

VOORUITGANGSRAPPORT  
2019



**SHARING  
BEAUTY**  
WITH ALL

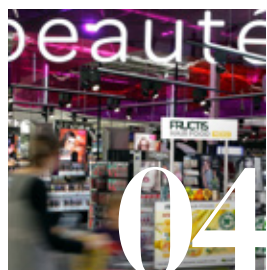
L'ORÉAL ENGAGEERT ZICH  
VOOR DUURZAME ONTWIKKELING

**L'ORÉAL**  
BELGILUX

# INHOUDSTABEL

*SHARING BEAUTY WITH ALL :*  
L'ORÉAL ENGAGEERT ZICH  
VOOR DUURZAME ONTWIKKELING 02

VOORWOORD VAN JEAN-CHARLES BONDY  
ALGEMEEN DIRECTEUR L'ORÉAL BENELUX  
EN LAURENT MERCENIER  
ALGEMEEN DIRECTEUR VAN L'ORÉAL LIBRAMONT 03



## Duurzaam INNOVEREN

---

RESPECT VOOR DE BIODIVERSITEIT 05  
OPTIMALISERING VAN DE VERPAKKINGEN 06  
PRODUCTIE VAN DUURZAMER POS-MATERIAAL 06  
MULTOLERANTIE VOOR ONTBOSSING 06



## Duurzaam PRODUCEREN

---

VERMINDERING VAN DE UITSTOOT VAN BROEIKASGASSEN 08  
VERMINDERING VAN HET WATERVERBRUIK 10  
VERMINDERING VAN DE HOEVEELHEID AFVAL 11



## Duurzaam CONSUMEREN

---

DE CONSUMENT WARM MAKEN VOOR DUURZAME CONSUMPTIE 13



## Groei DELEN

---

TOEGANG TOT DE ARBEIDSMARKT EN SOCIALE INCLUSIE 15  
BETREKKEN VAN DE LEVERANCIERS BIJ HET ENGAGEMENT VAN DE GROEP 15  
DE MEDEWERKER STAAT CENTRAAL IN HET ENGAGEMENT VAN DE GROEP 16

**SHARING  
BEAUTY**  
WITH ALL



**MEER VERNEMEN VIA DE WEBSITE**  
Ontdek de strategie, de engagementen  
et de acties van L'Oréal op het  
vlak van duurzaamheid op  
[www.loreal.com/sharing-beauty-with-all](http://www.loreal.com/sharing-beauty-with-all)

# Sharing Beauty with All : L'Oréal engageert zich voor duurzame ontwikkelingen

Met zijn programma voor duurzame ontwikkeling Sharing Beauty with All dat in 2013 gelanceerd werd, stelde L'Oréal zich concrete doelen die het tegen eind 2020 wou realiseren. Het programma heeft betrekking op de volledige impact en de waardeketen van het bedrijf, van concept tot distributie van de producten, via productieprocessen en de sourcing van ingrediënten. Het engagement van het bedrijf is gebouwd op vier pijlers: duurzame innovatie, duurzame productie, duurzame consumptie en het delen van de groei met werknemers, leveranciers en de gemeenschappen waar L'Oréal mee samenwerkt.

Om de ambitieuze doelstellingen van het programma waar te maken hebben sites, sectoren en medewerkers zich moeten engageren om samen te werken, te innoveren en het bestaande te veranderen. In dit Belgische verslag geven we toelichting bij de voornaamste bijdragen van België dat op zijn grondgebied een koolstofneutrale fabriek in Libramont en een zetel in Brussel heeft.

Elk jaar becijfert L'Oréal zijn vooruitgang. De resultaten kunnen door iedereen ingekeken worden. In zijn streven naar continue vooruitgang onderhoudt L'Oréal een permanente dialoog met de stakeholders waar het mee

samenwerkt en zijn strategie van duurzame ontwikkeling mee deelt.

Met dit programma voor duurzame ontwikkeling, haar sterk ethisch engagement, haar continue aandacht voor meer diversiteit en het mecenaat dat ze voert met steun van de Fondation L'Oréal en zijn merken, levert de Groep een bijdrage aan 15 van de 17 Werelddoelstellingen voor duurzame ontwikkeling die in 2015 door de Verenigde Naties vastgelegd werden.

## BIJDRAGE VAN L'ORÉAL AAN DE DOELSTELLINGEN VOOR DUURZAME ONTWIKKELING VAN DE VERENIGDE NATIES



- 1 NO POVERTY
- 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING
- 4 QUALITY EDUCATION
- 5 GENDER EQUALITY
- 6 CLEAN WATER AND SANITATION
- 7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY
- 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
- 10 REDUCED INEQUALITIES
- 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION
- 13 CLIMATE ACTION
- 14 LIFE BELOW WATER
- 15 LIFE ON LAND
- 16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS
- 17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS





## Voorwoord

*“ Wij zijn tevreden over de weg die we afgelegd hebben maar weten dat we nog veel werk voor de boeg hebben. ”*

**Sinds 2013 stelt L'Oréal zich met het programma Sharing Beauty with All ambitieuze doelen om de natuur in stand te houden en kwetsbare personen te integreren. Ook het Belgische filiaal draagt zijn steentje bij, vastberaden en met overtuiging. Ons milieubewustzijn dateert niet van gisteren. Het SBWA-programma dat draait rond vier hoofdthema's heeft ons in staat gesteld om de vooruitgang te versnellen.**

De teams van Libramont en de zetel zoeken samen naar oplossingen om onze economische efficiëntie te verbeteren, en tegelijkertijd onze ecologische voetafdruk sterk te verminderen.

De in 1975 opgerichte fabriek van Libramont bevindt zich in het hart van de Belgische Ardennen. In 2009 werd ze de eerste fabriek van de groep die volledig op groene energie draaide.

Dit gebeurde dankzij een biomethaniseringseenheid die de hele site van groene elektriciteit en warmte voorziet. In januari 2019 kozen we voor een verdamping-concentratieproces om van onze productiesite een "waterloop factory" te maken. Dit wil zeggen dat al het water afkomstig van het pro-

ductieproces voor 100% gerecycleerd wordt. We namen ook verschillende initiatieven om rationeel om te springen met energie, om afval te beperken, recyclage te bevorderen, de biodiversiteit te beschermen en het transport te verminderen.

De ecologische en maatschappelijke impact van een bedrijf is meer dan enkel een gevolg van zijn productieproces. Ook de sociale inclusie die L'Oréal Belgilux onderschrijft door onder andere zijn onderaanneming uit te besteden aan beschutte werkplaatsen, de fysieke distributie, de mobiliteit van de werknemers, het POS-materiaal, de verpakkingen en het afval maken deel uit van de levenscyclus van onze producten. Al deze elementen moeten integraal worden aangepakt om de koolstofafdruk die zij genereren te verbeteren.

Wij zijn er ons van bewust dat de inspanningen die ieder van ons sinds het prille begin van het programma Sharing Beauty with All levert, enkel mogelijk zijn wanneer iedereen samenwerkt. Wij zijn tevreden over de weg die we afgelegd hebben maar weten dat we nog veel werk voor de boeg hebben om de ecologische en

maatschappelijke doelen die de groep zich gesteld heeft te realiseren. Maar we zijn bovenal trots dat we ons steentje kunnen bijdragen.

**Jean-Charles Bondy**  
Algemeen Directeur L'Oréal Benelux

**Laurent Mercenier**  
Algemeen Directeur L'Oréal Libramont







# DUURZAAM INNOVEREN

Tegen eind 2020 zullen alle producten van L'Oréal een beter ecologisch en maatschappelijk profiel hebben. Duurzame innovatie berust op een waaier van factoren zoals ecologische voetafdruk van de formules, respect voor de biodiversiteit door duurzame en verantwoorde sourcing van de grondstoffen, ecologisch verantwoorde ontwikkeling van verpakkingen en nultolerantie voor ontbossing.



Respect voor de biodiversiteit / 05

Optimalisering van de verpakkingen / 06

Productie van duurzamer POS-materiaal / 06

Nultolerantie voor ontbossing / 06



# Respect voor de biodiversiteit

## ***Instandhouding van de natuur***

De fabriek beslaat 45 hectare. Het is een uitgestrekt groen domein waar de strijd tegen de vermindering van de biodiversiteit alle kansen krijgt. Sinds 2013 werken de teams van Libramont samen met Natagora, een vereniging die bedrijven helpt bij het uitrollen van actieplannen om de natuurlijke rijkdom van hun site in stand te houden en zelfs te ontwikkelen.

In 2019 werd de zone waar later gemaaid wordt uitgebreid. Enkel het gebied rond het administratief gebouw werd nog gemaaid. Hierdoor kon de diversiteit van het plantenbestand in het gebied toenemen. Vooral waterplanten profiteerden hiervan.

Dankzij de investeringen en het werk van zijn medewerkers geeft L'Oréal Libramont de natuur de kansen die ze verdient!



## ***Bescherming van de bijen***

Bijen zijn onmisbaar voor het leven op aarde. In niet minder dan 30% van ons voedsel speelt bestuiving een rol. Jammer genoeg zijn bijen een bedreigde diersoort. Om ze te beschermen plaatste een imker uit de streek twee bijenkorven op de site. Alle werknemers kunnen in het hoogseizoen (lente/zomer) gedurende twee uur per week de korven onderhouden en de honing oogsten. De eerste opbrengst in 2019 maakte zowel de prille imkers als alle personeelsleden erg gelukkig. Dit initiatief is een mooi voorbeeld van hoe een collectief project buiten de gebruikelijke professionele context opgestart kan worden.



De blauwe vuurvlinder, ook al een soort die het moeilijk heeft, gedijt enkel op plekken waar de adderwortel groeit. Op de site van Libramont bevindt zich een drassig wilgenbos waarvan de vochtige ondergrond zeer gunstig is voor de vlindersoort. Maar zonder tussenkomst van de mens groeit het bos dicht en kan het licht niet meer tot de bodem doordringen waardoor planten, zoals de adderwortel, het moeilijk krijgen. Dus werd er een vijftienjarenplan opgesteld om een deel van de wilgenstrook te ontbossen. In 2019 werd 40 are grond gedeeltelijk ontbost.

# Optimalisering van de verpakkingen

## **Greener Packaging Award**

Sinds 2007 kiest L'Oréal voor een verantwoorde verpakkingspolitiek die steunt op de "3R", wat staat voor Respect, Reduction en Replacement. Zo kiest het bedrijf systematisch voor verpakkingen met optimale afmetingen en gewicht, grote formaten of navullingen, waarvoor minder grondstoffen nodig zijn. Ook werd een globaal en systematisch ecoconceptieproces ontwikkeld voor de verpakkingen van afgewerkte producten en transportverpakkingen.

De Greener Packaging Awards is een Belgisch initiatief van Fost Plus en Valipac dat de op het gebied van duurzaamheid meest innovatieve huishoudelijke en industriële verpakkingen in de kijker zet. In 2019 ging de prijs in de categorie B2C naar Source Essentielle, de eerste navulbare shampoo voor het kapsalon van L'Oréal Professionnel.

# Verbetering van de voetafdruk van het POS-materiaal

## **Duurzamer POS-materiaal**

Lokaal werden talrijke initiatieven genomen om de ecologische impact te beperken van het POS-materiaal (displays, affiches, brochures...) dat onze commerciële partners krijgen om de verkoop van onze producten te stimuleren. Ook zij beantwoorden aan de hierboven vermelde 3R-regel. Ons departement Aankoop volgt nauwgezet de 20

gouden regels die geformuleerd werden in het project MyEcodesign. Zo besteden zij onder andere aandacht aan de afkomst van het gebruikte materiaal en het transportvolume. Een nauwe samenwerking met onze leveranciers is essentieel om innovatieve oplossingen te ontwikkelen die onze kwaliteitsstandaarden hoog houden.

# Nultolerantie voor ontbossing

## **Karton en papier met FSC-certificaat**

Al jarenlang bestrijdt L'Oréal de ontbossing door gebruik te maken van karton en papier met FSC-certificaat (Forest Stewardship Council). Ook in België wordt het gebruikte papier en karton gerecycleerd en heeft de compensatiegrondstof een FSC-certificaat. Op die manier wordt minder karton gegenereerd en wordt de ontbossing vertraagd.

De navulbare verpakking is innovatief, ecologisch en economisch: de consument kan zijn shampoofltes in het kapsalon komen bijvullen. De flacon kan tot drie keer hergebruikt worden waardoor bij elke navulling 14 g plastic bespaard wordt.



**GREENER**  
PACKAGING  
AWARD





# DUURZAAM PRODUCEREN

Tegen eind 2020 wil L'Oréal de ecologische voetafdruk van zijn fabrieken en distributiecentrales met 60% verminderen (vergeleken met 2005). De vermindering van de uitstoot van broeikasgassen in absolute waarde, de daling van het waterverbruik, de afname van de hoeveelheid gegenereerd afval per afgewerkt product en de vermindering van de impact door het transport werden fundamentele criteria voor de evaluatie van de industriële efficiëntie bij L'Oréal.



Vermindering van de uitstoot van broeikasgassen / 08

Vermindering van het waterverbruik / 10

Vermindering van de hoeveelheid afval / 11



# Vermindering van de uitstoot van broeikasgassen

## ***Koolstofneutrale fabriek***

Sinds 2009 is de fabriek van L'Oréal in Libramont koolstofneutraal, onder andere dankzij haar biomethaniseringsunit. Biomethanisering is een natuurlijk afbraakproces van organische stoffen dat aangedreven wordt door het afval van bijproducten van de voedingsindustrie en de landbouw. Dit afval wordt verzameld en in grote kuipen "verteerd". In deze kuipen zijn de omstandigheden optimaal voor de ontwikkeling van bacteriën. Zij breken het organische materiaal in de kuipen af en produceren een biogas dat elektriciteitsproducerende motoren voedt en warmte afgeeft (het principe van de warmtekrachtkoppeling).

## ***Fabriek met ISO 50 001-certificaat***

Het hele jaar door doen onze medewerkers er alles aan om het energieverbruik van de fabriek te doen dalen door te besparen op de energie voor verlichting en efficiënter om te springen met stoomgeneratie en samengeperste lucht. Verschillende initiatieven leidden tot een optimalisering van de infrastructuur waardoor op energie bespaard kon worden. Ieder jaar worden de lampen van een of meerdere afdelingen van de fabriek vervangen door LED-verlichting. In 2019 werd het administratief plateau vernieuwd en de verlichting aangepast. Dankzij deze progressieve en continue aanpassingen zijn momenteel 70% van de lampen LED-lampen.

## ***Stimuleren van het gebruik van hernieuwbare energie***

Eind 2019 hernieuwden we alle energiecontracten met onze gasleveranciers. Voortaan draaien de winkels van Kiehl's en NYX voor 100% op groene energie. Door te onderhandelen met de eigenaar van onze kantoren hebben we voor het gebouw van de zetel kunnen overschakelen naar natuurlijk gas.



### **BIOMETHANISERINGSUNIT VAN DE FABRIEK VAN LIBRAMONT**

De overproductie van deze 100% groene energie wordt naar het openbare net gebracht waardoor ongeveer 5500 gezinnen van stroom worden voorzien. Met deze installatie sparen we jaarlijks meer dan 11.500 ton CO<sub>2</sub> uit wat neerkomt op een daling van 180%.



De levering per elektrische fiets werd grondig geanalyseerd door MOBI, het onderzoekscentrum van de VUB. Dat evalueerde het effect van het project op de CO<sub>2</sub>-uitstoot en op de verkeersopstoppingen in de stad. Het onderzoek leerde dat gebruik van de fiets in plaats van de bestelwagen opstoppingen vermindert (-95%) en het verkeer in de stad ontlast. Door opstoppingen te omzeilen, geen omwegen te moeten maken en geen parkeerplaats te moeten zoeken verliepen de leveringen ook veel vlotter. Door de positieve resultaten wordt dezelfde test nu ook in Antwerpen gedaan in samenwerking met SD Road.

### ***Minder uitstoot bij het transport van producten***

Momenteel worden verschillende alternatieven onderzocht om de uitstoot veroorzaakt door het transport te verminderen en de steden te ontlasten. In oktober 2019 werd een eerste actie ondernomen. Samen met Proximus startten we een pilootproject om na te gaan of de levering per elektrische fiets aan kapsalons en verkooppunten van Proximus haalbaar was en ook naar andere steden kon uitgerold worden. In een eerste fase werden 130 salons bediend en waren de leveringen beperkt tot de gemeenten Etterbeek, Elsene en Brussel (1000). Sindsdien worden 200 kapsalons in 7 Brusselse gemeenten op die manier bediend.

Sinds juni 2011 bevindt onze leverancier Logoplaste zich binnen de muren van L'Oréal Libramont. Deze producent van флаcons maakt meer dan 310 miljoen stuks exclusief voor de fabriek. Sinds de integratie van de producent in de fabriek van Libramont worden geen omverpakkingen meer gebruikt en worden de флаcons rechtstreeks naar de productielijnen gebracht. Dit gebeurt in herbruikbare containers of via een transportsysteem dat de voorraad van de leverancier met onze vulinstallaties verbindt. Naast een aanzienlijke vermindering van afval heeft dit als gevolg dat er jaarlijks 1500 vrachtwagens minder op onze wegen rijden.

### ***Naar een zachtere mobiliteit van de medewerkers***

Het aanbod van bedrijfswagens wordt permanent onder de loep genomen om onze koolstofvoetafdruk te verminderen. Tijdens de Mobility Week in september 2019 konden de medewerkers nieuwe voertuigen zoals hybrides, plug-in hybrides en elektrische wagens testen om vertrouwd te raken met de nieuwe technologie. In 2019 werden trouwens alle dieselwagens uit het aanbod geweerd.

Andere alternatieven voor de wagen zijn Cash For Car (het initiatief werd ondertussen afgevoerd door de overheid), de combinatie wagen & treinabonnement waarmee treingebruikers een bedrijfswagen kunnen combineren met een treinabonnement, en de combinatie kleine & grote wagen - een kleine wagen voor dagelijks gebruik en een grotere voor privéverplaatsingen (vakantie, etc.). Een zegen voor de stadsbewoners.



# Vermindering van het waterverbruik

## **Waterloop factory in Libramont**

Na de fabriek van Burgos in Spanje (2017), Settimo in Italië en Vorsino in Rusland (2018) is Libramont de vierde "waterloop factory" van de Groep. In een dergelijke fabriek is het water dat nodig is voor het functioneren van de fabriek (wassen van de vaten, stoomproductie, installaties...) afkomstig van een gesloten circuit dat het water op de site recycleert. Leidingwater wordt enkel gebruikt om producten samen te stellen en voor de behoeften van de medewerkers. Om het water te recycleren combineert de fabriek twee systemen: inverse osmose (filtratie met membranen) en een verdamping-concentratieproces (distillatie). Beide systemen verminderden het waterverbruik van de fabriek met 69% (vergeleken met 2005).



In deze installatie in het waterzuiveringsstation van de fabriek wordt het afvalwater biologisch, fysisch en chemisch behandeld waardoor iedere dag gemiddeld 200 m<sup>3</sup> water bespaard wordt. Jaarlijks geeft dat 60 miljoen liter, het equivalent van het jaarlijkse verbruik van 600 gezinnen. Deze belangrijke ecologische ontwikkeling is het resultaat van een collectieve samenwerking tussen verschillende diensten.

## **Optimalisering van het waterverbruik**

Sinds 2010 wordt het regenwater van de kantoren in Brussel opgevangen in een vat van 50 m<sup>3</sup> waarna het gebruikt wordt voor de sanitaire installaties van het gebouw. Met dat water wordt ongeveer 50% van de behoeften gedekt. Via een ventiel wordt onmiddellijk overgeschakeld naar stadsleidingwater wanneer de druk in het reservoir daalt door watertekort.

In 2019 werd de academie van de divisie Produits Professionnels volledig gerenoveerd om de klanten een aangenamere en meer verantwoorde opleidingsruimte te kunnen aanbieden. Op de wasbakken werden mengkranen van het merk Ecoheads geplaatst waardoor tot 60% water bespaard wordt. Het water wordt ook gefilterd en is gezonder waardoor de klantervaring aangenamer en meer verantwoord is.



# Vermindering van de hoeveelheid afval

## ***Vermindering en upcycling van het afval van de sites***

Sinds 1992 wordt al het afval van de fabriek van Libramont gesorteerd zodat het prioritair hergebruikt kan worden. Indien dit niet kan wordt het gerecycleerd of wordt de energie teruggewonnen. In februari 2000 had de fabriek voor het eerst geen restafval meer. Een groot aantal andere initiatieven moet het afval afkomstig van haar activiteiten verder verminderen.

In 2014 werd een zonnenserre van 800 m<sup>2</sup> geïnstalleerd om het bezinksel afkomstig van het waterzuiveringsstation van de fabriek te drogen. Dit gebeurt permanent door gebruik van de zonnewarmte en/of de restwarmte van de warmtekrachtkoppelinginstallatie.

Op de site moeten een aantal onafhankelijke oplossingen de afvalproductie verminderen. In een eerste fase werden alle individuele prullenbakken en persoonlijke kasten afgeschaft. Hierdoor verminderde het afvalvolume met 50%. In alle kantoren werden sorteerbakken geplaatst. L'Oréal ging ook een partnerschap aan met CF2D voor de tewerkstelling van sociaal minderbedeelden. In het project werden zij verantwoordelijk voor het sorteren van versleten of defecte huishoudtoestellen.

## ***Bevordering van circulaire economie***

In 2015 startte L'Oréal Libramont een project rond circulaire economie waarin het kartonafval van de fabriek gebruikt wordt voor de productie van omverpakkingen van de afgewerkte producten. Het gerecupereerde karton wordt door een partner-leverancier gebruikt om dozen te produceren. Het volume van dit karton was al aanzienlijk gedaald door het gebruik van heen-en-weerdozen van de leverancier van verpakkingsartikelen van de fabriek. In 2019 werd dankzij dit circulaire systeem 569 ton kartonafval gerecycleerd.



De installatie van de serre was nuttig op verschillende manieren: het gewicht van het bezinksel daalde met 70% voor het naar de cementfabriek ging voor de terugwinning van energie en de materiële upcycling. Ook het gewicht van het fabrieksafval nam af en jaarlijks reden 80 vrachtwagens minder op onze wegen.





© Bernhard Lang

# DUURZAAM CONSUMEREN

L'Oréal wil zijn consumenten de mogelijkheid geven om ook bij hun aankopen duurzame keuzes te maken. De Groep wil dit doel op verschillende manieren halen door de informatie over de ecologische en maatschappelijke impact van haar producten overzichtelijk weer te geven, de voetafdruk van elk merk te evalueren, de consument meer bewust te maken en duurzame ontwikkeling aantrekkelijker te maken.



De consument warm maken voor duurzame consumptie / 13

# De consument warm maken voor duurzame consumptie

Sinds de lancering van het programma **Sharing Beauty with All** in 2013 evalueert elk merk van de Groep zijn ecologische voetafdruk aan de hand van een analyse van zijn samenstellingen en verpakkingen. Omdat L'Oréal weet dat zijn merken een grote invloed hebben, spoort het zijn divisies aan om hun partners, klanten en consumenten bewust te maken van de grote ecologische en maatschappelijke uitdagingen waar we momenteel voor staan. Ook in België geven de merken met verschillende lokale en internationale initiatieven blijk van hun engagement.

## **Garnier – UNICEF**

Het gebrek aan onderwijs bij kinderen in humanitaire noodsituaties is een groot probleem voor de toekomstige generaties. In 2019 werd Garnier om die reden partner van Unicef. Doel was 4500 kinderen toegang te geven tot onderwijs zodat hun persoonlijke ontwikkeling niet verder gestuit werd. Omdat de uitdaging zo groot was associeerde het merk zich met atlete Nafissatou Thiam, op dat moment al ambassadrice van Unicef. Zij wordt het boegbeeld van het partnerschap en moet de Belgen over de streep halen om de zaak te steunen.



## **La Roche Posay**

In het kader van zijn Skinchecker-actie nodigde het merk de medewerkers van de zetel en de fabriek van Libramont uit om gratis een melanoomscreening te doen. Dankzij de 150 screeningstests door 6 dermatologen werden 3 melanomen ontdekt. Omdat het merk zijn consumenten wil blijven waarschuwen voor de gevaren van onbeschermd zonnen was het opnieuw een van de officiële sponsors van de 20 km van Brussel.

## **Kiehl's - een eerste stap naar circulaire economie**

Om de consument te overtuigen om ook lege verpakkingen van cosmetica te recycleren, kunnen de lege flacons van Kiehl's in de winkel omgeruild worden tegen punten. Verwacht wordt dat dit systeem in de loop van 2020 op grotere schaal uitgerold wordt om de consument warm te maken voor het sorteren en recycleren van lege verpakkingen van cosmetica.

## **Men Expert – Movember**

Als ondersteuning van de strijd tegen prostaatcancer start Men Expert een naamsbekendheids campagne waarin alle advertenties van de maand november de vermelding "Movember" krijgen. Ook de medewerkers worden hiervoor gesensibiliseerd.



Op de 20 km van Brussel bood La Roche Posay de passanten naast belangrijke dermatologische informatie ook een melanoomscreening door een dermatoloog aan. Er werd ook zonnecrème uitgedeeld. Een mooie sensibiliseringscampagne die levens kan redden.





# GROEI DELEN

Het delen van zijn groei met zijn interne en externe stakeholders is een prioriteit voor L'Oréal. Met verschillende programma's wil de Groep kansarmen toegang geven tot de arbeidsmarkt. Ze wil ook haar leveranciers betrekken bij haar politiek van duurzame ontwikkeling en biedt haar werknemers wereldwijd de beste sociale voorwaarden aan.



Toegang tot de arbeidsmarkt en sociale inclusie / 15

Betrekken van de leveranciers bij het engagement van de Groep / 15

De medewerker staat centraal in het engagement van de Groep / 16

# Toegang tot de arbeidsmarkt en sociale inclusie

## ***Inclusie van andersvalide personen***

Om de sociale inclusie en de toegang tot de arbeidsmarkt te bevorderen besteedt L'Oréal Belgilux al meer dan 30 jaar zijn onderaannemingswerk uit aan beschutte werkplaatsen of aan bedrijven die kansarme personen in hun teams hebben opgenomen. Zo werken we samen met Manufast voor drukwerk of co-packing van de zetel, en met Delcour en Soditra voor werken in onderaanneming. In totaal worden in België op die manier 137 andersvalide personen tewerkgesteld.

## ***Zelfrespect, bron van sociale inclusie***

L'Oréal werkt samen met Goods to Give, de Belgische non-foodbank die de producten die we hun geven via een breed netwerk van sociale organisaties aan kansarme personen in België uitdeelt. In 2019 werden op die manier meer dan 280.000 producten van L'Oréal uitgedeeld aan meer dan 150.000 kansarme personen.

# Betrekken van de leveranciers bij het engagement van de Groep

## ***Delen van onze competenties en samen nadenken***

Voor de Groep is het vanzelfsprekend om haar leveranciers te motiveren om ook hun ecologische voetafdruk te beperken en de expertise die ze door de jaren heen opbouwde met hen te delen. L'Oréal stelt zijn leveranciers dan ook permanente-vormingstools voor waarmee ze hun ecologische en maatschappelijke politiek kunnen optimaliseren.

Een voorbeeld hiervan is het charter MyEcoDesign dat in 2019 door alle leveranciers ondertekend werd. Aan de hand van dit charter kan de Groep haar manier van werken formaliseren en jaarlijks een vergelijkende balans van zijn dienstenverleners opmaken. Alle nieuwe leveranciers moeten dit charter ondertekenen willen ze met de Groep samenwerken.



© Goods to Give



# De medewerker staat centraal in het engagement van de Groep

## **Maatschappelijke vooruitgang versnellen**

Om de werknemer een bevredigende werksituatie aan te bieden startte L'Oréal in 2013 L'Oréal Share & Care, een programma opgebouwd rond vier thema's - Care, Protect, Balance, Enjoy. Met het programma wil de Groep de beste werkomstandigheden creëren zodat iedereen zich veilig voelt en zich kan ontwikkelen. In de categorie Balance bijvoorbeeld wordt een voor 100% betaald vaderschapsverlof van 10 dagen voor jonge papa's voorzien. In het kader van Enjoy worden wekelijks fitness- en yogalessen aangeboden.

## **Voorrang aan opleiding**

Voor L'Oréal is de ontwikkeling van de medewerkers een kwestie van verantwoordelijkheidszin en een belangrijke factor in het verhogen van de efficiëntie. L'Oréal voorziet minstens een opleiding voor zijn medewerkers en biedt hun talrijke online opleidingen aan rond competentie en persoonlijke ontwikkeling. Ook de MOOC's (universitaire opleidingen) van meer dan 150 universiteiten zijn beschikbaar. Doel hiervan is iedereen de kans te bieden om zich te ontplooiën en nieuwe horizons te verkennen.

## **Stimuleren van het engagement van de medewerkers**

Al 10 jaar lang geeft L'Oréal zijn medewerkers de kans om zich in te zetten voor een zaak die hen na aan het hart ligt. Getuige van hun inzet is de Citizen Day van 2019 die 350 medewerkers van L'Oréal België op de been bracht. Zij richtten hun energie en tijd op 32 Belgische verenigingen die actief zijn in begeleiding van andersvaliden, milieu, genderproblemen en strijd tegen uitsluiting.



De Citizen Day is een jaarlijkse afspraak die de medewerkers voor geen goud willen missen. Hun energie en talent aanwenden voor het milieu of in dienst van minderbedeelden en verenigingen die hen steunen is voor hen een bron van voldoening. En ieder jaar is die dag ook het moment dat de deuren van de Academie van de divisie Produits Professionnels opengaan voor alle vrouwen die steun krijgen van het OCMW van Sint-Agatha-Berchem. Een nieuwe snit, een make-upsessie en een luisterend oor bezorgen hun een moment van ontspanning en welzijn dat enorm op prijs wordt gesteld.

# L'ORÉAL

## BELGILUX

L'Oréal Belgilux :  
Keizer Karellaan 584  
1082 Brussel

L'Oréal Libramont :  
rte de St-Hubert - z.i. 1, 6800 Recogne  
(Libramont-Chev.)

[www.loreal.be](http://www.loreal.be)

Volg ons op Twitter @lorealbelgium - LinkedIn @loreal - Instagram @loreal