

Pour ses emballages en papier, carton ou bois, le Groupe s'est fixé comme objectif d'utiliser uniquement des matières provenant de forêts gérées de façon responsable et respectueuse de la biodiversité (FSC ou PEFC). En 2019, 100 % ✓ du papier utilisé pour les notices et 99,9 % ✓ du carton utilisé pour les étuis étaient certifiés. Pour la PLV, 94 % du papier/carton utilisé était certifié. Depuis le 1^{er} janvier 2018, plus aucun article en PVC n'a été utilisé pour la production de produits finis, hors acquisitions récentes.

Réduire et optimiser les ressources

Concevoir des emballages aux dimensions et aux poids optimisés, des grands formats ou des rechargeables, qui nécessitent moins de ressources, est un autre levier majeur d'amélioration. Ainsi, en 2019, le poids des flacons de shampoing 300 mL de Garnier a été diminué de 8 % en Europe, ce qui représente une économie de 30 tonnes de plastique PET.

Remplacer certains matériaux

L'Oréal remplace les matériaux couramment utilisés par des alternatives issues de sources recyclées ou renouvelables (matériaux recyclés ou biosourcés), dès que possible. En 2019, 13 204 ✓ tonnes de matériaux recyclés (PCR) ont remplacé des matériaux vierges (+52 % par rapport à 2018). Cette progression

est en particulier le fruit d'efforts sur l'intégration de recyclé dans le plastique et le verre des packagings.

Nouer des partenariats stratégiques

Déterminé à promouvoir le développement de solutions innovantes de recyclage des plastiques, L'Oréal a conclu un partenariat avec PureCycle dans le but de produire du PP (polypropylène) recyclé de qualité alimentaire. Cela vient s'ajouter aux engagements pris aux côtés de la société LOOP™ Industries en 2018 pour augmenter nos approvisionnements en plastique PET recyclé de qualité alimentaire, ainsi qu'à la co-création, en 2017, d'un consortium avec la société Carbios, pour développer et industrialiser la technologie de biorecyclage enzymatique**.

Dans le cadre de l'initiative SPICE***, L'Oréal a par ailleurs continué à partager en 2019 sa méthodologie d'optimisation des packagings, telle que conçue dans SPOT, outil d'évaluation des produits (voir page 18). Le Groupe participe aussi aux réflexions menées par la Fondation Ellen MacArthur au sein de l'initiative *New Plastic Economy*, dont il est *core member* depuis 2018. L'Oréal s'est notamment engagé à avoir 100 % d'emballages en plastique rechargeables, réutilisables, recyclables ou compostables, d'ici à 2025.

YVES SAINT LAURENT

PURE SHOTS, UN SOIN DE LUXE ÉCOCONÇU

En 2019, la marque Yves Saint Laurent a lancé une nouvelle gamme de soins ciblés, les sérums *Pure Shots*. Fidèle à l'ADN de la marque, cet élégant produit, conçu pour être rechargé, se présente sous forme d'un flacon compact et pratique, dans lequel se glisse une cartouche de sérum. Afin de réduire son impact environnemental, les cartouches des quatre déclinaisons du sérum peuvent toutes être insérées dans le même flacon transparent. Cette écoconception permet une économie significative d'eau et une limitation de l'empreinte carbone, par rapport à la production d'un flacon non rechargeable : l'impact est réduit de moitié si on utilise un produit complet et trois recharges, au lieu de quatre produits complets. L'utilisation d'un flacon et trois recharges, plutôt que quatre flacons pleins, permet une réduction du poids total de l'emballage de 52 %. *Pure Shots* prouve qu'une innovation écoresponsable sans compromis sur le luxe est possible. ●

☺☺ Voir page 6 pour en savoir plus sur l'audit des indicateurs.

* Il s'agit des produits nouveaux, c'est-à-dire pour lesquels de nouvelles formules ont été développées et sont produites pour la première fois dans les usines du Groupe, ou des produits pour lesquels l'emballage a été renouvelé en 2019.

** LOOP™ Industries est une société spécialisée dans le recyclage du plastique, qui fournit au Groupe du PET de qualité alimentaire issu du recyclage par dépolymérisation chimique. La société Carbios est pionnière dans le développement de procédés enzymatiques pour la biodégradation et le biorecyclage de plastiques.

*** Pour *Sustainable Packaging Initiative for Cosmetics*, SPICE est une initiative co-créée par L'Oréal et la société de consulting Quantis, qui a pour vocation de partager les bonnes pratiques et méthodologies de chacun des acteurs, afin de faire converger les méthodes des évaluations d'empreinte environnementale du packaging.

Atteindre « zéro déforestation »

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

HUILE DE PALME



100 % ✓

des approvisionnements en huile de palme et en dérivés d'huile de palme ou de palmiste sont certifiés durables selon les critères de la RSPO.

HUILE DE SOJA



100 % ✓

de l'huile de soja en provenance d'Amérique latine est certifiée durable.

CARTON ET PAPIER CERTIFIÉS



100 % ✓

du papier utilisé pour les notices incluses dans les produits est certifié.

99,9 % ✓

du carton utilisé pour les étuis des produits est certifié.

Dans le cadre de notre politique « zéro déforestation », publiée en 2014, nous nous engageons à ce que d'ici à fin 2020, aucun des ingrédients et matières premières utilisés dans nos produits ne soit lié à la déforestation.

Depuis 2007, L'Oréal déploie des plans d'action afin de garantir un approvisionnement durable des matières premières agricoles susceptibles d'être à l'origine de la déforestation.

Huile de palme, dérivés d'huile de palme et de palmiste

L'Oréal a acheté moins de 320 tonnes d'huile de palme en 2019, et utilise des dérivés d'huile de palme (qui provient de la pulpe du fruit du palmier) et d'huile de palmiste (extrait de l'amande de ce fruit) dans une quantité équivalente à 70 000 tonnes d'huile de palme. 100 % ✓ de cette huile de palme répond aux normes de la *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO), via le modèle *Segregated* (SG). Concernant les dérivés, également 100 % ✓ certifiés, L'Oréal a augmenté la part de ses achats *Mass Balance* pour atteindre 70 % ✓ en 2019 (contre 54 % en 2018), le complément restant couvert par le modèle *RSPO Book & Claim*. L'Oréal a obtenu la certification de l'huile de palme par la RSPO en 2010, et celle qui concerne ses dérivés en 2012. Par ailleurs, le Groupe a entrepris en 2014 de tracer les dérivés jusqu'à leur origine. Pour l'année 2018*, 98 % des volumes ont été tracés jusqu'aux raffineries, 88 % jusqu'aux moulins et 25 % jusqu'aux plantations. En 2019, L'Oréal a publié pour la deuxième année consécutive la liste des 1 355 moulins indirectement connectés à sa chaîne d'approvisionnement en dérivés, ainsi que la liste de ses fournisseurs directs de dérivés.

L'Oréal s'appuie sur l'outil d'évaluation des risques de déforestation établi par l'ONG *Global Forest Watch*. Tous les fournisseurs directs du Groupe sont évalués selon le *Sustainable Palm Index*, un outil également mis à disposition des acteurs du secteur. Pour aller plus loin, L'Oréal a initié en 2018 le développement d'un nouvel outil pour évaluer les raffineries et les *crushers* (qui extraient l'huile des noyaux) sur la base de leur reporting, de leurs politiques et de leurs procédures. Les indicateurs utilisés pour cette évaluation sont alignés sur les exigences des standards du Groupe en matière de déforestation. Cet outil a été rendu public en 2019.

☑️ Voir page 6 pour en savoir plus sur l'audit des indicateurs.

* La traçabilité se fait sur les achats de l'année 2018 car les données de traçabilité sont l'aboutissement d'un processus de collecte auprès de l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur, de vérification et de consolidation des données collectées par une tierce partie indépendante.

Huile de soja et ses dérivés

En 2019, 100 % de l'huile de soja utilisée par L'Oréal et provenant d'Amérique latine (270 tonnes/an) est certifiée durable (label bio ou IP - *Identity Preserved*). Quant aux dérivés, ils proviennent majoritairement de zones classées sans risque de déforestation.

Produits à base de fibre de bois

Concernant les matériaux utilisés par L'Oréal pour ses packagings, 100 % ✓ du papier utilisé pour les notices et 99,9 % ✓ du carton des étuis sont issus de forêts gérées de façon durable (certification FSC ou PEFC). Et 94 % ✓ du papier/carton de PLV est certifié. L'Oréal utilise aussi dans ses produits certains ingrédients issus du bois (dérivés de cellulose, ingrédients de parfumerie). Une étude réalisée avec l'ONG *Rainforest Alliance* a permis à L'Oréal de lever le risque déforestation sur ses principaux approvisionnements.



Pour la quatrième année consécutive, L'Oréal s'est vu décerner en 2019 un «A» (le plus haut niveau de performance) dans le classement du CDP, pour sa gestion durable des forêts. En 2019, 30 fournisseurs de papier, d'huile de palme et de soja du Groupe ont participé à la troisième édition du *Forest Disclosure Project Supply Chain* (voir page 22).

Pour en savoir plus sur le sujet de l'huile de palme, consultez le Rapport d'avancement Palme, sur le site loreal.com

INDONÉSIE

AUX CÔTÉS DES PRODUCTEURS POUR PRÉVENIR LA DÉFORESTATION

À fin 2019, dans la région de Berbak, à Jambi, sur l'île indonésienne de Sumatra, 7 169 producteurs indépendants de palme ont bénéficié de formations aux bonnes pratiques agricoles. L'accroissement de la qualité des récoltes et des rendements, a permis de sécuriser et d'augmenter leurs revenus. L'objectif de ce projet de sourcing durable, lancé par L'Oréal en 2018 aux côtés de l'ONG SNV (*Netherlands Development Organisation*), est de former 12 500 petits producteurs, en cinq ans, afin d'éviter toute déforestation tout en améliorant leur niveau de vie. L'implication de tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement renforce la traçabilité et améliore le contrôle des pratiques de production pour garantir l'absence de déforestation. L'Oréal soutient également la restauration de 22 000 hectares de tourbières dans la région, participant ainsi à la protection d'un corridor de biodiversité et ayant évité l'émission de 50 000 tonnes de CO₂ en 2019. ●



PRODUIRE DURABLEMENT

L'Oréal s'est fixé comme objectif, d'ici à fin 2020, de réduire de 60 % l'empreinte environnementale de ses usines et de ses centrales de distribution par rapport à 2005. La réduction des émissions de gaz à effet de serre en valeur absolue, de la consommation d'eau et de la génération de déchets par unité de produit fini, et la diminution des impacts liés au transport sont devenues des critères fondamentaux de performance industrielle chez L'Oréal.



Réduire les émissions de gaz à effet de serre / 14

Réduire la consommation d'eau / 15

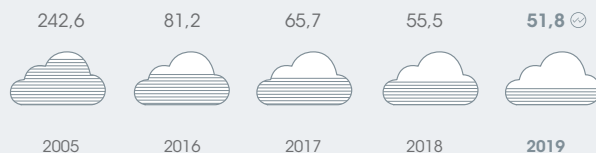
Réduire la génération de déchets / 16

Réduire les émissions de gaz à effet de serre

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

ÉMISSIONS DE CO₂ PAR LES USINES ET LES CENTRALES DE DISTRIBUTION DEPUIS 2005*
(en valeur absolue, en kilotonnes, scopes 1 et 2 selon la méthodologie GHG Protocol)

- 78 %



ÉMISSIONS DE CO₂ LIÉES AU TRANSPORT DEPUIS 2011** (en grammes de CO₂ par unité de vente par km)

- 12 %

434 293 tonnes de CO₂ émises en 2019.

En 2019, nous avons réduit de 78 % en valeur absolue les émissions de gaz à effet de serre (GES) de nos usines et de nos centrales de distribution par rapport à 2005, dépassant l'objectif de - 60 % qui était fixé à fin 2020.

Entre 2005 et 2019, L'Oréal a réduit de 78 % ses émissions de GES en valeur absolue. Ce résultat exceptionnel est salué pour la septième année consécutive par le CDP, qui a décerné à L'Oréal un « A » en matière de lutte contre le changement climatique.

Nous poursuivons nos actions avec une ambition plus grande encore : les nouveaux objectifs de réduction d'émissions proposés par le Groupe à horizon 2030 ont été validés par l'initiative *Science Based Targets* et couvrent l'ensemble de sa chaîne de valeur et de ses impacts directs et indirects. En septembre 2019, L'Oréal a rejoint l'initiative de l'ONU *Business Ambition for 1.5°C* et s'est engagé à zéro émission nette en CO₂ d'ici 2050, contribuant ainsi à maintenir la hausse de la température mondiale sous les 1,5°C par rapport aux niveaux préindustriels.

Améliorer l'efficacité énergétique

Depuis plus de vingt ans, la conception et l'isolation des bâtiments, l'optimisation des processus industriels et le recours à des technologies moins énergivores ont permis au Groupe de réduire la consommation d'énergie de ses sites industriels. Entre 2005 et 2019, elle a ainsi diminué de 36 % (en kWh pour 1000 produits finis). Le Groupe a aussi engagé une démarche de certification ISO 50001 (management de l'énergie) de toutes ses usines. À fin 2019, 68 % des usines (soit 26 usines) sont certifiées. Enfin, L'Oréal a poursuivi le déploiement de son nouvel outil, l'*Energyscan*, qui catégorise l'ensemble des consommations d'énergie d'un site. Les meilleures performances deviennent ensuite les standards pour l'ensemble des usines du Groupe.

Accroître le recours aux énergies renouvelables

Grâce à de grands projets utilisant des technologies adaptées à la situation géographique des sites (biomasse, biométhanisation, panneaux solaires, etc.), et à l'achat d'électricité et de gaz renouvelable, 69 % des besoins des usines et centrales de

distribution de L'Oréal sont satisfaits par de l'énergie d'origine renouvelable. Fin 2019, le Groupe compte 35 sites industriels ayant atteint la neutralité carbone, dont 14 usines***.

Réduire les émissions liées au transport des produits

Quant aux émissions liées au transport de ses produits depuis les usines jusqu'aux distributeurs, elles ont diminué de 12 % (par unité de vente par km) par rapport à 2011. En 2019, la stratégie de transport durable s'articule autour de 3 piliers : la réduction de l'aérien ; l'initiative GLAM (*Green Last Mile*), qui propose des solutions permettant de réduire l'impact environnemental en milieu urbain ; enfin, la mise en œuvre de solutions permettant de réduire les émissions de CO₂ sur les flux routiers longues distances, appelée *Green Lanes*. Dans ce cadre, des premiers tests d'utilisation du fret ferroviaire ont été réalisés sur les lignes entre l'Europe et la Chine.

Mobiliser les fournisseurs

Depuis 2009, L'Oréal incite ses fournisseurs à travailler avec le CDP, dans le cadre du programme CDP *Supply Chain*. En 2019, 479 d'entre eux ont engagé une telle démarche, contre 437 en 2018 (voir page 22).

Pour en savoir plus sur l'empreinte carbone du Groupe, consultez le Bilan gaz à effet de serre, sur le site loreal.com.

CHINE



RELEVER LE DÉFI DE LA NEUTRALITÉ CARBONE

En 2019, l'usine L'Oréal de Suzhou en Chine est devenue neutre en carbone. Cette étape a été un pas décisif pour le Groupe, puisque la Chine est devenue à cette occasion le premier pays de L'Oréal à atteindre la neutralité carbone pour l'ensemble de ses sites : usines, centrales de distribution, centre de Recherche & Innovation et sites tertiaires. L'Oréal Chine s'était engagé sur cette voie en 2018, lors de la visite par les autorités chinoises et françaises du site de Suzhou et la signature d'un accord sur la neutralité carbone. L'usine a pu atteindre cet objectif dès juin 2019 grâce à la construction d'une installation CHP (*Combined Heat and Power*), qui permet de produire directement sur le site de l'électricité et de l'énergie thermique d'origine renouvelable. ●

⊙ Voir page 6 pour en savoir plus sur l'audit des indicateurs.

* Indicateur calculé selon la méthodologie *Market Based* définie par le GHG Protocol. Ces valeurs prennent en compte les émissions liées aux fuites de gaz réfrigérants.

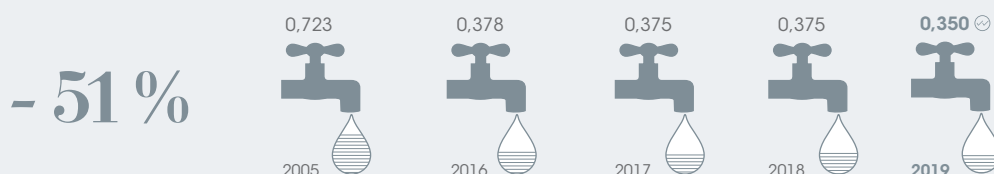
** Calcul effectué sur le périmètre Groupe à l'exception des nouvelles acquisitions (Stylenanda et Logococ) ainsi que des produits vendus en ligne depuis les sites du Groupe.

*** Les 14 usines ayant atteint la neutralité carbone en 2019 sont les suivantes : Libramont (Belgique), Settimo (Italie), Burgos et Alcalá de Henares (Espagne), Rambouillet, Ormes, Gauchy, Vichy et La Roche-Posay (France), Karlsruhe (Allemagne), Yichang et Suzhou (Chine), Montréal (Canada) et Funza (Colombie).

Réduire la consommation d'eau


INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

CONSUMMATION D'EAU DANS LES USINES ET LES CENTRALES DE DISTRIBUTION DEPUIS 2005 (en litre/produit fini)



Nous nous sommes engagés à réduire de 60 % notre consommation d'eau par unité de produit fini d'ici à fin 2020, par rapport à 2005. Nous menons de nombreuses actions : optimisation des consommations, développement de projets de réutilisation, de traitement et de recyclage des eaux sur les sites de production.

Nous déployons nos projets industriels avec le souci d'une utilisation respectueuse de l'eau, en réduisant au minimum les besoins et en prenant en compte la disponibilité locale de cette ressource vitale. L'ensemble des projets de recyclage des eaux déjà en fonctionnement en 2019 a permis au Groupe de diminuer de 51 % la consommation d'eau, en litre par produit fini, de ses usines et de ses centrales de distribution depuis 2005. Cela représente une réduction de 33 % de sa consommation en valeur absolue, alors que la production a augmenté de 37 % depuis 2005.

 Ces programmes, ajoutés aux efforts réalisés sur l'empreinte eau des formules (voir page 9), ont valu à L'Oréal d'obtenir de la part du CDP un « A », soit le plus haut niveau de performance en matière de gestion durable de l'eau, pour la quatrième année consécutive (voir page 25).

Optimiser les consommations

Déployé dans toutes les usines, le *Waterscan* permet de catégoriser les diverses utilisations d'eau (lavage, sanitaires, refroidissement, etc.) et d'identifier les consommations dans chacune de ces catégories. Les meilleures performances pour une utilisation donnée sont établies comme standard pour l'ensemble des usines du Groupe.

Réutiliser, retraiter et recycler

L'installation de stations d'épuration sur les sites du Groupe se poursuit. L'objectif de L'Oréal est de réutiliser les eaux industrielles en l'état pour un nouvel usage, chaque fois que c'est possible, puis de retraiter les effluents à la sortie des stations d'épuration des usines, à l'aide de différentes technologies (ultrafiltration, osmose inverse, etc.), afin d'en extraire une eau de très haute qualité. Celle-ci est ensuite réutilisée pour le lavage des outils de

production ou les processus de refroidissement. À fin 2019, 14 usines* du Groupe possèdent de telles installations, pionnières dans l'industrie cosmétique.

Objectif « waterloop factory »**

Plus globalement, L'Oréal continue de déployer les technologies permettant aux usines de devenir « *waterloop factories* ». Ce concept consiste à ce que l'intégralité de l'eau nécessaire aux utilités (nettoyage des équipements, production de vapeur, etc.) ne provienne plus du réseau extérieur mais soit totalement issue d'eau recyclée en boucle sur le site. Ces optimisations de process industriels ont contribué à une réduction pouvant atteindre 80 % des besoins pour certains sites par rapport à l'année 2005. En 2019, L'Oréal a finalisé la transition en « *waterloop factory* » de son usine de Libramont (Belgique), ce qui porte ainsi à quatre le nombre d'usines de ce type dans le Groupe.

Mobiliser les fournisseurs

Depuis 2013, L'Oréal invite ses fournisseurs à participer au *Water Disclosure Project Supply Chain*. En 2019, 94 d'entre eux ont accepté de participer à ce programme mené par le CDP (voir page 22).

BELGIQUE

USINE DE LIBRAMONT : UNE QUATRIÈME « WATERLOOP FACTORY »

Après l'usine de Burgos en Espagne en 2017, l'usine de Settimo en Italie et celle de Vorsino en Russie en 2018, l'usine de Libramont, en Belgique, est devenue la quatrième « *waterloop factory* » du Groupe. L'entièreté de l'eau utilisée dans le fonctionnement de l'usine (lavage des cuves, production de vapeur, utilités...) provient d'eau recyclée en boucle sur le site. L'eau fournie par le réseau externe n'est utilisée que dans la composition des produits ou pour les usages courants des collaborateurs. L'usine, spécialisée dans la production de produits de coloration pour le marché européen de la grande consommation, a relevé ce défi du recyclage des effluents grâce à la combinaison de deux technologies : l'osmose inverse (filtration avec membranes) et l'évapoconcentration (distillation). Cette installation au sein de la station d'épuration de l'usine, qui assure un traitement biologique et physico-chimique des eaux usées, permet de recycler en moyenne 200 m³ d'eau par jour, soit 60 millions de litres par an ou l'équivalent de la consommation annuelle de 600 familles. ●

☺☺ Voir page 6 pour en savoir plus sur l'audit des indicateurs.

* À Karlsruhe (Allemagne), Libramont (Belgique), Montréal (Canada), Suzhou (Chine), Burgos (Espagne), Florence (États-Unis), Aulnay et Rambouillet (France), Pune (Inde), Jakarta (Indonésie), Migdal (Israël), Settimo (Italie), Mexico (Mexique), Vorsino (Russie).

** Le concept d'« usine sèche » a été renommé en 2019 « *waterloop factory* ». Toutes les définitions afférentes sont inchangées.

Réduire la génération de déchets

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

GÉNÉRATION DE DÉCHETS DANS LES USINES ET LES CENTRALES DE DISTRIBUTION DEPUIS 2005

(en grammes/produit fini)



DÉCHETS VALORISÉS



DÉCHETS ENVOYÉS EN DÉCHARGE*



Nous nous sommes engagés à réduire de 60 % les déchets générés par nos usines et nos centrales de distribution d'ici à fin 2020, par rapport à 2005. Nous mettons en place des actions ambitieuses de réduction des déchets à la source, tout en assurant en parallèle la valorisation des déchets résiduels.

Une politique très ambitieuse

Nous appliquons une politique ambitieuse de gestion des déchets qui va bien au-delà de la conformité réglementaire. Le Groupe s'est ainsi imposé une définition très exigeante de la notion de « déchet », qui inclut par exemple les emballages des matières premières et des packagings, ou encore les boues des stations de traitement des effluents.

En 2019, le Groupe a réduit la quantité de déchets générés de 11 % en valeur absolue, tandis que la production a augmenté de 37 % sur la même période. Cela représente une réduction de 35 % des déchets générés par produit fini, contre - 37 % l'an dernier. Ce résultat légèrement inférieur cette année est principalement dû à une production exceptionnelle de déchets liée à la qualité et l'obsolescence des matières premières et produits finis.

Réduire la génération de déchets à la source

L'engagement de L'Oréal passe par l'optimisation de l'utilisation de matière dans l'ensemble de son activité industrielle. Cette démarche repose sur de nombreux projets transversaux visant notamment à :

- réduire les déchets liés aux emballages de transport, dans les usines et les centrales de distribution, grâce à l'écoconception, à l'allègement, à l'optimisation, à la réutilisation et à la standardisation. Autre stratégie mise en œuvre : le *wall-to-wall*, qui consiste à implanter, dans l'enceinte des usines, une unité de production de packaging exploitée par un fournisseur. Cela permet de réduire le transport des emballages et la génération de déchets liée à leur conditionnement ;
- améliorer les processus de fabrication et de conditionnement, pour réduire les pertes en production ;

- installer des systèmes de traitement des boues dans les usines dotées d'une station d'épuration, pour réduire les volumes générés et diminuer ainsi l'impact de leur transport et de leur traitement en aval.

Valoriser les déchets résiduels

L'Oréal va plus loin en assurant la meilleure valorisation possible des déchets qui n'auront pu être évités à la source. En 2019, 97 % des déchets industriels sont valorisés – c'est-à-dire réutilisés, recyclés ou valorisés énergétiquement. 58 % d'entre eux sont « valorisés matière » (réutilisés ou recyclés).

Promouvoir l'économie circulaire

Tout au long de sa chaîne de valeur, L'Oréal cherche à promouvoir autant que possible l'écoconception, l'efficacité de l'utilisation des ressources et le management local des déchets. Partout où il opère, le Groupe cherche à s'insérer dans des réseaux d'économie circulaire en créant des synergies industrielles avec d'autres acteurs du territoire.

FRANCE



DES PARTENARIATS POUR UNE ÉCONOMIE CIRCULAIRE DU VERRE

L'Oréal s'est fixé de valoriser l'intégralité des déchets de ses usines, dont 70 % seront recyclés ou réutilisés. Pour mettre en place le recyclage des inévitables déchets de parfums abîmés, obsolètes ou invendus, les sites industriels L'Oréal Luxe, en France,

ont noué un partenariat avec l'entreprise Cèdre qui déconditionne les parfums et transforme les matières récupérées, et notamment le verre, en nouvelles matières premières recyclées. Ce verre récupéré est alors envoyé à l'usine Pochet, l'un des fournisseurs de flacons du Groupe, qui l'incorpore dans ses nouvelles productions. Ainsi, le flacon de l'édition de Noël 2019 du parfum *Flowerbomb* de Viktor&Rolf, était composé de 10 % de verre recyclé de haute qualité. Ces partenariats sont donc un moyen de tendre vers une économie plus circulaire, où les produits sont partiellement fabriqués avec des matériaux recyclés à partir des déchets générés à l'occasion de productions précédentes. ●

☺☺ Voir page 6 pour en savoir plus sur l'audit des indicateurs.

* Hors contraintes réglementaires locales.



CONSOMMIEUR DURABLEMENT

L'Oréal souhaite offrir à ses consommateurs la possibilité de faire des choix de consommation durable. Pour atteindre cet objectif, le Groupe met en œuvre plusieurs approches : agréger les informations sur l'impact environnemental et social des produits, évaluer l'empreinte de chaque marque, sensibiliser les consommateurs et rendre le développement durable désirable.



Évaluer l'empreinte des produits / 18

Sensibiliser à la consommation durable / 19

Évaluer l'empreinte des produits

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

PRODUITS ÉVALUÉS



100 %

des produits nouveaux ou renouvelés en 2019 sont évalués à travers l'outil d'évaluation des produits*.

INFORMATION CONSOMMATEURS**



% de marques qui communiquent aux consommateurs une information issue de l'outil d'évaluation des produits, afin d'éclairer leurs choix de consommation. Ce pourcentage de marques qui communiquent aux consommateurs une information issue de l'outil SPOT sera complété dès la finalisation du dispositif d'affichage environnemental et social, en cours d'élaboration et déployé d'ici à fin 2020.

D'ici à fin 2020, nous mettrons les informations relatives au profil environnemental et social de nos produits à la disposition des consommateurs pour les aider à faire des choix de consommation durable.

SPOT : un outil d'évaluation sans équivalent

Entre 2014 et 2016, les équipes Développement durable, Packaging et Recherche de L'Oréal ont travaillé à l'élaboration d'un outil inédit permettant d'évaluer la performance environnementale et sociale des produits du Groupe et intégrant, pour la première fois, des critères sociaux en plus d'indicateurs environnementaux. Baptisé SPOT, pour *Sustainable Product Optimisation Tool* (« outil d'optimisation environnementale et sociale des produits »), il a été déployé durant l'année 2017 au sein de l'ensemble des marques du Groupe. En 2019, le profil environnemental et social de l'ensemble des produits développés au cours de l'année a été évalué grâce à cet outil. L'Oréal a partagé sa méthode d'évaluation de l'empreinte environnementale des packagings en 2018, telle que conçue dans SPOT, dans le cadre de l'initiative SPICE***.

Une méthodologie co-construite avec des experts

L'Oréal a fait appel à un panel de 11 experts internationaux qui ont contribué à l'élaboration de la méthodologie – alignée sur les standards européens (PEF - *Product Environmental Footprint*) – afin de garantir la pertinence et la robustesse d'évaluation des impacts de la méthodologie finale.

Pour le volet social, L'Oréal s'est appuyé sur un panel de 9 experts reconnus dans l'analyse de cycle de vie sociale pour mettre au point la première méthodologie de calcul de l'impact social des produits cosmétiques. Quant au volet environnemental, l'outil SPOT intègre les méthodologies de l'analyse de cycle de vie et le concept des « limites planétaires », développées par les équipes du *Stockholm Resilience Center* et utilisées dans SPOT pour pondérer les

différents impacts environnementaux d'un produit en fonction des enjeux environnementaux auxquels le monde fait face.

Un dispositif pour améliorer le profil environnemental et social des produits

100 % des produits créés ou renouvelés en 2019* – soit 2 180 produits – ont été évalués grâce à SPOT, qui est désormais complètement intégré au processus de conception et de lancement des nouveaux produits et permet de :

- simuler différentes options de design afin d'évaluer leur impact sur l'environnement et sur la société, et d'identifier les leviers d'amélioration ;
- quantifier la réduction d'impact à l'échelle du produit et suivre les progrès sur quatre axes d'amélioration : l'emballage, l'empreinte formule, la proportion d'ingrédients renouvelables sourcés de façon durable, ou issus de la chimie verte, ainsi que le bénéfice social du produit.

Information des consommateurs

Les équipes travaillent désormais à rendre accessible à tous l'évaluation des produits via SPOT, à travers un système d'affichage environnemental et social qui soit pertinent pour les consommateurs et aligné avec les recommandations européennes en la matière. Plusieurs marques du Groupe adopteront cet affichage dès 2020.

REDKEN

EXEMPLE D'UNE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE ET SOCIALE PRODUIT MESURÉE PAR SPOT

En 2019, la marque Redken a reformulé ses lignes cultes *All Soft*, *Extreme* et *Color Extend* en une gamme de shampoings et après-shampoings appelée *Nature + Science*. Grâce à l'outil SPOT, elle a pu améliorer la performance environnementale et sociale de ces produits sur les axes suivants :

- Packaging : les flacons sont désormais composés de 100 % de PCR, (*Post Consumer Recycled*) à l'exception du colorant ;
- Ingrédients d'origine naturelle : entre 83 % et 99 % selon le produit ;
- Impact social : pour l'emballage, L'Oréal travaille avec deux fournisseurs qui favorisent l'accès à l'emploi et l'entrepreneuriat féminin. ●

* Le périmètre retenu concerne les produits fabriqués par L'Oréal (hors *full-buy*, acquisitions récentes, testeurs et échantillons, etc.).

** Cet indicateur sera complété dès la finalisation du dispositif d'affichage environnemental et social, qui est en cours d'élaboration, et sera déployé par les marques du Groupe.

*** Pour *Sustainable Packaging Initiative for Cosmetics*. SPICE est une initiative co-créée par L'Oréal et la société de consulting Quantis, qui a pour vocation de partager les bonnes pratiques et méthodologies de chacun des acteurs, afin de faire converger les méthodes des évaluations d'empreinte environnementale du packaging.

Sensibiliser à la consommation durable

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

ÉVALUATION ET REPORTING



89 % ✓

des marques ont évalué leur impact environnemental et social et se sont engagées à le réduire et à rendre compte de leurs progrès*.

SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS



57 % ✓

des marques ont effectué une action de sensibilisation auprès des consommateurs*.

D'ici à fin 2020, nous aurons amélioré le profil environnemental et social de 100 % de nos nouveaux produits et communiquerons ces performances aux consommateurs, pour les encourager à faire des choix de consommation durable.

Des plans d'amélioration continue au sein des marques

Depuis le lancement du programme *Sharing Beauty With All*, en 2013, chaque marque du Groupe évalue son empreinte environnementale, en réalisant des analyses de son portefeuille de formules et de ses emballages, dans l'objectif de définir un plan d'innovation durable, qui identifie des leviers d'amélioration sur chaque gamme et produit, et prévoit un plan d'action. En 2019, ce travail a été mené par 89 % ✓ des marques du Groupe*.

Des campagnes engagées et engageantes

Conscient de la capacité d'influence de ses marques, L'Oréal les encourage à sensibiliser et à mobiliser leurs partenaires, clients et consommateurs sur les grands sujets environnementaux et sociaux d'aujourd'hui. Chaque marque doit ainsi identifier une cause qui lui soit propre et mener des campagnes de sensibilisation. En 2019, 57 % ✓ des marques ont mené ce type d'actions*. Les marques déjà engagées ont poursuivi leur action. Par exemple, La Roche-Posay continue de mobiliser sur le cancer de la peau avec sa campagne *Skin Checker* pour prévenir le cancer de la peau : depuis 2014, plus de 110 millions de personnes se sont engagées à vérifier leurs grains de beauté pour prévenir le mélanome. L'Oréal Professionnel poursuit également son action de sensibilisation auprès des coiffeurs : son application de formation sur les étirements et échauffements pour prévenir les troubles musculosquelettiques a été téléchargée plus de 35 000 fois. La marque Lancôme développe, quant à elle, son programme international *Write Her Future*, qui lutte contre l'illettrisme des jeunes filles, lancé en 2018, aux côtés de l'ONG *Care*. Ce programme compte plus de 13 000 bénéficiaires à date. La marque Biotherm continue à développer son engagement pour la protection des océans, et particulièrement la lutte contre la pollution des plastiques, à travers son programme *Waterlovers*. Ce programme soutient

notamment l'ONG *Mission Blue* qui protège 17 millions de km² d'océans, appelés *Hope Spots*, ainsi que l'expédition scientifique et écologique Fondation Tara Océan. Pour promouvoir l'économie circulaire, Biotherm s'est également engagé à ce qu'à horizon 2025, 100 % de ses emballages en plastique soient réutilisables ou recyclables. Enfin, le programme *Armani Acqua for Life* a lancé en 2019 quatre nouveaux projets d'équipements pour l'accès à l'eau potable, en Inde, en Chine, au Kenya et en Argentine. Depuis 2010, 217 000 personnes dans le monde ont ainsi eu accès à l'eau potable grâce aux 9 millions d'euros investis, par la marque Giorgio Armani.

En 2019, L'Oréal a poursuivi en France la campagne « Trions en beauté », lancée l'année précédente et qui a pour but d'accompagner les consommateurs dans le tri de leurs emballages de produits cosmétiques. Ainsi, 71 campagnes publicitaires de marques de L'Oréal en France ont relayé l'initiative en 2019, en affichant un bandeau de sensibilisation « Prenons le soin de trier » ainsi que l'adresse du site dédié trionsenbeaute.fr sur chacun de leurs supports de communication (TV, presse, affichage). Les campagnes « Trions en beauté » relayées sur les réseaux sociaux ont généré 3,5 millions de vues.

KIEHL'S



UNE MARQUE ENGAGÉE EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT

En 2019, la marque Kiehl's a donné un total de 800 000 USD, en soutien à trois causes : la protection de l'environnement, le bien-être des enfants et la recherche sur le virus du SIDA. L'année a été notamment marquée par le partenariat de la marque avec le chanteur

John Legend, autour de la plateforme *Kiehl's Future Made Better*, qui fait le lien entre les efforts entrepris par la marque dans ce domaine (sur les formules, les emballages, la production, le recyclage et l'engagement auprès des communautés), et les aspirations des consommateurs. Dans le cadre de ce partenariat, Kiehl's et John Legend ont créé une édition limitée du masque pour le visage *Rare Earth Mask*, au profit d'organisations environnementales. Pour mobiliser les consommateurs, ils ont également lancé #Better10, une campagne sur les réseaux sociaux qui lance un défi aux consommateurs : prendre 10 minutes par jour, temps nécessaire au séchage du *Rare Earth Mask*, pour prendre des initiatives pour rendre le monde meilleur, et partager leurs conseils et idées en utilisant le hashtag #better10. ●

✓ ✓ Voir page 6 pour en savoir plus sur l'audit des indicateurs.

* Pourcentage calculé par rapport à la part du chiffre d'affaires consolidé de 2018.



PARTAGER LA CROISSANCE

Partager sa croissance avec ses parties prenantes internes et externes est une priorité pour L'Oréal. Le Groupe favorise l'accès à l'emploi de personnes en difficulté en déployant différents programmes, associe ses fournisseurs à sa politique de développement durable et garantit à ses salariés les meilleures pratiques sociales à travers le monde.



- Favoriser l'accès à l'emploi et l'inclusion sociale / 21
- Associer les fournisseurs aux engagements du Groupe / 22
- Placer les collaborateurs au cœur des engagements / 23

Favoriser l'accès à l'emploi et l'inclusion sociale

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

TOTAL DES BÉNÉFICIAIRES



90 635 ✓

personnes issues de communautés en difficulté ont pu accéder à un emploi.

SOLIDARITY SOURCING



70 912 ✓

personnes ont accédé à un emploi, grâce à ce programme d'achats inclusifs.

FORMATION PROFESSIONNELLE AUX MÉTIERS DE LA BEAUTÉ



18 443 ✓

personnes en situation de grande précarité ont été formées gratuitement aux métiers de la beauté dans le cadre du programme *Beauty For a Better Life*, soutenu par la Fondation L'Oréal.

EMPLOI DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP*



1 280 ✓

personnes en situation de handicap travaillent chez L'Oréal.

D'ici à fin 2020, nous aurons permis à plus de 100 000 personnes issues de communautés en difficulté d'accéder à un emploi. Pour parvenir à ce résultat, nous développons différents programmes : projets d'achats solidaires, formation professionnelle, inclusion de personnes en situation de handicap au sein de nos équipes.

Les achats, levier d'inclusion sociale

Créé en 2010, le programme *Solidarity Sourcing* dédie une partie du volume global d'achats du Groupe à des fournisseurs qui permettent l'accès à un travail et un revenu pérennes à des personnes généralement exclues du marché du travail : des entreprises employant des personnes issues de communautés économiquement vulnérables, d'autres qui peuvent avoir des difficultés à accéder aux grands appels d'offres internationaux, ou encore les très petites entreprises.

Le programme *Solidarity Sourcing* est déployé dans toutes les zones géographiques où L'Oréal est présent et concerne tous les domaines d'achats du Groupe (matières premières, sous-traitance, objets promotionnels, etc.). En 2019, il a permis à 70 912 ✓ personnes issues de communautés en difficulté sociale ou financière d'accéder ou de conserver un emploi et un revenu décent. Ce chiffre représente une hausse de 25 %, soit 14 070 bénéficiaires de plus qu'en 2018.

Le programme Beauty For a Better Life

La Fondation L'Oréal développe *Beauty For a Better Life*, un programme gratuit de formation professionnelle aux métiers de la beauté s'appuyant sur les savoir-faire du Groupe, tels que la coiffure et le maquillage. Il s'adresse à des personnes en situation de fragilité et à des femmes particulièrement vulnérables socialement ou économiquement, victimes de conflits ou de violences, en rupture familiale ou scolaire. Déployé dans 26 pays, en partenariat avec des ONG locales, le programme *Beauty For a Better Life* a favorisé en 2019 l'accès à l'emploi de 18 443 personnes, formées au cours des 4 dernières années.

Inclusion des personnes en situation de handicap

En étroite collaboration avec des experts internationaux et locaux (associations, ONG), L'Oréal développe depuis les années 1990 une politique mondiale en faveur de l'insertion des personnes en situation de handicap. Depuis 2015, le Groupe est membre actif du *ILO Global Business and Disability Network*, une initiative de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) dédiée aux questions de handicap, et partage ses bonnes pratiques. En 2019, le *Financial Times* a classé L'Oréal dans le Top 100 des 1 000 entreprises européennes évaluées sur leurs actions en faveur de l'inclusion.

En 2019, L'Oréal compte parmi ses collaborateurs 1 280 ✓ personnes en situation de handicap. Pour représenter ses marques, L'Oréal a fait le choix d'ambassadeurs comme Théo Curin pour Biotherm, Grace Wembolua pour Saint-Gervais-Mont-Blanc, ou encore Marie Bochet pour L'Oréal Paris. Ces athlètes paralympiques aux parcours remarquables sont source d'inspiration pour les collaborateurs et les consommateurs.

KENYA



BEAUTÉ, INCLUSION ET SENSIBILISATION SUR L'ALBINISME

Au Kenya, l'albinisme peut constituer un frein important à l'insertion professionnelle et être un facteur d'exclusion. L'Oréal Kenya s'engage pour l'inclusion des personnes atteintes d'albinisme, afin de les aider à dépasser les obstacles auxquels elles sont confrontées économiquement et socialement. Engagée depuis 2015 sur ce terrain, la filiale a déjà aidé plus d'une centaine de personnes, directement ou indirectement, notamment grâce à des formations et du mentorat assurés par des collaborateurs. En 2019, ces derniers ont pris au total 104 heures sur leur temps de travail, pour s'engager sur ce sujet. Plusieurs actions sont proposées comme, par exemple, une formation annuelle pour les étudiants atteints d'albinisme, qui a pour but de les préparer au monde du travail et de les aider à construire leur carrière. Des campagnes de sensibilisation sont aussi menées auprès des collaborateurs lors de la Journée Mondiale de l'Albinisme. ●

☺☺ Voir page 6 pour en savoir plus sur l'audit des indicateurs.

* Cet indicateur prend en compte les collaborateurs qui ont souhaité déclarer leur handicap et/ou qui sont officiellement reconnus en situation de handicap par les autorités locales ou par un médecin, selon la définition de la législation locale ou la pratique locale.

Associer les fournisseurs aux engagements du Groupe

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

SÉLECTION



87 % ✓

des fournisseurs stratégiques* du Groupe sont évalués et sélectionnés, à date, sur la base de leurs performances environnementales et sociales. Ils représentent 81 % des achats directs (matières premières, emballages et sous-traitance).

AUTO-ÉVALUATION



96 % ✓

des fournisseurs stratégiques* ont procédé, avec le soutien de L'Oréal, à une auto-évaluation de leur politique en matière de développement durable.

D'ici à fin 2020, 100 % de nos fournisseurs stratégiques participeront à notre programme de développement durable. Nous développons une double approche : sélectionner nos fournisseurs en tenant compte de leurs performances environnementales et sociales, et mettre à leur disposition des outils de formation.

Évaluer les performances environnementales et sociales

Nous avons défini cinq piliers de performance permettant d'évaluer et de sélectionner les fournisseurs : qualité, RSE, innovation, *supply chain* et service ainsi que compétitivité. Ces piliers structurent une grille d'évaluation mondiale harmonisée pour tous les domaines d'achats. Le pilier RSE représente 20 % de l'évaluation totale et est structuré par une série de critères dont :

- le résultat des audits sociaux : en 2019, 1 562 ✓ audits sociaux ont été réalisés, soit plus de 12 400 audits sociaux depuis 2006 ; la procédure des audits a été renforcée, la base du questionnaire prenant désormais en compte des risques additionnels sur la santé, la sécurité et l'environnement comme sur les sites L'Oréal ;
- l'évaluation de leur politique RSE par EcoVadis : en 2019, 713 fournisseurs ont été évalués - soit 93 de plus qu'en 2018 - sur leurs politiques sociales, environnementales, éthiques, ainsi que leur déploiement chez leurs propres fournisseurs. 179 d'entre eux sont des fournisseurs stratégiques, ce qui représente 96 % ✓ des fournisseurs stratégiques du Groupe.
- la capacité à proposer des produits et services responsables (chimie verte, PLV ou emballages écoconçus, etc.) ;
- la notation aux programmes du CDP ;
- l'intégration dans leurs pratiques de projets de type *Solidarity Sourcing*.

Accompagner la construction de stratégies environnementales

L'Oréal met à disposition de ses fournisseurs des outils de formation continue pour les aider à optimiser leur politique

environnementale et sociale. Près de 28 % de l'empreinte carbone du Groupe provenant de l'activité de ses fournisseurs, L'Oréal incite ces derniers, depuis 2009, à travailler avec le CDP, dans le cadre du programme *Carbon Disclosure Project Supply Chain*, et à se donner ainsi des objectifs de réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre et à communiquer leurs plans d'action à fin 2020 (voir page 14). En 2019, 479 fournisseurs de L'Oréal ont engagé une telle démarche (contre 437 en 2018), ce qui représente 85 % des achats directs du Groupe.

Le Groupe a également encouragé ses fournisseurs à rejoindre le *Water Disclosure Project Supply Chain* dès son lancement, en 2013. En 2019, 94 fournisseurs y ont participé (voir page 15). Par ailleurs, en 2019, 30 fournisseurs de papier, d'huile de palme et de soja du Groupe ont participé à la deuxième édition du *Forest Disclosure Project Supply Chain* (voir page 12).



Ces programmes ont valu à L'Oréal d'obtenir de la part du CDP un « A », soit le plus haut niveau de performance, en matière d'engagement de la part de ses fournisseurs.

ASIE PACIFIQUE ET AMÉRIQUES

DES SÉMINAIRES POUR ENGAGER LES FOURNISSEURS SUR LA QUESTION DES ÉMISSIONS CARBONE

En 2019, deux événements appelés « *Spread the Green Vibes* » ont été organisés en Asie et en Amérique pour réunir fournisseurs et équipes L'Oréal autour du thème du développement durable, et plus spécifiquement de la réduction des émissions de CO₂. En Asie, L'Oréal a, pour la première fois, partagé avec 50 fournisseurs clés les avancées et objectifs du programme *Sharing Beauty With All* sur la réduction des émissions carbone, et ses nouvelles ambitions à horizon 2030. Différents ateliers sur des thèmes aussi variés que le sourcing durable, la réduction des émissions de CO₂, la réduction des déchets ou de la consommation d'eau, ont permis aux participants d'échanger sur leurs bonnes pratiques. En Amérique, les 88 fournisseurs participants, représentant diverses industries et activités, ont également été invités à partager leurs initiatives en matière de réduction des émissions carbone et l'impact positif qui en découle pour leurs communautés, ainsi que leurs objectifs et plans d'action pour une transition vers une économie bas-carbone. ●

✓/✗ Voir page 6 pour en savoir plus sur l'audit des indicateurs.

* Les « fournisseurs stratégiques » sont les fournisseurs dont la valeur ajoutée est significative pour le Groupe en contribuant par leur poids, leurs innovations, leur alignement stratégique et leur déploiement géographique à accompagner durablement la stratégie de L'Oréal.

Placer les collaborateurs au cœur des engagements

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

COUVERTURE SANTÉ*



94 %** ✓

des employés permanents du Groupe bénéficient d'une couverture santé alignée sur les meilleures pratiques de leur pays de résidence.

PROTECTION FINANCIÈRE*



91 %** ✓

des employés permanents du Groupe bénéficient d'une protection financière alignée sur les meilleures pratiques du marché en cas d'accident de la vie tel que le décès ou une invalidité permanente.

FORMATION***



96 % ✓

des employés du Groupe ont bénéficié d'au moins une formation au cours de l'année 2019.

L'Oréal a comme objectif de permettre à ses collaborateurs, où qu'ils se trouvent dans le monde, d'accéder à une couverture santé, à une protection financière et à la formation, le tout dans un cadre de travail et de bureaux à l'impact environnemental et social amélioré.

L'Oréal Share & Care : un accélérateur de progrès social

Lancé en 2013, le programme L'Oréal Share & Care a été mis en place avec l'objectif ambitieux d'installer un socle commun de protection sociale dans tous les pays où le Groupe a des filiales et de placer L'Oréal parmi les entreprises les plus performantes de chaque marché local dans les quatre piliers du programme :

- *Care* : la santé, avec une couverture santé et l'accès à des soins de qualité pour le collaborateur et sa famille ;
- *Protect* : la prévoyance, pour les soutenir financièrement en cas d'accident de la vie ;
- *Balance* : la parentalité, pour vivre pleinement la maternité et la paternité tout en poursuivant sa carrière ;
- *Enjoy* : la qualité de vie au travail.

En 2019, le déploiement de la deuxième phase du programme, initiée en 2017, s'est poursuivi, avec de nouveaux objectifs mondiaux à fin 2020, comme le congé de paternité minimum de dix jours rémunérés à 100 %. À fin 2019, l'ensemble des filiales a adopté cette mesure, et certains pays vont même au-delà : par exemple, la France et le Royaume-Uni sont passés à 6 semaines, et les États-Unis ont instauré un congé paternité de 8 semaines, ce qui leur a valu d'être cité dans le classement 2019 de « *Fatherly's Best Place to Work for Dads* ».

Priorité à la formation

Pour L'Oréal, le développement des collaborateurs est un levier majeur de performance autant qu'une question de responsabilité. Le Groupe a pris l'engagement que 100 % des collaborateurs bénéficient chaque année d'au moins une formation d'ici à 2020. En 2019, cette proportion s'élève à 96 % ✓. Le portail de formation en ligne, *My Learning*, permet d'accélérer cette ambition. Décliné en 27 langues, il compte en 2019 près de 52 000 utilisateurs réguliers. Depuis 2017, les collaborateurs

peuvent suivre les MOOC de plus de 150 universités dans le monde. Bilan : 4 100 inscriptions et 26 800 heures de formation délivrées avec un taux de certification exceptionnel de 28 %. Pilier de la stratégie digitale du Groupe, le programme de *Digital Upskilling*, qui vise à développer les compétences digitales indispensables à la compétitivité de demain, a touché depuis 2015, plus de 33 000 collaborateurs.

Des dispositifs favorisant l'engagement des collaborateurs

Depuis 2009, L'Oréal mobilise ses collaborateurs lors d'une journée d'action citoyenne intitulée *Citizen Day*. Pour son dixième anniversaire en 2019, impliquant quelque 27 500 participants et représentant 156 200 heures de volontariat, cet événement, organisé dans 61 pays, a permis de soutenir 969 associations. Sur le volet environnemental, L'Oréal poursuit le déploiement du programme *Working Sustainably* (« travailler durablement »), qui vise à réduire l'empreinte environnementale des sites administratifs et des centres de recherche et à engager les collaborateurs à adopter des comportements écoresponsables sur le lieu de travail. 52 filiales ont participé à la deuxième édition de la *Sustainability Week* (« Semaine du développement durable »), qui a eu lieu en novembre 2019, sur le thème de la réduction des déchets.

PORTUGAL

SHARE & CARE : SANTÉ ET BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Dans le cadre du programme *Share & Care*, le Portugal a initié en 2019 diverses actions pour aller plus loin sur le sujet de la santé des collaborateurs et leur bien-être au travail. Une application de consultations médicales en ligne a été partagée avec tous les collaborateurs afin qu'ils puissent consulter un médecin n'importe où, à n'importe quel moment. Des consultations gratuites de dermatologie ont été offertes en boutique, et des médecins et une nutritionniste proposent également leurs services au sein des locaux de L'Oréal Portugal. Pour améliorer le bien-être au travail, des exercices de fitness émotionnel et de méditation ont été mis en place tous les 15 jours. L'Oréal Portugal a, enfin, fait la promotion du travail flexible, c'est-à-dire la possibilité de travailler en dehors du bureau, quelques jours par mois. Toutes ces actions viennent renforcer les mesures déjà en place pour prendre soin des collaborateurs et les accompagner dans leurs projets de vie. ●

☺☺ Voir page 6 pour en savoir plus sur l'audit des indicateurs.

* Indicateur calculé sur l'effectif total du Groupe, hors filiale au Venezuela et certaines acquisitions/filiales récentes (Côte d'Ivoire, Bangladesh, Modiface).

** Soit 100 % des employés sur le périmètre du programme L'Oréal Share & Care.

*** Indicateur calculé sur l'effectif total du Groupe, hors filiale au Venezuela et certaines acquisitions/filiales récentes (Côte d'Ivoire, Bangladesh, Modiface, Logocos et Retail Excellence 4).

Le projet *Carbon Balanced* : vers une entreprise bas-carbone

Devant l'urgence climatique, le Groupe s'est engagé à équilibrer ses émissions de CO₂ résiduelles (scopes 1 et 2, transport aval de ses produits finis) d'ici à fin 2020, pour devenir une entreprise *Carbon Balanced*.

Cette ambition renforce la stratégie bas-carbone de L'Oréal qui met en œuvre une double approche pour réduire son empreinte carbone : réduire les émissions liées à ses activités industrielles et logistiques et équilibrer les émissions résiduelles.

Pour évaluer et accompagner cette démarche, L'Oréal a développé, avec l'aide d'un Comité d'experts indépendants, spécialistes du carbone, le *Carbon Balanced Program Framework*, méthodologie destinée à la sélection, au développement et au

monitoring de ces projets. Ce document est partagé avec l'ensemble des fournisseurs, des porteurs de projets et des organismes de vérification impliqués. Les projets lancés et évalués sont structurés selon trois axes, avec les méthodologies développées par les standards internationaux et le protocole de Kyoto : amélioration de l'efficacité énergétique, promotion de pratiques agricoles productives et bas-carbone, développement de projets de gestion forestière et agroforesterie.

Par exemple, depuis 2016, L'Oréal soutient les activités de l'entreprise sociale Nafa Naana qui a permis à plus de 5 000 femmes collectrices de karité dans la région Sud-Ouest du Burkina Faso, d'accéder à des équipements de cuisson améliorés, luttant contre la

précarité énergétique et ses conséquences sur la pauvreté et la déforestation. En 2019, le projet a évité l'émission de plus de 10 500 tonnes équivalent CO₂, et la coupe de plus de 5 000 tonnes de bois traditionnellement prélevé en forêt.

En 2019, L'Oréal a poursuivi l'échange avec des experts externes sur les questions relatives aux mécanismes d'*Insetting*, ou sur les méthodologies de comptabilisation des réductions d'émissions scope 3, en participant au *Value Chain Intervention Consortium* animé par le *Gold Standard*.

Les huit projets énergétiques et forestiers mis en place depuis 2015 ont permis de générer des gains carbone à hauteur de 116 720 tonnes équivalent CO₂.

Brésil : L'Oréal distingué comme un acteur majeur du développement durable

L'Oréal Brésil a reçu pour la troisième année consécutive la double récompense du *Guia Exame de Sustentabilidade*, l'une des plus importantes reconnaissances en matière de développement durable au Brésil. L'entreprise est considérée comme l'une des plus responsables dans la catégorie « Biens de consommation », mais aussi comme « la meilleure entreprise en termes de gestion et valorisation de la biodiversité » au Brésil. Par ailleurs, la filiale a également été reconnue par le *Firjan* Environmental Prize*, en se distinguant dans la lutte contre le changement climatique mais aussi sur toutes ses actions en vue de la

préservation de l'eau. Le jardin filtrant du site de Recherche & Innovation est l'une des grandes initiatives de L'Oréal Brésil : ce jardin récupère et traite de manière naturelle les eaux de pluie et les eaux usées issues des laboratoires et des sanitaires, afin qu'elles puissent être réutilisées. Par ailleurs, toutes les entités L'Oréal du Brésil utilisent 100 % d'énergie renouvelable, ayant évité l'émission de 2 000 tonnes de CO₂ en 2019. 2 400 m² de panneaux solaires ont par exemple été installés. Les émissions de CO₂ liées au transport ont également été réduites de 23 % entre 2011 et 2019**.



* Rio de Janeiro State Industries Association, association industrielle de l'état de Rio de Janeiro.

** En gramme de CO₂ par unité de vente par km.

Reporting : une performance reconnue

Chaque année, nous communiquons de manière chiffrée et transparente sur notre stratégie, nos enjeux et nos résultats en matière de responsabilité sociétale et environnementale au travers de trois rapports : le document d'enregistrement universel, le rapport annuel de L'Oréal au Pacte mondial des Nations unies (*UN Global Compact*), et le rapport d'avancement développement durable *Sharing Beauty With All*. Plus que jamais, en 2019, la performance RSE de L'Oréal et son reporting via des indicateurs robustes et fiables, audités par les Commissaires aux comptes, ont valu au Groupe d'être distingué par les organismes les plus exigeants en la matière.



En 2019, pour la quatrième année consécutive, L'Oréal a obtenu un «A» à chacun des trois classements réalisés par le CDP (protection du climat, gestion durable de l'eau et lutte contre la déforestation). L'Oréal est la seule entreprise au monde à s'être vu décerner le plus haut niveau de performance quatre ans de suite. Le CDP est une organisation internationale indépendante qui évalue la performance environnementale des entreprises.



Pour la huitième année consécutive, l'agence de notation extra-financière ISS-Oekom a décerné à L'Oréal le statut *Prime*, qui récompense les entreprises les plus performantes.



En décembre 2019, l'agence de notation extra-financière Vigeo Eiris a maintenu L'Oréal dans plusieurs indices Euronext Vigeo Eiris.



En décembre 2019, L'Oréal a été reconduit dans les deux indices *Ethibel Sustainability Index* (ESI) : Excellence Europe et Excellence Global.



Cet indice de réputation éthique a classé L'Oréal n° 1 mondial. Ce classement concerne les 581 plus grandes entreprises cotées et tient compte des sujets environnementaux, sociaux, de gouvernance.



L'Institut Ethisphere, leader mondial dans la définition et la promotion des standards éthiques des affaires, a classé L'Oréal pour la dixième fois parmi les « sociétés les plus éthiques au monde ».



L'Oréal soutient le *UN Global Compact* et a rejoint, en 2015, son programme LEAD, qui rassemble les entreprises les plus engagées en matière de développement durable.



En 2019, L'Oréal a reçu la note AAA (sur une échelle de AAA à CCC) dans le classement de l'indice de notation MSCI ESG gouvernance et droits humains*.

Conçu et édité par la Direction générale de la Responsabilité sociétale et environnementale.

Crédits photos : © Paolo Verzzone / Agence Vu / L'Oréal (cover) © Thomas Lainé / L'Oréal (p.4) © Paolo Verzzone / Agence Vu / L'Oréal (p.8) © Garnier / L'Oréal (p.9) © Paco Santamaria / L'Oréal (p.13) © L'Oréal / DR (p.14) © Cyril Abad / CAPA Pictures (p.16) © ROSSandHELEN photographers (p.17) © Kiehl's/L'Oréal © Andreas van Bergerem / L'Oréal R&I (p.20) © ASK / L'Oréal (p.21) © Samuel Allard / L'Oréal (p.24) © X.

Version e-accessible par : **ipedir**

Le papier Olin sur lequel est imprimé le Rapport d'avancement 2019 est 100 % recyclable et certifié FSC® (Forest Stewardship Council).

* L'utilisation par L'Oréal de toute donnée MSCI ESG Research LLC ou affiliés ("MSCI") et l'utilisation des logos, nom commercial, nom de service ou index de MSCI dans ce document, ne constitue pas un parrainage, une approbation, une recommandation ou une promotion de L'Oréal par MSCI. Les services et données MSCI sont la propriété de MSCI ou de ses fournisseurs, et sont fournis "tel quel" et sans garantie. Les logos et noms MSCI sont des marques ou services MSCI.

L'ORÉAL

Société Anonyme au capital
de 111 855 722,20 euros
632 012 100 RCS Paris

Siège administratif :
41, rue Martre
92117 Clichy Cedex
Tél. : 01 47 56 70 00

Siège social :
14, rue Royale
75008 Paris