

RAPPORT
D'AVANCEMENT
2019



**SHARING
BEAUTY**
WITH ALL

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

L'ORÉAL
BELGILUX

SOMMAIRE

SHARING BEAUTY WITH ALL :
L'ENGAGEMENT DE L'ORÉAL EN MATIÈRE
DE DÉVELOPPEMENT DURABLE 02

ÉDITORIAL DE JEAN-CHARLES BONDY
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'ORÉAL BÉNÉLUX
ET LAURENT MERCENIER 03
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'ORÉAL LIBRAMONT



Innover DURABLEMENT

VEILLER AU RESPECT DE LA BIODIVERSITÉ 05
OPTIMISER LES EMBALLAGES 06
PRODUIRE UNE PLV PLUS DURABLE 06
CONTRIBUER AU « ZÉRO DÉFORESTATION » 06



Produire DURABLEMENT

RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE 08
RÉDUIRE LA CONSOMMATION D'EAU 10
RÉDUIRE LA GÉNÉRATION DE DÉCHETS 11



Consommer DURABLEMENT

SENSIBILISER À LA CONSOMMATION DURABLE 13



Partager LA CROISSANCE

FAVORISER L'ACCÈS À L'EMPLOI ET L'INCLUSION SOCIALE 15
ASSOCIER LES FOURNISSEURS AUX ENGAGEMENTS DU GROUPE 15
PLACER LES COLLABORATEURS AU CŒUR DES ENGAGEMENTS 16

**SHARING
BEAUTY
WITH ALL**
Partager la beauté avec tous



ALLER PLUS LOIN SUR LE WEB
Retrouvez plus en détail la stratégie, les
engagements et les actions de L'Oréal en
matière de développement durable sur
www.loreal.com/sharing-beauty-with-all

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.

Pour atteindre les objectifs ambitieux du programme, l'ensemble des sites, des métiers et des collaborateurs a dû se mobiliser, collaborer, innover, transformer l'existant. Dans ce rapport belge, nous voulons partager les principales contributions de la Belgique qui compte sur son territoire une usine carbone neutre à Libramont et un siège à Bruxelles.

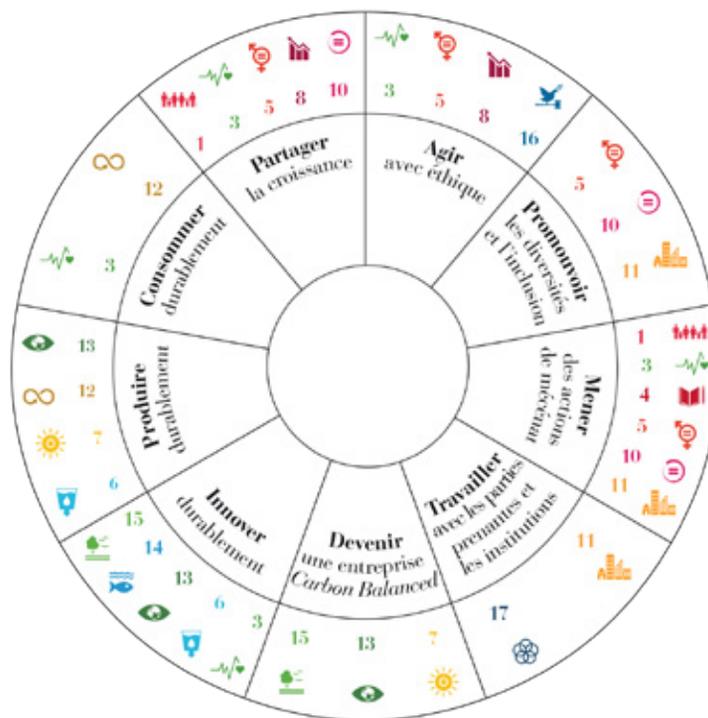
Chaque année, L'Oréal mesure ses avancées de façon chiffrée, et ces résultats sont accessibles à tous.

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

“ Nous sommes heureux du chemin parcouru et sommes conscients qu’il reste beaucoup à faire ”

Depuis 2013, L’Oréal s’est fixé des objectifs ambitieux pour préserver le patrimoine naturel et inclure des personnes en difficulté à travers le programme Sharing Beauty with All. La filiale belge y contribue avec conviction et détermination. Notre conscience environnementale ne date cependant pas d’hier.

Axé autour de quatre thématiques principales, ce programme nous a permis d’accélérer le progrès.

Les équipes de Libramont et du siège travaillent ensemble pour identifier des solutions permettant de nous développer et d’améliorer nos performances économiques, tout en réduisant fortement notre empreinte environnementale.

Créée en 1975, l’usine de Libramont se trouve au cœur des Ardennes belges. En 2009, elle est devenue la première usine 100% énergie verte du groupe grâce à l’installation d’une unité de biométhanisation qui lui offre la possibilité d’alimenter l’intégralité du site en électricité et chaleur vertes.

En janvier 2019, la mise en route d’un évapoconcentrateur a permis à notre site de production de devenir une « waterloop factory ». En d’autres

termes, l’entièreté des eaux issues du processus de fabrication est recyclée à 100%. Nous avons aussi multiplié les initiatives pour utiliser l’énergie de manière rationnelle, réduire les déchets, promouvoir le recyclage, protéger la biodiversité et limiter les transports.

L’impact environnemental et sociétal d’une entreprise va bien au-delà des processus de production. C’est pourquoi, outre l’inclusion sociale que permet L’Oréal Belgilux entre autres en confiant toute sa sous-traitance à des Ateliers de Travail Adapté; la distribution physique, la mobilité des employés, la publicité sur le lieu de vente, les emballages, les déchets, etc. sont autant d’ingrédients du cycle de vie de nos produits qui sont challengés de sorte à ce que l’empreinte carbone qu’ils représentent soit optimisée.

Nous sommes conscients que les efforts que nous entreprenons chacun depuis les prémises du programme Sharing Beauty with All ne peuvent se concrétiser que par la coopération.

Nous sommes heureux du chemin parcouru et savons qu’il reste beaucoup à faire pour atteindre les

objectifs environnementaux et sociétaux que le groupe s’est fixé et auxquels nous sommes fiers de contribuer.

Jean-Charles Bondy
Directeur Général de L’Oréal Benelux

Laurent Mercenier
Directeur Général de L’Oréal Libramont





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.



Veiller au respect de la biodiversité / 05

Optimiser les emballages / 06

Produire une PLV plus durable / 06

Contribuer au « zéro déforestation » / 06

Veiller au respect de la biodiversité

Préserver le patrimoine naturel

Le site de l'usine s'étend sur 45 hectares. Un immense terrain de verdure et un véritable potentiel de lutte contre le déclin de la biodiversité. Depuis 2013, les équipes de Libramont collaborent avec Natagora, une structure qui aide les entreprises à mettre en place des plans d'action visant à préserver, voire développer les ressources naturelles de leur site.

En 2019, la zone de fauchage tardif a également été étendue. Seules les zones autour du bâtiment administratif sont encore tondues. Cette méthode permet à un cortège très diversifié de plantes, principalement aquatiques, d'éclore. Grâce aux investissements et au travail des collaborateurs, L'Oréal Libramont conserve son adhésion au plan réseau nature !



Protéger les abeilles

Les abeilles sont indispensables à la vie sur terre. 30% de notre alimentation dépend de la pollinisation. Malheureusement, elles sont en voie de disparition. Pour contribuer à leur protection, deux ruches ont été installées sur le site par un apiculteur de la région. Un module de formation de 2h par semaine en haute saison (printemps/été) a été proposé aux collaborateurs pour l'entretien et la récolte du miel. Une première récolte en 2019 a ravi les apiculteurs en herbe et l'ensemble des membres du personnel. Ce parcours apicole est une formidable opportunité de mettre en place un projet collectif en dehors du contexte professionnel habituel.



Le papillon de bistorte, une espèce en déclin, ne vit et ne se développe que dans des lieux permettant la pousse de la plante du même nom, la bistorte. Ce papillon bénéficie d'un environnement favorable à son développement dans la zone de saulaie marécageuse, une zone particulièrement humide. Cependant, sans entretien ni intervention de l'Homme, cet espace humide est trop boisé pour permettre à la lumière de pénétrer et à certaines espèces, dont la bistorte, de se développer. Un plan sur cinq ans a été établi afin de déboiser une partie de la saulaie. En 2019, 40 ares ont pu être partiellement déboisés.

Optimiser les emballages

Greener Packaging Award

Dès 2007, L'Oréal a engagé une politique de packaging responsable fondée sur trois piliers, appelés les « 3 R » : Respecter, Réduire et Remplacer. Concevoir des emballages aux dimensions et aux poids optimisés, des grands formats ou des rechargeables, qui nécessitent moins de ressources, est un levier majeur d'amélioration. Un processus global et systématique d'écoconception a été mis en place pour les packagings des produits finis et les emballages de transport.

Les Greener Packaging Awards sont une initiative belge de Fost Plus et Valipac dont l'objectif est de mettre en avant les emballages ménagers et industriels les plus innovants en matière de durabilité. En 2019, Source Essentielle, le 1er shampoing rechargeable en salon de coiffure de L'Oréal Professionnel, a été récompensé par l'Award de la catégorie B2C.

Améliorer l'empreinte de la PLV

Produire une PLV plus durable

De nombreuses initiatives ont été prises localement afin de réduire l'impact environnemental du matériel promotionnel (présentoirs, pancartes, leaflets...) mis à disposition des partenaires commerciaux afin de promouvoir la vente des produits. Cette démarche est également basée sur

la politique des « 3R » mentionnée précédemment. Les 20 règles d'or définies au sein du projet MyEcodesign guident nos équipes achats et permettent entre autres de veiller au sourcing des matériaux utilisés, à la recyclabilité des matériaux, au volume de transport, etc.

Contribuer à l'objectif « zéro déforestation »

Carton et papier certifiés FSC

Depuis longtemps, L'Oréal lutte contre la déforestation grâce à l'utilisation de cartons et papiers certifiés FSC (Forest Stewardship Council). En Belgique aussi le papier et les cartons utilisés sont recyclés et la matière première compensatoire est certifiée FSC. De cette manière, moins de carton est suscité et le processus de déforestation est ralenti.

Cet emballage rechargeable offre aux consommateurs une solution innovante, écologique et économique lui permettant de venir recharger en salon de coiffure son flacon de shampoing. Le même flacon peut être réutilisé jusqu'à 3 fois, ce qui permet d'économiser 14 g de plastique à chaque usage.



**GREENER
PACKAGING
AWARD**



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 / 08

Réduire la consommation d'eau / 10

Réduire la génération de déchets / 11

Réduire les émissions de gaz à effet de serre

Une usine carbone neutre

Depuis 2009, l'usine L'Oréal de Libramont est carbone neutre, en partie grâce à son unité de biométhanisation. La biométhanisation, un processus naturel de dégradation de matières organiques, est alimenté par des déchets de sous-produits issus de l'agroalimentaire et de l'agriculture qui sont placés dans de grandes cuves appelées des « digesteurs ». Dans ces cuves, des conditions bien particulières permettent à des bactéries de se développer. Ces bactéries vont dégrader les matières organiques placées dans les digesteurs et ainsi créer un biogaz qui alimente des moteurs produisant de l'électricité et dégagent de la chaleur (c'est le principe de « cogénération »).

Une usine certifiée ISO 50 001

Toute l'année, les collaborateurs travaillent pour réduire la consommation d'énergie de l'usine. Ce travail consiste à améliorer l'efficacité de la consommation énergétique sur l'éclairage, la vapeur et l'air comprimé. Plusieurs actions sont mises en place pour permettre l'optimisation des équipements afin d'améliorer cette consommation énergétique. Chaque année, l'éclairage d'une ou plusieurs parties de l'usine est remplacé par des éclairages LED. En 2019, l'ensemble du plateau administratif a été rénové et tous les luminaires de cet espace ont été modifiés. Grâce à ces modifications progressives et continues, 70% des éclairages de l'usine sont maintenant des éclairages LED.

Accroître le recours aux énergies renouvelables

Fin 2019, nous avons modifié tous les contrats d'énergie avec nos fournisseurs de gaz. Désormais les magasins Kiehl's et NYX consomment de l'énergie 100% verte. Une négociation avec le propriétaire de nos bureaux nous a également permis de passer au gaz naturel pour l'ensemble du bâtiment qui héberge notre siège.



L'UNITÉ DE BIOMÉTHANISATION DE L'USINE DE LIBRAMONT

La surproduction de cette énergie 100% verte est rejetée dans le réseau public et permet d'alimenter +/- 5 500 ménages. Grâce à cette installation, plus de 11 500 tonnes de CO₂/an sont économisés, soit une réduction de 180%.



L'initiative de la livraison à vélo électrique a fait l'objet d'une étude menée par le centre d'étude de la VUB « MOBI », qui a mesuré l'effet de cette démarche sur les émissions de CO₂ et sur les embouteillages en ville. Il a été constaté que l'utilisation de vélos au lieu de camionnettes impacte les embouteillages (-95%) et permet de soulager la circulation. Par ailleurs, le fait de ne pas être bloqué dans les embouteillages, de faire des détours, de chercher une place de parking, fluidifie la livraison des commandes. Forts de ce succès, nous mettons actuellement en place avec SD Road un test identique sur la ville d'Anvers.

Réduire les émissions liées au transport des produits

Différentes alternatives sont à l'étude afin de réduire les émissions liées au transport et de désengorger les villes. Une première initiative a été mise en place en octobre 2019. Nous avons collaboré avec Proximus sur un projet pilote visant à déterminer si la livraison des salons de coiffure et des points de vente Proximus à vélo électrique était viable et duplicable à d'autres villes. Le premier scope comprenait 130 salons et se limitait aux communes d'Etterbeek, Ixelles et Bruxelles (1000). Depuis ce sont plus de 200 salons de coiffure dans 7 communes bruxelloises qui bénéficient de ce mode de livraison.

Depuis juin 2011, le fournisseur Logoplaste s'est installé dans les murs de L'Oréal Libramont. Ce fabricant de flacons produit plus de 310 millions d'unités pour les besoins exclusifs de l'usine. Depuis, plus aucun emballage n'est utilisé, les flacons sont directement transportés sur la ligne de production dans des containers réutilisables ou via des convoyeurs reliant les stocks du fournisseur à plusieurs de nos équipements de remplissage. En plus d'une économie de déchets non négligeable, cette installation permet de réduire la circulation de 1 500 camions sur nos routes chaque année.

Evoluer vers une mobilité plus douce des collaborateurs

L'offre des voitures de société est revue en permanence dans une démarche de réduction d'empreinte carbone. Lors de la Mobility Week en septembre 2019, les collaborateurs ont eu la possibilité d'essayer de nouvelles voitures telles que des hybrides, plug-in hybrides et/ou des voitures électriques afin de les familiariser avec ces nouvelles technologies. Par ailleurs, un ban sur le diesel a été imposé en 2019.

Des alternatives aux voitures étaient également proposées aux collaborateurs : le Cash For Car (dispositif supprimé par les Autorités) ; la combinaison voiture & abonnement de train, qui permet aux collaborateurs qui privilégient des trajets en train, de combiner une voiture de société et un abonnement de train ; la combinaison petite & grande voiture, qui permet de bénéficier d'une petite voiture au quotidien, et de disposer d'une grande en cas de déplacements privés, vacances, etc.

Réduire la consommation d'eau

Une waterloop factory à Libramont

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 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 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 combinaison a permis de réduire de 69% la consommation d'eau de l'usine par rapport à 2005.



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. Cette avancée importante en matière d'environnement est le fruit d'un travail collectif, coopératif et multi-services.

Optimiser les consommations d'eau

Depuis 2010, un système de récupération d'eau de pluie - une citerne de 50 m³ - récupère l'ensemble des décharges pluviales des bureaux de Bruxelles et permet d'approvisionner les sanitaires de celui-ci. De cette manière, environ 50% des besoins en eau sont ainsi couverts. Une électrovanne bascule automatique vers le réseau d'eau de la ville, si la pression dans le réservoir chute par manque d'eau.

En 2019, l'Académie de la Division des Produits Professionnels a été entièrement rénovée pour proposer à nos clients un espace de formation plus responsable et plus accueillant. Lors de cette rénovation, des mitigeurs d'eau de la marque Ecoheads ont été installés sur des bacs à shampoings, permettant d'économiser jusqu'à 60% d'eau à chaque utilisation. L'eau est également plus filtrée, plus saine, pour une expérience consommateur agréable et responsable.



Réduire la génération de déchets

Réduire et valoriser les déchets des sites

Depuis 1992, tous les déchets de l'usine de Libramont sont triés pour être prioritairement réutilisés, recyclés ou valorisés énergétiquement. En février 2000, l'usine a atteint le 0 dépôt en décharge et continue à développer un grand nombre d'initiatives visant à diminuer les déchets liés à son activité.

Une serre solaire de 800 m² a été installée en 2014, afin de sécher les boues issues du traitement des eaux de la station d'épuration de l'usine en permanence sous l'effet combiné de la chaleur du soleil et/ou de la chaleur résiduelle de l'installation de cogénération.

Sur le campus, plusieurs solutions indépendantes ont été prises dans le but de réduire la génération de déchets. Dans un premier temps, la suppression de l'intégralité des poubelles individuelles et des armoires personnelles. Cette suppression a permis de réduire de 50% le volume des déchets. Des poubelles de tri des déchets ont été installées dans l'ensemble des bureaux. Par ailleurs, L'Oréal a mis au point un partenariat avec CF2D permettant d'offrir un emploi aux personnes socialement désavantagées. Ces dernières sont chargées du processus de tri d'appareils électroménagers usagés ou cassés.

Promouvoir l'économie circulaire

Depuis 2015, L'Oréal Libramont a mis en place un projet d'économie circulaire permettant de transformer le carton-déchet récolté à l'usine en boîtes de regroupement pour ses produits finis. Les cartons récupérés, dont la quantité a déjà été fortement réduite au fil des années grâce à la mise en place d'un système de boîtes-navettes avec les fournisseurs d'articles de conditionnement de l'usine, sont utilisés par un partenaire fournisseur pour produire une partie des boîtes dont l'usine a besoin. En 2019, grâce à ce système d'économie circulaire, 569 tonnes de carton-déchets ont pu être recyclées.



L'installation de la serre solaire a plusieurs effets bénéfiques : la baisse de 70% du poids des boues avant une valorisation énergétique et matière du résidu sec en cimenterie, la diminution du tonnage des déchets de l'usine et la réduction de la circulation de 80 camions par an sur les routes.



© Bernhard Lang

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.



Sensibiliser à la consommation durable / 13

Sensibiliser à la consommation durable

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. 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. En Belgique aussi les marques s'engagent à travers différentes initiatives locales ou internationales.

Garnier – UNICEF

Le manque de support éducatif pour les enfants en situation d'urgence humanitaire est un souci majeur pour les générations futures. C'est la raison pour laquelle en 2019 Garnier est devenu le partenaire d'Unicef avec un objectif clair : permettre à 4 500 enfants d'accéder à un support scolaire pour ne pas freiner leur développement personnel. Le défi étant de taille, la marque s'est associée à l'athlète Nafissatou Thiam, déjà ambassadrice Unicef, afin d'être le porte-voix du partenariat et encourager les Belges à soutenir cette cause.



Dans le cadre de son opération Skinchecker, la marque propose aux collaborateurs du siège et de l'usine de Libramont gracieusement des dépistages de mélanomes. Au total, 8 dermatologues étaient présents, 200 dépistages ont été effectués et 3 mélanomes ont été détectés. Toujours dans l'idée de sensibiliser les consommateurs aux risques des expositions au soleil non protégés, La Roche Posay était à nouveau l'un des sponsors officiels des 20 km de Bruxelles.

Kiehl's - un premier pas vers l'économie circulaire

Dans le but de motiver les consommateurs à recycler leurs déchets de salle de bain, Kiehl's propose un système de récupération en magasin des flacons vides en échange de points de fidélité. Il est prévu que le principe soit adapté à plus grande échelle courant 2020 pour sensibiliser les consommateurs au tri en salle de bain et au recyclage.

Men Expert – Movember

Pour aider les hommes dans leur combat contre le cancer de la prostate, Men Expert a réalisé une campagne de notoriété durant laquelle l'intégralité des publicités du mois de novembre étaient signées « Movember ». Les collaborateurs ont également été sensibilisés à la cause.



Lors des 20 km de Bruxelles, La Roche Posay proposait aux passants à son stand un dépistage de mélanomes par des dermatologues, des informations-clé dermatologiques et mettait à leur disposition de la crème solaire à appliquer. Une belle opération de sensibilisation qui peut sauver des vies.



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 / 15
- Associer les fournisseurs aux engagements du Groupe / 15
- Placer les collaborateurs au cœur des engagements / 16

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

Inclusion de personnes en situation de handicap

Afin de favoriser l'inclusion sociale et l'accès à l'emploi, L'Oréal Belgilux, tant à Libramont qu'à Bruxelles confie depuis plus de 30 ans ses travaux de sous-traitance à des Ateliers de Travail Adapté ou à des entreprises ayant intégré des personnes en difficulté au sein de leurs équipes. À ce titre, nous collaborons par exemple avec Manufast pour des travaux d'impression ou de co-packing du siège, ou avec Delcour et Soditra pour des travaux de sous-traitance.

Au total, en 2019, 137 personnes souffrant d'un handicap ont pu bénéficier d'un emploi en Belgique grâce à cette démarche.

L'estime de soi, source d'inclusion sociale

L'Oréal coopère avec Goods to Give, la banque non alimentaire belge qui redistribue les produits que nous mettons à leur disposition aux personnes précarisées en Belgique via un large réseau d'organisations sociales. En 2019, plus de 280 000 produits L'Oréal ont ainsi été mis à leur disposition nous permettant d'aider plus de 150 000 personnes précarisées.

Associer les fournisseurs aux engagements du Groupe

Partager nos compétences et réfléchir ensemble

Encourager ses fournisseurs à entamer une transition vers une empreinte écologique maîtrisée et partager avec eux les compétences acquises au fil des années sont une évidence pour le Groupe. L'Oréal met dès lors à disposition de ses fournisseurs des outils de formation continue pour les aider à optimiser leur politique environnementale et sociale.

À titre d'exemple, la charte « MyEcoDesign » créée en 2019 a été signée par l'intégralité des fournisseurs. Elle permet de formaliser leur manière de travailler et d'établir un bilan annuel comparatif des différents prestataires. Tous les nouveaux fournisseurs se doivent d'agréer cette charte s'ils désirent collaborer avec le Groupe.



© Goods to Give

Placer les collaborateurs au cœur des engagements

Accélérer le progrès social

Afin d'offrir un cadre de travail épanouissant, L'Oréal a mis en place en 2013 le programme L'Oréal Share & Care axé autour de quatre thématiques: Care, Protect, Balance, Enjoy. Chacune d'entre elles se veut d'offrir les meilleures conditions pour que chacun se sente en sécurité et se développe. Par exemple, la catégorie Balance prévoit un congé de paternité de 10 jours pour les jeunes papas rémunérés à 100%. Au sein d'Enjoy, nous proposons des cours de fitness et de yoga hebdomadaires.

Priorité à la formation

Pour L'Oréal, le développement des collaborateurs est tant un lever majeur de performance qu'une question de responsabilité. L'Oréal assure au moins une formation à tous ses collaborateurs et leur permet d'avoir accès à de nombreuses formations en ligne axées autour du développement personnel et de différents métiers. Des MOOC (cours universitaires) de plus de 150 universités sont également disponibles. L'objectif étant de permettre à chacun de s'épanouir et de s'ouvrir à d'autres horizons.

Favoriser l'engagement des collaborateurs

Depuis 10 ans L'Oréal permet à ses collaborateurs de s'engager pour des causes qui les mobilisent. Témoin de leur engagement, en 2019, le Citizen Day réunissait 350 collaborateurs de L'Oréal Belgilux. Ces derniers n'ont pas hésité à donner de leur temps à 32 associations belges œuvrant dans les domaines du handicap, de l'environnement, du partage intergénérationnel et de la lutte contre l'exclusion.



Le Citizen Day est un rendez-vous incontournable que les collaborateurs attendent avec impatience. Mettre leur énergie et talents au service des plus démunis et des associations qui les soutiennent ou de l'environnement est une source de satisfaction indéniable. Comme chaque année, c'est aussi l'occasion d'ouvrir l'Académie de formation de la Division Produits Professionnels pour y accueillir des femmes qui bénéficient de l'aide du CPAS de Berchem-Sainte-Agathe. Une nouvelle coupe, une séance de maquillage et beaucoup d'écoute leur offrent un moment de détente et de bien-être très apprécié.

L'ORÉAL

BELGILUX

L'Oréal Belgilux :
Avenue Charles-Quint 584,
1082 Berchem-Sainte-Agathe

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

www.loreal.be

follow us on Twitter @lorealbelgium - LinkedIn @loreal - Instagram @loreal