

L'ORÉAL

REPORTING EXTRA-FINANCIER
SELON LES LIGNES DIRECTRICES
DE LA GRI VERSION G4

RAPPORT *GRI* 2014

L'ORÉAL

Éléments généraux d'information

STRATÉGIE ET ANALYSE	p. 4
G4-1 - Jean-Paul Agon, Président-Directeur Général	p. 4
G4-2 - Description des principaux impacts, risques et opportunités clés	p. 5
PROFIL DE L'ORGANISATION	p. 11
G4-3 - Le nom de l'organisation	p. 11
G4-4 - Principaux produits et/ou services et marques correspondantes	p. 11
G4-5 - Lieu du siège de l'organisation	p. 11
G4-6 - Implantation de l'organisation à l'étranger	p. 12
G4-7 - Mode de propriété et forme juridique	p. 12
G4-8 - Marchés desservis	p. 13
G4-9 - Taille de l'organisation	p. 15
G4-10 - Effectif de l'organisation	p. 16
G4-11 - Pourcentage de l'ensemble des salariés couverts par une convention collective	p. 19
G4-12 - Chaîne d'approvisionnement de l'organisation	p. 19
G4-13 - Changements substantiels de taille, de capital ou de la chaîne d'approvisionnement de l'organisation survenus au cours de la période de reporting	p. 20
G4-14 - Principe de précaution	p. 21
G4-15 - Chartes, principes et autres initiatives en matière économique, environnementale et sociale, développés en externe et auxquels l'organisation a souscrit ou donné son aval	p. 24
G4-16 - Affiliations à des associations ou organisations nationales ou internationales	p. 24
ASPECTS ET PÉRIMÈTRES PERTINENTS IDENTIFIÉS	p. 27
G4-17 - Structure opérationnelle de l'organisation, description des principales divisions, entités opérationnelles, filiales et coentreprises	p. 27
G4-18 - Processus du contenu et Périmètres des Aspects	p. 29
G4-19 - Aspects pertinents dans le processus de reporting du contenu	p. 29
G4-20 - Pertinence de l'aspect au sein de l'organisation	p. 29
G4-21 - Périmètre de l'Aspect en dehors de l'organisation	p. 29
G4-22 - Explication des conséquences de toute reformulation 22 d'informations communiquées dans des rapports antérieurs et des raisons de cette reformulation	p. 35
G4-23 - Changements significatifs, par rapport à la période couverte par les rapports antérieurs, du champ, du périmètre ou des méthodes de mesure utilisées dans le rapport	p. 35
IMPLICATION DES PARTIES PRENANTES	p. 38
G4-24 - Fournir une liste des groupes de parties prenantes avec lesquels l'organisation a noué un dialogue	p. 38
G4-25 - Indiquer les critères retenus pour l'identification et la 25 sélection des parties prenantes avec lesquelles établir un dialogue	p. 38
G4-26 - parties prenantes, y compris la fréquence du dialogue par type et par groupe de parties prenantes, et préciser si un quelconque dialogue a été engagé spécifiquement dans le cadre du processus de préparation du rapport	p. 38
G4-27 - Les thèmes et préoccupations clés soulevées dans le cadre du dialogue avec les parties prenantes et la manière dont l'organisation y a répondu, notamment par son reporting	p. 45

PROFIL DU RAPPORT	p. 47
G4-28 - Période de reporting	p. 47
G4-29 - Date du dernier rapport publié, le cas échéant	p. 47
G4-30 - Cycle de reporting	p. 47
G4-31 - Personne à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu	p. 47
G4-32 - L'option de « conformité » choisie par l'organisation et l'Index du contenu	p. 48
G4-33 - Rapport d'assurance des Commissaires aux Comptes	p. 90

GOUVERNANCE	p. 94
G4-34 à G4-38- Structure et composition de la gouvernance	p. 95
G4-39 - Indiquer si le président du conseil d'administration (ou assimilé) est aussi un administrateur exécutif (et dans ce cas, indiquer ses fonctions dans l'organigramme de l'organisation et les raisons de cette disposition ...)	p. 101
G4-40 - Processus de détermination des qualifications et de l'expertise exigée des membres du conseil d'administration (ou assimilé) incluant toute considération de genre et de tout autre indicateur de diversité	p. 101
G4-41 - Processus mis en place par le conseil d'administration (ou assimilé) pour éviter les conflits d'intérêt	p. 103
G4-42 - Rôles de l'instance supérieure de gouvernance et des cadres dirigeants dans le développement, l'approbation et l'actualisation de la mission, des valeurs ou énoncés de mission, stratégies, politiques et objectifs de l'organisation concernant les impacts économiques, environnementaux et sociaux	p. 104
G4-43 - Mesures prises pour développer et améliorer les connaissances collectives de l'instance supérieure de gouvernance relatives aux thèmes économiques, environnementaux et sociaux	p. 105
G4-44 - Processus d'évaluation de la performance propre du conseil d'administration (ou assimilé), notamment du point de vue économique, environnemental et social	p. 106
G4-45 - Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans l'identification et la gestion des impacts, risques, et opportunités économiques, environnementaux et sociaux	p. 107
G4-46 - Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans l'examen de l'efficacité des processus de gestion des risques de l'organisation concernant les thèmes économiques, environnementaux et sociaux	p. 106
G4-47 - Fréquence de l'examen des impacts, risques et opportunités économiques, environnementaux et sociaux par l'instance supérieure de gouvernance	p. 107
G4-48 - Le comité ou le poste de plus haut niveau qui examine et approuve de façon officielle le rapport de développement durable de l'organisation et s'assure que tous les Aspects pertinents sont traités	p. 110
G4-49 - Le processus pour informer l'instance supérieure de gouvernance des réclamations majeures	p. 111
G4-51 - Politiques de rémunération en vigueur à l'égard de l'instance supérieure de gouvernance et des cadres dirigeants.	p. 112
G4-53 - Mode de sollicitation et de prise en compte des opinions des parties prenantes en matière de rémunération, y compris les résultats des votes sur les politiques et propositions de rémunération de gouvernance et des cadres dirigeants.	p. 113

ÉTHIQUE ET INTÉGRITÉ	p. 114
G4-56 - Valeurs, principes, normes et règles de l'organisation en matière de comportement, tels que les codes de conduite et codes d'éthique	p. 114
G4-57 - Les mécanismes internes et externes pour obtenir des conseils sur les comportements éthiques et respectueux de la loi et les questions liées à l'intégrité de l'organisation, tels que les services d'aide et d'assistance	p. 114
G4-58 - Les mécanismes internes et externes utilisés pour faire part des réclamations relatives à des comportements non respectueux de l'éthique et de la loi et à des questions d'intégrité de l'organisation	p. 114

S

Stratégie et analyse

L'ORÉAL

G4₁

*Jean-Paul Agon,
Président-Directeur Général*

POURRIEZ-VOUS NOUS RAPPELER, EN QUELQUES MOTS, CE QU'EST LE PROGRAMME « SHARING BEAUTY WITH ALL » ?

Il s'agit de notre programme d'engagements en matière de développement durable à horizon 2020, lancé fin 2013.

Notre groupe avait déjà une longue tradition d'initiatives en matière de développement durable : nous avons été pionniers dans le domaine de l'innovation durable, et avons réalisé d'importants progrès en chimie verte par exemple ; en ce qui concerne l'empreinte environnementale liée à notre production, nous nous étions déjà fixés en 2005 l'objectif de réduire de 50 %, d'ici 2015, nos rejets de CO2 en absolu, ainsi que notre consommation d'eau et le volume de nos déchets par produit fini ; en outre, depuis plus de 10 ans nous soutenons et mettons en œuvre les principes du Pacte mondial des Nations Unies, un engagement renouvelé en 2014.

Avec « Sharing Beauty with All », nous avons souhaité aller encore plus loin. Ces nouveaux engagements, à la fois concrets et ambitieux, couvrent l'ensemble de notre chaîne de valeur. Ils doivent à terme transformer notre groupe, notre manière d'innover, de fabriquer nos produits, de communiquer avec nos consommateurs ou de partager notre croissance avec les communautés qui nous entourent. C'est un changement profond de paradigme.

EN QUOI EST-CE UN CHANGEMENT DE PARADIGME ?

Une entreprise, au XXI^e siècle, ne peut plus penser sa réussite et sa pérennité par le seul prisme de la performance financière. Pas plus qu'elle ne peut, d'ailleurs, mener des programmes RSE à court-terme, déconnectés du business et de la stratégie à long terme.

Par exemple, en 2020, 100 % de nos produits démontreront un bénéfice environnemental ou social positif. Cela veut dire que les critères sociaux ou environnementaux seront tout aussi importants, pour évaluer nos futurs produits, que leur efficacité ou leur contribution à la création de valeur de l'entreprise.

Autre exemple : en 2020, nous aurons permis à plus de 100 000 personnes issues de communautés en difficultés sociales ou financières d'accéder à un emploi. Cela veut dire que nous soutiendrons autant de personnes à l'extérieur de l'entreprise que nous aurons de collaborateurs chez L'Oréal. C'est une vraie vision de l'entreprise en tant que moteur du progrès économique et social.

D'une manière générale, je suis convaincu du rôle fondamental des entreprises face à des défis planétaires aussi complexes que le réchauffement climatique, la raréfaction des ressources ou la précarité. Ces dernières peuvent avoir un réel impact positif, à travers leurs actions mais aussi par effet d'entraînement auprès de toutes leurs parties prenantes, des fournisseurs jusqu'aux consommateurs. Chez L'Oréal, le développement durable est pleinement intégré dans la stratégie à long terme de l'entreprise comme dans sa gestion au quotidien.

POURQUOI AVOIR CHOISI DE PUBLIER, CETTE ANNÉE, UN RAPPORT D'AVANCEMENT ?

Lorsque nous avons lancé notre programme il y a 18 mois, nous nous sommes engagés à communiquer régulièrement sur nos progrès et à mettre en place des indicateurs nous permettant de le faire.

Ces points d'étape sont essentiels. D'abord pour nous, bien sûr, pour voir chaque année où nous en sommes et mieux déterminer ce sur quoi nous devons continuer de faire porter nos efforts. Mais aussi pour celles et ceux qui veulent suivre nos avancées et évaluer la mise en œuvre de notre programme. La démarche de co-construction a été capitale tout au long de l'élaboration de ces engagements : c'est en dialoguant avec les représentants de la société civile que nous avons pu définir la stratégie la plus pertinente possible à la fois pour le groupe et pour nos parties prenantes. Maintenant que nous sommes entrés dans la phase de mise en œuvre du programme, il est tout aussi primordial de continuer à faire appel à un regard extérieur et critique et de répondre, avec des faits et des chiffres, aux questionnements des uns et des autres. La transparence est vraiment le maître mot.

C'est dans cet esprit que nous avons instauré un « panel of critical friends », instance d'experts internationaux indépendants qui se réuniront une fois par an pour challenger nos avancées sur le programme. Leur première réunion s'est tenue en ma présence en septembre dernier. Elle a été extrêmement fructueuse. Cette mise à l'épreuve de notre démarche environnementale nous poussera à aller toujours plus loin...

AU COURS DE CETTE PREMIÈRE ANNÉE DE MISE EN ŒUVRE, QUELLES ONT ÉTÉ LES AVANCÉES RÉALISÉES ?

Grâce à une très grande mobilisation de nos équipes partout dans le monde, nous avons déjà réalisé des progrès significatifs dans un certain nombre de domaines. Je ne prendrai que 3 exemples.

Fin 2014, 67 % de nos nouveaux produits présentaient un profil environnemental ou social amélioré, par exemple grâce à une réduction de l'empreinte eau de la nouvelle formule ou à l'utilisation de matières premières renouvelables. Pour une première année, c'est une avancée notable.

2014 a été également une année de belles réalisations en matière de production durable. Et en particulier pour ce qui est de notre objectif de réduction des émissions de CO₂, puisque nous avons atteint les - 50 % fin 2014. C'est le résultat d'efforts réalisés depuis 2005, mais aussi de projets mis en place en 2014 pour accélérer notre dynamique. Ainsi, nous avons inauguré, en septembre, une nouvelle centrale biomasse dans notre usine espagnole de Burgos. Cette initiative inédite dans l'industrie en Espagne permettra à l'usine d'atteindre une empreinte carbone neutre en 2015.

Autre avancée majeure réalisée en 2014 : le très bon démarrage du programme L'Oréal Share & Care, visant à offrir à horizon 2015 les meilleurs avantages sociaux à nos collaborateurs, dans tous les pays où nous sommes présents. Deux exemples : en Malaisie ou à Dubaï, le congé maternité a doublé pour atteindre 14 semaines, payées à 100 % ; et au Nigeria, 100 % des collaborateurs ont désormais une assurance garantissant le versement de 2 ans de salaire brut en cas de décès ou d'invalidité, alors qu'aucune garantie n'existait dans ce domaine. En universalisant notre politique sociale au sein du groupe, nous contribuons également à l'élargissement de la protection sociale dans le monde. C'est aussi, je crois, le rôle des grandes entreprises.

ET QUELS SONT VOS PROCHAINS DÉFIS ?

Vous l'avez vu, ces dernières années nous avons beaucoup avancé en matière d'innovation et de production durables. Nous allons maintenant accélérer nos efforts dans le domaine de la consommation durable, un enjeu majeur pour toute notre industrie. Il y a déjà eu, au cours de cette première année, un gros travail de sensibilisation des équipes et de formation. Nous avons également démarré un projet d'outil d'évaluation des impacts sociaux et environnementaux de nos produits. Cet outil permettra de mieux prendre en compte ces impacts dès la conception du produit, mais aussi, à terme, de partager les informations obtenues avec les consommateurs, afin de les aider à faire des choix éclairés. Ce qui est l'un de nos engagements.

Le deuxième défi concerne la gestion du changement. Toutes les équipes ont pleinement conscience des enjeux RSE. Et nous savons que ce type de programme prend du temps. Il requiert aussi des changements d'organisation et de manières de travailler.

La route est encore longue, mais notre objectif est clair : devenir l'une des sociétés les plus exemplaires et l'un des leaders d'un nouveau modèle de développement économique, toujours plus écologique, plus responsable, plus sociétal. Nous sommes tous mobilisés pour construire un L'Oréal plus durable.

G4 *2 Description des principaux impacts, risques et opportunités clés*

LES ENGAGEMENTS DU GROUPE L'ORÉAL EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE A HORIZON 2020 : « SHARING BEAUTY WITH ALL »

Le 23 octobre 2013, Jean-Paul Agon, Président-Directeur Général de L'Oréal, a annoncé les engagements que L'Oréal s'est fixés à horizon 2020 pour réduire son impact tout en concrétisant son ambition de croissance.

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE AU SERVICE DE LA CROISSANCE

L'Oréal a l'ambition de séduire un nouveau milliard de consommateurs grâce à sa stratégie d'universalisation qui entend répondre aux différents besoins des hommes et des femmes du monde entier en matière de beauté. La stratégie de croissance du Groupe repose en partie sur son engagement de produire plus, avec moins d'impact, et d'associer les consommateurs, qui sont au cœur de ses activités, en leur proposant des produits qui soient à la fois durables et aspirationnels, les incitant en cela, à faire des choix durables. A cette fin, L'Oréal s'engage à améliorer ses pratiques tout au long de sa chaîne de valeur, de la recherche à la production, tout en partageant sa croissance avec les communautés qui l'entourent.

Ces engagements sont le fruit de deux années de concertation avec différentes parties prenantes à travers le monde. L'Oréal communiquera régulièrement sur ses progrès sur chacun des objectifs avec l'aide d'un panel d'experts internationaux indépendants ⁽¹⁾ présidé par José Maria Figueres, reconnu à travers le monde pour son engagement en matière de Développement Durable.

➤ **SHARING BEAUTY WITH ALL : UN ENGAGEMENT QUI COUVRE QUATRE DOMAINES :**

1 - INNOVER DURABLEMENT

D'ici à 2020, 100 % des produits du Groupe démontreront un impact environnemental ou social positif.

2 - PRODUIRE DURABLEMENT

D'ici à 2020, le Groupe s'engage à réduire son empreinte environnementale de 60 %, tout en développant sa présence mondiale.

3 - CONSOMMER DURABLEMENT

D'ici à 2020, le Groupe veut donner à tous les consommateurs de produits L'Oréal la possibilité de faire des choix de consommation durable.

4 - PARTAGER LA CROISSANCE

● **avec les salariés**

D'ici à 2020 les salariés de L'OREAL auront accès où qu'ils se trouvent dans le monde à la couverture santé, à la protection sociale, et à la formation;

● **avec les fournisseurs**

D'ici à 2020, 100% des fournisseurs stratégiques du Groupe participeront au programme de Développement Durable qui leur est destiné ;

● **avec les communautés**

D'ici à 2020, par son action, le Groupe permettra à plus de 100 000 personnes issues de communautés en difficultés sociales ou financières d'accéder à un emploi.

(1) L'analyse des nouveaux produits 2014 ne comprend ni le maquillage ni les parfums. Toutes les autres catégories (shampoings, soin des cheveux, gels douche, soin de la peau, nettoyant, coloration, styling, forme permanente, déos, solaires) ont été analysées. Il s'agit des formules produites dans les usines du Groupe en 2014.

1. INNOVER DURABLEMENT - D'ICI À 2020, 100 % DES PRODUITS DU GROUPE DÉMONTRERONT UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL OU SOCIAL POSITIF.

Objectif 2020	Résultat 2014
100 % de nos produits démontreront un bénéfice environnemental ou social positif. À chaque fois que nous inventerons ou réoverons un produit, nous améliorerons son profil environnemental ou sociétal sur au moins l'un des critères suivants :	67 % des nouveaux produits analysés présentent un profil environnemental ou social amélioré ⁽¹⁾ .
<ul style="list-style-type: none"> ● La nouvelle formule utilise des matières premières renouvelables, issues de ressources durables ou de la chimie verte. 	46 % des produits nouveaux ou rénovés présentent un profil social/environnemental amélioré grâce à une nouvelle formule intégrant des matières premières (MP) d'origine renouvelable sourcées de façon responsable ou respectant les principes de la Chimie Verte.
<ul style="list-style-type: none"> ● La nouvelle formule réduit son empreinte environnementale, notamment son empreinte en eau. 	54 % des produits nouveaux ou rénovés présentent un profil environnemental amélioré grâce à une nouvelle formule dont l'empreinte environnementale a été réduite.
<ul style="list-style-type: none"> ● Le profil environnemental du nouveau packaging est amélioré 	INDICATEUR NON DISPONIBLE POUR 2014. Baseline en cours de calcul. Une politique exigeante d'écoconception est développée dans tous les centres de Conception Packaging du Groupe. L'Oréal a pour objectif, par exemple, que tous ses emballages en papier et carton proviennent de forêts gérées de façon responsable. En 2014, plus de 97,9% des approvisionnements en papier et carton d'emballages sont certifiés durables selon les référentiels FSC ou PEFC.
<ul style="list-style-type: none"> ● Le nouveau produit a un impact sociétal positif. 	17 % des produits nouveaux ou rénovés présentent un profil social amélioré grâce à un impact social positif.

2. PRODUIRE DURABLEMENT - D'ICI À 2020, LE GROUPE S'ENGAGE À RÉDUIRE SON EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DE 60 %, TOUT EN DÉVELOPPANT SA PRÉSENCE MONDIALE.

Objectif 2020	Résultat 2014
Nous réduirons de 60 % les émissions de CO ₂ de nos usines et centrales de distribution en absolu par rapport à 2005.	50,2 % de réduction des émissions de CO ₂ par rapport à 2005 ⁽²⁾ .
Nous réduirons de 60 % notre consommation d'eau par unité de produit fini, par rapport à 2005.	36 % de réduction de la consommation d'eau par rapport à 2005 ⁽³⁾ .
Nous réduirons de 60 % notre génération de déchets par unité de produit fini, par rapport à 2005.	23,1 % de réduction de la génération de déchets par rapport à 2005 ⁽⁴⁾ .
Nous aurons atteint zéro déchet en décharge.	Seuls 3,8 % des déchets sont envoyés en décharge ⁽⁵⁾ .
Nous réduirons les émissions de CO ₂ générées par le transport de produits de 20 % par unité de produit fini/km, par rapport à 2011.	INDICATEUR NON DISPONIBLE. Le process de reporting de cet indicateur est en cours de déploiement. Sa remontée se fera en 2015 pour l'année 2014.

(2) Le calcul des émissions de CO₂ concerne les scopes 1 et 2 des usines et centrales de distribution. Le pourcentage de réduction est calculé en valeur absolue, par rapport à une base de 2005.

(3) Le calcul de consommation d'eau concerne les usines et les centrales de distribution. Le pourcentage de réduction est calculé en L/produit fini par rapport à une base de 2005.

(4) Le calcul de la génération de déchets concerne les usines et les centrales de distribution. Le pourcentage de réduction est calculé en g de déchet par produit fini par rapport à une base de 2005.

(5) Le pourcentage de déchets envoyés en décharge est calculé pour l'année donnée, en divisant la quantité de déchets envoyés en décharge (5 088 t) par la quantité de déchets transportables hors emballages navettes (96 943 t) et d'emballages navettes en rotation (36 698 t).

3. CONSOMMER DURABLEMENT – D'ICI À 2020, LE GROUPE VEUT DONNER À TOUS LES CONSOMMATEURS DE PRODUITS L'ORÉAL LA POSSIBILITÉ DE FAIRE DES CHOIX DE CONSOMMATION DURABLE.

Objectif 2020	Résultat 2014
<p>Un outil d'évaluation établira le profil environnemental et sociétal de tous les nouveaux produits. Toutes les marques rendront ces informations disponibles, pour permettre au consommateur de faire des choix de consommation durable.</p>	<p>Le pourcentage de marques qui communiquent au consommateur une information issue du <i>Product Assessment Tool</i> afin de leur permettre de faire des choix de consommation informés ainsi que le pourcentage nouveaux produits évalués à travers le <i>Product Assessment Tool</i> ne sont pas disponibles cette année.</p> <p>Début 2014, L'Oréal a démarré l'élaboration d'un projet d'outil d'évaluation des impacts sociaux et environnementaux d'un produit cosmétique. L'outil permettra d'évaluer et d'améliorer les produits (nouveaux ou renouvelés) sur la base de 11 critères pertinents (7 critères environnementaux relatifs à l'emballage et à la formule et 4 critères sociaux). Il est testé sur 4 marques pilotes : <i>Biotherm, Redken USA, La Roche-Posay et Garnier</i>. Dans le cadre de cette démarche, des Baseline aussi bien sur les formules que sur les packagings ont été constituées. Ce sont ainsi 28 000 Formules et 12 000 emballages qui ont été évalués sur la base des critères constitutifs de l'outil.</p>
<p>Chaque marque aura évalué son empreinte environnementale et sociétale et aura pris des engagements pour l'améliorer.</p>	<p>22 % des marques ont évalué là où elles avaient le plus grand impact social ou environnemental. Le pourcentage est calculé par rapport à leur part du chiffre d'affaires consolidé de 2013 ⁽¹⁾.</p> <p>La marque <i>Biotherm</i> a engagé la démarche <i>Sharing Beauty With All</i> dans son ensemble, évaluant son impact, et construisant sa plateforme de marque autour de l'eau sous l'ombrelle du programme <i>Water Lovers</i>. Des groupes de travail permettant de réaliser le diagnostic packaging et formule ont été organisés avec <i>Kérastase, Garnier, The Body Shop, La Roche-Posay</i> ainsi qu'au niveau de la Division Professionnelle.</p>
<p>Chaque marque rendra compte de ses progrès et associera le consommateur à ses engagements.</p>	<p>25,4 % des marques ont effectué une action de sensibilisation auprès des consommateurs ⁽¹⁾.</p> <p>Les marques <i>Biotherm, Garnier, La Roche-Posay, The Body Shop, Kiehl's, Armani</i> sensibilisent d'ores et déjà les consommateurs à des choix de style de vie responsable au travers de différents programmes.</p>
<p>Nos consommateurs pourront influencer nos actions en matière de développement durable, à travers un comité consultatif de consommateurs.</p>	<p>INDICATEUR NON DISPONIBLE CETTE ANNÉE.</p> <p>Le Comité consultatif de consommateurs ayant vocation à influencer les actions du groupe en matière de Développement Durable sera mis en place en 2016.</p>

(1) Le pourcentage de marques sensibilisant les consommateurs à des choix de style de vie responsable en 2014 est calculé sur le périmètre global par rapport à leur part du chiffre d'affaires consolidé de 2013.

4. PARTAGER NOTRE CROISSANCE ...

AVEC NOS SALARIÉS - « D'ICI À 2020, LES SALARIÉS DE L'ORÉAL AURONT ACCÈS, OÙ QU'ILS SE TROUVENT DANS LE MONDE, À LA COUVERTURE SANTÉ, À LA PROTECTION SOCIALE ET À LA FORMATION. »

Objectif 2020	Résultat 2014
Nos salariés bénéficieront d'une couverture santé alignée sur les meilleures pratiques de leur pays de résidence.	85,3 % des employés permanents du Groupe bénéficient d'une couverture santé alignée sur les meilleures pratiques de leur pays de résidence ⁽¹⁾ .
Nos salariés bénéficieront d'une protection financière en cas d'accident de la vie, tel qu'une incapacité ou une invalidité permanente.	70,1 % des employés permanents du Groupe bénéficient d'une protection financière en cas d'accident de la vie, tel que le décès ou une invalidité permanente ⁽¹⁾ .
Nos salariés auront accès à une formation, où qu'ils se trouvent dans le monde.	81,7 % des employés du Groupe ont bénéficié d'au moins une formation au cours de l'année 2014 ⁽¹⁾ .

AVEC NOS FOURNISSEURS - « D'ICI À 2020, 100 % DES FOURNISSEURS STRATÉGIQUES DU GROUPE PARTICIPERONT AU PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DESTINÉ AUX FOURNISSEURS. »

Objectif 2020	Résultat 2014
Tous les fournisseurs stratégiques ⁽²⁾ seront évalués et sélectionnés sur la base de leurs performances sur le plan sociétal et environnemental.	43 % des fournisseurs stratégiques du Groupe ont été évalués et sélectionnés sur la base de leur performance sur les plans environnemental et sociétal. Ils représentent plus de 60 % du montant des achats directs (matières premières, articles de conditionnement et sous-traitance). Par ailleurs, en 2014, 834 audits sociaux ont été réalisés, soit 6 129 depuis 2006.
Tous les fournisseurs stratégiques ⁽²⁾ auront procédé, avec le soutien du Groupe, à une auto-évaluation de leur politique en matière de développement durable.	50 % des fournisseurs stratégiques ⁽²⁾ ont procédé, avec le soutien du Groupe, à une auto-évaluation de leur politique en matière de développement durable. Le pourcentage est issu du calcul du nombre de fournisseurs ayant, en 2014, fait évaluer leurs politiques sociales, environnementales, éthiques, ainsi que leurs déploiements chez leurs propres fournisseurs par <i>Ecovadis</i> . <i>Ecovadis</i> fournit une expertise sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) constituée de fiches d'évaluations couvrant 150 catégories d'achat et 21 indicateurs RSE.
Tous les fournisseurs auront accès aux outils de formation L'Oréal destinés à optimiser leurs politiques en matière de développement durable.	INDICATEUR NON DISPONIBLE POUR 2014. L'accès aux outils de formation fait partie du plan d'action 2015.
20 % des fournisseurs stratégiques ⁽²⁾ seront associés à notre programme <i>Solidarity Sourcing</i> .	4 % des fournisseurs stratégiques ⁽²⁾ sont associés au programme de <i>Solidarity Sourcing</i> du Groupe.

(1) Calculé sur le périmètre global du Groupe (Cosmétiques et The Body Shop).

(2) Les fournisseurs stratégiques désignent 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.

AVEC LES COMMUNAUTES QUI NOUS ENTOURENT - « D'ICI À 2020, PAR SON ACTION, LE GROUPE PERMETTRA À PLUS DE 100 000 PERSONNES ISSUES DE COMMUNAUTÉS EN DIFFICULTÉS SOCIALES OU FINANCIÈRES, D'ACCÉDER À UN EMPLOI. »

Objectif 2020	Résultat 2014
100 000 personnes issues de communautés en difficultés sociales ou financières, pourront accéder à un emploi grâce aux programmes suivants :	Plus de 54 000 personnes issues de communautés en difficultés sociales ou financières ont pu accéder à un emploi.
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Solidarity Sourcing</i> 	52 000 personnes ont eu accès à l'emploi via le programme <i>Solidarity Sourcing</i> . Le programme <i>Community Fair Trade</i> de <i>The Body Shop</i> s'inscrit dans cette démarche et a, quant à lui, permis l'accès à l'emploi à 25 000 personnes.
<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Inclusive Business Model</i> 	200 personnes via le projet de gestion des déchets en Inde ont eu accès à l'emploi.
<ul style="list-style-type: none"> ● Professionnalisation aux métiers de la beauté 	1 400 personnes ont été formées aux métiers de la beauté.
<ul style="list-style-type: none"> ● Mentorat ou éducation au sein des communautés 	INDICATEUR NON DISPONIBLE EN 2014.
<ul style="list-style-type: none"> ● Emploi de personnes en situation de handicap, ou issues de groupes sociaux-ethniques sous-représentés 	815 personnes en situation de handicap auto-déclaré travaillaient pour L'Oréal. ⁽¹⁾

(1) Salariés en situation de handicap auto-déclarés présents au 31 décembre 2014 incluant CDI, CDD, et conseillères de beauté salariées de L'Oréal. Ce chiffre ne prend en compte que les collaborateurs qui ont souhaité s'auto-déclarer en situation de handicap. L'auto-déclaration rencontrant de nombreuses résistances dans des contextes culturels différents, ce chiffre ne couvre pas la réalité des effectifs concernés.

P

rofil

de l'organisation

L'ORÉAL

G4₃ *Le nom de l'organisation*

L'Oréal

G4₄ *Principaux produits et/ou services et marques correspondantes*

L'Oréal détient un portefeuille de 32 marques internationales complémentaires et d'origine diverse.

Liste des marques du Groupe :

- L'Oréal Professionnel
- Kerastase
- Redken
- Matrix
- Decléor
- Carita
- L'Oréal Paris
- Garnier
- Maybelline New York
- Softsheen Carson
- MG
- Essie
- NYX
- Lancôme
- Giorgio Armani
- Kiehl's
- Yves Saint Laurent
- Biotherm
- Ralph Lauren
- Urban Decay
- Clarisonic
- Shu Uemura
- Victor & Rolf
- Diesel
- Cacharel
- Helena Rubinstein
- Yue-Sai
- Vichy
- La Roche Posay
- SkinCeuticals
- Roger & Gallet
- The Body Shop

G4₅ *Lieu du siège de l'organisation*

Siège opérationnel :

41, rue Martre 92 117 Clichy - France
Tél. +33 1 47 56 70 00 - Fax +33 1 47 56 86 42

Siège social :

14, rue Royale 75 008 Paris - France
www.loreal.com

G4 6 *Implantation de l'organisation à l'étranger*

L'Oréal dispose de filiales dans 69 pays, 64,5 % de son chiffre d'affaires est réalisé hors d'Europe de l'Ouest. La croissance mondiale du marché des cosmétiques amène le Groupe à développer ses activités sur les pays de la Zone « Nouveaux Marchés » qui représente plus de 39,6 % de ses ventes cosmétiques en 2014. La répartition et l'évolution du chiffre d'affaire de L'Oréal sont indiquées dans le Chapitre 3 du Document de Référence 2014 page 101 et suivantes.

Outre les risques en devises évoqués au chapitre 4 du Document de Référence 2014 à la note 26.1 intitulée « Couverture du risque de change » pages 166 et 167 et au paragraphe 1.8.7.2. « Risque de Change » (page 31), les perturbations politiques ou économiques des pays où le Groupe réalise une part significative de son chiffre d'affaires pourraient influencer sur son activité.

Cependant, la présence très globalisée favorise aussi l'équilibre des ventes et une compensation entre les pays et les zones géographiques. Toutefois, dans les périodes de fort ralentissement économique, ou dans des situations de crise de la dette souveraine dans certains pays, l'évolution du chiffre d'affaires du Groupe peut être affectée.

G4 7 *Mode de propriété et forme juridique*

L'ORÉAL

Société Anonyme au capital de 112 246 077,80 euros

RCS Paris : 632 012 100

Siège administratif : 41 rue Martre - 92 117 Clichy Cedex

Siège social : 14 rue Royale - 75 008 Paris

RÉPARTITION DU CAPITAL AU 31 DÉCEMBRE 2014

33,09 % Famille Bettencourt Meyers

23,14 % Nestlé

41,71 % public

1,25 % actions auto détenues ⁽¹⁾

0,81 % Plan d'Épargne d'Entreprise ⁽²⁾

⁽¹⁾ Conformément à la loi, les actions auto détenues sont privées de droit de vote.

⁽²⁾ Plan d'Épargne Entreprise (article L. 225-102 du Code de commerce).

G4 8 Marchés desservis

Depuis plus de cent ans, L'Oréal repousse les frontières de la science pour inventer la beauté et offrir aux femmes et aux hommes du monde entier le meilleur de la cosmétique en termes de qualité, d'efficacité et de sécurité. Donner à chacun l'accès à la beauté en proposant des produits en accord avec ses besoins, sa culture, ses attentes dans leur infinie diversité. C'est le vrai sens du métier de L'Oréal.

UNE PRÉSENCE HISTORIQUE SUR LES MARCHÉS DÉVELOPPÉS

L'Oréal est présent dans 130 pays sur les 5 continents. Fondé en France en 1909, le Groupe s'est rapidement développé en Europe de l'Ouest. En 2014, il a réalisé plus de 35 % de ses ventes cosmétiques sur le territoire historique du Groupe. Dès la première moitié du XX^e siècle, L'Oréal a pris pied en Amérique du Nord. Le Groupe a confié dans un premier temps la distribution de ses produits à des sociétés de distribution, réunies en 1953 autour d'un agent exclusif, *Cosmair*. A la suite du rachat de *Cosmair* en 1994, c'est avec le statut de filiale que le Groupe s'est développé sur le continent Nord-américain. Les acquisitions de marques comme *Maybelline* (1996), *Matrix et Kiehl's* (2000), ou plus récemment *Clarisonic* (2011), *Urban Decay* (2012) et *NYX* (2014) ont définitivement ancré le Groupe en Amérique du Nord. En 2014, ses ventes y ont augmenté de 1,1 % à données comparables, et atteignent 24,9 % des ventes mondiales cosmétiques.

UN DÉVELOPPEMENT RAPIDE HORS EUROPE DE L'OUEST ET AMÉRIQUE DU NORD

Dès les années 1970, la Zone Amérique Latine se développe avec une organisation multidivisions que le Groupe a reproduite dans les grandes régions du monde.

Présent au Japon depuis plus de 50 ans, le Groupe L'Oréal y a développé son implantation en choisissant les marques prioritaires pour ce marché très spécifique : *Kérastase* dans les salons de coiffure, *Lancôme* dans les produits de Luxe et *Maybelline* et L'Oréal Paris en grande diffusion.

Les années 1990 marquent l'ouverture des nouveaux marchés avec la chute du mur de Berlin qui permet aux marques du Groupe d'accéder aux marchés des pays d'Europe de l'Est.

L'Oréal est parmi les premiers Groupes étrangers à obtenir, dès 1994, l'autorisation du gouvernement indien pour la création d'une filiale détenue à 100 % dont le siège est à Mumbai.

En 1997, le Groupe crée en Asie une grande zone multidivisions et implante de nouvelles filiales, notamment en Chine où L'Oréal détient 100 % du capital de son entité.

L'Afrique, le Moyen-Orient où le Groupe était faiblement implanté, est une nouvelle frontière du développement dans les Nouveaux Marchés : le nombre de filiales y est passé de 7 à 12 au cours des six dernières années.

Le milieu des années 2000 marque un tournant : la forte accélération du développement des Nouveaux Marchés entraîne un déplacement du centre de gravité du monde économique.

Au total, la part du chiffre d'affaires cosmétique réalisé par le Groupe dans les Nouveaux Marchés était de 15,5 % en 1995, de 27,1 % en 2006 et de 39,6 % en 2014. Le poids des Nouveaux Marchés dans le chiffre d'affaires du Groupe a augmenté de près de 60% entre 2005 et 2014. Cette progression est appelée à se poursuivre.

En termes d'empreinte géographique, l'activité du Groupe est répartie de façon équilibrée sur la plupart des grands marchés du monde.

A l'automne 2013, le Groupe a présenté son programme *Sharing Beauty With All* et a détaillé ses engagements à l'horizon 2020 pour réduire son impact tout en concrétisant son ambition de croissance (le détail de ces engagements figure au chapitre 6 du Document de Référence 2014 page 212 et suivantes et à l'indicateur G4-2 de cette Fiche).

UN IMMENSE POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT

Outre les grands pays des Nouveaux Marchés, L'Oréal a notamment identifié parmi ses « marchés de croissance » les pays suivants : Pologne, Ukraine, Turquie, Argentine, Colombie, Indonésie, Thaïlande, Philippines, Égypte, Arabie Saoudite, Pakistan, Kazakhstan, Afrique du Sud, Nigéria.

Dans certains de ces pays, la consommation de produits cosmétiques par habitant est à un niveau 10 à 20 fois inférieur à celle des pays matures. Plusieurs dizaines de millions d'habitants accèdent chaque année à des niveaux de revenus qui les font entrer dans les « classes moyennes » et leur permettent de consommer des produits cosmétiques modernes.

Les équipes marketing du Groupe sont, notamment dans les grands pays, à l'écoute de ces nouveaux consommateurs. Les laboratoires implantés sur tous les continents, étudient leurs spécificités. La politique d'innovation du Groupe repose sur l'accessibilité et l'adaptation des produits aux habitudes et rituels de beautés de toutes les femmes et tous les hommes dans leur infinie diversité. Tels sont les fondements de l'universalisation de la beauté.

L'ORÉAL EST IMPLANTE DANS 130 PAYS QUI FORMENT TROIS GRANDES ZONES D'IMPLANTATION

Amérique du Nord

+ 1,1 % de croissance des ventes en 2014 ⁽¹⁾

Europe de l'Ouest

+ 2,4 % de croissance en 2014 ⁽²⁾

Nouveaux marchés

+ 6,9% de croissance en 2014 ⁽¹⁾

Asie, Pacifique

+ 5,3 % de croissance en 2014 ⁽²⁾

Europe de l'Est

+ 6,0 % de croissance en 2014 ⁽²⁾

Amérique latine

+ 10 % de croissance en 2014 ⁽²⁾

Afrique, Moyen-Orient

+ 13,5 % de croissance en 2014 ⁽²⁾

⁽¹⁾ Croissance à données comparables

⁽²⁾ Ibid



POUR PLUS D'INFORMATIONS SUR LES MARCHÉS DESSERVIS, CONSULTEZ LA RUBRIQUE 1.4.
« INTERNATIONALISATION ET MARCHÉ COSMÉTIQUE » PAGE 12 ET SUIVANTES DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE
2014.

G4₉ Taille de l'organisation

- Nombre de salariés : 78 611
- Chiffre d'affaires consolidé : 22,53 milliards d'euros (+1,8%)
- Résultat net (hors éléments non récurrents, part du Groupe) : 3 125 millions d'euros

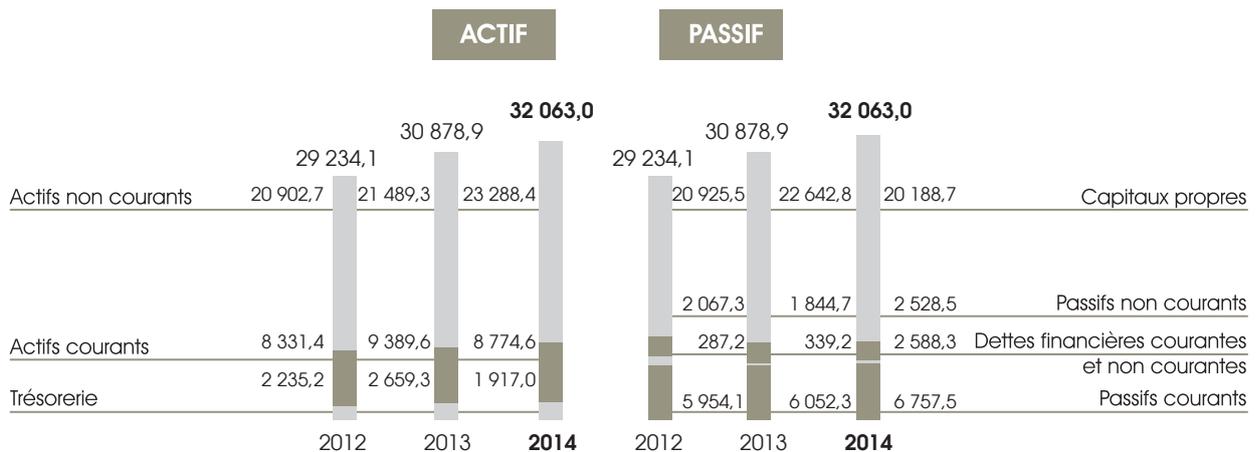
Compte de résultat consolidé : du résultat d'exploitation au résultat net hors éléments non récurrents

Répartition entre les dettes et les capitaux propres

Le financement total est réparti entre :

- Capitaux propres : 20 189 M€ au 31/12/14
- Total des dettes financières courantes et non courantes : 2588 M€
- **Total du bilan : 32 063 M€**

UN BILAN SOLIDE⁽¹⁾ en millions d'euros



⁽¹⁾ Le bilan 2012 a été retraité pour tenir compte du changement de méthode comptable relatif à l'amendement de la norme IAS 19 révisée.

POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LE BILAN 2014, CONSULTEZ LA PARTIE 3.2. DU CHAPITRE 3 «CHIFFRES CLÉS ET COMMENTAIRES SUR L'EXERCICE 2014» PAGE 107 ET SUIVANTES DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

G4
10 *Effectif de l'organisation*

Les effectifs indiqués dans l'Effectif total et Répartition des effectifs par zone géographique concernent la totalité des effectifs du Groupe présents au 31 décembre 2014.

ÉVOLUTION DES EFFECTIFS PUBLIÉS GROUPE, RÉPARTIS PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE
(sociétés proportionnelles prises à leur taux de consolidation)

	<i>Cosmétique</i>			<i>The Body Shop</i>			<i>Dermatologie</i>			<i>Groupe</i>		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Europe de l'Ouest	24 598	25 128	25 789	5 149	5 430	5 291	1 052	1 236		30 798	31 794	31 080 ✓
Amérique du Nord	12 814	12 318	12 797	2 878	2 718	2 644	488	461		16 180	15 497	15 441 ✓
Asie Pacifique	12 985	14 322	15 683	720	711	803	319	349		14 024	15 382	16 486 ✓
Amérique Latine	5 758	7 869	8 344	5	7	178	282	304		6 045	8 180	8 522 ✓
Europe de l'Est	4 328	4 787	5 241				45	60		4 373	4 846	5 241 ✓
Afrique Moyen Orient	1 203	1 732	1 841				16	21		1 218	1 753	1 841 ✓
Total	61 685	66 156	66 155	8 752	8 866	8 916	2 200	2 430		72 636	77 451	78 611 ✓

Tous les autres indicateurs sociaux figurant ci-dessous dans ce chapitre concernent le « Groupe cosmétique » et *The Body Shop* ⁽⁸⁾.

Si un indicateur concerne un périmètre différent de celui du « Groupe Cosmétique » et *The Body Shop*, la mention du périmètre de consolidation figure en commentaire.

EFFECTIFS COSMÉTIQUE + TBS HISTORIQUE

	<i>Total Cosmétique + TBS</i>		
	2012	2013	2014
Europe de l'Ouest	29 715	30 525	31 080 ✓
Amérique du Nord	15 692	15 036	15 441 ✓
Asie Pacifique	13 701	15 033	16 486 ✓
Amérique Latine	5 759	7 878	8 522 ✓
Europe de l'Est	4 324	4 784	5 241 ✓
Afrique Moyen Orient	1 203	1 732	1 841 ✓
Total	70 394	74 978	78 611 ✓

RÉPARTITION PAR GENRE ET ÂGE MOYEN DE L'EFFECTIF COSMÉTIQUE + TBS - DÉTAIL 2014

	<i>Total</i>	<i>Hommes</i>	<i>Femmes</i>	<i>Âge moyen</i>	<i>% femmes</i>
Europe de l'Ouest	31 080	9 842	21 238	39	68 %
Amérique du Nord	15 441	4 187	11 254	37	73 %
Asie Pacifique	16 486	4 967	11 519	34	70 %
Amérique Latine	8 522	3 098	5 424	35	64 %
Europe de l'Est	5 241	1 720	3 521	35	67 %
Afrique Moyen Orient	1 841	955	886	35	48 %
Total	78 611 ✓	24 769 ✓	53 842 ✓	37	68 % ✓

(8) Galderma et Innéov exclus.

COLLABORATEURS À TEMPS PARTIEL/TEMPS PLEIN DE L'EFFECTIF COSMÉTIQUE + TBS - HISTORIQUE

	<i>Temps partiel</i>			<i>Temps plein</i>		
	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Europe de l'Ouest	6 360	6 927	6 501	23 387	23 631	24 579
Amérique du Nord	3 233	3 110	3 626	12 459	11 926	11 815
Asie Pacifique	78	220	349	13 626	14 813	16 137
Amérique Latine	0	2	112	5 763	7 874	8 410
Europe de l'Est	15	23	22	3 215	4 764	5 219
Afrique Moyen Orient	2	2	2	2 299	1 730	1 840
Total	9 688	10 284	10 611	60 749	64 738	68 000

COLLABORATEURS À TEMPS PARTIEL/TEMPS PLEIN DE L'EFFECTIF COSMÉTIQUE + TBS - DÉTAIL 2014

	<i>Temps partiel</i>			<i>Temps plein</i>			<i>Total</i>
	<i>Hommes</i>	<i>Femmes</i>	<i>Total</i>	<i>Hommes</i>	<i>Femmes</i>	<i>Total</i>	
Europe de l'Ouest	382	6 119	6 501	9 460	15 119	24 579	31 080
Amérique du Nord	251	3 375	3 626	3 936	7 879	11 815	15 441
Asie Pacifique	43	306	349	4 924	11 213	16 137	16 486
Amérique Latine	6	106	112	3 092	5 319	8 410	8 522
Europe de l'Est	0	22	22	1 720	3 499	5 219	5 241
Afrique Moyen Orient	0	1	1	955	885	1 840	1 841
Total	682	9 929	10 611	24 087	43 914	68 000	78 611

COLLABORATEURS EN CONTRAT PERMANENT / CONTRAT TEMPORAIRE DE L'EFFECTIF COSMÉTIQUE + TBS - HISTORIQUE

	<i>Contrat temporaire</i>			<i>Contrat permanent</i>		
	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Europe de l'Ouest	2 116	2 181	2 526	27 631	28 377	28 544
Amérique du Nord	199	198	450	15 493	14 838	14 991
Asie Pacifique	3 608	4 195	5 191	10 097	10 838	11 295
Amérique Latine	698	343	419	5 065	7 533	8 103
Europe de l'Est	185	191	288	3 045	4 596	4 953
Afrique Moyen Orient	31	127	143	2 270	1 605	1 698
Total	6 837	7 235	9 017	63 601	67 787	69 594

COLLABORATEURS EN CONTRAT PERMANENT / CONTRAT TEMPORAIRE DE L'EFFECTIF COSMÉTIQUE + TBS – DÉTAIL 2014

	<i>Contrat temporaire</i>			<i>Contrat permanent</i>			<i>Total</i>
	<i>Hommes</i>	<i>Femmes</i>	<i>Total</i>	<i>Hommes</i>	<i>Femmes</i>	<i>Total</i>	
Europe de l'Ouest	449	2 077	2 526	9 393	19 161	28 554	31 080
Amérique du Nord	116	334	450	4 071	10 920	14 991	15 441
Asie Pacifique	1 584	3 607	5 191	3 383	7 912	11 295	16 486
Amérique Latine	150	269	419	2 947	5 156	8 103	8 522
Europe de l'Est	117	171	288	1 603	3 350	4 953	5 241
Afrique Moyen Orient	54	89	143	901	797	1 698	1 841
Total	2 470	6 547	9 017	22 298	47 296	69 594	78 611

% DE CADRES DE L'EFFECTIF COSMÉTIQUE + TBS

	<i>% Cadres</i>		
	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Europe de l'Ouest	39 %	39 %	40 %
Amérique du Nord	32 %	34 %	35 %
Asie Pacifique	36 %	36 %	35 %
Amérique Latine	34 %	33 %	35 %
Europe de l'Est	50 %	51 %	48 %
Afrique Moyen Orient	62 %	61 %	62 %
Total	38 %	38 %	38 %

NB : La définition des statuts a été revue au cours de l'année 2014. Les chiffres des années 2012 et 2013 ont donc été recalculés pour être conformes à cette nouvelle définition.

RETROUVEZ CES INFORMATIONS SUR LES EFFECTIFS DU GROUPE AU SEIN DE LA FICHE « PRATIQUES EN MATIÈRE D'EMPLOI ET TRAVAIL DÉCENT » AU SEIN DE CE RAPPORT AINSI QUE DANS LA RUBRIQUE 6.2.2.1. « L'EMPLOI » EN PAGE 218 ET SUIVANTES DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

G4
11

Pourcentage de l'ensemble des salariés couverts par une convention collective

En 2014, 43 % des employés du Groupe (cosmétique et TBS) sont officiellement couverts par une convention collective (nationale et/ou sectorielle et/ou d'entreprise). 96 % d'entre eux sont couverts par des conventions collectives d'entreprise.

Dans le monde entier, 78 % des employés L'Oréal travaillent dans des filiales où des corps représentatifs sont officiellement en place, même si tous ces employés ne sont pas officiellement couverts par une convention collective. (Dans certains pays les conventions collectives couvrent uniquement les employés qui adhèrent à un syndicat, tandis que dans d'autres pays ils couvrent automatiquement tous les employés – principe erga omnes -).

Le bilan des accords collectif

La politique sociale de L'Oréal permet la conclusion d'un certain nombre d'accords collectifs chaque année dans les filiales. En 2014, 224 accords ont été signés en France et 88 accords ont été signés dans le reste du monde.

Au niveau mondial le nombre d'accords en vigueur au 31 décembre 2014 était de 765, dont 477 en France.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LES RELATIONS SOCIALES, CONSULTEZ LA RUBRIQUE 6.2.2.3. «RELATIONS SOCIALES» PAGE 226 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

VOIR AUSSI FICHE « PRATIQUES EN MATIÈRE D'EMPLOI ET TRAVAIL DÉCENT », APPROCHE MANAGÉRIALE, AU SEIN DE CE RAPPORT.

G4
12

Chaîne d'approvisionnement de l'organisation

L'Oréal produit 86.7% de ses références dans ses propres usines ⁽¹⁾. Pour alimenter ses usines, L'Oréal achète :

- **les matières premières** (diverses matières premières entrent dans la composition des produits) : polymères, corps gras, produits naturels, parfums... ;
- **les emballages** (flacons et pots en plastique, flacons et pots en verre, pièces injectées, tubes en plastique, tubes en aluminium, bidons aérosols, systèmes de diffusion, étiquettes, notices, calages, étuis...);
- **et les équipements de production** : équipements de fabrication (skids de fabrication, équipements de pesée, équipements de lavage...), machines de conditionnement (remplisseuses, étiqueteuses, distributeurs, machines de regroupements...) et outillages industriels (compresseurs, chaudières, ...) nécessaires à la fabrication des produits finis.

En parallèle de sa propre production interne, le Groupe fait appel à un panel d'entreprises sous-traitantes pour le conditionnement ou la finition de produits finis, la fabrication de produits finis spécifiques (savons, crayons, lingettes, ...etc.) et des services logistiques.

En plus de ces achats directement liés à la production, L'Oréal achète :

- **des objets promotionnels et publicitaires** (PLV multi matériaux, PLV Carton (présentoirs), coffrets, impression (notices, book...), cadeaux consommateurs accessoires (bagagerie, textile, accessoires...)), et des prestations marketing (prestation d'agences de création, de post-production, espaces publicitaires, et plus en amont les études de marchés, sans oublier les supports digitaux) ;
- **des produits et services non liés à la production** et communément nommés Indirects (Prestations intellectuelles, voyages, déplacements, facility management, énergie, intérim, formation, informatique et télécommunications).

Pour couvrir l'ensemble de ses besoins, L'Oréal fait ainsi appel à plusieurs milliers de fournisseurs à travers le monde.

Les achats du Groupe sont majoritairement réalisés dans la même zone géographique que ses propres usines : 80 % en moyenne des montants d'achats de packaging, matières premières et sous-traitance sont réalisés avec des fournisseurs situés dans la zone géographique de l'usine concernée (Europe, USA, Asie, LATAM, ZAMO).

Le volume mondial des achats directement liés à la production (emballages, matières premières et sous-traitance) représentait 3.64 milliards d'euros en 2014 (Périmètre cosmétique, hors TBS).

(1) Périmètre Groupe hors The Body Shop

G4
13

Changements substantiels de taille, de capital ou de la chaîne d'approvisionnement de l'organisation survenus au cours de la période de reporting

› CAPITAL SOCIAL

Le Président, sur délégation du Conseil d'Administration du 17 avril 2014, a constaté le capital social au 31 décembre 2014, qui s'élevait à 112 246 077,80 euros divisé en 561 230 389 actions.

› FAITS MARQUANTS DE LA PÉRIODE DU 01/01/2014 AU 31/12/2014

- Le 9 janvier, L'Oréal a obtenu l'accord du Ministère du Commerce de la République Populaire de Chine sur le projet d'acquisition de la totalité des actions de la société *Magic Holdings International Ltd.*, cotée à la bourse de Hong-Kong. L'opération a été finalisée le 8 avril 2014. L'Oréal réalise ainsi son investissement le plus important sur le marché de la beauté en Chine.
- Le 11 février, L'Oréal et Nestlé ont annoncé un projet d'opération stratégique de rachat par L'Oréal à Nestlé de 48,5 millions de ses propres actions (soit 8% des actions L'Oréal) sous condition suspensive de la cession par L'Oréal de sa participation dans le laboratoire pharmaceutique *Galderma*. Cette opération a été finalisée le 8 juillet 2014. La cession de *Galderma* entraîne, au second semestre la constatation d'une plus-value d'environ 2 milliards d'euros.
- Le 19 février, L'Oréal et *Shiseido* ont signé le contrat d'acquisition par lequel L'Oréal acquiert *Decléor et Carita*. Cette opération a été finalisée le 30 avril 2014.
- Le 17 avril 2014, l'Assemblée Générale des actionnaires de L'Oréal a renouvelé le mandat d'administrateur de Monsieur Jean-Paul Agon. Le Conseil d'Administration réuni à l'issue de cette Assemblée Générale a décidé de reconduire Monsieur Jean-Paul Agon dans ses fonctions de Président-Directeur Général.
- Le 18 juin 2014, la signature d'un accord a été annoncée en vue de l'acquisition de *NYX Cosmetics*, marque de maquillage de grande diffusion d'inspiration professionnelle basée à Los Angeles. Cette opération a été finalisée le 30 juillet 2014.
- Le 20 octobre, L'Oréal USA a annoncé l'acquisition de *Carol's Daughter*, marque américaine de produits de beauté multiculturelle et pionnière de la tendance beauté naturelle. Cette marque répond aux besoins d'un marché diversifié qui se développe rapidement et a réussi à fidéliser ses consommateurs à travers tout le pays. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 27 millions de dollars au cours des 12 derniers mois (à fin septembre).
- Le 27 novembre, L'Oréal et Nestlé ont annoncé leur projet de mettre fin à l'activité de leur joint-venture *Innéov* au premier trimestre 2015.
- Le 18 décembre, L'Oréal a pris acte de la décision de l'Autorité de la concurrence française qui condamne les fabricants des secteurs des produits d'entretien et d'hygiène pour des faits remontant au début des années 2000. L'Oréal a fait appel de cette décision.
- En cours de finalisation au premier semestre 2015, l'acquisition de *Niely Cosmetics*, annoncée le 8 septembre 2014, a été approuvée par les autorités réglementaires brésiliennes. *Niely Cosmetics* est la plus grande entreprise indépendante de produits capillaires et de coloration au Brésil, et a réalisé un chiffre d'affaires de 140 millions d'euros en 2013.



RETROUVEZ CES INFORMATIONS SUR LES « FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE 2014 » DANS LA RUBRIQUE 3.3.1. « FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE 2014 », PAGES 114 ET 115 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

G4
14

Principe de précaution

À la demande du Président-Directeur Général, la Direction Générale Administration et Finances a réuni les éléments constitutifs du Rapport sur les procédures de contrôle interne et de gestions des risques sur la base des différents travaux réalisés par les services en charge des domaines du Contrôle Interne et de la gestion des risques du Groupe et qui vise à couvrir les principaux risques opérationnels, juridiques, industriels, environnementaux, économiques et financiers décrits à la rubrique. 1.8. « Facteurs de risques » du Document de Référence 2014, page 25 et suivantes.

Ces considérations étant rappelées, il convient de noter :

DES ENGAGEMENTS FORTS EN MATIÈRE DE RESPONSABILITÉ SOCIALE ET DE SÉCURITÉ

La Direction des Opérations, à l'image du Groupe, joue un rôle prépondérant en matière de responsabilité sociale et de sécurité. A travers son programme *Buy & Care*, L'Oréal incite ses fournisseurs à plus de responsabilité et effectue un suivi rigoureux de leurs engagements à travers de nombreux audits sociaux chez les fournisseurs du monde entier.

Depuis que le programme a été mis en place, ce sont près de 6100 audits sociaux qui ont été effectués auprès de 4200 sites des fournisseurs du Groupe. L'objectif n'est pas de sanctionner les fournisseurs mais de les aider à améliorer leurs normes de sécurité et leurs performances environnementales et sociales. Le Groupe a été primé par *Vigeo* en 2012 pour la prévention du dumping social dans la chaîne d'approvisionnement.

En créant le programme *Solidarity Sourcing*, le Groupe a par ailleurs pris l'initiative de faire travailler des fournisseurs locaux qui s'engagent en faveur des minorités : travailleurs handicapés ou issus de milieux défavorisés. Il peut également s'agir de très petits fournisseurs ou d'acteurs du commerce équitable que L'Oréal valorise par l'intermédiaire de ses fournisseurs. Ce programme a été lancé officiellement en 2012 auprès des fournisseurs du Groupe afin de les inciter à développer cette même démarche avec leurs fournisseurs. Le programme *Solidarity Sourcing* s'inscrit pleinement dans la démarche RSE du Groupe *Sharing Beauty With All* en répondant au quatrième volet « Partager notre croissance avec les Communautés », dont l'objectif à l'horizon 2020 est de permettre à plus de 100 000 personnes issues de communautés en difficultés sociales ou financières d'accéder à un emploi. En 2014, ce sont 52 000 personnes qui ont accédé à l'emploi grâce au programme *Solidarity Sourcing*.

En matière de sécurité, la Direction des Opérations est particulièrement attentive aux collaborateurs qui travaillent dans les sites de production. Ils sont formés au respect des règles de sécurité et observent chaque jour une « minute sécurité » afin de prévenir et d'éviter les accidents.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LE SOLIDARITY SOURCING, CONSULTEZ L'INDICATEUR EC7 DE LA FICHE « ÉCONOMIE » AU SEIN DE CE RAPPORT AINSI QUE LA RUBRIQUE « ÊTRE ACTEUR D'INCLUSION AU SEIN DES COMMUNAUTÉS » EN PAGE 25 DU RAPPORT D'AVANCEMENT *SHARING BEAUTY WITH ALL* 2014.

POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA POLITIQUE DE L'ORÉAL EN MATIÈRE DE SANTÉ ET SÉCURITÉ, CONSULTEZ L'INDICATEUR LA6 AU SEIN DE LA FICHE « PRATIQUES EN MATIÈRE D'EMPLOI ET TRAVAIL DÉCENT » AU SEIN DE CE RAPPORT.

LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT AU CŒUR DE LA PRODUCTION

En matière de production durable, la politique environnementale du Groupe vise à la fois à déployer les meilleures pratiques d'efficacité énergétique, d'efficacité de consommation des ressources, de réduction des déchets et de leur meilleur traitement possible ainsi qu'à mettre en œuvre des projets de rupture dans une recherche permanente de performance opérationnelle alliée à une performance environnementale.

Au travers des Engagements 2020 pris avec le programme *Sharing Beauty With All*, le Groupe poursuit la démarche initiée en 2009 de réduction de son empreinte environnementale pour ses usines et ses centrales de distribution. L'engagement de diminution de 50 % de ses émissions de CO₂ en valeur absolue (directes et indirectes), de sa consommation d'eau et de sa génération de déchets par produit fini (PF) entre 2005 et 2015 est porté à 60% entre 2005 et 2020 (voir l'Approche Managériale et les indicateurs correspondants de la fiche « Environnement » au sein de ce rapport pour plus de précisions sur les mesures prises par le Groupe pour entre autres réduire ses émissions carbone, sa consommation d'eau et d'énergie et sa production de déchets). En outre, les impacts environnementaux liés au packaging, au transport et aux bâtiments sont également pris en compte.

Dans tous les sites du Groupe, des initiatives de choix des sources d'énergies alternatives les plus adaptées à l'écosystème local se mettent en place : géothermie à Vichy en France, panneaux photovoltaïques au Mexique, biométhanisation en Belgique, phytorestoration à Mourenx en France, nouvelle centrale biomasse à Burgos en 2014 ... En 2014, L'Oréal a obtenu du *Carbon Disclosure Project* les scores très élevés de A en performance, 98 en transparence (le score obtenu en 2013 était A 93) et a reçu un prix de *Best performer in Climate Change Leadership*. Le détail de ces scores figure au chapitre 6 du Document de Référence 2014 p. 243.

▶ LES MESURES PRISES EN FAVEUR DE LA SANTÉ ET DE LA SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS

Politique

La protection de la sécurité des consommateurs est une priorité absolue pour L'Oréal : l'évaluation de la sécurité des produits est au cœur du développement des nouveaux produits et un prérequis à la mise sur le marché de tout produit.

Les mêmes exigences de sécurité sont appliquées partout dans le monde afin que les consommateurs du monde entier aient accès à des produits de même qualité.

Le Groupe a mis en place une Direction Internationale responsable de l'évaluation de la sécurité des produits (Worldwide Safety Evaluation) composée d'une équipe de près de 100 collaborateurs répartie sur 3 continents.

Mise en œuvre

Le Groupe L'Oréal a instauré un processus afin que tous les produits développés, quelle que soit la localisation du laboratoire maître d'œuvre, soient soumis à une évaluation rigoureuse de leur sécurité. Ainsi, les évaluations réalisées par la Direction Internationale de la sécurité des produits (Worldwide Safety Evaluation), basées sur une approche scientifique multidisciplinaire, jalonnent toutes les étapes du cycle de vie des produits. Cette approche permet également à L'Oréal de répondre aux exigences de sécurité des réglementations nationales de l'ensemble des pays où les produits du Groupe sont commercialisés.

L'évaluation de la sécurité des produits repose sur l'évaluation de la sécurité de chaque ingrédient et produit fini sur la base des données sécuritaires existantes et des dernières connaissances médicales et scientifiques. Si nécessaire, L'Oréal réalise des études d'innocuité additionnelles dans des laboratoires qualifiés situés dans le monde entier. Leurs résultats sont interprétés par des scientifiques expérimentés spécialement formés aux évaluations de sécurité des ingrédients et produits cosmétiques.

Chaque produit sur le marché fait l'objet de l'émission d'un rapport sur la sécurité du produit cosmétique conformément aux exigences du règlement EC 1223/2003.

Par ailleurs, les principes éthiques de L'Oréal, ancrés à la fois dans la rigueur scientifique et la prise en compte des enjeux sociétaux, conduisent à une logique d'anticipation qui fait évoluer les formulations en retirant et/ou substituant les substances mises en cause.

La valeur ajoutée de L'Oréal en matière d'évaluation de la sécurité des ingrédients et des produits finis repose sur l'investissement réalisé depuis plus de 20 ans dans le développement de méthodes prédictives et dans l'ingénierie tissulaire. Ainsi, L'Oréal investit, depuis de très nombreuses années, dans la science et la technologie pour créer de nouveaux outils d'évaluation qui sont utilisés quotidiennement par les évaluateurs de la sécurité.

L'Oréal collabore également avec l'ensemble des acteurs internationaux impliqués dans ces domaines afin de travailler au développement de solutions alternatives transversales dans le domaine de l'évaluation de la sécurité.

Cet engagement historique permet au Groupe de ne plus réaliser de test sur l'animal de laboratoire pour aucun de ses produits ou ingrédients, et ce partout dans le monde. Le Groupe ne délègue pas non plus cette tâche à d'autres. Une exception pourrait être tolérée si une autorité l'exigeait à des fins sécuritaires ou réglementaires.

Au final, les produits L'Oréal évoluent continuellement au rythme des innovations technologiques, mais avec le souci constant de garantir le plus haut niveau de sécurité des consommateurs et des professionnels.

RETROUVEZ CES INFORMATIONS CONCERNANT LA QUALITÉ ET LA SÉCURITÉ DES PRODUITS DANS :



- L'INDICATEUR PR1 DE LA FICHE « RESPONSABILITÉ LIÉE AUX PRODUITS » AU SEIN DE CE RAPPORT ;
- LA RUBRIQUE 6.4.3. « LES MESURES PRISES EN FAVEUR DE LA SANTÉ ET DE LA SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS EN PAGE 249 ET SUIVANTES DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

TESTS SUR L'ANIMAL : ÉTHIQUE ET INNOVATION RÉCONCILIÉS

Pour répondre aux exigences essentielles d'innocuité des innovations, la Recherche s'est engagée dans les années 1980 dans le développement de méthodes alternatives aux tests sur animaux pour l'évaluation de la sécurité de ses produits et de ses actifs. Des progrès majeurs ont été réalisés grâce à l'ingénierie tissulaire : reconstruire le premier épiderme humain en 1979, puis la première peau complète (épiderme et derme) en 1996.

Aujourd'hui, 12 modèles de peau et de cornée reconstruites ont été mis au point. Ces modèles sont de fabuleux outils pour prédire la sécurité et l'efficacité des produits et permettent de réduire les délais de mise sur le marché. Grâce à eux, L'Oréal a pu mettre fin aux tests sur animaux pour les produits finis en 1989 (14 ans avant que la loi ne l'exige en Europe) et élaborer des stratégies d'évaluation prédictive pour satisfaire à la récente réglementation européenne qui interdit toute commercialisation de produits contenant le moindre ingrédient ayant été testé sur l'animal après le 11 mars 2013.

Cette loi n'a pas eu d'impact sur l'innovation du Groupe qui ne conduit plus de tests sur l'animal depuis mars 2013 et ne délègue à personne nulle part dans le monde cette responsabilité.

Episkin en Chine

En quatre décennies de collaborations scientifiques internationales, le Groupe s'est constitué une véritable expertise en la matière. Cet engagement éthique a conduit à la validation de plusieurs méthodes alternatives puis au basculement dans l'ère de l'évaluation prédictive. Il s'est traduit par la création d'une filiale, *Episkin*, qui produit et commercialise à Lyon des modèles ayant fait l'objet de validations. L'engagement s'est internationalisé en accompagnant les évolutions législatives et réglementaires au Brésil, en Inde, en Chine ... C'est dans cette logique qu'une production de peaux reconstruites asiatiques a démarré en Chine dès 2008 dont la commercialisation par la société *Shanghai Episkin Biotechnology Co. Ltd*, récemment créée, est désormais envisageable.

Validations en cours

L'Oréal participe à la validation de plusieurs méthodes alternatives. En Europe, pour la sensibilisation et l'imitation oculaire, au Japon, pour la corrosivité et l'irritation oculaire. En Chine, en partenariat avec les autorités, L'Oréal participe à la prévalidation d'une méthode alternative pour l'imitation cutanée sur un modèle *Episkin* chinois.



RETROUVEZ CES INFORMATIONS CONCERNANT SUR L'INNOUCITÉ DES PRODUITS DANS L'INDICATEUR PRT1 DE LA FICHE « RESPONSABILITÉ LIÉE AUX PRODUITS » DU PRÉSENT RAPPORT.

G4
15

Chartes, principes et autres initiatives en matière économique, environnementale et sociale, développés en externe et auxquels l'organisation a souscrit ou donné son aval

L'Oréal est signataire depuis 2003 du Pacte Mondial des Nations Unies et soutient et met en œuvre dans sa sphère d'influence les dix principes fondamentaux relatifs aux Droits de l'Homme, aux normes du travail, aux normes environnementales et à la lutte contre la corruption.

Cet engagement est soutenu au plus haut niveau de l'entreprise par le Président-Directeur Général de L'Oréal qui chaque année renouvelle l'engagement de L'Oréal à l'égard du Pacte Mondial des Nations Unies.

L'Oréal est membre du Global Compact France.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LE PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES, CONSULTEZ LE REPORTING ANNUEL AUPRÈS DU PACTE MONDIAL :

<http://www.loreal.fr/gouvernance/agir-avec-ethique/loreal-soutient-le-pacte-mondial-des-nations-unies.aspx#content>

En 2014, le Président-Directeur Général a signé au nom de L'Oréal les *Women's Empowerment Principles*, une initiative de l'UN Women et du Pacte Mondial des Nations Unies, qui vise à promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes sur le lieu travail, le marché et au sein de la communauté.

G4
16

Affiliations à des associations ou organisations nationales ou internationales

L'Oréal, en tant que leader de l'industrie cosmétique, considère comme de son devoir d'être proactif et de participer à l'élaboration des réglementations locales dans les pays dans lesquels le Groupe est implanté.

C'est pourquoi le Groupe est engagé au sein de *Cosmetics Europe (ex-Colipa)* qui est l'association professionnelle des industries cosmétiques et qui est presque systématiquement l'organisme qui est cité, référencé ou agit comme porte-paroles vis à vis des parties prenantes, mais aussi au sein de différentes associations professionnelles au niveau européen : *Medef, AFEP et AIM*. En Amérique du sud, L'Oréal est engagé auprès de *CASIC et CONARS* (sur les aspects autorégulation et publicité responsable).

LEADERSHIP, COLLABORATION ET ASSISTANCE

L'Oréal conserve son rôle de meneur et partage ses avancées dans le domaine du développement durable en participant et en collaborant notamment à :

- *L'Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises (ORSE)*, réseau européen d'entreprises pour le développement et l'échange d'outils et de connaissances liés à la responsabilité sociale d'entreprise ;
- *CSR Europe*, réseau européen d'entreprises pour la promotion de la responsabilité sociale d'entreprise, comptant près de 75 groupes multinationaux ;
- *Carbon Disclosure Project*, ONG internationale qui fournit le seul système mondial pour les entreprises et les villes qui leur permettent de mesurer, communiquer, manager et partager de l'information environnementale ;
- *WBCSD (World Business Council for Sustainable Development)*, association internationale réunissant les PDG de plusieurs entreprises et traitant exclusivement des questions de développement durable en entreprise ;
- *Pacte mondial de l'ONU* – L'Oréal est signataire des 10 principes du Pacte mondial depuis 2003 ;
- *CDP Forest*, qui accompagne les entreprises afin de déterminer ensemble leur « empreinte forestière » ;
- *EUROPEN (European Organisation For Packaging and the Environment)*, qui regroupe les entreprises soucieuses d'apporter et faire valoir leur point de vue concernant l'emballage et l'environnement, auprès des pouvoirs publics ;
- Commission anti-corruption de la *Chambre de commerce internationale* ;
- *Transparency International France*.

Par ailleurs, le Groupe intègre l'éthique au cœur de ses pratiques. Dans un esprit d'amélioration continu, L'Oréal travaille ainsi également avec de nombreuses associations et instituts reconnus pour leur expertise en matière éthique :

- Global Council on Business Conduct
- The Conference Board
- Ethics and Compliance Officers Association
- Institute of Business Ethics
- European Business Ethics Network
- Institut Français des Administrateurs
- Cercle Ethique des Affaires
- Transparency International France

En outre, L'Oréal :

- soutient la recherche universitaire, notamment en parrainant la chaire de bioplastique de l'École des Mines de Paris qui étudie les matériaux d'emballage alternatifs ;
- participe aux principaux forums et réseaux de l'industrie ;
- maintient un dialogue actif et ouvert sur les thèmes liés au développement durable avec les parties prenantes concernées, notamment les groupes de défense de l'environnement, les partenaires caritatifs et fournisseurs du Groupe.

➤ DIVERSITÉ

L'Oréal est engagé depuis plus de 10 ans dans une politique innovante et ambitieuse en faveur des Diversités. Le Groupe s'est fixé trois priorités :

- 1 - le genre,
- 2 - l'inclusion du handicap,
- 3 - l'origine socioculturelle et ethnique.

Le Groupe intervient plus particulièrement dans les domaines des ressources humaines, des achats solidaires et du marketing.

Au 31 décembre 2014, avec un réseau de plus de 96 coordinateurs Diversité 🌱 dans le monde, les initiatives menées par toutes les filiales du Groupe, font de L'Oréal un pionnier et l'un des acteurs reconnus dans le domaine de la diversité au plan mondial.

Dès 2004, L'Oréal a été membre fondateur de la première Charte de la Diversité en France. Le Groupe est aujourd'hui signataire de 9 chartes au total (Allemagne, Autriche, Belgique, Italie, Pologne, Espagne, Finlande, France et Suède), dont 5 ont été créées à l'initiative de L'Oréal. Dernière en date, L'Oréal Finlande a été membre fondateur de la Charte Diversité Finlandaise en 2012.

- Dans le domaine de l'**égalité socioprofessionnelle homme/femme**, L'Oréal s'est vu décerner depuis 2010 le 1^{er} label européen, le « Gender Equality European Standard » (GEES), pour ses entités en Europe.

Récapitulatif des certifications GEES :

- 2010 (audit initial) : Allemagne, France, Espagne, Italie, Belgique, Royaume-Uni, Irlande et L'Oréal S.A.
- 2012 (audit initial) : Pays Baltes (Estonie, Lituanie, Lettonie), Portugal, République Tchèque, Hongrie, Slovaquie et Pologne
- 2013 (audit mi-parcours) : Allemagne, France, Espagne, Italie, Belgique, Royaume-Uni, Irlande et L'Oréal S.A.
- 2014 (audit initial) : Autriche, Finlande, Suède, Pays-Bas, Croatie, Bulgarie, Slovénie et Roumanie
- 2014 (audit mi-parcours) : Pays Baltes (Estonie, Lituanie, Lettonie), Portugal, République Tchèque, Hongrie, Slovaquie et Pologne

Au total, 24 entités 🌱 du Groupe L'Oréal sont labellisées et sont audités régulièrement pour mesurer leurs progrès.

Ces efforts ont été reconnus par le *Fonds Arborus*, l'organisme fondateur du *label GEES*. En Novembre 2014, L'Oréal a obtenu une mention spéciale pour le réseau de Certification le plus étendu en Europe.

L'Oréal France a également reçu le label Égalité Professionnelle.

Toujours en matière d'égalité homme/femme, L'Oréal Mexique a reçu le label d'entreprise « Modèle Équité de Genre » de la Banque Mondiale en octobre 2012.

Finalement, 7 pays (Australie, Brésil, Canada, États-Unis, Inde, Philippines et Russie) ont commencé le processus de *certification EDGE* (Economic Dividend for Gender Equality) sur l'égalité socioprofessionnelle des hommes et femmes dans le monde en 2014.

L'Oréal USA  a obtenu le *label EDGE* en été 2014. Les 6 autres pays  finalisent l'étape d'évaluation afin de recevoir la certification.

En outre, L'Oréal a obtenu le *prix Vigeo* pour ses actions envers les femmes et L'Oréal USA a été reconnu comme un des *Top 10 Champions of Global Diversity*.

● En ce qui concerne le **handicap**, L'Oréal développe depuis 2008, une politique mondiale en faveur de l'insertion du handicap dans l'entreprise. Cette politique est articulée autour de cinq priorités :

- 1 - la sensibilisation,
- 2 - l'accessibilité à l'information et à l'infrastructure,
- 3 - les partenariats,
- 4 - le recrutement,
- 5 - le maintien dans l'emploi.

Pour accélérer la mobilisation de ses filiales, L'Oréal a mis en place en 2008 les *Trophées Initiatives pour le Handicap* qui récompensent les entités opérationnelles pour leurs actions concrètes en faveur du handicap. Ces trophées, remis tous les deux ans, permettent de valoriser et de partager les bonnes pratiques menées par les différentes entités de L'Oréal en France et en Europe. En 2012, cette initiative a été ouverte à l'international, ce qui a permis à 14 pays de quatre zones géographiques d'y participer. Finalement en 2014, 65 pays du Groupe ont montré leur engagement en soumettant 80 projets .

En 2013, L'Oréal Chili a reçu le *label Sello Inclusivo* qui reconnaît les efforts en matière d'accessibilité. De même, L'Oréal a signé l'accord avec l'Organisation Internationale du Travail pour faire partie du *Disability Network* de cette organisation, afin de partager ses *best practices* et d'interagir avec les parties prenantes, telles que les Organisations Non Gouvernementales, les associations civiles et autres entreprises au sein du comité d'organisation.

En 2009 L'Oréal a co-créé avec le Ministère du Travail italien, *Telefonica* et la Fondation ONCE en Espagne, le réseau *CSR+Disability*. Ce réseau tri-national, et qui réunit des acteurs provenant de la sphère privée, publique et associative, a pour objectif de promouvoir l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap à travers toute l'Europe. En 2013, fruit de ce partenariat, a été co-créé le *1st European Award for Social Entrepreneurship and Disability : Promoting Social Investment*. Ce prix vise à identifier et récompenser les projets d'entrepreneurs sociaux européens dans le champ de l'inclusion du handicap ou de projets innovants portés par des entrepreneurs avec un handicap. Le gagnant de la première édition du prix travaille, depuis 2014, en étroite collaboration avec L'Oréal Autriche. En 2014, L'Oréal a soutenu activement le lancement de la deuxième édition du prix qui sera remis en Mars 2015.

Le 3 décembre est la journée internationale des personnes en situation de handicap déclarée par l'ONU. Un kit de communication a été envoyé à toutes les filiales du groupe en Novembre 2014 afin de les aider à organiser une journée ou toute une semaine de sensibilisation au handicap. À date 5 filiales du Groupe se sont mobilisées et ont créé des événements de sensibilisation pour leurs collaborateurs : Brésil, États-Unis, Mexique, Chine et Uruguay. La France a également mobilisé les équipes du siège pour les sensibiliser sur le sujet.

● Enfin, 28 pays ont axé une partie de leur stratégie **diversité sur les origines sociales et ethniques**. En ce qui concerne le recrutement, 59 pays dans lesquels le Groupe est implanté, ont mis en place des actions pour diversifier l'origine de leurs recrutements avec un objectif : permettre à tous les talents d'accéder aux plus hauts niveaux de responsabilité de l'entreprise, quelles que soient leurs différences et leurs origines.

L'Oréal a accueilli au sein de son siège la Conférence Européenne sur les Origines en partenariat avec *ENAR (European Network Against Racism)* en octobre 2013. En 2014, ENAR a de nouveau été accueilli par L'Oréal pour sa conférence afin d'explorer les bonnes pratiques des entreprises pour aborder la question de l'origine ethnique et culturelle dans l'emploi.

L'Oréal a par ailleurs mis en place un « Bilan des Diversités » en France avec une centaine d'indicateurs recouvrant l'ensemble des 6 dimensions de la politique des Diversités. Dans la même dynamique, un outil automatique de reporting diversité avec 30 indicateurs (recrutement, formation, rémunération...) a été mis à disposition de toutes les filiales.

Afin d'accompagner ces initiatives, L'Oréal a entrepris de former ses collaborateurs à la diversité, en organisant « Les Ateliers de la Diversité ». Cette formation d'une journée a permis de sensibiliser plus de 15 000 collaborateurs dans plus de 20 pays.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LE GEES, CONSULTEZ :

http://www.bureauveritas.fr/wps/wcm/connect/bv_fr/local/services+sheet/gender-equality-european-standard

POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LE PROGRAMME EVE : <http://www.eveprogramme.com/>

Aspects et périmètres pertinents identifiés

G4
17

Structure opérationnelle de l'organisation, description des principales divisions, entités opérationnelles, filiales et coentreprises

Présent dans 130 pays, le Groupe a su, au cours de ses 100 premières années d'existence, séduire près d'un milliard de consommateurs soit environ 15 % de la population de la planète. Avec l'accélération de la mondialisation, la mission de L'Oréal s'élargit : fort de ses positions internationales et de sa puissance d'innovation, le Groupe a pour ambition de conquérir un milliard de nouveaux consommateurs dans les 10 ou 15 prochaines années.

Le siège de la société L'Oréal se situe en France. Celle-ci exerce une activité commerciale spécifique à la France. En parallèle, la société L'Oréal exerce une fonction de holding et de coordination stratégique, scientifique et industrielle du Groupe dans le monde. L'essentiel des filiales a un rôle de développement et de commercialisation des produits fabriqués par les usines du Groupe. La société L'Oréal possède la totalité du capital de la très grande majorité de ses filiales.

Les divisions cosmétiques représentent environ 96 % du chiffre d'affaires consolidé en 2014 et sont organisées en quatre Divisions opérationnelles présentes dans chaque zone et dans chaque pays et correspondant chacune à un circuit de commercialisation :

● Division Produits Professionnels : Offrir le meilleur de la beauté professionnelle.

Dans toutes ses catégories historiques (soin, coloration, coiffage et forme), la Division a construit un portefeuille de marques unique : luxe capillaire (*Kérastase*, *Shu Uemura Art of Hair*), marques Premium généralistes (*L'Oréal Professionnel*, *Redken*), marque professionnelle accessible (*Matrix*), et marques spécialistes ciblées.

Afin de continuer à renforcer le leadership des marques, développer les marchés et accélérer la conquête de nouveaux salons professionnels, la stratégie s'organise :

- par région : accélérer la croissance dans les Nouveaux Marchés (valorisation de la profession par l'éducation, développement d'une offre parfaitement adaptée tant au niveau des produits que des services, développement de canaux de distribution complémentaires), redynamiser la croissance dans les pays matures en ré-enchantant l'expérience en salon (concept e-motion, nouveaux services professionnels exclusifs, développement du coiffeur expert de mode),
- par catégorie : en élargissant son expertise professionnelle à deux nouveaux segments (soin et couleur des ongles, soin de la peau avec *Decléor* et *Carita*) : ces activités nouvelles, très complémentaires du métier de la coiffure, permettront de renforcer l'autorité de la Division sur l'ensemble de la beauté professionnelle, en salons et instituts de beauté.

● Division Produits Grand Public : L'innovation cosmétique accessible à tous.

La Division des Produits Grand Public construit son développement autour du déploiement de ses trois grandes marques mondiales (*L'Oréal Paris*, *Garnier*, *Maybelline*), renforcées par plusieurs marques spécialisées ou régionales (*Magic*, *Essie*, *Dark and Lovely*, *Nice & Lovely*, *Vogue*, marques *LaScad* : *Dop*, *Narta*, *Mixa*...).

Avec pour objectif d'accélérer sa croissance, la Division des Produits Grand Public déploie sa stratégie :

- par région : défendre et accroître ses positions déjà fortes en Europe de l'Ouest, poursuivre la dynamique de conquête en Amérique du Nord, accélérer la croissance dans les Nouveaux Marchés,
- par catégorie : accentuer son leadership en maquillage et en coloration, pour atteindre partout où la Division est présente les seuils de masse critique nécessaires, et développer les catégories relais (hommes, déodorants) pour préparer sa croissance future.

● L'Oréal Luxe : Créer des expériences d'exception.

L'Oréal Luxe orchestre dans de nombreux pays un portefeuille unique de 17 marques prestigieuses : marques généralistes emblématiques, marques couture aspirationnelles et marques alternatives ou spécialisées. La stratégie de L'Oréal Luxe s'articule autour d'une vision :

- par région : accélération en Asie et dans le Travel Retail, premiers moteurs de croissance pour L'Oréal Luxe, consolidation du leadership en Europe de l'Ouest, renforcement des positions aux Etats-Unis, et développement des relais de croissance (Russie, Moyen-Orient) ;
- par catégorie : priorité au soin de la peau avec ses trois marques multi-axes et quatre marques spécialistes, accélération du maquillage avec en particulier le déploiement mondial de la marque spécialiste *Urban Decay* et optimisation de la croissance des parfums par la conquête de positions majeures en féminin et la consolidation de son leadership en masculin.

● Division Cosmétique Active : Aider chacun dans sa quête de beauté et de santé de la peau.

Avec un portefeuille de marques très complémentaires, un ancrage scientifique fort et une collaboration étroite avec les professionnels de santé du monde entier, la Division Cosmétique Active est leader des produits dermo-cosmétiques.

Parfaitement positionnée pour répondre à la demande croissante de conseil, d'efficacité et de sécurité des consommateurs, la Division déploie ses marques mondiales : *Vichy*, *La Roche-Posay*, et *SkinCeuticals*.

La Division met en œuvre sa stratégie en adaptant son business model aux réalités et opportunités des circuits de santé dans chacune des grandes régions :

- pharmacie et parapharmacie en Europe de l'Ouest,
- drugstores en Amérique du Nord et dans les Nouveaux Marchés,
- e-commerce sur l'ensemble des marchés, axé sur le conseil personnalisé.

Créée en 2013, la Direction Générale des Divisions Sélectives (Luxe, Cosmétique Active, Produits Professionnels, *The Body Shop*), vise à accélérer le développement du Groupe dans tous ces circuits de distribution, en valorisant ses savoir-faire dans chacun des réseaux de vente sélective.

Le Travel Retail, ou « circuit des voyageurs », est un circuit en plein essor, porteur d'image. Déjà leader dans ce circuit, le Groupe a décidé la création de la direction du Travel Retail multi-Divisions. Cette direction a pour ambition de continuer à creuser l'écart, avec une stratégie « global shopper » : une approche sur mesure, personnalisée selon les langues, les cultures et les rituels de beauté, qui permet de répondre aux aspirations de cette nouvelle génération de voyageurs.

● The Body Shop

Créée en 1976 en Grande-Bretagne par Dame Anita Roddick, *The Body Shop* représente près de 4 % du chiffre d'affaires consolidé en 2014. La mission de cette marque très engagée est d'avoir un impact positif dans la vie des femmes et des hommes de toutes origines. Un nombre croissant de consommateurs, dans tous les pays, est à la recherche de produits alliant l'efficacité à l'inspiration naturelle, proposés par des marques dont le business model est fondé sur l'éthique. La stratégie de déploiement de *The Body Shop* combine :

- des produits pionniers, innovants, à base d'ingrédients naturels de la plus haute qualité,
- un ton de communication à forte personnalité,
- une expérience d'achat personnalisée en boutique ou en ligne.

Sur les Nouveaux Marchés où la marque a une résonance toute particulière, le lancement de *The Body Shop* par l'acquisition de *Emporio Body Store* au Brésil est une formidable opportunité de développement dans un marché en affinité avec sa vision de la beauté, ses produits très sensoriels et ses valeurs.

Plusieurs Directions spécialisées apportent leur expertise et leur soutien aux Divisions opérationnelles et autres activités :

- La Direction Générale de la Recherche et de l'Innovation, en charge de la recherche fondamentale et appliquée ;
- La Direction Générale du Digital a pour mission d'accélérer la transformation digitale du Groupe en aidant les marques à créer des territoires d'expression plus riches et les équipes à établir des rapports plus interactifs, plus étroits et plus personnalisés avec les consommateurs, tout en tirant parti des opportunités de développement des affaires offertes par le Digital en tant que canal de distribution ;
- La Direction Générale des Opérations, en charge de la coordination de la production et de la Supply Chain ;
- La Direction Générale des Relations Humaines, en charge des politiques de recrutement, de formation, d'animation des talents et de coordination de la politique sociale ;
- La Direction Générale de l'Administration et des Finances, en charge de la politique financière du Groupe, de la gestion et de la consolidation, des systèmes d'information et de la coordination juridique et fiscale, de la communication financière et des relations avec les actionnaires et les investisseurs et de la prospective stratégique ;
- La Direction Générale de la Communication, du Développement Durable et des Affaires Publiques, en charge de la coordination de la communication corporate, de la coordination de la communication des divisions et des marques et du Développement Durable.

G4₁₈ *Processus du contenu et Périmètres des Aspects*

G4₁₉ *Aspects pertinents dans le processus de reporting du contenu*

G4₂₀ *Pertinence de l'aspect au sein de l'organisation*

G4₂₁ *Périmètre de l'Aspect en dehors de l'organisation*

➤ RÉPONSE GLOBALE

Le dialogue constant et constructif de L'Oréal avec les parties prenantes (voir fiche Gouvernance G4-24 à 27 pour l'identification des parties prenantes et les modes de dialogués adoptés) permet chaque année à L'Oréal d'identifier leurs attentes. Une première matrice de matérialité avait été établie en 2010. En 2012, L'Oréal a identifié 29 sujets particulièrement importants à la fois pour les parties prenantes et pour le Groupe grâce à une analyse de matérialité, qui permet à L'Oréal de réviser sa stratégie et ses indicateurs de suivi d'actualiser sa matrice de matérialité, et d'adapter son reporting.

L'analyse de matérialité de L'Oréal se déroule en 4 phases :

- Phase 1 - identification et hiérarchisation des attentes des parties prenantes
- Phase 2 - identification et hiérarchisation des enjeux de développement durable pour L'Oréal
- Phase 3 - élaboration de la matérialité
- Phase 4 - révision de la stratégie RSE et des indicateurs de L'Oréal

➤ PHASE 1 - IDENTIFICATION ET HIÉRARCHISATION DES ATTENTES DES PARTIES PRENANTES

L'Oréal a identifié les trente sujets les plus importants pour les parties prenantes, grâce à une analyse rigoureuse de leur occurrence et de leur intensité dans les informations issues des dialogues avec les parties prenantes, comme les minutes des Stakeholders Forum ou les rapports d'agences extra financières par exemple.

Ces trente sujets ont été classés en quatre catégories correspondant aux quatre domaines d'action de L'Oréal en matière de développement durable : innovation durable, production durable, consommation durable, développement partagé.

Chaque sujet s'est vu attribuer un niveau de préoccupation allant de faible, moyen, fort à très fort.

Les parties prenantes ont notamment une très forte attente concernant la sécurité et qualité des produits et leurs ingrédients, puisque ce sujet apparaît dans toutes les sources analysées. Ce sujet a ainsi été identifié comme étant à « très fort intérêt » pour les parties prenantes de L'Oréal.

➤ PHASE 2 - IDENTIFICATION ET HIÉRARCHISATION DES ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR L'ORÉAL

L'Oréal a ensuite identifié les sujets qui revêtaient une importance stratégique pour le Groupe dans les domaines environnemental et social, à la lumière de ses enjeux et ambitions.

Pour ce faire, les experts RSE en interne ont identifié trente sujets particulièrement importants dans une optique de moyen à long terme et dans une visée d'excellence en matière de développement durable : chaque sujet s'est ainsi vu attribuer un niveau d'importance allant de faible, moyen, fort à très fort.

PHASE 3 - ÉLABORATION DE LA MATÉRIALITÉ

La confrontation des sujets identifiés comme importants pour les parties prenantes et pour L'Oréal permet d'actualiser une liste d'une trentaine de sujets communs. Ces sujets sont donc caractérisés par leur matérialité, c'est-à-dire l'importance qu'ils revêtent à la fois pour L'Oréal et pour ses parties prenantes. Cette analyse a permis d'élaborer la matrice de matérialité du Groupe L'Oréal.



PHASE 4 - RÉVISION DE LA STRATÉGIE RSE ET DES INDICATEURS DE L'ORÉAL

L'analyse de matérialité permet à L'Oréal de mieux comprendre les attentes des parties prenantes et de les confronter avec sa stratégie RSE. Elle permettra ainsi à L'Oréal de réviser les priorités de sa stratégie RSE et d'évaluer la pertinence de ses indicateurs.

La matrice de matérialité permet également de structurer le reporting annuel de L'Oréal, en communiquant en priorité sur les sujets les plus matériels.

En 2013, le Groupe a continué à organiser des Stakeholder Forum (à Copenhague, forum thématiques à Paris) afin de continuer de recueillir les attentes de ses parties prenantes.

En parallèle, un certain nombre de workshop thématiques ont été organisés en interne avec les experts des différents domaines couverts par le reporting afin d'identifier les Aspects et les indicateurs matériels dans le cadre du GRI entre autres.

L'équipe RSE, en dialogue continu avec les parties prenantes avait positionnée sur une matrice le niveau d'attente des parties prenantes sur l'ensemble des aspects. Les groupes d'experts devaient discuter et positionner ces différents enjeux selon un axe « importance de l'enjeu pour le business de L'Oréal » selon 4 critères :

- conséquence sur le chiffre d'affaire
- conséquence sur le résultat net
- conséquence sur le cours de l'action
- conséquence sur la réputation

Les services impliqués dans le réseau d'experts consultés étaient représentés par les personnes en charge des questions d'éthique, de communication produit, du juridique, des finances, de l'EHS, de la Recherche & Innovation, du packaging, des achats, des relations sociales, des RH, du contrôle interne, de la diversité....

Cette importance a été classée comme suit pour chacun des aspects :

	<i>Environnement</i>	<i>Droits de l'Homme</i>	<i>Pratiques en matière d'emploi et travail décent</i>	<i>Société</i>	<i>Économie</i>	<i>Responsabilité liée aux produits</i>
High	Changement climatique Eau Effluents et déchets Matières Biodiversité Conformité	Évaluation du respect des Droits de l'Homme chez les fournisseurs Non discrimination Achats responsables Travail des enfants Travail forcé Évaluation	Emploi Santé et sécurité Formation et éducation Diversité et égalité des chances Égalité de rémunération Homme et Femmes Évaluation des pratiques en matière d'emploi chez les fournisseurs	Communautés locales Lutte contre la corruption Politiques publiques Comportement anti-concurrentiel Conformité	Performance économique Présence sur le marché Pratiques d'achat	Santé et sécurité des consommateurs Étiquetage des produits et services
Medium	Énergie Émissions Transport Produits et service Évaluation environnementale des fournisseurs Mécanismes de règlement des griefs Généralités	Mécanismes de règlement des griefs aux Droits de l'Homme Investissement Liberté syndicale et droit de négociation collective Droits des peuples autochtones Pratiques en matière de sécurité	Mécanismes de règlement des griefs en matière d'emploi Relations employeurs/employés	Mécanismes de règlement des griefs Évaluation des impacts des fournisseurs sur la société	Impacts économiques indirects	Communication marketing Vie privée des clients Conformité

MÉTHODOLOGIE DU REPORTING

Le Groupe s'attache à la cohérence et à la pertinence des publications (Chapitre 6 du Document de Référence). A ce titre, la publication de ces fiches s'inscrit dans une démarche globale en même temps que la publication du volet RSE figurant au chapitre 6 du Document de référence. Ce dernier a fait l'objet d'une vérification par les Commissaires aux Comptes.

En plus du Document de Référence, L'Oréal publie chaque année un Rapport de Développement Durable. Le parti pris relatif au Rapport Développement durable est d'illustrer, par des reportages, des faits marquants et des entretiens, la stratégie de L'Oréal en matière d'innovation, de production, de consommation durables et de développement partagé. Il comporte également une synthèse des indicateurs clés figurant dans le chapitre RSE du Document de Référence et dans les fiches GRI. Un certain nombre de ces indicateurs fait l'objet d'audits par des Commissaires aux Comptes.

Cette année pour la première fois, L'Oréal dévoile un Rapport d'Avancement 2014 *Sharing Beauty With All*, le programme du Groupe en matière de RSE et développement durable. Ce rapport met en exergue les 4 engagements 2020 du Groupe ainsi que les résultats pour l'année 2014 en fonction des indicateurs clés et illustre certaines réalisations par des bonnes pratiques de sites, marques ou pays (Les 4 engagements 2020 ainsi que les résultats pour 2014 sont à retrouver en G4-2, Fiche « Éléments Généraux » au sein de ce Rapport).

Les Commissaires aux Comptes de L'Oréal, présentent en page 258 du Document de Référence 2014, leur attestation de présence sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées dans le chapitre RSE du Document de référence, en application des dispositions de l'article L.225-102-1 du Code du commerce ainsi que leur Rapport d'Assurance modérée sur une sélection d'entre elles, identifiées par le signe. Cette sélection est par ailleurs complétée avec la revue additionnelle des informations relatives au Scope 3 (données Bilan Carbone).

En 2014, les Commissaires aux Comptes ont une nouvelle fois souligné la pertinence du reporting, de ses indicateurs et de ses principaux impacts.

Les informations ayant fait l'objet d'une revue d'assurance modérée par les Commissaires aux Comptes dans le Chapitre 6 du Document de Référence sont marquées de la mention ● pour l'assurance modérée, et ●● pour l'assurance raisonnable.

Le choix des aspects et des indicateurs retenus reflète la politique environnementale, sociale et sociétale de L'Oréal et reprend les enjeux matériels décrits dans la matrice de matérialité.

Choix des indicateurs

Soucieux d'enrichir régulièrement les informations portées à la connaissance de toutes les parties prenantes, le Groupe a souhaité compiler dans le rapport 2014 les indicateurs reflétant son activité.

Indicateurs sociaux/sociétaux

Les indicateurs retenus sont ceux utilisés dans la gestion du personnel et des questions sociales de la Société. Ils reflètent les résultats de la politique de Ressources Humaines du Groupe.

Une attention particulière à la performance sociale du Groupe

L'Oréal s'est donné pour objectif de faire vivre ses valeurs et de créer un environnement de travail bienveillant empreint de solidarité, de respect, et d'attention à autrui :

- Une volonté de reconnaître la contribution effective de chacun à travers une politique dynamique de rémunération et des systèmes mondiaux d'intéressement à court, moyen et long terme ;
- Une évaluation régulière des attentes des collaborateurs du monde entier au travers d'enquêtes d'opinion d'envergure débouchant sur la mise en œuvre de plans d'action ;
- La recherche d'un cadre et de conditions de travail permettant à chacun de trouver un épanouissement personnel ;
- Un dialogue social actif avec les collaborateurs et leurs représentants au plan mondial ;
- Une politique volontariste en matière de diversité, comme facteur de progrès, d'innovation et de création de lien social avec comme priorités mondiales : le genre, l'origine sociale et le handicap.

L'Oréal a construit son projet humain et social autour de deux priorités : la performance individuelle et la performance sociale, deux éléments clefs de la réussite du leader mondial de la beauté.

Tout en accélérant le recrutement et le développement des talents partout dans le monde, pour s'assurer une croissance durable, L'Oréal tient à offrir à l'ensemble de ses collaborateurs, un environnement où le talent de chacun peut se révéler, grandir et s'épanouir et où tous se sentent reconnus et soutenus.

La politique des Relations Humaines de L'Oréal se fonde sur :

- Une vision centrée sur la performance et le talent individuel.
L'Oréal a toujours placé l'humain au cœur de l'entreprise en projetant ses talents à long terme. La mission des Relations Humaines est aujourd'hui de développer le talent de chacun et de préparer les leaders de demain, notamment en favorisant l'émergence des talents locaux, pour soutenir l'ambition du Groupe de conquérir un milliard de nouveaux consommateurs.
- Le recrutement permanent de talents.
Le Groupe recherche en permanence à enrichir son vivier de talents dans tous les pays. Reconnue comme une des entreprises les plus attractives au monde pour les jeunes diplômés et les plus formatrices en matière de leadership, le Groupe mène une politique de recrutement diversifiée, qui repose à la fois sur des partenariats avec les meilleures écoles du monde, des jeux d'entreprise attirant des dizaines de milliers d'étudiants du monde entier et une stratégie proactive de recherche de candidats via les technologies digitales. L'Oréal développe également ses propres méthodes de sélection, pour recruter, parmi le million de candidatures spontanées reçues chaque année, les meilleurs talents et ceux qui représentent le mieux la diversité de ses consommateurs.
- L'ambition de mettre chaque collaborateur en situation de se développer.
Le suivi individuel de la performance et la multitude d'opportunités de développement et de formations accessibles à tous, en complément des formations en présentiel, visent à développer chaque collaborateur. Les programmes peuvent être dispensés dans le monde entier, grâce à l'implantation internationale des structures

de formation et l'utilisation des technologies digitales avec le portail *My learning* qui offre, à l'ensemble des collaborateurs, des opportunités de formation en ligne. La mobilité importante entre fonctions et entre pays et les nombreuses promotions individuelles effectuées chaque année témoignent d'une gestion des carrières dynamique. Cette gestion s'appuie sur un réseau de professionnels des ressources humaines, proche à la fois des attentes des collaborateurs et des besoins des affaires. La collaboration étroite entre ces professionnels des ressources humaines et les Patrons opérationnels permet de porter un regard croisé sur les talents et de définir les opportunités de développement les plus appropriées pour chacun.

- L'offre d'un environnement collectif solidaire et épanouissant.
L'Oréal porte une attention particulière à son niveau de performance sociale. Le Groupe s'est donné pour objectif de faire vivre ses valeurs en créant un environnement de travail bienveillant et inclusif, empreint de solidarité, de respect, et où tous les collaborateurs peuvent s'épanouir, avec :
 - une volonté de reconnaître la contribution effective de chacun à travers une politique dynamique de rémunération et des systèmes mondiaux d'intéressement, de participation etc. à court, moyen et long termes ;
 - une évaluation régulière des attentes des collaborateurs du monde entier au travers d'enquêtes d'opinion d'envergures débouchant sur la mise en œuvre de plans d'action ;
 - la recherche d'un cadre et de conditions de travail permettant à chacun de trouver un épanouissement personnel ;
 - un dialogue social actif avec les collaborateurs et leurs représentants au plan mondial ;
 - une politique volontariste en matière de diversité, considérée comme facteur de progrès, d'innovation et de création de lien social, avec trois priorités mondiales : le genre, l'origine sociale et le handicap.

SHARE & CARE

En 2013, le Groupe a choisi d'aller plus loin en matière de performance sociale avec le lancement du programme *L'Oréal Share & Care*, un programme qui renforce les engagements déjà pris par le Groupe dans le domaine du Développement Durable et de la Responsabilité Sociale, avec son programme *Sharing Beauty With All*.

Il s'agit d'un programme qui offre aux collaborateurs du Groupe partout dans le monde, avant la fin de 2015, un socle social garanti mondialement dans quatre domaines :

- **PROTECT** (prévoyance), pour assurer aux collaborateurs un soutien effectif, notamment financier, face aux risques essentiels de la vie. C'est par exemple :
 - garantir un capital équivalent au minimum à 2 ans de salaire en cas de décès ou d'invalidité, naturel(le) ou accidentel(le) ;
- **CARE** (santé), pour assurer aux collaborateurs et à leurs proches l'accès à un système de santé de qualité qui se situe parmi les top performers du marché local. C'est par exemple :
 - assurer aux collaborateurs une couverture médicale prévoyant la prise en charge minimale de 75 % des frais de santé liés aux principaux risques médicaux : hospitalisation, chirurgie, maternité, médicaments pour les maladies chroniques et graves ;
 - dans le cadre de la prévention, chaque filiale devra mettre en place, au moins une fois par an, une action collective de prévention en matière de santé (mélanome, VIH, diabète, obésité...), et une action individuelle (Check-up médical, online risk assessment...)
- **BALANCE** (parentalité), pour permettre aux collaborateurs de vivre pleinement les moments forts de la vie, comme la maternité et la paternité, tout en poursuivant leur carrière. C'est notamment :
 - assurer un congé maternité de 14 semaines et un congé paternité de 3 jours minimum, rémunérés à 100 % ;
 - assurer à toutes les femmes en congé maternité de bénéficier d'augmentations de salaire équivalentes à celles qu'elles auraient eues si elles avaient été présentes dans l'entreprise ;
- **ENJOY** (qualité de vie au travail), pour permettre aux collaborateurs de bénéficier de standards élevés de qualité de vie au travail. C'est par exemple :
 - une organisation du temps de travail flexible,
 - un programme de prévention du stress.

Ce programme, qui permettra de répondre aux besoins essentiels de chacun des collaborateurs et de favoriser leur engagement, situera L'Oréal, parmi les sociétés dotées des meilleures pratiques en termes de performance sociale et de bien-être au travail.

Son lancement et sa mise en œuvre témoignent d'une conviction forte selon laquelle la performance sociale et la performance économique sont non seulement intimement liées mais se renforcent mutuellement.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA POLITIQUE DE RESSOURCES HUMAINES DU GROUPE, CONSULTEZ LA FICHE « PRATIQUE EN MATIÈRE D'EMPLOI ET DE TRAVAIL DÉCENT » AU SEIN DE CE RAPPORT.

Indicateurs environnementaux

Au travers des Engagements *Sharing Beauty With All* pour 2020, le Groupe poursuit la démarche initiée en 2009 de réduction de son empreinte environnementale pour ses usines et ses centrales. L'engagement de diminution de 50 % de ses émissions de CO₂ en valeur absolue (scopes 1 et 2), de sa consommation d'eau et de sa génération de déchets par produit fini (PF) entre 2005 et 2015 est porté à 60 % entre 2005 et 2020 :

- 60 % de réduction des émissions de gaz à effet de serre en valeur absolue (scopes 1 et 2) ;
- 60 % de réduction des déchets générés par produit fini ;
- 60 % de réduction de la consommation d'eau par produit fini.

Enfin, d'ici à 2020, le Groupe s'engage à :

- envoyer zéro déchet industriel en décharge ;
- réduire les émissions de CO₂ de ses transports de produits finis de 20 % par PF/km par rapport à 2011 (transports maîtrisés par L'Oréal).

La politique industrielle mondiale impose également à l'ensemble des sites de :

- veiller à la mise en conformité avec la réglementation ;
- déployer les meilleures pratiques d'efficacité énergétique et de consommation des ressources, de réduction des déchets et de leur meilleur traitement possible ;
- déployer des projets de rupture dans une recherche permanente de performance opérationnelle alliée à une performance environnementale.

Par ailleurs, toutes les usines L'Oréal doivent être certifiées ISO 14001. A fin 2014, 4 usines restaient à certifier Kaluga (Russie), Le Caire (Egypte), San Luis Potosi (Mexique) compte tenu du démarrage récent de leur activité, ainsi que Rio dont la certification sera renouvelée en 2015. Un programme de certification ISO 50001 (Management de l'énergie) a été lancé en 2014, et une première usine (SICOS France) a été certifiée en décembre. Ce programme sera étendu progressivement aux autres usines du Groupe.

Chaque année, la pertinence des indicateurs de suivi est réexaminée au regard de l'évolution des métiers du Groupe et des attentes de ses parties prenantes, notamment du « Panel of Critical Friends » (voir Fiche Gouvernance - paragraphe : Implication des parties prenantes).

En outre, dans le cadre d'une démarche de progrès continu, L'Oréal s'attache à faire auditer un certain nombre de données pertinentes. En 2014, des audits de risques ont été réalisés dans 6 usines, 10 centrales de distribution, 2 sites administratifs et 2 centres de Recherche.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LES AUDITS ENVIRONNEMENTAUX, CONSULTEZ RUBRIQUE 6.3, PARAGRAPHE « PROGRAMME D'AUDITS À L'ÉCHELLE MONDIALE » PAGE 233 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

G4
22 *Explication des conséquences de toute reformulation d'informations communiquées dans des rapports antérieurs et des raisons de cette reformulation (par exemple fusions/acquisitions, modification de la période considérée, nature de l'activité, méthodes de mesure)*

G4
23 *Changements significatifs, par rapport à la période couverte par les rapports antérieurs, du champ, du périmètre ou des méthodes de mesure utilisées dans le rapport*

➤ **RÉPONSE GLOBALE : PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION DES DONNÉES, MÉTHODE ET SYSTÈMES DE REPORTING**

➤ **DONNÉES SOCIALES**

Périmètre de consolidation

Les effectifs indiqués dans les tableaux « Effectifs » et « Répartition géographique des effectifs » correspondent à l'effectif total au 31 décembre de l'exercice concerné ⁽¹⁾.

Les autres indicateurs sociaux présentés dans la partie Informations sociales concernent les Branches Cosmétique et *The Body Shop*.

Si un indicateur porte sur un périmètre différent de celui des Branches Cosmétique et *The Body Shop*, le périmètre de consolidation est indiqué en note.

Données

Le recueil des données pour le périmètre défini fait appel à quatre méthodes :

- la plupart des données sont recueillies en utilisant le système intranet dédié au « Reporting par pays », disponible dans chaque pays d'implantation d'une filiale de L'Oréal. Le système couvre plusieurs sujets : effectif, participation des salariés au niveau mondial, relations sociales, rémunération, frais de Ressources Humaines, recrutement et formation, absentéisme ;
- chaque année en début d'exercice, les Directeurs locaux des Ressources Humaines transmettent les données requises concernant l'exercice précédent ;
- au moment de la compilation des données, chaque pays doit valider une charte d'engagement sur l'exactitude de toutes les données communiquées ;
- les autres données sont recueillies par les Directions concernées (Formation, Recrutement) en faisant appel à des systèmes dédiés qui suivent la même approche opérationnelle et de diffusion ;
- si des données ne sont pas consolidées sur le périmètre total de la Branche Cosmétique, elles peuvent être extrapolées à partir des résultats disponibles sur le périmètre des entités connectées aux Systèmes d'information (SI) locaux, sous réserve que ce périmètre soit représentatif ;
- enfin, les données spécifiques relatives aux « cadres » sont recueillies à partir du système de suivi des carrières en ligne « CAROL », déployé dans toutes les filiales du « Groupe Cosmétique ».

(1) Galderma (dermatologie) est exclu.

L'amélioration du processus de collecte des informations au niveau consolidé a permis de recenser des accords en vigueur non comptabilisés jusqu'à présent. La démarche de progrès en la matière se poursuit dans l'ensemble des sociétés du Groupe L'Oréal.

Le suivi de la formation au niveau du Groupe n'intègre pas toutes les heures de formation de l'année 2014 de telle sorte que le nombre d'heures de formation et le nombre de collaborateurs formés sont plus élevés que les chiffres publiés dans ce Rapport. Un plan d'action se poursuit afin de couvrir l'ensemble des collaborateurs et notamment ceux qui occupent certaines fonctions externes/itinérantes.

Un processus d'amélioration continue de ces systèmes a été mis en place. Ils sont examinés chaque année en tenant compte des recommandations des Commissaires aux Comptes et des objectifs de suivi pour les années suivantes : mise à jour des indicateurs à suivre, amélioration de leur définition du processus de communication, du suivi et du contrôle.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA MÉTHODOLOGIE DE REPORTING DES DONNÉES SOCIALES, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « NOTE MÉTHODOLOGIQUE » EN PAGE 232 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014

▶ DONNÉES ENVIRONNEMENTALES

Périmètre de consolidation

Les indicateurs relatifs à l'environnement concernent les sites des Branches Cosmétique et *The Body Shop* : usines et les centrales de distribution.

Suite à la cession des activités de *Galderma* en 2014, les données relatives à ces activités sont exclues des données 2014 publiées par le Groupe.

Le périmètre de reporting Sécurité est défini dans la note méthodologique à la fin du chapitre relatif aux données sociales.

Les indicateurs environnementaux des usines et des centrales de distribution cédées ou fermées pendant l'exercice sont reportés intégralement jusqu'à la date de leur sortie du périmètre. Les usines ou les centrales de distribution qui rentrent dans le Groupe ont un délai maximum de 2 ans pour intégrer les reporting environnement : sur l'exercice 2014, 93 % des usines et des centrales de distribution ont participé au reporting, les données de 6 sites, récemment rattachés au Groupe, ne sont pas encore intégrées aux données publiées (*BADDI* (Inde), *KENYA*, *VOGUE* (Colombie), *MAGIC HOLDING 1* (Chine), *MAGIC HOLDING 2* (Chine), *DECLÉOR* (France)).

Dans un souci de comparabilité, les données des émissions de CO₂ pour la baseline 2005 communiquées ont été mises à jour compte tenu des règles du GHG protocol (recalculé à périmètre constant).

Données

Le recueil des données pour le périmètre défini fait appel à la méthode suivante :

Les données sont recueillies en utilisant le système d'information sous intranet, dédié au reporting des sites et disponible dans chaque pays d'implantation d'une filiale de L'Oréal. Ce système couvre plusieurs domaines : qualité, performance des processus et données EHS.

Les responsables locaux transmettent les données requises tous les mois.

Au moment de la compilation des données, chaque site doit valider les données communiquées.

Un processus d'amélioration continue de ces systèmes a été mis en place. Ils sont examinés chaque année en tenant compte des recommandations des Commissaires aux Comptes et des objectifs de suivi pour les années suivantes : mise à jour des indicateurs à suivre, amélioration de leur définition, du processus de communication et de suivi et de contrôle.

Biodégradabilité moyenne : elle est calculée à partir des volumes de vente, c'est pourquoi il est fait un reporting sur l'année 2013, les chiffres consolidés des ventes 2014 seront disponibles mi-février et l'analyse de l'ensemble de la biodégradabilité des produits vendus en 2014 sera réalisée pour mars 2015.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA MÉTHODOLOGIE DE REPORTING DES DONNÉES ENVIRONNEMENTALES, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « NOTE MÉTHODOLOGIQUE » EN PAGE 245 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

› DONNÉES HYGIÈNE ET SÉCURITÉ

Périmètre de consolidation

Les indicateurs relatifs à la sécurité concernent les sites des Branches Cosmétique, et *The Body Shop* : usines, centrales de distribution mais aussi sites administratifs et centres de recherche.

Le reporting sécurité couvre 93 % des usines et des centrales de distribution et plus de 74 % de l'effectif des sites administratifs et des centres de recherche.

Les indicateurs sécurité des usines et des centrales de distribution cédées ou fermées pendant l'exercice sont reportés intégralement jusqu'à la date de leur sortie du périmètre. Les usines ou les centrales de distribution qui rentrent dans le Groupe ont un délai maximum de 2 ans pour intégrer les reporting environnement et sécurité. Suivant cette règle, les données de 6 sites récemment rattachés au Groupe ne sont pas intégrées au reporting EHS 2014 du Groupe : *BADDI* (Inde), *KENYA*, *VOGUE* (Colombie), *MAGIC HOLDING 1* (Chine), *MAGIC HOLDING 2* (Chine), *DECLEOR* (France).

Données

Le recueil des données pour le périmètre défini fait appel à la méthode suivante :

Les données hygiène et sécurité sont recueillies en utilisant le système intranet d'information sur la qualité dédié au reporting des sites, disponible dans chaque pays d'implantation d'une filiale de L'Oréal. Les responsables locaux transmettent les données requises tous les mois.

Au moment de la compilation des données, chaque site doit valider les données communiquées.

Un processus d'amélioration continue de ces systèmes a été mis en place. Ces systèmes sont examinés chaque année en tenant compte des recommandations des Commissaires aux Comptes et des objectifs de suivi pour les années suivantes : mise à jour des indicateurs à suivre, amélioration de leur définition et amélioration du processus de communication, de suivi et de contrôle.

POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA MÉTHODOLOGIE DE REPORTING DES DONNÉES CONCERNANT L'HYGIÈNE ET LA SÉCURITÉ, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « NOTE MÉTHODOLOGIQUE » EN PAGE 232 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

› DONNÉES SOCIÉTALES

Périmètre de consolidation

Le périmètre porte, selon les indicateurs, sur des données L'Oréal S.A., sur un périmètre France ou Groupe. Le périmètre est précisé pour chaque indicateur.

Données

Le recueil des données pour le périmètre défini fait appel aux méthodes suivantes :

- les données relatives à l'Éthique, sont recueillies par la Direction Générale de l'Éthique en utilisant la plateforme de Reporting Éthique Annuel. Un certain nombre de données sont recueillies par le système intranet Country reporting, pour la collecte des données Ressources Humaines (voir la méthodologie de reporting des données Ressources Humaines décrite ci-avant) ;
- les autres données sont recueillies auprès des Directions concernées (Direction de la Communication et du Développement Durable, Direction des Ressources Humaines, Direction des Achats, Direction Internationale de l'Évaluation de la Sécurité des Produits, le Directeur du Risk Management et de la Compliance).

POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA MÉTHODOLOGIE DE REPORTING DES INDICATEURS SOCIÉTAUX, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « NOTE MÉTHODOLOGIQUE » EN PAGE 255 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

Implication des parties prenantes

**G4
24** *Fournir une liste des groupes de parties prenantes avec lesquels l'organisation a noué un dialogue*

**G4
25** *Indiquer les critères retenus pour l'identification et la sélection des parties prenantes avec lesquelles établir un dialogue*

**G4
26** *Indiquer l'approche de l'organisation pour impliquer les parties prenantes, y compris la fréquence du dialogue par type et par groupe de parties prenantes, et préciser si un quelconque dialogue a été engagé spécifiquement dans le cadre du processus de préparation du rapport*

➤ RÉPONSE GLOBALE

L'Oréal a engagé depuis plusieurs années un dialogue avec ses parties prenantes, c'est-à-dire les acteurs « impactant sur » ou « impactés par » son activité, afin de les écouter et de mieux comprendre leurs besoins.

➤ IDENTIFICATION DES PARTIES PRENANTES

Le Groupe L'Oréal a identifié 11 catégories de parties prenantes, engagées avec lui dans un dialogue permanent.

CINQ PARTIES PRENANTES PARTICIPENT À LA VIE ÉCONOMIQUE DE L'ORÉAL :

- Les collaborateurs
- Les fournisseurs
- Les consommateurs
- Les actionnaires
- Les clients (distributeurs)

TROIS PARTIES PRENANTES OBSERVENT OU CONSEILLEN L'ORÉAL DANS SES AVANCÉES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE :

- Les ONG et associations
- Les agences de notation extra financière et les investisseurs
- La communauté scientifique autour des chercheurs et des universitaires

ENFIN, TROIS PARTIES PRENANTES INTERAGISSENT AVEC LE GROUPE EN VUE D'UN DÉVELOPPEMENT MUTUEL ET PARTAGÉ :

- Les pouvoirs publics et collectivités locales
- Les étudiants et jeunes diplômés
- La société civile

DES MODES DE DIALOGUE ADAPTÉS À CHAQUE PARTIE PRENANTE

L'Oréal a mis en place des modes de dialogue adaptés et structurés avec chacune de ses parties prenantes. Le tableau ci-dessous précise les modes de dialogue retenus pour chaque partie prenante ainsi que des exemples de réalisations en 2014.

Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples de réalisations en 2014
COLLABORATEURS	Sondage d'opinion PULSE adressé à 100 % des collaborateurs en CDI du Groupe. Restitution suivie de groupes de travail thématiques.	Réalisé en 2011-2012, taux de participation de 80 %. Exemple de thèmes abordés dans le questionnaire en groupes de travail : « valeur de l'entreprise », « développement professionnel », « efficacité au travail ». Depuis, de nombreux sondages d'opinion ont été réalisés au niveau des Pays. Visites Pays du Directeur Général de l'Éthique ayant permis de dialoguer avec environ 7000 Collaborateurs.
	Plates-formes de dialogue entre services des ressources humaines et collaborateurs.	Plate-forme <i>L'Oréal & Me</i> lancée en 2008, accessible à tous les collaborateurs du groupe et traduite en 15 langues. En outre, les collaborateurs ont, par le biais du média social Yammer, la possibilité de communiquer avec les ressources humaines.
	Webchats permettant un dialogue entre collaborateurs et le Président Directeur-Général et/ou Patrons de Pays.	Webchats <i>Ethics Day</i> avec le Président Directeur-Général et les Patrons de Pays, participation de plus de 50% des collaborateurs dans 70 pays et plus de 4000 questions posées.
	Système de remontée sécurisé pour les questions éthiques.	Communication renouvelée sur l'existence du système lors d' <i>Ethics Day</i> .
	Formations et développement professionnel.	Tous domaines confondus, en 2014 un peu plus de 1 599 705 d'heures de formation dispensées soit une augmentation de 21% par rapport à 2013. En parallèle, un e-learning spécifique et obligatoire sur l'éthique est en cours de déploiement dans l'ensemble des pays. Au 31 décembre 2014, plus de 43000 collaborateurs l'avaient réalisé.
	Dialogue social conformément au cadre législatif en vigueur. En France : comité central d'entreprise (CCE), comités d'établissement (CE), comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT), délégués du personnel (DP), ainsi qu'un comité de groupe.	Par exemple pour L'Oréal SA, les instances en 2014 se réunissent en 1 CCE, 3 CE, 11 CHSCT et 10 DP. En 2014 ont eu lieu 48 réunions du CE, 9 réunions du CCE (au lieu de 2 réglementaires), 122 réunions des DP, 103 réunions du CHSCT, en plus des réunions portant sur la négociation annuelle sur les salaires et l'emploi.
	Au-delà du cadre réglementaire, L'Oréal a mis en place des Réunions Informelles d'Echange et de Dialogue Social (RIEDS) pour la discussion en amont des accords collectifs, ainsi qu'un certain nombre de commissions thématiques obligatoires ou facultatives.	Pour L'Oréal SA : 67 RIEDS ont eu lieu / 6 commissions inter-entreprises se sont tenues sur des sujets tels que la participation et l'intéressement, la prévoyance ou encore les frais de santé.
	Participation à l'Instance Européenne de Dialogue Social (IEDS) de L'Oréal, créée en 1996.	Participation à l'Instance Européenne de Dialogue Social couvrant 30 000 salariés de 26 pays de l'Espace Economique Européen.
	Accords collectifs.	224 nouveaux accords collectifs signés en 2014.

Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples de réalisations en 2014
FOURNISSEURS	<i>Business Reviews</i> : réunions annuelles entre L'Oréal et ses fournisseurs stratégiques.	En 2014, plus de 171 <i>Business Reviews</i> ont été réalisés à l'échelle du Groupe. Contenu : échanges sur les stratégies et la performance des fournisseurs et de L'Oréal, autour de 5 piliers : qualité, innovation, compétitivité, livraison/supply chain, et RSE.
	<i>Suppliers Day</i> : événement réunissant les grands fournisseurs du Groupe à travers le monde.	Un <i>Suppliers Day</i> , organisé par <i>The Body Shop</i> , a eu lieu en 2014 regroupant 20 fournisseurs, soit environ 35 participants.
	Salons permettant aux différentes équipes de L'Oréal (Achats, Marketing, Packaging...) de rencontrer les fournisseurs.	Salon biennuel « Cherry Pack ». Le dernier a eu lieu le 10 novembre 2013 à St Ouen et a permis à 10 fournisseurs d'Asie, d'Europe et d'Amérique de présenter leurs innovations en termes d'emballages à plus de 800 collaborateurs L'Oréal.
	Participation des fournisseurs au Carbon Disclosure Project (CDP) Supply Chain et CDP Supply Chain Water aux côtés de L'Oréal.	En 2014, sur 215 fournisseurs invités par L'Oréal, 192 ont rejoint le CDP Supply Chain. Concernant le CDP Supply Chain Water, dont le pilote a été lancé en 2013, 18 fournisseurs sur 26 sollicités ont accepté de participer à ce programme en 2014.
	Audits sociaux.	834 audits sociaux ont été réalisés chez les fournisseurs de L'Oréal en 2014.
	Évaluation de la relation L'Oréal/ fournisseurs.	834 audits sociaux ont été réalisés chez les fournisseurs de L'Oréal en 2014.

Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples de réalisations en 2014
CONSOMMATEURS	Sensibilisation des consommateurs aux enjeux de développement durable par les marques du Groupe	Engagement par le biais d'initiatives, telles que : <ul style="list-style-type: none"> ● L'engagement <i>Water Lovers</i> de <i>Biotherm</i> visant à sensibiliser les consommateurs sur leur empreinte eau et leur apporter les clés de compréhension pour consommer de façon plus responsable et mieux préserver les ressources de la planète; ● La campagne « Become a SkinChecker » lancée par <i>La Roche Posay</i>, marque engagée depuis plus de dix ans dans la lutte contre le cancer cutané, qui incite les personnes à surveiller leurs grains de beauté et ceux de leur proches.
	Interactions via les réseaux sociaux.	Fil Twitter du Groupe L'Oréal suivi par plus de 55 000 « followers ».

<i>Partie prenante</i>	<i>Mode de dialogue</i>	<i>Exemples de réalisations en 2014</i>
ACTIONNAIRES	Réunions avec les actionnaires et comité consultatif.	6000 contacts en 2014 dont 10 réunions d'actionnaires et 4 Comités Consultatifs. Participation pour la 11 ^e année consécutive au <i>Salon Actionaria</i>
	Événements organisés autour de la vie de l'entreprise.	En 2014, la Direction des Relations Actionnaires Individuels a organisé avec succès des visites de sites (usines) et des réunions d'actionnaires dans les académies de coiffure du Groupe.
	Assemblée Générale annuelle.	1 785 actionnaires présents à l'Assemblée Générale du 17 avril 2014.
	Plate-forme téléphonique et pages internet dédiées.	Un numéro vert pour la France (0 800 66 66 66) et l'étranger (+33 1 40 14 80 50) est à la disposition des actionnaires de L'Oréal. Un serveur vocal interactif permet, 24H/24, d'accéder aux informations sur le cours de Bourse, le calendrier de l'actionnaire ou un résumé du dernier communiqué.
	Communication en ligne : extensions mobiles, newsletter, e-magazine.	En 2014 : 4 newsletters

<i>Partie prenante</i>	<i>Mode de dialogue</i>	<i>Exemples de réalisations en 2014</i>
CLIENTS	Dialogues bilatéraux pour l'élaboration de projets développement durable.	Affichage environnemental entre <i>Carrefour</i> et <i>Garnier Ultra-Doux</i> depuis le 1 ^{er} juillet 2011.

<i>Partie prenante</i>	<i>Mode de dialogue</i>	<i>Exemples de réalisations en 2014</i>
ONG ET ASSOCIATIONS	Rencontre des ONG et associations d'une zone géographique lors de Stakeholders Forum.	Depuis 2011, 14 forums, 754 organisations contactées et 232 organisations présentes.
	Dialogues bilatéraux entre les ONG internationales et les services concernés du Groupe.	En 2014, L'Oréal a été en contact avec 17 ONG internationales sur les sujets du sourcing durable du palme, de la lutte contre la déforestation, sur la biodiversité ainsi que sur les microplastiques.
	Rencontres avec les ONG et associations locales autour des projets d'approvisionnement en matières premières.	Chacun des programmes d'approvisionnement durable des matières premières renouvelable engagé avec les fournisseurs implique au moins une ONG locale ou internationale (par exemple : programme <i>Argan durable</i> , programme <i>Better Karité</i> , programme <i>Palme Durable</i> , etc).

Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples de réalisations en 2014
AGENCE DE NOTATION EXTRA FINANCIÈRES ET INVESTISSEURS	Réunions d'information financière de présentation des résultats ; voyage analyste-investisseurs.	Une réunion d'information financière au siège de L'Oréal et un voyage analyste-investisseurs (50 participants).
	Conférences téléphoniques dédiées aux investisseurs.	3 conférences téléphoniques.
	Rencontres avec les agences de notation extra-financière autour des ratings de fin d'année.	En 2014 ont été remplis 5 questionnaires de notation extra-financière. L'Oréal est membre de <i>Transparency International France</i> et travaille avec <i>SHIFT</i> au sujet des Droits de l'Homme.

Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples de réalisations en 2014
UNIVERSITAIRES ET COMMUNAUTÉS SCIENTIFIQUES	Collaborations scientifiques, colloques, congrès et publications.	<p>Participation active (avec présentations orales ou de posters) de L'Oréal à quatre congrès scientifiques internationaux : <i>Society of Environmental Toxicology and Chemistry</i> à Bâle, Suisse en mai 2014, <i>The International Federation of Societies of Cosmetic Chemists</i> à Paris en novembre 2014, <i>Fish & Amphibian Embryos as Alternative Models in Toxicology and Teratology / international Symposium and workshop</i> à Aulnay-sous-Bois en décembre 2014 et à l'<i>IUPAC Conference on Green Chemistry</i> à Durban en août 2014.</p> <p>Participations active à 5 instances / associations professionnelles sur le thème de la sustainable innovation :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>The Sustainability Consortium 2014 Workshops and Summit</i> (Berlin, Oct 2014) ; ● Plateforme <i>ADEME AFNOR</i> sur l'Affichage Environnemental ; ● <i>Cosmetics Europe SCT - DD</i> ; ● <i>FEBEA</i> - Groupes Affaires environnementales et Biodiversité ; ● <i>ISO 16128 draft guidelines - Organic and natural ingredients and products in cosmetics</i> - Workshops 2014.

Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples de réalisations en 2014
UNIVERSITAIRES ET COMMUNAUTÉS SCIENTIFIQUES	Projets de recherche scientifique encouragés par la Fondation L'Oréal et attribution de bourses à de jeunes chercheuses.	Programme <i>For Women in Science</i> ⁽¹⁾ : 5 lauréates des Prix L'Oréal-UNESCO. En 2014, plus de 250 bourses, dont 20 en France, ont été remises à des jeunes chercheuses du monde entier pour leur permettre de développer leur recherche au sein de prestigieuses universités.
	⁽¹⁾ Pour plus d'informations : http://www.loreal.com/_en/_ww/for-women-in-science.aspx	
	Échanges au sein d'instances en charge de la biodiversité.	L'Oréal est membre du Comité d'Orientation Stratégique de la Fondation pour la Recherche et la Biodiversité FRB.
	Échanges dans le cadre de recherches académiques et/ou enseignement des étudiants.	Interventions sur l'éthique des affaires à l'EDHEC Lille, Sciences Po Paris, PUC Rio (Brésil), American University of Beirut (Liban), MM University of Indonesia (Indonésie), American University of Sharja (Arabie Saoudite) et Xavier University (Ohio).

Partie prenante	Mode de dialogue	Exemples de réalisations en 2014
POUVOIRS PUBLICS ET COLLECTIVITÉS LOCALES	Rencontres entre les pouvoirs publics et les fédérations et organes de lobbying de L'Oréal.	Dans le cadre de la réglementation européenne REACH, L'Oréal agit dans le cadre associatif national et européen en contribuant à l'analyse et à l'élaboration de guides pratiques de mise en place de cette réglementation.
	Dialogue entre collectivités locales et responsables des sites de L'Oréal autour de projets d'ancrage territorial.	En France autour du site de Moux (64, Pyrénées Atlantiques), présence de L'Oréal dans les associations professionnelles et pôles de compétitivité, partenariats locaux avec la CCI, les écoles de proximité (Cité Solaire, ENSCGT), un ESAT, l'association locale Vivre Ensemble fournisseur de palettes...
	Échanges bilatéraux avec des organisations internationales de régulation : ISO, ADEME/AFNOR...	Participation aux groupes de travail ADEME/AFNOR sur l'affichage environnemental depuis 2008.
	Participation à des groupes de travail et des commissions techniques avec des associations multi-acteurs (Orée, MEDEF...)	Participation au comité et aux groupes de travail de la Fédération des Entreprises de la Beauté (FEBEA) sur l'affichage environnemental, de Cosmetics Europe sur la refonte de l'écolabel européen sur les shampooings, d'EUROPEN, au Sustainability Consortium aux USA.
	Participation à des sommets organisés par des Organisations intergouvernementales.	Participations active à 5 instances / associations professionnelles sur le thème de la sustainable innovation : <ul style="list-style-type: none"> ● The Sustainability Consortium 2014 Workshops and Summit (Berlin, Oct 2014) ● Plateforme ADEME-AFNOR sur l'Affichage Environnemental ● Cosmetics Europe SCT – DD ● FEBEA - Groupes Affaires environnementales et Biodiversité ● ISO 16128 draft guidelines - Organic and natural ingredients and products in cosmetics – Workshops 2014
	Participation à des sommets organisés par des Organisations intergouvernementales.	Participation au Leaders Summit du Pacte Mondial des Nations Unies.

<i>Partie prenante</i>	<i>Mode de dialogue</i>	<i>Exemples de réalisations en 2014</i>
ETUDIANTS ET JEUNES DIPLOMÉS	Présence auprès des étudiants par le biais de concours et de campus managers.	En 2014, 13 000 étudiants à travers le monde ont participé au concours <i>Brandstorm</i> ⁽¹⁾ .
	⁽¹⁾ <i>Pour plus d'informations : http://www.brandstorm.loreal.com</i>	

<i>Partie prenante</i>	<i>Mode de dialogue</i>	<i>Exemples de réalisations en 2014</i>
SOCIÉTÉ CIVILE	Dialogue avec les personnes fragilisées par la maladie, la précarité ou l'isolement.	3100 bénéficiaires des actions de l'axe <i>Beauté Solidaire</i> de la Fondation L'Oréal.
	Centres de formation spécialisés pour les populations en situation de précarité économique ou sociale ⁽²⁾ .	Centres de formations aux métiers de la beauté dans le cadre de <i>Beauty for a Better Life</i> dans 20 pays, 1000 bénéficiaires formés. Par exemple en France, avec les <i>Apprentis d'Auteuil</i> accueillant 15 élèves.
	Implication de collaborateurs du Groupe auprès des communautés.	<i>Citizen Day</i> , journée annuelle de solidarité à laquelle ont participé plus de 24 000 collaborateurs dans plus de 62 pays en 2014, soit 20% de participation en plus par rapport à 2013. Cette action a pu profiter à 32 000 bénéficiaires dans le monde.
	Emploi favorisé pour les communautés grâce au <i>Solidarity Sourcing</i> .	Accès à l'emploi pour 27 000 personnes dans le cadre du <i>Solidarity Sourcing</i> (hors <i>The Body Shop</i>).
	⁽¹⁾ <i>Pour plus d'informations : http://www.loreal.fr/foundation/Article.aspx?topcode=Foundation_GenerousBeauty_ForBetterLiving</i> ⁽²⁾ <i>Pour plus d'informations : voir la fiche Economie, critère ECS</i>	

L'Oréal possède d'autres biais de dialogue et de communication avec l'ensemble de ses parties prenantes :
Les rubriques contact de son site www.loreal.com.

G4
27

Les thèmes et préoccupations clés soulevés dans le cadre du dialogue avec les parties prenantes et la manière dont l'organisation y a répondu, notamment par son reporting

L'Oréal attache une importance cruciale au dialogue avec ses parties prenantes. Initié en 2011, ce dialogue a pris la forme de forums de discussion à travers le monde, permettant aux représentants de la société civile, ONG ou associations, de dialoguer avec les experts internes du groupe, et de leur faire part de leurs attentes. Une occasion pour L'Oréal de confronter sa stratégie en matière de développement durable avec les grands enjeux sociétaux et environnementaux défendus par les parties prenantes. Un regard fructueux pour co-construire les engagements ambitieux et concertés du programme *Sharing Beauty With All*.

Parce que l'importance et le traitement des enjeux liés à la responsabilité sociale et sociétale de l'entreprise diffèrent d'un pays à l'autre, L'Oréal a mis en place des forums avec ses parties prenantes dans le monde entier afin de promouvoir un dialogue à l'échelle locale tant sur les enjeux locaux que globaux.

Depuis 2011, se sont tenus des forums, pour lesquels 754 organisations ont été contactées au total, et auxquels 232 ont répondu présentes.

Ce dialogue permanent permet à L'Oréal et à ses parties prenantes de réfléchir de façon conjointe aux enjeux du développement durable. L'analyse des données résultant de ce dialogue, comme les minutes des Stakeholders Forums ou les rapports d'agences de notation extra-financières, permet à L'Oréal de mettre au jour les attentes de ses parties prenantes et de les confronter à sa propre stratégie.

Ces forums, dans les différents pays, ont été l'occasion de balayer des sujets aussi variés que les enjeux environnementaux, la diversité, les tests sur les animaux, la sécurité des produits, ou encore les droits des femmes. Par-delà la tenue des forums, une plateforme de dialogue en ligne a été ouverte aux parties prenantes, reprenant les différents chapitres de l'analyse de matérialité du groupe, et permettant aux organisations qui le souhaitent de poursuivre le dialogue en ligne, de poser des questions, auxquelles les experts du groupe répondent en temps réel. Une manière de maintenir le lien, dans une démarche continue d'écoute et de progrès.

Présentée brièvement au début de chaque forum, la politique de L'Oréal – qui consiste à intégrer le développement durable au cœur de sa stratégie business, tout au long de la chaîne de valeur – a été bien accueillie par les parties prenantes. La plupart ont estimé qu'elle couvrait une bonne partie des attentes de la société civile. Et beaucoup ont souligné sa cohérence. Les discussions ont toutefois mis en lumière l'existence d'un écart entre les activités du groupe en tant qu'entreprise et ce que les consommateurs en perçoivent. Pour les parties prenantes, la communication sur les engagements en matière de développement durable du groupe doit impliquer davantage ses marques et ses produits, qui incarnent L'Oréal aux yeux des consommateurs et les touchent plus directement. Les participants ont également commenté les efforts de L'Oréal en faveur de la promotion de modes de consommation plus durables. Selon eux, proposer de meilleurs produits, plus efficaces, plus sûrs, socialement plus responsables et moins préjudiciables à l'environnement, ne suffit pas.

Par exemple, lors des forums de Johannesburg et Mumbai, la question de savoir comment L'Oréal allait acquérir un milliard de nouveaux consommateurs, tout en réduisant son impact environnemental a été soulevée. Les autres questions soulevées par les parties prenantes dans les forums concernaient des sujets aussi variés que le social business, la diversité, la lutte contre la pauvreté, la gestion des déchets, la diversité des beautés et la sincérité des publicités, les audits des fournisseurs ou encore la protection des animaux. Les associations de consommateurs ont par exemple demandé à L'Oréal comment le Groupe comptait associer les consommateurs mais aussi les aider à comprendre ce qu'est un mode de vie durable et comment la consommation responsable peut contribuer au développement durable. C'est à travers l'engagement « Consommer durablement » de son programme *Sharing Beauty With All* que le Groupe répond à cette attente. D'ici à 2020, L'Oréal donnera à tous ses consommateurs la possibilité de faire des choix durables. Comprendre leurs attentes, évaluer l'empreinte de ses produits et mener des actions ou campagnes de sensibilisation ont été identifiés comme des leviers pour y parvenir. Ainsi, en 2014 25,4% des marques du Groupe ont effectué une action de sensibilisation auprès des consommateurs. De plus, 22 % des marques ont évalué en 2014 leur impact environnemental ou social, et se sont engagées à le réduire et rendre compte de leurs progrès.

En 2013, L'Oréal avait identifié une trentaine de sujets particulièrement importants pour les parties prenantes et pour le Groupe, ce qui lui a permis la même année d'actualiser son analyse de matérialité et ses indicateurs de suivi (pour plus d'informations, voir la fiche Paramètres pour l'analyse de la matérialité, la matrice de matérialité, et les indicateurs, au sein de ce Rapport).

Des rencontres bilatérales et la participation à des forums publics permettent également à L'Oréal d'échanger avec ses parties prenantes sur des sujets clefs. L'Oréal met par ailleurs à la disposition de ses Parties Prenantes une plateforme d'information de dialogue dédiée permettant de retrouver les engagements RSE et interagir avec les experts sur un forum en ligne.

Enfin, depuis l'annonce du programme *Sharing Beauty With All*, une instance de gouvernance externe, nommée *Panel of Critical Friends*, rassemblant de grands experts environnementaux et sociétaux internationaux a été mise en place pour se porter garante de la sincérité de la démarche de L'Oréal, et challenger une fois par an le Groupe sur ses progrès. La première réunion de ce panel s'est tenue le 19 septembre 2014 à Clichy, en présence de Jean-Paul Agon et l'ensemble des sujets et avancées du programme ont été débattus. En France en 2014, L'Oréal a répondu présent à l'initiative du *Comité 21* qui a invité les principaux acteurs – entreprises, parties prenantes, tiers facilitateurs, syndicats, chercheurs – à engager une réflexion collective sur les modalités du dialogue parties prenantes. L'Oréal a participé aux différentes étapes : journées de travail, consultation en ligne ouverte aux praticiens, consultation élargie pour l'élaboration du texte définissant les grands principes. Une signature de ces principes par l'ensemble des acteurs impliqués est prévue début 2015.



POUR PLUS D'INFORMATIONS SUR LE DIALOGUE AVEC LES CONSOMMATEURS, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « SENSIBILISER LES CONSOMMATEURS À DES MODES DE VIE DURABLES » EN PAGE 20 DU RAPPORT D'AVANCEMENT SHARING BEAUTY WITH ALL 2014. POUR EN SAVOIR PLUS SUR LE « PANEL OF CRITICAL FRIENDS », CONSULTEZ LA RUBRIQUE « ZOOM SUR » EN PAGE 26 DU RAPPORT D'AVANCEMENT SHARING BEAUTY WITH ALL 2014.

P

rofil du rapport

L'ORÉAL

G4 28 *Période de reporting*

Pour la première fois cette année en 2014, L'Oréal publie un Rapport d'Avancement Sharing Beauty with all, rapport qui se substitue au Rapport de Développement Durable. L'examen des avancées en cours et l'étude des recommandations des Parties Prenantes, des institutions internationales et des organisations spécialisées telles que les Nations Unies, l'OCDE, la Commission Européenne et le WBCSD, ont permis de préparer ce rapport. Maintenant que le programme Sharing Beauty with all est entré dans sa phase de mise en œuvre, le Groupe communique, par le biais de ce rapport, sur ses progrès grâce notamment aux indicateurs. Concernant son rapport expert (fiches experts téléchargeables sur le site <http://www.sharingbeautywithall.com/fr>), le Groupe a suivi, pour l'analyse de ses performances en matière de développement durable, les lignes directrices publiées par le Global Reporting Initiative.

Pour la seconde année consécutive, L'Oréal a décidé de suivre les lignes directrices des GRI 4. Cette version de GRI démontre que le Groupe est à l'écoute de ses parties prenantes. En choisissant la version 4 de la GRI, L'Oréal démontre sa démarche d'amélioration continue et son désir d'être pionnier en matière de reporting Développement Durable.

› CHAMP D'APPLICATION, DÉLIMITATION ET BASES DU RAPPORT

Ce rapport couvre toute l'activité du Groupe L'Oréal pour l'exercice allant de janvier à décembre 2014.

› CHAMP D'APPLICATION DES DONNÉES RELATIVES

- À la performance environnementale
- Aux performances sociale et sociétale.

Aucun changement majeur de l'activité, affectant de manière significative la comparaison des données entre ce rapport et le précédent ou entre les organisations, n'a eu lieu.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LE PÉRIMÈTRE DU RAPPORT, CONSULTEZ L'INDICATEUR G4-18 AU SEIN DE LA FICHE « ASPECT ET PÉRIMÈTRES PERTINENTS IDENTIFIÉS » DU RAPPORT.

G4 29 *Date du dernier rapport publié, le cas échéant*

- Le Rapport d'Avancement *Sharing Beauty With All* 2014 a été publié en avril 2015 ; il est disponible via <http://www.sharingbeautywithall.com/fr> ;
- Le Document de Référence 2014 (Chapitre 6 : « Responsabilité sociale, environnementale et sociétale de l'entreprise ») a été publié en mars 2015 ; il est disponible via : <http://www.loreal.fr/groupe/publications.aspx>

G4 30 *Cycle de reporting*

Ce rapport couvre toute l'activité du Groupe L'Oréal pour l'exercice allant de janvier à décembre 2014.

G4 31 *Personne à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu*

L'Oréal apprécie votre avis sur ses performances et ses rapports en matière de développement durable. Veuillez envoyer vos commentaires, questions ou suggestions via la rubrique « Nous contacter » sur notre site www.loreal.fr (bas de page, dans l'« Accès rapide »), puis encart « Environnement et développement durable »).

G4 32 *L'option de « conformité » choisie par l'organisation et l'Index du contenu*

L'option de conformité choisie est CORE.

Custom Content Index - " in accordance " Core (print version)

This Content Index provides an overview of the G4 Standard Disclosures based on the selections made.

GRI's Standard Disclosures are comprised of one or more disclosure requirements. On the following sheet, " Overview - Standard Disclosures", the requirements are listed from "a" to "z" under the column "Disclosure Requirements". In order to report " in accordance ", an organization must answer each of the disclosure requirements for all the required Standard Disclosures.

In exceptional cases, if it is not possible to disclose certain required information, reasons for omission may apply for those Standard Disclosures marked with ☺ in tables 3 and 4 on page 12 of Guidelines – Reporting Principles and Standard Disclosures. Consult the "Reasons for omission" on page 13 of the Guidelines – Reporting Principles and Standard Disclosures. There are also macros embedded in this sheet to assist you in disclosing accepted reasons for omission; click on the cell in the Reason(s) for Omission(s) column that you want to provide such a reason for and a selection form will open.

The GRI Guidelines contain the authoritative text. In case of any discrepancies between this Content Index template and the GRI Guidelines, the GRI Guidelines' text shall prevail.



<i>GENERAL STANDARD DISCLOSURES</i>		
General Standard Disclosures	Page Number (or Link) Information related to Standard Disclosures required by the "in accordance" options may already be included in other reports prepared by the organization. In these circumstances, the organization may elect to add a specific reference to where the relevant information can be found.	External Assurance Indicate if the Standard Disclosure has been externally assured. If yes, include the page reference for the External Assurance Statement in the report.
<i>STRATEGY AND ANALYSIS</i>		
G4-1	Fiche Stratégie de l'organisation G4-1 p.4 - p.5	
G4-2	Fiche Stratégie de l'organisation G4-2 p.5 - p.10	
<i>ORGANIZATIONAL PROFILE</i>		
G4-3	Fiche Profil de l'Organisation G4-3 p.11	
G4-4	Fiche Profil de l'Organisation G4-4 p.11	
G4-5	Fiche Profil de l'Organisation G4-5 p.11	
G4-6	Fiche Profil de l'Organisation G4-6 p.12	
G4-7	Fiche Profil de l'Organisation G4-7 p.12	
G4-8	Fiche Profil de l'Organisation G4-8 p.13 - p.14	
G4-9	Fiche Profil de l'Organisation G4-9 p.15 et document de référence 2014 chapitre « chiffres clés et commentaires sur l'exercice 2014 » p.101	Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-10	Fiche Profil de l'Organisation G4-10 p.16 - p.18 et document de référence 2014 rubrique 6.2.2.1. "L'emploi" p.218	Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-11	Fiche Profil de l'Organisation G4-11 p.19 et document de référence 2014 rubrique "Le bilan des accords collectifs" p.226 et fiche Emploi, Approche managériale	Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-12	Fiche Profil de l'Organisation G4-12 p.19	
G4-13	Fiche Profil de l'Organisation G4-13 p.20 et document de référence 2014 3.3.1. "Faits marquants de l'année 2014" p.114 et 115.	
G4-14	Fiche Profil de l'Organisation G4-14 p.21 - p.23 et document de référence 2014 6.4.5. "Loyauté des pratiques" p.252 et suivantes et 1.8.1.2. "Qualité et sécurité des produits" p.25, 1.5.4. "Test sur l'animal : éthique et innovation réconciliés" p.18.	
G4-15	Fiche Profil de l'Organisation G4-15 p.24	
G4-16	Fiche Profil de l'Organisation G4-16 p.24 - p.26 et http://www.bureauveritas.fr/wps/wcm/connect/bv_fr/local/services+sheet/gender-equality-european-standard et http://www.eveprogramme.com/	

IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES		
G4-17	Fiche Aspects et périmètres pertinents identifiés G4-17 p.27	-
G4-18	Fiche Aspects et périmètres pertinents identifiés G4-18 G4-19 G4-20 G4-21 p.29	-
G4-19	Fiche Aspects et périmètres pertinents identifiés G4-18 G4-19 G4-20 G4-21 p.29	-
G4-20	Fiche Aspects et périmètres pertinents identifiés G4-18 G4-19 G4-20 G4-21 p.29	-
G4-21	Fiche Aspects et périmètres pertinents identifiés G4-18 G4-19 G4-20 G4-21 p.29	-
G4-22	Fiche Aspects et périmètres pertinents identifiés G4-22 G4-23 p.35 et « Note méthodologique » en pages 232/245/255 du document de référence 2014.	-
G4-23	Fiche Aspects et périmètres pertinents identifiés G4-22 G4-23 p.35 et « Note méthodologique » en pages 232/245/255 du document de référence 2014.	-
STAKEHOLDER ENGAGEMENT		
G4-24	Fiche implication des Parties Prenantes G4-24 G4-25 G4-26 p.38	-
G4-25	Fiche implication des Parties Prenantes G4-24 G4-25 G4-26 p.38	-
G4-26	Fiche implication des Parties Prenantes G4-24 G4-25 G4-26 p.38	-
G4-27	Fiche implication des Parties Prenantes G4-27 p.45	-
REPORT PROFILE		
G4-28	Fiche profil du rapport G4-28 p.47	
G4-29	Fiche profil du rapport G4-29 p.47	
G4-30	Fiche profil du rapport G4-30 p.47	
G4-31	Fiche profil du rapport G4-31 p.47	
G4-32	Fiche profil du rapport G4-32 p.48	
G4-33	Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93	

GOVERNANCE		
G4-34	Fiche Gouvernance G4-34 G4-35 G4-36 G4-37 G4-38 p.95 - p.99 et document de référence 2014 p.57 et p. 58 concernant les exemples de travaux du Conseil axés sur l'activité et la stratégie, p.35 et suivantes concernant la structure de la gouvernance de L'Oréal, la rubrique 6.4.2. p.247 et suivantes, la fiche Implication des Parties Prenantes au sein de ce rapport et la p.26 du Rapport d'Avancement <i>Sharing Beauty With All</i> 2014.	
G4-35		
G4-36		
G4-37		
G4-38		
G4-39	Fiche Gouvernance G4-39 p.101 et document de référence 2014 paragraphe 2.2.1.1. « Modalité d'Exercice de la Direction Générale » p.39.	
G4-40	Fiche Gouvernance G4-40 p.101 - p.103, et document de référence 2014 rubrique 2.2.1.2. "Mandataires sociaux" en p.40 et suivantes.	
G4-41	Fiche Gouvernance G4-41 p.103 et document de référence 2014 2.2.2.3. « L'activité des Comités du conseil d'administration » p.58 et suivantes.	
G4-42	Fiche Gouvernance G4-42 p.104	
G4-43	Fiche Gouvernance G4-43 p.105	
G4-44	Fiche Gouvernance G4-44 p.106 et document de référence 2014 rubrique 2.2.2.4. « Auto évaluation du Conseil d'administration » p.62 et p.63.	
G4-45	Fiche Gouvernance G4-45 G4-46 G4-47 p.107 - p.109 et document de référence 2014 2.2.2.3. « L'activité des Comités du conseil d'administration » p.58 et suivantes.	
G4-46		
G4-47		
G4-48	Fiche Gouvernance G4-48 et p.110 et Fiche Aspects et Périmètres du Rapport	
G4-49	Fiche Gouvernance G4-49 p.111	
G4-51	Fiche Gouvernance G4-51 p.112 - p.113 et document de référence 2014 p.73 à 89 et 298 à 300.	
G4-53	Fiche Gouvernance G4-53 p.113	
ETHICS AND INTEGRITY		
G4-56	Fiche Éthique et intégrité G4-56 G4-57 G4-58 p.114 - p.115	
G4-57		
G4-58		

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

DMA and Indicators	Page Number (or Link) Information related to Standard Disclosures required by the "in accordance" options may already be included in other reports prepared by the organization. In these circumstances, the organization may elect to add a specific reference to where the relevant information can be found.	Identified Omission(s) In exceptional cases, if it is not possible to disclose certain required information, identify the information that has been omitted.	Reason(s) for Omission(s) In exceptional cases, if it is not possible to disclose certain required information, provide the reason for omission.	Explanation for Omission(s) In exceptional cases, if it is not possible to disclose certain required information, explain the reasons why the information has been omitted.	External Assurance Indicate if the Standard Disclosure has been externally assured. If yes, include the page reference for the External Assurance Statement in the report.
---------------------------	---	--	--	---	--

CATEGORY : ECONOMIC

MATERIAL ASPECT: ECONOMIC PERFORMANCE

G4-DMA	Fiche Économie Performance économique p.2				
G4-EC1	Fiche Économie EC 1 p.5 - p.10				
G4-EC2	Fiche Économie EC 2 p.10 - 11				
G4-EC3	Fiche Économie EC 3 p.12 - p.15 et document de référence 2014 chapitre 6.2.2.1 « Régimes de prévoyance, de retraite et autres avantages » p.221 et suivantes				
G4-EC4	Fiche Économie EC 4 p.15				

MATERIAL ASPECT: MARKET PRESENCE

G4-DMA	Fiche Économie Présence sur le marché p.2				
G4-EC5	Fiche Économie EC 5 p.16				
G4-EC6	Fiche Économie EC 6 p.17				

MATERIAL ASPECT: INDIRECT ECONOMIC IMPACTS

G4-DMA	Fiche Économie Impacts économiques indirects p.2 - p.3				
G4-EC7	Fiche Économie EC 7 p.18 - p.19 et fiche société indicateur SO1				
G4-EC8	Fiche Économie EC 8 p.20 - p.21, fiche Société SO1 et rubrique « Etre acteur d'inclusion au sein des communautés locales » du Rapport d'Avancement <i>Sharing Beauty With All</i> 2014 p.25.				

MATERIAL ASPECT: PROCUREMENT PRACTICES

G4-DMA	Fiche Économie Pratiques d'achat p.3 - p.4				
G4-EC9	Fiche Économie EC 9 p.22 et fiche société indicateur SO1 et rubrique « Etre acteur d'inclusion au sein des communautés locales » du Rapport d'Avancement <i>Sharing Beauty With All</i> 2014 p.25.				

<i>CATEGORY: ENVIRONMENTAL</i>					
<i>MATERIAL ASPECT: MATERIALS</i>					
G4-DMA	Fiche Environnement Matières p.6 - p.7				
G4-EN1	Fiche Environnement EN1 p.18	Emballages	The information is subject to specific confidentiality constraints	Pour des raisons de confidentialité, L'Oréal ne communique pas le tonnage de ses emballages	
G4-EN2	Fiche Environnement EN2 p.18				
<i>MATERIAL ASPECT: ENERGY</i>					
G4-DMA	Fiche Environnement Energie p.7				
G4-EN3	Fiche Environnement EN3 p.19				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-EN4	Fiche Environnement EN4 p.20				
G4-EN5	Fiche Environnement EN5 p.20				
G4-EN6	Fiche Environnement EN6 p.21 - p.22				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-EN7	Fiche Environnement EN7 p.22				
<i>MATERIAL ASPECT: WATER</i>					
G4-DMA	Fiche Environnement Eau p.8				
G4-EN8	Fiche Environnement EN8 p.23 et document de référence 2014 rubrique 6.3.3. « L'utilisation durable des ressources » p.238				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-EN9	Fiche Environnement EN9 p.23				
G4-EN10	Fiche Environnement EN10 p.24	Recyclage	The information is currently unavailable	L'indicateur permettant de remonter le taux de recyclage ou le taux de réutilisation de l'eau pour chaque usine sera intégré au premier semestre 2014.	

MATERIAL ASPECT: BIODIVERSITY					
G4-DMA	Fiche Environnement Biodiversité p.8 - p.10				
G4-EN11	Fiche Environnement EN11 p.25				
G4-EN12	Fiche Environnement EN12 p.26 - p.27				
G4-EN13	Fiche Environnement EN13 p.28 et Rapport d'Avancement <i>Sharing Beauty With All</i> p.12 à 13 et p.20				
G4-EN14	Fiche Environnement EN14 p.28 - p.29 et document de référence 2014 rubrique 6.3.5. « Protection de la biodiversité » p.244				
MATERIAL ASPECT: EMISSIONS					
G4-DMA	Fiche Environnement Émission p.11				
G4-EN15	Fiche Environnement EN15 p.29				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-EN16	Fiche Environnement EN16 p.29				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-EN17	Fiche Environnement EN17 p.30 et Responsabilité du Fait du Produit PR3				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-EN18	Fiche Environnement EN18 p.30				
G4-EN19	Fiche Environnement EN 19 p.31 - p.32				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-EN20	Fiche Environnement EN 20 p.32				
G4-EN21	Fiche Environnement EN 21 p.33 et document de référence 2014 rubrique 6.3.2. « La pollution et la gestion des déchets » p.235				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
MATERIAL ASPECT: EFFLUENTS AND WASTE					
G4-DMA	Fiche Environnement Effluents et Déchets p.12				
G4-EN22	Fiche Environnement EN22 p.34 et document de référence 2014 p.238 « L'utilisation durable des ressources »				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-EN23	Fiche Environnement EN23 p.35 - p.36 et document de référence 2014 « La pollution et la gestion des déchets » 235 et suivantes				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-EN24	Fiche Environnement EN24 p.36				
G4-EN25	Fiche Environnement EN25 p.36				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-EN26	Fiche Environnement EN26 p.37				

MATERIAL ASPECT: PRODUCTS AND SERVICES					
G4-DMA	Fiche Environnement Produits et Services p.13 - p.14				
G4-EN27	Fiche Environnement EN27 p.38 - p.39				
G4-EN28	Fiche Environnement EN28 p.40 et document de référence 2014 « Responsabilité sociale et sociétale de l'entreprise » 6.4.1. p.221 et http://www.kiehls.fr/services/service.aspx?topcode=AboutKiehls http://www.garnier.fr/_fr/_fr/programmes/astuces/astucesvertes-liste-categorie.aspx?tpcode=GARNIER^GARNIER_ASTUCES_VERTES http://www.thebodyshop.fr/valeurs/ProtectPlanet.aspx				
MATERIAL ASPECT: COMPLIANCE					
G4-DMA	Fiche Environnement Conformité p.14 - p.15				
G4-EN29	Fiche Environnement EN29 p.41				
MATERIAL ASPECT: TRANSPORT					
G4-DMA	Fiche Environnement Transport p.15				
G4-EN30	Fiche Environnement EN30 p.41				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
MATERIAL ASPECT: OVERALL					
G4-DMA	Fiche Environnement Généralités p.16				
G4-EN31	Fiche Environnement EN31 p.42				
MATERIAL ASPECT: SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT					
G4-DMA	Fiche Environnement Évaluation environnementale des fournisseurs p.17				
G4-EN32	Fiche Environnement EN 32 p.43 - p.44				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
MATERIAL ASPECT: ENVIRONMENTAL GRIEVANCE MECHANISMS					
G4-DMA	Fiche Environnement Mécanismes de règlement des griefs environnementaux p.17				
G4-EN34	Fiche Environnement EN34 p.45				

<i>CATEGORY: SOCIAL</i>					
<i>SUB-CATEGORY: LABOR PRACTICES AND DECENT WORK</i>					
<i>MATERIAL ASPECT: EMPLOYMENT</i>					
G4-DMA	Fiche Emploi Emploi p.3 - p.4				
G4-LA1	Fiche Emploi LA1 p.12 et Rubrique 6.2.2.1. « L'emploi » du document de référence 2014				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-LA2	Fiche Emploi LA2 p.12 - p.19 et document de référence 2014 rubrique « Plan épargne entreprise et compte courant bloqué » p.220 et suivantes				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
<i>MATERIAL ASPECT: LABOR/MANAGEMENT RELATIONS</i>					
G4-DMA	Fiche Emploi Relations employeurs/employés p.5				
G4-LA4	Fiche emploi LA4 p.20				
<i>MATERIAL ASPECT: OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY</i>					
G4-DMA	Fiche emploi santé et sécurité au travail p.6 - p.7				
G4-LA5	Fiche Emploi LA5 p.21 - p.22 et document de référence 2014 rubrique 6.2.2.4. « Santé et sécurité » p.226 et suivantes	effectif total représenté dans des comités mixtes d'hygiène et de sécurité	The information is currently unavailable	L'indicateur requis n'est pas consolidé dans le système de reporting du Groupe. Néanmoins, les questions d'hygiène et de sécurité font partie du dialogue social avec les instances dédiées à ce sujet ou bien avec les instances représentatives du personnel, là où ces instances dédiées ne sont pas en place.	
G4-LA6	Fiche Emploi LA6 p.22 - p.25				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-LA7	Fiche Emploi LA7 p.26				
G4-LA8	Fiche Emploi LA8 p.26				

MATERIAL ASPECT: TRAINING AND EDUCATION					
G4-DMA	Fiche emploi Formation et éducation p.7				
G4-LA9	Fiche Emploi LA9 p.27, Fiche Emploi LA2 et document de référence 2014 rubrique 6.2.2.5. « Formation » p.229				Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-LA10	Fiche emploi LA10 p.28 - p.29, Fiche Emploi LA2 et document de référence 2014 rubrique 6.2.2.5. « Formation » p.229				
G4-LA11	Fiche Emploi LA11 p.30				
MATERIAL ASPECT: DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY					
G4-DMA	Fiche Emploi Diversité et égalité des chances p.8 - p.9				
G4-LA12	Fiche Emploi LA12 p.31 - p.32 et document de référence 2014 p.37 et suivantes ou fiche GRI « Gouvernance »				
MATERIAL ASPECT: EQUAL REMUNERATION FOR WOMEN AND MEN					
G4-DMA	Fiche emploi Egalité de la rémunération entre les femmes et les hommes p.8				
G4-LA13	Fiche emploi LA13 p.33	Information on a group level	The information is currently unavailable	information sur le périmètre France seulement	
MATERIAL ASPECT: SUPPLIER ASSESSMENT FOR LABOR PRACTICES					
G4-DMA	Fiche emploi Évaluation des pratiques en matière d'emploi chez les fournisseurs p.10				
G4-LA14	Fiche emploi LA14 p.34				
G4-LA15	Fiche emploi LA15 p.35 et fiche « Gouvernance », aspect « Droits de l'Homme »				
MATERIAL ASPECT: LABOR PRACTICES GRIEVANCE MECHANISMS					
G4-DMA	Fiche Emploi Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux pratiques en matière d'emploi p.11				
G4-LA16	Fiche emploi LA16 p.36				

SUB-CATEGORY : HUMAN RIGHTS				
MATERIAL ASPECT: INVESTMENT				
G4-DMA	Fiche Droits de l'Homme, partie « Investissement » p.3			
G4-HR1	Fiche Droits de l'Homme HR1 p.9			
G4-HR2	Fiche Droits de l'Homme HR2 p.9			
MATERIAL ASPECT: NON-DISCRIMINATION				
G4-DMA	Fiche Droits de l'Homme Non discrimination p.3 - p.4			
G4-HR3	Fiche Droits de l'Homme HR3 p.10 - p.11 et document de référence 2014 paragraphe 6.2.2.7. « Promotion et respect des stipulations des conventions fondamentales de l'OIT » p.231			
MATERIAL ASPECT: FREEDOM OF ASSOCIATION AND COLLECTIVE BARGAINING				
G4-DMA	Fiche Droits de l'Homme liberté syndicale p.5			
G4-HR4	Fiche Droits de l'Homme HR4 p.12 et document de référence 2014 p.231 paragraphe 6.2.2.7. « Promotion et respect des stipulations des conventions fondamentales de l'OIT »			
MATERIAL ASPECT: CHILD LABOR				
G4-DMA	Fiche Droits de l'Homme Travail des enfants p.5			
G4-HR5	Fiche Droits de l'Homme HR5 p.13 et document de référence 2014 p.231 paragraphe 6.2.2.7. « Promotion et respect des stipulations des conventions fondamentales de l'OIT »			
MATERIAL ASPECT: FORCED OR COMPULSORY LABOR				
G4-DMA	Fiche Droits de l'Homme travail forcé ou obligatoire p.6			
G4-HR6	Fiche Droits de l'Homme HR6 p.13			
MATERIAL ASPECT: SECURITY PRACTICES				
G4-DMA	Fiche Droits de l'Homme Pratiques en matière de sécurité p.6			
G4-HR7	Fiche Droits de l'Homme HR7 p.14			
MATERIAL ASPECT: INDIGENOUS RIGHTS				
G4-DMA	Fiche Droits de l'Homme Droit des peuples autochtones p.6 - p.7 et Fiche Environnement EN14			
G4-HR8	Fiche Droits de l'Homme HR8 p.14			
MATERIAL ASPECT: ASSESSMENT				
G4-DMA	Fiche Droits de l'Homme Évaluation p.7			
G4-HR9	Fiche Droits de l'Homme HR9 p.15			
MATERIAL ASPECT: SUPPLIER HUMAN RIGHTS ASSESSMENT				
G4-DMA	Fiche Droits de l'Homme Évaluation du respect des Droits de l'Homme chez les fournisseurs p.7 - p.8			
G4-HR10	Fiche Droits de l'Homme HR10 p.16			Fiche profil du rapport G4-33 p.90 - p.93
G4-HR11	Fiche Droits de l'Homme HR11 p.17			
MATERIAL ASPECT: HUMAN RIGHTS GRIEVANCE MECHANISMS				
G4-DMA	Fiche Droits de l'Homme Évaluation du respect des Droits de l'Homme chez les fournisseurs et Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux droits de l'homme p.8			
G4-HR12	Fiche Droits de l'Homme HR12 p.18			

SUB-CATEGORY: SOCIETY					
MATERIAL ASPECT: LOCAL COMMUNITIES					
G4-DMA	Fiche Société Communautés locales p.2 et document de référence 2014 rubrique 6.4.1 « Impact territorial, économique et social de l'activité » p.248				
G4-SO1	Fiche Société SO1 p.7 - p.9 et Rapport d'Avancement <i>Sharing Beauty With All</i> p.25				
MATERIAL ASPECT: ANTI-CORRUPTION					
G4-DMA	Fiche Société Lutte contre la corruption p.3 - p.4				
G4-SO3	Fiche Société SO3 p.10				
G4-SO4	Fiche Société SO4 p.11				
G4-SO5	Fiche Société SO5 p.11				
MATERIAL ASPECT: PUBLIC POLICY					
G4-DMA	Fiche Société Politiques Publiques p.4 - p.5				
G4-SO6	Fiche Société SO6 p.12				
MATERIAL ASPECT: ANTI-COMPETITIVE BEHAVIOR					
G4-DMA	Fiche Société Comportement Anti-concurrentiel p.6				
G4-SO7	Fiche Société SO7 p.13 et document de référence 2014 « Provisions pour risques et charges » p.162				
MATERIAL ASPECT: COMPLIANCE					
G4-DMA	Fiche Société Conformité p.6 et document de référence 2014 rubrique 2.5.2.3. « Gestion des Risques » p.91 et 92 et 2.5.3. "Acteurs" paragraphe « Direction du risk management et compliance » p.93 et 94				
G4-SO8	Fiche Société SO8 p.14 et Fiche Société SO7 p.13				
MATERIAL ASPECT: SUPPLIER ASSESSMENT FOR IMPACTS ON SOCIETY					
G4-DMA	Fiche Société Évaluation des impacts des fournisseurs sur la société p.6				
G4-SO9	Fiche Société SO9 SO10 p.14 et fiche Société SO1 p.7 - p.9	Impacts négatifs sur les fournisseurs	The information is currently unavailable		
G4-SO10	Fiche Société SO9 SO10 p.14 et fiche Société SO1 p.7 - p.9	Impacts négatifs sur les fournisseurs	The information is currently unavailable		
MATERIAL ASPECT: GRIEVANCE MECHANISMS FOR IMPACTS ON SOCIETY					
G4-DMA	Fiche Société Mécanismes de règlement des griefs relatifs à l'impact sur la société p.6				
G4-SO11	Fiche Société SO11 p.15				

SUB-CATEGORY: PRODUCT RESPONSIBILITY					
MATERIAL ASPECT: CUSTOMER HEALTH AND SAFETY					
G4-DMA	Fiche Responsabilité des produits Santé et sécurité des consommateurs p.2				
G4-PR1	Fiche Responsabilité des produits PR1 p.5 - p.7 , Fiche responsabilité des produits PR2 et http://www.lorealpredictive.com/fr/t				
G4-PR2	Fiche Responsabilité des produits PR2 p.8				
MATERIAL ASPECT: PRODUCT AND SERVICE LABELING					
G4-DMA	Fiche Responsabilité des produits Étiquetage des produits et services p.3				
G4-PR3	Fiche Responsabilité des produits PR3 p.9				
G4-PR4	Fiche Responsabilité des produits PR4 p.10				
MATERIAL ASPECT: MARKETING COMMUNICATIONS					
G4-DMA	Fiche Responsabilité des produits Communication marketing p.3				
G4-PR6	Fiche Responsabilité des produits PR6 p.10				
G4-PR7	Fiche Responsabilité des produits PR7 p.10				
MATERIAL ASPECT: CUSTOMER PRIVACY					
G4-DMA	Fiche Responsabilité des produits Vie privée des clients p.4				
G4-PR8	Fiche Responsabilité des produits PR8 p.11				
MATERIAL ASPECT: COMPLIANCE					
G4-DMA	Fiche Responsabilité des produits Conformité p.4				
G4-PR9	Fiche Responsabilité des produits PR9 p.11 , Fiche responsabilité des produits PR2 , PR4 et PR6				

Overview of Standard Disclosure requirements.

This page provides an overview of the Standard Disclosures included in your Custom Content Index. The print area is already set and is based on size A4 (landscape). If you have A3 paper available, it may be easier to print on this size (change orientation to " portrait").

GRI's Standard Disclosures are comprised of one or more disclosure requirements (these are listed from "a" to "z" under the column "Disclosure Requirements"). In order to report " in accordance ", an organization must answer each of the disclosure requirements for all the required Standard Disclosures.

In exceptional cases, if it is not possible to disclose certain required information, reasons for omission may apply for those Standard Disclosures marked with () in tables 3 and 4 on page 12 of Guidelines – Reporting Principles and Standard Disclosures. Consult the "Reasons for omission" on page 13 of the Guidelines – Reporting Principles and Standard Disclosures.*

The GRI Guidelines contain the authoritative text. In case of any discrepancies between this Content Index template and the GRI Guidelines, the GRI Guidelines' text shall prevail.

GENERAL STANDARD DISCLOSURES	
General Standard Disclosures	<p>Disclosure Requirements</p> <p>The disclosure requirements for the selected Standard Disclosures are provided below. The G4 Implementation Manual contains explanations of how to prepare the information to be disclosed and how to interpret the various concepts in the Guidelines. Organizations should consult the G4 Implementation Manual when preparing a sustainability report.</p>
STRATEGY AND ANALYSIS	
G4-1	<p>a. Provide a statement from the most senior decision-maker of the organization (such as CEO, chair, or equivalent senior position) about the relevance of sustainability to the organization and the organization's strategy for addressing sustainability.</p> <p>The statement should present the overall vision and strategy for the short term, medium term, and long term, particularly with regard to managing the significant economic, environmental and social impacts that the organization causes and contributes to, or the impacts that can be linked to its activities as a result of relationships with others (such as suppliers, people or organizations in local communities). The statement should include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategic priorities and key topics for the short and medium term with regard to sustainability, including respect for internationally recognized standards and how such standards relate to long term organizational strategy and success • Broader trends (such as macroeconomic or political) affecting the organization and influencing sustainability priorities • Key events, achievements, and failures during the reporting period • Views on performance with respect to targets • Outlook on the organization's main challenges and targets for the next year and goals for the coming 3-5 years • Other items pertaining to the organization's strategic approach
G4-2	<p>a. Provide a description of key impacts, risks, and opportunities.</p> <p>The organization should provide two concise narrative sections on key impacts, risks, and opportunities. Section One should focus on the organization's key impacts on sustainability and effects on stakeholders, including rights as defined by national laws and relevant internationally recognized standards. This should take into account the range of reasonable expectations and interests of the organization's stakeholders. This section should include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A description of the significant economic, environmental and social impacts of the organization, and associated challenges and opportunities. This includes the effect on stakeholders' rights as defined by national laws and the expectations in internationally recognized standards and norms • An explanation of the approach to prioritizing these challenges and opportunities • Key conclusions about progress in addressing these topics and related performance in the reporting period. This includes an assessment of reasons for underperformance or over-performance • A description of the main processes in place to address performance and relevant changes <p>Section Two should focus on the impact of sustainability trends, risks, and opportunities on the long-term prospects and financial performance of the organization. This should concentrate specifically on information relevant to financial stakeholders or that could become so in the future. Section Two should include the following:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A description of the most important risks and opportunities for the organization arising from sustainability trends • Prioritization of key sustainability topics as risks and opportunities according to their relevance for long-term organizational strategy, competitive position, qualitative, and (if possible) quantitative financial value drivers • Table(s) summarizing: <ul style="list-style-type: none"> – Targets, performance against targets, and lessons learned for the current reporting period – Targets for the next reporting period and medium term objectives and goals (that is, 3-5 years) related to key risks and opportunities • Concise description of governance mechanisms in place specifically to manage these risks and opportunities, and identification of other related risks and opportunities
ORGANIZATIONAL PROFILE	
G4-3	a. Report the name of the organization.
G4-4	a. Report the primary brands, products, and services.
G4-5	a. Report the location of the organization's headquarters.
G4-6	a. Report the number of countries where the organization operates, and names of countries where either the organization has significant operations or that are specifically relevant to the sustainability topics covered in the report.
G4-7	a. Report the nature of ownership and legal form.
G4-8	a. Report the markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers and beneficiaries).
G4-9	<p>a. Report the scale of the organization, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Total number of employees • Total number of operations • Net sales (for private sector organizations) or net revenues (for public sector organizations) • Total capitalization broken down in terms of debt and equity (for private sector organizations) • Quantity of products or services provided

G4-10	<p>a. Report the total number of employees by employment contract and gender.</p> <p>b. Report the total number of permanent employees by employment type and gender.</p> <p>c. Report the total workforce by employees and supervised workers and by gender.</p> <p>d. Report the total workforce by region and gender.</p> <p>e. Report whether a substantial portion of the organization's work is performed by workers who are legally recognized as self-employed, or by individuals other than employees or supervised workers, including employees and supervised employees of contractors.</p> <p>f. Report any significant variations in employment numbers (such as seasonal variations in employment in the tourism or agricultural industries).</p>
G4-11	a. Report the percentage of total employees covered by collective bargaining agreements.
G4-12	a. Describe the organization's supply chain.
G4-13	<p>a. Report any significant changes during the reporting period regarding the organization's size, structure, ownership, or its supply chain, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Changes in the location of, or changes in, operations, including facility openings, closings, and expansions • Changes in the share capital structure and other capital formation, maintenance, and alteration operations (for private sector organizations) • Changes in the location of suppliers, the structure of the supply chain, or in relationships with suppliers, including selection and termination
G4-14	a. Report whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization.
G4-15	a. List externally developed economic, environmental and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or which it endorses.
G4-16	<p>a. List memberships of associations (such as industry associations) and national or international advocacy organizations in which the organization:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Holds a position on the governance body • Participates in projects or committees • Provides substantive funding beyond routine membership dues • Views membership as strategic <p>This refers primarily to memberships maintained at the organizational level.</p>
IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES	
G4-17	<p>a. List all entities included in the organization's consolidated financial statements or equivalent documents.</p> <p>b. Report whether any entity included in the organization's consolidated financial statements or equivalent documents is not covered by the report.</p> <p>The organization can report on this Standard Disclosure by referencing the information in publicly available consolidated financial statements or equivalent documents.</p>
G4-18	<p>a. Explain the process for defining the report content and the Aspect Boundaries.</p> <p>b. Explain how the organization has implemented the Reporting Principles for Defining Report Content.</p>
G4-19	a. List all the material Aspects identified in the process for defining report content.
G4-20	<p>a. For each material Aspect, report the Aspect Boundary within the organization, as follows:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Report whether the Aspect is material within the organization • If the Aspect is not material for all entities within the organization (as described in G4-17), select one of the following two approaches and report either: <ul style="list-style-type: none"> – The list of entities or groups of entities included in G4-17 for which the Aspect is not material or – The list of entities or groups of entities included in G4-17 for which the Aspects is material • Report any specific limitation regarding the Aspect Boundary within the organization
G4-21	<p>a. For each material Aspect, report the Aspect Boundary outside the organization, as follows:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Report whether the Aspect is material outside of the organization • If the Aspect is material outside of the organization, identify the entities, groups of entities or elements for which the Aspect is material. In addition, describe the geographical location where the Aspect is material for the entities identified • Report any specific limitation regarding the Aspect Boundary outside the organization
G4-22	a. Report the effect of any restatements of information provided in previous reports, and the reasons for such restatements.
G4-23	a. Report significant changes from previous reporting periods in the Scope and Aspect Boundaries.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT	
G4-24	a. Provide a list of stakeholder groups engaged by the organization.
G4-25	a. Report the basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage.
G4-26	a. Report the organization's approach to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group, and an indication of whether any of the engagement was undertaken specifically as part of the report preparation process.
G4-27	a. Report key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting. Report the stakeholder groups that raised each of the key topics and concerns.
REPORT PROFILE	
G4-28	a. Reporting period (such as fiscal or calendar year) for information provided.
G4-29	a. Date of most recent previous report (if any).
G4-30	a. Reporting cycle (such as annual, biennial).
G4-31	a. Provide the contact point for questions regarding the report or its contents.
G4-32	a. Report the "in accordance" option the organization has chosen. b. Report the GRI Content Index for the chosen option. c. Report the reference to the External Assurance Report, if the report has been externally assured. GRI recommends the use of external assurance but it is not a requirement to be "in accordance" with the Guidelines
G4-33	a. Report the organization's policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report. b. If not included in the assurance report accompanying the sustainability report, report the scope and basis of any external assurance provided. c. Report the relationship between the organization and the assurance providers. d. Report whether the highest governance body or senior executives are involved in seeking assurance for the organization's sustainability report.
GOVERNANCE	
G4-34	a. Report the governance structure of the organization, including committees of the highest governance body. Identify any committees responsible for decision-making on economic, environmental and social impacts.
G4-35	a. Report the process for delegating authority for economic, environmental and social topics from the highest governance body to senior executives and other employees.
G4-36	a. Report whether the organization has appointed an executive-level position or positions with responsibility for economic, environmental and social topics, and whether post holders report directly to the highest governance body.
G4-37	a. Report processes for consultation between stakeholders and the highest governance body on economic, environmental and social topics. If consultation is delegated, describe to whom and any feedback processes to the highest governance body.
G4-38	a. Report the composition of the highest governance body and its committees by: <ul style="list-style-type: none"> • Executive or non-executive • Independence • Tenure on the governance body • Number of each individual's other significant positions and commitments, and the nature of the commitments • Gender • Membership of under-represented social groups • Competences relating to economic, environmental and social impacts • Stakeholder representation

G4-39	a. Report whether the Chair of the highest governance body is also an executive officer (and, if so, his or her function within the organization's management and the reasons for this arrangement).
G4-40	a. Report the nomination and selection processes for the highest governance body and its committees, and the criteria used for nominating and selecting highest governance body members, including: <ul style="list-style-type: none"> • Whether and how diversity is considered • Whether and how independence is considered • Whether and how expertise and experience relating to economic, environmental and social topics are considered • Whether and how stakeholders (including shareholders) are involved
G4-41	a. Report processes for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided and managed. Report whether conflicts of interest are disclosed to stakeholders, including, as a minimum: <ul style="list-style-type: none"> • Cross-board membership • Cross-shareholding with suppliers and other stakeholders • Existence of controlling shareholder • Related party disclosures
G4-42	a. Report the highest governance body's and senior executives' roles in the development, approval, and updating of the organization's purpose, value or mission statements, strategies, policies, and goals related to economic, environmental and social impacts.
G4-43	a. Report the measures taken to develop and enhance the highest governance body's collective knowledge of economic, environmental and social topics.
G4-44	a. Report the processes for evaluation of the highest governance body's performance with respect to governance of economic, environmental and social topics. Report whether such evaluation is independent or not, and its frequency. Report whether such evaluation is a self-assessment. b. Report actions taken in response to evaluation of the highest governance body's performance with respect to governance of economic, environmental and social topics, including, as a minimum, changes in membership and organizational practice.
G4-45	a. Report the highest governance body's role in the identification and management of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities. Include the highest governance body's role in the implementation of due diligence processes. b. Report whether stakeholder consultation is used to support the highest governance body's identification and management of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities.
G4-46	a. Report the highest governance body's role in reviewing the effectiveness of the organization's risk management processes for economic, environmental and social topics.
G4-47	a. Report the frequency of the highest governance body's review of economic, environmental and social impacts, risks, and opportunities.
G4-48	a. Report the highest committee or position that formally reviews and approves the organization's sustainability report and ensures that all material Aspects are covered.
G4-49	a. Report the process for communicating critical concerns to the highest governance body.
G4-50	a. Report the nature and total number of critical concerns that were communicated to the highest governance body and the mechanism(s) used to address and resolve them.
G4-51	a. Report the remuneration policies for the highest governance body and senior executives for the below types of remuneration: <ul style="list-style-type: none"> • Fixed pay and variable pay: <ul style="list-style-type: none"> – Performance-based pay – Equity-based pay – Bonuses – Deferred or vested shares • Sign-on bonuses or recruitment incentive payments • Termination payments • Clawbacks • Retirement benefits, including the difference between benefit schemes and contribution rates for the highest governance body, senior executives, and all other employees b. Report how performance criteria in the remuneration policy relate to the highest governance body's and senior executives' economic, environmental and social objectives.
G4-52	a. Report the process for determining remuneration. Report whether remuneration consultants are involved in determining remuneration and whether they are independent of management. Report any other relationships which the remuneration consultants have with the organization.

G4-56	a. Report how stakeholders' views are sought and taken into account regarding remuneration, including the results of votes on remuneration policies and proposals, if applicable.
G4-57	a. Report the ratio of the annual total compensation for the organization's highest-paid individual in each country of significant operations to the median annual total compensation for all employees (excluding the highest-paid individual) in the same country.
G4-58	a. Report the ratio of percentage increase in annual total compensation for the organization's highest-paid individual in each country of significant operations to the median percentage increase in annual total compensation for all employees (excluding the highest-paid individual) in the same country.
ETHICS AND INTEGRITY	
G4-56	a. Describe the organization's values, principles, standards and norms of behavior such as codes of conduct and codes of ethics.
G4-57	a. Report the internal and external mechanisms for seeking advice on ethical and lawful behavior, and matters related to organizational integrity, such as helplines or advice lines.
G4-58	a. Report the internal and external mechanisms for reporting concerns about unethical or unlawful behavior, and matters related to organizational integrity, such as escalation through line management, whistleblowing mechanisms or hotlines.

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES	
DMA and Indicators Specific Standard Disclosure Title	Disclosure Requirements The disclosure requirements for the selected Standard Disclosures are provided below. The G4 Implementation Manual contains explanations of how to prepare the information to be disclosed and how to interpret the various concepts in the Guidelines. Organizations should consult the G4 Implementation Manual when preparing a sustainability report.
CATEGORY : ECONOMIC	
ASPECT : ECONOMIC PERFORMANCE	
G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
G4-EC1 Direct economic value generated and distributed	<p>a. Report the direct economic value generated and distributed (EVG&D) on an accruals basis including the basic components for the organization's global operations as listed below. If data is presented on a cash basis, report the justification for this decision and report the basic components as listed below:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Direct economic value generated: <ul style="list-style-type: none"> – Revenues • Economic value distributed: <ul style="list-style-type: none"> – Operating costs – Employee wages and benefits – Payments to providers of capital – Payments to government (by country) – Community investments • Economic value retained (calculated as "Direct economic value generated" less "Economic value distributed") <p>b. To better assess local economic impacts, report EVG&D separately at country, regional, or market levels, where significant. Report the criteria used for defining significance.</p>
G4-EC2 Financial implications and other risks and opportunities for the organization's activities due to climate change	<p>a. Report risks and opportunities posed by climate change that have the potential to generate substantive changes in operations, revenue or expenditure, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A description of the risk or opportunity and its classification as either physical, regulatory, or other • A description of the impact associated with the risk or opportunity • The financial implications of the risk or opportunity before action is taken • The methods used to manage the risk or opportunity • The costs of actions taken to manage the risk or opportunity
G4-EC3 Coverage of the organization's defined benefit plan obligations	<p>a. Where the plan's liabilities are met by the organization's general resources, report the estimated value of those liabilities.</p> <p>b. Where a separate fund exists to pay the plan's pension liabilities, report:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The extent to which the scheme's liabilities are estimated to be covered by the assets that have been set aside to meet them • The basis on which that estimate has been arrived at • When that estimate was made <p>c. Where a fund set up to pay the plan's pension liabilities is not fully covered, explain the strategy, if any, adopted by the employer to work towards full coverage, and the timescale, if any, by which the employer hopes to achieve full coverage.</p> <p>d. Report the percentage of salary contributed by employee or employer.</p> <p>e. Report the level of participation in retirement plans (such as participation in mandatory or voluntary schemes, regional or country-based schemes, or those with financial impact).</p>
G4-EC4 Financial assistance received from government	<p>a. Report the total monetary value of financial assistance received by the organization from governments during the reporting period, including, as a minimum:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tax relief and tax credits • Subsidies • Investment grants, research and development grants, and other relevant types of grants • Awards • Royalty holidays • Financial assistance from Export Credit Agencies (ECAs) • Financial incentives • Other financial benefits received or receivable from any government for any operation <p>b. Report the information above by country.</p> <p>c. Report whether, and the extent to which, the government is present in the shareholding structure.</p>

ASPECT : MARKET PRESENCE	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-EC5 Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage at significant locations of operation</p>	<p>a. When a significant proportion of the workforce is compensated based on wages subject to minimum wage rules, report the ratio of the entry level wage by gender at significant locations of operation to the minimum wage. b. Report whether a local minimum wage is absent or variable at significant locations of operation, by gender. In circumstances in which different minimums could be used as a reference, report which minimum wage is being used. c. Report the definition used for " significant locations of operation " .</p>
<p>G4-EC6 Proportion of senior management hired from the local community at significant locations of operation</p>	<p>a. Report the percentage of senior management at significant locations of operation that are hired from the local community. b. Report the definition of " senior management " used. c. Report the organization's geographical definition of " local " . d. Report the definition used for " significant locations of operation " .</p>
ASPECT : INDIRECT ECONOMIC IMPACTS	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-EC7 Development and impact of infrastructure investments and services supported</p>	<p>a. Report the extent of development of significant infrastructure investments and services supported. b. Report the current or expected impacts on communities and local economies. Report positive and negative impacts where relevant. c. Report whether these investments and services are commercial, in-kind, or pro bono engagements.</p>
<p>G4-EC8 Significant indirect economic impacts, including the extent of impacts</p>	<p>a. Report examples of the significant identified positive and negative indirect economic impacts the organization has. These may include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Changing the productivity of organizations, sectors, or the whole economy • Economic development in areas of high poverty • Economic impact of improving or deteriorating social or environmental conditions • Availability of products and services for those on low incomes • Enhancing skills and knowledge amongst a professional community or in a geographical region • Jobs supported in the supply chain or distribution chain • Stimulating, enabling, or limiting foreign direct investment • Economic impact of change in location of operations or activities • Economic impact of the use of products and services <p>b. Report the significance of the impacts in the context of external benchmarks and stakeholder priorities, such as national and international standards, protocols, and policy agendas.</p>

ASPECT : PROCUREMENT PRACTICES	
G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
G4-EC9 Proportion of spending on local suppliers at significant locations of operation	<p>a. Report the percentage of the procurement budget used for significant locations of operation spent on suppliers local to that operation (such as percentage of products and services purchased locally).</p> <p>b. Report the organization's geographical definition of "local".</p> <p>c. Report the definition used for "significant locations of operation".</p>
CATEGORY : ENVIRONMENTAL	
ASPECT : MATERIALS	
G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
G4-EN1 Materials used by weight or volume	<p>a. Report the total weight or volume of materials that are used to produce and package the organization's primary products and services during the reporting period, by:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Non-renewable materials used • Renewable materials used
G4-EN2 Percentage of materials used that are recycled input materials	<p>a. Report the percentage of recycled input materials used to manufacture the organization's primary products and services.</p>
ASPECT : ENERGY	
G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material.</p> <p>b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts.</p> <p>c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
G4-EN3 Energy consumption within the organization	<p>a. Report total fuel consumption from non-renewable sources in joules or multiples, including fuel types used.</p> <p>b. Report total fuel consumption from renewable fuel sources in joules or multiples, including fuel types used.</p> <p>c. Report in joules, watt-hours or multiples, the total:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Electricity consumption • Heating consumption • Cooling consumption • Steam consumption <p>d. Report in joules, watt-hours or multiples, the total:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Electricity sold • Heating sold • Cooling sold • Steam sold <p>e. Report total energy consumption in joules or multiples.</p> <p>f. Report standards, methodologies, and assumptions used.</p> <p>g. Report the source of the conversion factors used.</p>
G4-EN4 Energy consumption outside of the organization	<p>a. Report energy consumed outside of the organization, in joules or multiples.</p> <p>b. Report standards, methodologies, and assumptions used.</p> <p>c. Report the source of the conversion factors used.</p>

<p>G4-EN5 Energy intensity</p>	<p>a. Report the energy intensity ratio. b. Report the organization-specific metric (the ratio denominator) chosen to calculate the ratio. c. Report the types of energy included in the intensity ratio: fuel, electricity, heating, cooling, steam, or all. d. Report whether the ratio uses energy consumed within the organization, outside of it or both.</p>
<p>G4-EN6 Reduction of energy consumption</p>	<p>a. Report the amount of reductions in energy consumption achieved as a direct result of conservation and efficiency initiatives, in joules or multiples. b. Report the types of energy included in the reductions: fuel, electricity, heating, cooling, and steam. c. Report the basis for calculating reductions in energy consumption such as base year or baseline, and the rationale for choosing it. d. Report standards, methodologies, and assumptions used.</p>
<p>G4-EN7 Reductions in energy requirements of products and services</p>	<p>a. Report the reductions in the energy requirements of sold products and services achieved during the reporting period, in joules or multiples. b. Report the basis for calculating reductions in energy consumption such as base year or baseline, and the rationale for choosing it. c. Report standards, methodologies, and assumptions used.</p>
<p>ASPECT : WATER</p>	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach </p>
<p>G4-EN8 Total water withdrawal by source</p>	<p>a. Report the total volume of water withdrawn from the following sources: <ul style="list-style-type: none"> • Surface water, including water from wetlands, rivers, lakes, and oceans • Ground water • Rainwater collected directly and stored by the organization • Waste water from another organization • Municipal water supplies or other water utilities b. Report standards, methodologies, and assumptions used.</p>
<p>G4-EN9 Water sources significantly affected by withdrawal of water</p>	<p>a. Report the total number of water sources significantly affected by withdrawal by type: <ul style="list-style-type: none"> • Size of water source • Whether or not the source is designated as a protected area (nationally or internationally) • Biodiversity value (such as species diversity and endemism, total number of protected species) • Value or importance of water source to local communities and indigenous peoples b. Report standards, methodologies, and assumptions used.</p>
<p>G4-EN10 Percentage and total volume of water recycled and reused</p>	<p>a. Report the total volume of water recycled and reused by the organization. b. Report the total volume of water recycled and reused as a percentage of the total water withdrawal reported under Indicator G4-EN8. c. Report standards, methodologies, and assumptions used.</p>

ASPECT : BIODIVERSITY	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-EN11 Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas</p>	<p>a. Report the following information for each operational site owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geographic location • Subsurface and underground land that may be owned, leased, or managed by the organization • Position in relation to the protected area (in the area, adjacent to, or containing portions of the protected area) or the high biodiversity value area outside protected areas • Type of operation (office, manufacturing or production, or extractive) • Size of operational site in km² • Biodiversity value characterized by: <ul style="list-style-type: none"> – The attribute of the protected area or high biodiversity value area outside the protected area (terrestrial, freshwater, or maritime ecosystem) – Listing of protected status (such as IUCN Protected Area Management Categories, Ramsar Convention, national legislation)
<p>G4-EN12 Description of significant impacts of activities, products, and services on biodiversity in protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas</p>	<p>a. Report the nature of significant direct and indirect impacts on biodiversity with reference to one or more of the following:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construction or use of manufacturing plants, mines, and transport infrastructure • Pollution (introduction of substances that do not naturally occur in the habitat from point and non-point sources) • Introduction of invasive species, pests, and pathogens • Reduction of species • Habitat conversion • Changes in ecological processes outside the natural range of variation (such as salinity or changes in groundwater level) <p>b. Report significant direct and indirect positive and negative impacts with reference to the following:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Species affected • Extent of areas impacted • Duration of impacts • Reversibility or irreversibility of the impacts
<p>G4-EN13 Habitats protected or restored</p>	<p>a. Report the size and location of all habitat protected areas or restored areas, and whether the success of the restoration measure was or is approved by independent external professionals. b. Report whether partnerships exist with third parties to protect or restore habitat areas distinct from where the organization has overseen and implemented restoration or protection measures. c. Report on the status of each area based on its condition at the close of the reporting period. d. Report standards, methodologies, and assumptions used.</p>
<p>G4-EN14 Total number of IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations, by level of extinction risk</p>	<p>a. Report the total number of IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by the operations of the organization, by level of extinction risk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Critically endangered • Endangered • Vulnerable • Near threatened • Least concern

ASPECT : EMISSIONS	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-EN15 Direct greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 1)</p>	<p>a. Report gross direct (Scope 1) GHG emissions in metric tons of CO₂ equivalent, independent of any GHG trades, such as purchases, sales, or transfers of offsets or allowances. b. Report gases included in the calculation (whether CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆, NF₃, or all). c. Report biogenic CO₂ emissions in metric tons of CO₂ equivalent separately from the gross direct (Scope 1) GHG emissions. d. Report the chosen base year, the rationale for choosing the base year, emissions in the base year, and the context for any significant changes in emissions that triggered recalculations of base year emissions. e. Report standards, methodologies, and assumptions used. f. Report the source of the emission factors used and the global warming potential (GWP) rates used or a reference to the GWP source. g. Report the chosen consolidation approach for emissions (equity share, financial control, operational control).</p>
<p>G4-EN16 Energy indirect greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 2)</p>	<p>a. Report gross energy indirect (Scope 2) GHG emissions in metric tons of CO₂ equivalent, independent of any GHG trades, such as purchases, sales, or transfers of offsets or allowances. b. Report gases included in the calculation, if available. c. Report the chosen base year, the rationale for choosing the base year, emissions in the base year, and the context for any significant changes in emissions that triggered recalculations of base year emissions. d. Report standards, methodologies, and assumptions used. e. Report the source of the emission factors used and the global warming potential (GWP) rates used or a reference to the GWP source, if available. f. Report the chosen consolidation approach for emissions (equity share, financial control, operational control).</p>
<p>G4-EN17 Other indirect greenhouse gas (GHG) emissions (Scope 3)</p>	<p>a. Report gross other indirect (Scope 3) GHG emissions in metric tons of CO₂ equivalent, excluding indirect emissions from the generation of purchased or acquired electricity, heating, cooling, and steam consumed by the organization (these indirect emissions are reported in Indicator G4-EN16). Exclude any GHG trades, such as purchases, sales, or transfers of offsets or allowances. b. Report gases included in the calculation, if available. c. Report biogenic CO₂ emissions in metric tons of CO₂ equivalent separately from the gross other indirect (Scope 3) GHG emissions. d. Report other indirect (Scope 3) emissions categories and activities included in the calculation. e. Report the chosen base year, the rationale for choosing the base year, emissions in the base year, and the context for any significant changes in emissions that triggered recalculations of base year emissions. f. Report standards, methodologies, and assumptions used. g. Report the source of the emission factors used and the global warming potential (GWP) rates used or a reference to the GWP source, if available.</p>
<p>G4-EN18 Greenhouse gas (GHG) emissions intensity</p>	<p>a. Report the GHG emissions intensity ratio. b. Report the organization-specific metric (the ratio denominator) chosen to calculate the ratio. c. Report the types of GHG emissions included in the intensity ratio: direct (Scope 1), energy indirect (Scope 2), other indirect (Scope 3). d. Report gases included in the calculation.</p>

<p>G4-EN19 Reduction of greenhouse gas (GHG) emissions</p>	<p>a. Report the amount of GHG emissions reductions achieved as a direct result of initiatives to reduce emissions, in metric tons of CO₂ equivalent. b. Report gases included in the calculation (whether CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆, NF₃, or all). c. Report the chosen base year or baseline and the rationale for choosing it. d. Report standards, methodologies, and assumptions used. e. Report whether the reductions in GHG emissions occurred in direct (Scope 1), energy indirect (Scope 2), other indirect (Scope 3) emissions.</p>
<p>G4-EN20 Emissions of ozone-depleting substances (ODS)</p>	<p>a. Report production, imports, and exports of ODS in metric tons of CFC-11 equivalent. b. Report substances included in the calculation. c. Report standards, methodologies, and assumptions used. d. Report the source of the emission factors used.</p>
<p>G4-EN21 NO_x, SO_x, and other significant air emissions</p>	<p>a. Report the amount of significant air emissions, in kilograms or multiples for each of the following:</p> <ul style="list-style-type: none"> • NO_x • SO_x • Persistent organic pollutants (POP) • Volatile organic compounds (VOC) • Hazardous air pollutants (HAP) • Particulate matter (PM) • Other standard categories of air emissions identified in relevant regulations <p>b. Report standards, methodologies, and assumptions used. c. Report the source of the emission factors used.</p>
<p>ASPECT : EFFLUENTS AND WASTE</p>	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-EN22 Total water discharge by quality and destination</p>	<p>a. Report the total volume of planned and unplanned water discharges by:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Destination • Quality of the water including treatment method • Whether it was reused by another organization <p>b. Report standards, methodologies, and assumptions used.</p>
<p>G4-EN23 Total weight of waste by type and disposal method</p>	<p>a. Report the total weight of hazardous and non-hazardous waste, by the following disposal methods:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reuse • Recycling • Composting • Recovery, including energy recovery • Incineration (mass burn) • Deep well injection • Landfill • On-site storage • Other (to be specified by the organization) <p>b. Report how the waste disposal method has been determined:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disposed of directly by the organization or otherwise directly confirmed • Information provided by the waste disposal contractor • Organizational defaults of the waste disposal contractor

<p>G4-EN24 Total number and volume of significant spills</p>	<p>a. Report the total number and total volume of recorded significant spills. b. For spills that were reported in the organization's financial statements, report the additional following information for each such spill:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Location of spill • Volume of spill • Material of spill, categorized by: <ul style="list-style-type: none"> – Oil spills (soil or water surfaces) – Fuel spills (soil or water surfaces) – Spills of wastes (soil or water surfaces) – Spills of chemicals (mostly soil or water surfaces) – Other (to be specified by the organization) <p>c. Report the impacts of significant spills.</p>
<p>G4-EN25 Weight of transported, imported, exported, or treated waste deemed hazardous under the terms of the Basel Convention Annex I, II, III, and VIII, and percentage of transported waste shipped internationally</p>	<p>a. Report the total weight for each of the following:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hazardous waste transported • Hazardous waste imported • Hazardous waste exported • Hazardous waste treated <p>b. Report the percentage of hazardous waste shipped internationally.</p>
<p>G4-EN26 Identity, size, protected status, and biodiversity value of water bodies and related habitats significantly affected by the organization's discharges of water and runoff</p>	<p>a. Report water bodies and related habitats that are significantly affected by water discharges based on the criteria described in the Compilation section below, adding information on:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Size of water body and related habitat • Whether the water body and related habitat is designated as a protected area (nationally or internationally) • Biodiversity value (such as total number of protected species)
<p>ASPECT : PRODUCTS AND SERVICES</p>	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-EN27 Extent of impact mitigation of environmental impacts of products and services</p>	<p>a. Report quantitatively the extent to which environmental impacts of products and services have been mitigated during the reporting period. b. If use-oriented figures are employed, report the underlying assumptions regarding consumption patterns or normalization factors.</p>
<p>G4-EN28 Percentage of products sold and their packaging materials that are reclaimed by category</p>	<p>a. Report the percentage of reclaimed products and their packaging materials for each product category. b. Report how the data for this Indicator has been collected.</p>

ASPECT : COMPLIANCE	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-EN29 Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with environmental laws and regulations</p>	<p>a. Report significant fines and non-monetary sanctions in terms of:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Total monetary value of significant fines • Total number of non-monetary sanctions • Cases brought through dispute resolution mechanisms <p>b. Where organizations have not identified any non-compliance with laws or regulations, a brief statement of this fact is sufficient.</p>
ASPECT : TRANSPORT	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-EN30 Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials for the organization's operations, and transporting members of the workforce</p>	<p>a. Report the significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials for the organization's operations, and transporting members of the workforce. Where quantitative data is not provided, report the reason. b. Report how the environmental impacts of transporting products, members of the organization's workforce, and other goods and materials are mitigated. c. Report the criteria and methodology used to determine which environmental impacts are significant.</p>
ASPECT : OVERALL	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-EN31 Total environmental protection expenditures and investments by type</p>	<p>a. Report total environmental protection expenditures by:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Waste disposal, emissions treatment, and remediation costs • Prevention and environmental management costs

ASPECT : SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach </p>
<p>G4-EN32 Percentage of new suppliers that were screened using environmental criteria</p>	<p>a. Report the percentage of new suppliers that were screened using environmental criteria.</p>
<p>G4-EN33 Significant actual and potential negative environmental impacts in the supply chain and actions taken</p>	<p>a. Report the number of suppliers subject to environmental impact assessments. b. Report the number of suppliers identified as having significant actual and potential negative environmental impacts. c. Report the significant actual and potential negative environmental impacts identified in the supply chain. d. Report the percentage of suppliers identified as having significant actual and potential negative environmental impacts with which improvements were agreed upon as a result of assessment. e. Report the percentage of suppliers identified as having significant actual and potential negative environmental impacts with which relationships were terminated as a result of assessment, and why.</p>

ASPECT : ENVIRONMENTAL GRIEVANCE MECHANISMS

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach </p>
<p>G4-EN34 Number of grievances about environmental impacts filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms</p>	<p>a. Report the total number of grievances about environmental impacts filed through formal grievance mechanisms during the reporting period. b. Of the identified grievances, report how many were: <ul style="list-style-type: none"> • Addressed during the reporting period • Resolved during the reporting period c. Report the total number of grievances about environmental impacts filed prior to the reporting period that were resolved during the reporting period.</p>

CATEGORY : SOCIAL

SUB-CATEGORY : LABOR PRACTICES AND DECENT WORK

ASPECT : EMPLOYMENT

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-LA1 Total number and rates of new employee hires and employee turnover by age group, gender and region</p>	<p>a. Report the total number and rate of new employee hires during the reporting period, by age group, gender and region. b. Report the total number and rate of employee turnover during the reporting period, by age group, gender and region.</p>
<p>G4-LA2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by significant locations of operation</p>	<p>a. Report the benefits which are standard for full-time employees of the organization but are not provided to temporary or part-time employees, by significant locations of operation. These include, as a minimum:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Life insurance • Health care • Disability and invalidity coverage • Parental leave • Retirement provision • Stock ownership • Others <p>b. Report the definition used for " significant locations of operation " .</p>
<p>G4-LA3 Return to work and retention rates after parental leave, by gender</p>	<p>a. Report the total number of employees that were entitled to parental leave, by gender. b. Report the total number of employees that took parental leave, by gender. c. Report the total number of employees who returned to work after parental leave ended, by gender. d. Report the total number of employees who returned to work after parental leave ended who were still employed twelve months after their return to work, by gender. e. Report the return to work and retention rates of employees who took parental leave, by gender.</p>

ASPECT : LABOR/MANAGEMENT RELATIONS

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-LA4 Minimum notice periods regarding operational changes, including whether these are specified in collective agreements</p>	<p>a. Report the minimum number of weeks' notice typically provided to employees and their elected representatives prior to the implementation of significant operational changes that could substantially affect them. b. For organizations with collective bargaining agreements, report whether the notice period and provisions for consultation and negotiation are specified in collective agreements.</p>

ASPECT : OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-LA5 Percentage of total workforce represented in formal joint management-worker health and safety committees that help monitor and advise on occupational health and safety programs</p>	<p>a. Report the level at which each formal joint management-worker health and safety committee typically operates within the organization. b. Report the percentage of the total workforce represented in formal joint management-worker health and safety committees.</p>
<p>G4-LA6 Type of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and total number of work-related fatalities, by region and by gender</p>	<p>a. Report types of injury, injury rate (IR), occupational diseases rate (ODR), lost day rate (LDR), absentee rate (AR) and work-related fatalities, for the total workforce (that is, total employees plus supervised workers), by:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Region • Gender <p>b. Report types of injury, injury rate (IR), occupational diseases rate (ODR), lost day rate (LDR), absentee rate (AR) and work-related fatalities for independent contractors working on-site to whom the organization is liable for the general safety of the working environment, by:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Region • Gender <p>c. Report the system of rules applied in recording and reporting accident statistics.</p>
<p>G4-LA7 Workers with high incidence or high risk of diseases related to their occupation</p>	<p>a. Report whether there are workers who are involved in occupational activities who have a high incidence or high risk of specific diseases.</p>
<p>G4-LA8 Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions</p>	<p>a. Report whether formal agreements (either local or global) with trade unions cover health and safety. b. If yes, report the extent, as a percentage, to which various health and safety topics are covered by these agreements.</p>

ASPECT : TRAINING AND EDUCATION

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach </p>
<p>G4-LA9 Average hours of training per year per employee by gender, and by employee category</p>	<p>a. Report the average hours of training that the organization's employees have undertaken during the reporting period, by: <ul style="list-style-type: none"> • Gender • Employee category </p>
<p>G4-LA10 Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings</p>	<p>a. Report on the type and scope of programs implemented and assistance provided to upgrade employee skills. b. Report on the transition assistance programs provided to facilitate continued employability and the management of career endings resulting from retirement or termination of employment.</p>
<p>G4-LA11 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, by gender and by employee category</p>	<p>a. Report the percentage of total employees by gender and by employee category who received a regular performance and career development review during the reporting period.</p>

ASPECT : DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach </p>
<p>G4-LA12 Composition of governance bodies and breakdown of employees per employee category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity</p>	<p>a. Report the percentage of individuals within the organization's governance bodies in each of the following diversity categories: <ul style="list-style-type: none"> • Gender • Age group: under 30 years old, 30-50 years old, over 50 years old • Minority groups • Other indicators of diversity where relevant <p>b. Report the percentage of employees per employee category in each of the following diversity categories: <ul style="list-style-type: none"> • Gender • Age group: under 30 years old, 30-50 years old, over 50 years old • Minority groups • Other indicators of diversity where relevant </p> </p>

ASPECT : EQUAL REMUNERATION FOR WOMEN AND MEN

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-LA13 Ratio of basic salary and remuneration of women to men by employee category, by significant locations of operation</p>	<p>a. Report the ratio of the basic salary and remuneration of women to men for each employee category, by significant locations of operation. b. Report the definition used for " significant locations of operation ".</p>

ASPECT : SUPPLIER ASSESSMENT FOR LABOR PRACTICES

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-LA14 Percentage of new suppliers that were screened using labor practices criteria</p>	<p>a. Report the percentage of new suppliers that were screened using labor practices criteria.</p>
<p>G4-LA15 Significant actual and potential negative impacts for labor practices in the supply chain and actions taken</p>	<p>a. Report the number of suppliers subject to impact assessments for labor practices. b. Report the number of suppliers identified as having significant actual and potential negative impacts for labor practices. c. Report the significant actual and potential negative impacts for labor practices identified in the supply chain. d. Report the percentage of suppliers identified as having significant actual and potential negative impacts for labor practices with which improvements were agreed upon as a result of assessment. e. Report the percentage of suppliers identified as having significant actual and potential negative impacts for labor practices with which relationships were terminated as a result of assessment, and why.</p>

ASPECT : LABOR PRACTICES GRIEVANCE MECHANISMS

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-LA16 Number of grievances about labor practices filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms</p>	<p>a. Report the total number of grievances about labor practices filed through formal grievance mechanisms during the reporting period. b. Of the identified grievances, report how many were:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Addressed during the reporting period • Resolved during the reporting period <p>c. Report the total number of grievances about labor practices filed prior to the reporting period that were resolved during the reporting period.</p>

SUB-CATEGORY : HUMAN RIGHTS	
ASPECT : INVESTMENT	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-HR1 Total number and percentage of significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that underwent human rights screening</p>	<p>a. Report the total number and percentage of significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that underwent human rights screening. b. Report the definition of " significant investment agreements " used by the organization.</p>
<p>G4-HR2 Total hours of employee training on human rights policies or procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations, including the percentage of employees trained</p>	<p>a. Report the total number of hours in the reporting period devoted to training on human rights policies or procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations. b. Report the percentage of employees in the reporting period trained in human rights policies or procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations.</p>
ASPECT : NON-DISCRIMINATION	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-HR3 Total number of incidents of discrimination and corrective actions taken</p>	<p>a. Report the total number of incidents of discrimination during the reporting period. b. Report the status of the incidents and the actions taken with reference to the following:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incident reviewed by the organization • Remediation plans being implemented • Remediation plans have been implemented and results reviewed through routine internal management review processes • Incident no longer subject to action
ASPECT : FREEDOM OF ASSOCIATION AND COLLECTIVE BARGAINING	
<p>G4-DMA GGeneric Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-HR4 Operations and suppliers identified in which the right to exercise freedom of association and collective bargaining may be violated or at significant risk, and measures taken to support these rights</p>	<p>a. Report operations and suppliers in which employee rights to exercise freedom of association or collective bargaining may be violated or at significant risk either in terms of:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Type of operation (such as manufacturing plant) and supplier • Countries or geographical areas with operations and suppliers considered at risk <p>b. Report measures taken by the organization in the reporting period intended to support rights to exercise freedom of association and collective bargaining.</p>

ASPECT : CHILD LABOR	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-HR5 Operations and suppliers identified as having significant risk for incidents of child labor, and measures taken to contribute to the effective abolition of child labor</p>	<p>a. Report operations and suppliers considered to have significant risk for incidents of:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Child labor • Young workers exposed to hazardous work <p>b. Report operations and suppliers considered to have significant risk for incidents of child labor either in terms of:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Type of operation (such as manufacturing plant) and supplier • Countries or geographical areas with operations and suppliers considered at risk <p>c. Report measures taken by the organization in the reporting period intended to contribute to the effective abolition of child labor.</p>
ASPECT : FORCED OR COMPULSORY LABOR	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-HR6 Operations and suppliers identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labor, and measures to contribute to the elimination of all forms of forced or compulsory labor</p>	<p>a. Report operations and suppliers considered to have significant risk for incidents of forced or compulsory labor either in terms of:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Type of operation (such as manufacturing plant) and supplier • Countries or geographical areas with operations and suppliers considered at risk <p>b. Report measures taken by the organization in the reporting period intended to contribute to the elimination of all forms of forced or compulsory labor.</p>
ASPECT : SECURITY PRACTICES	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-HR7 Percentage of security personnel trained in the organization's human rights policies or procedures that are relevant to operations</p>	<p>a. Report the percentage of security personnel who have received formal training in the organization's human rights policies or specific procedures and their application to security. b. Report whether training requirements also apply to third party organizations providing security personnel.</p>

ASPECT : INDIGENOUS RIGHTS	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-HR8 Total number of incidents of violations involving rights of indigenous peoples and actions taken</p>	<p>a. Report the total number of identified incidents of violations involving the rights of indigenous peoples during the reporting period. b. Report the status of the incidents and actions taken with reference to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incident reviewed by the organization • Remediation plans being implemented • Remediation plans have been implemented and results reviewed through routine internal management review processes • Incident no longer subject to action
ASPECT : ASSESSMENT	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-HR9 Total number and percentage of operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments</p>	<p>a. Report the total number and percentage of operations that have been subject to human rights reviews or human rights impact assessments, by country.</p>
ASPECT : SUPPLIER HUMAN RIGHTS ASSESSMENT	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-HR10 Percentage of new suppliers that were screened using human rights criteria</p>	<p>a. Report the percentage of new suppliers that were screened using human rights criteria.</p>
<p>G4-HR11 Significant actual and potential negative human rights impacts in the supply chain and actions taken</p>	<p>a. Report the number of suppliers subject to human rights impact assessments. b. Report the number of suppliers identified as having significant actual and potential negative human rights impacts. c. Report the significant actual and potential negative human rights impacts identified in the supply chain. d. Report the percentage of suppliers identified as having significant actual and potential negative human rights impacts with which improvements were agreed upon as a result of assessment. e. Report the percentage of suppliers identified as having significant actual and potential negative human rights impacts with which relationships were terminated as a result of assessment, and why.</p>

ASPECT : HUMAN RIGHTS GRIEVANCE MECHANISMS	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-HR12 Number of grievances about human rights impacts filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms</p>	<p>a. Report the total number of grievances about human rights impacts filed through formal grievance mechanisms during the reporting period. b. Of the identified grievances, report how many were:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Addressed during the reporting period • Resolved during the reporting period <p>c. Report the total number of grievances about human rights impacts filed prior to the reporting period that were resolved during the reporting period</p>
SUB-CATEGORY : SOCIETY	
ASPECT : LOCAL COMMUNITIES	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-SO1 Percentage of operations with implemented local community engagement, impact assessments, and development programs</p>	<p>a. Report the percentage of operations with implemented local community engagement, impact assessments, and development programs, including the use of:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social impact assessments, including gender impact assessments, based on participatory processes • Environmental impact assessments and ongoing monitoring • Public disclosure of results of environmental and social impact assessments • Local community development programs based on local communities' needs • Stakeholder engagement plans based on stakeholder mapping • Broad based local community consultation committees and processes that include vulnerable groups • Works councils, occupational health and safety committees and other employee representation bodies to deal with impacts • Formal local community grievance processes
<p>G4-SO2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities</p>	<p>a. Report operations with significant actual and potential negative impacts on local communities, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The location of the operations • The significant actual and potential negative impacts of operations

ASPECT : ANTI-CORRUPTION	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-SO3 Total number and percentage of operations assessed for risks related to corruption and the significant risks identified</p>	<p>a. Report the total number and percentage of operations assessed for risks related to corruption. b. Report the significant risks related to corruption identified through the risk assessment.</p>
<p>G4-SO4 Communication and training on anti-corruption policies and procedures</p>	<p>a. Report the total number and percentage of governance body members that the organization's anti-corruption policies and procedures have been communicated to, broken down by region. b. Report the total number and percentage of employees that the organization's anti-corruption policies and procedures have been communicated to, broken down by employee category and region. c. Report the total number and percentage of business partners that the organization's anti-corruption policies and procedures have been communicated to, broken down by type of business partner and region. d. Report the total number and percentage of governance body members that have received training on anti-corruption, broken down by region. e. Report the total number and percentage of employees that have received training on anti-corruption, broken down by employee category and region.</p>
<p>G4-SO5 Confirmed incidents of corruption and actions taken</p>	<p>a. Report the total number and nature of confirmed incidents of corruption. b. Report the total number of confirmed incidents in which employees were dismissed or disciplined for corruption. c. Report the total number of confirmed incidents when contracts with business partners were terminated or not renewed due to violations related to corruption. d. Report public legal cases regarding corruption brought against the organization or its employees during the reporting period and the outcomes of such cases.</p>
ASPECT : PUBLIC POLICY	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-SO6 Total value of political contributions by country and recipient/beneficiary</p>	<p>a. Report the total monetary value of financial and in-kind political contributions made directly and indirectly by the organization by country and recipient/beneficiary. b. Report how the monetary value of in-kind contributions was estimated, if applicable.</p>

ASPECT : ANTI-COMPETITIVE BEHAVIOR	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-SO7 Total number of legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices and their outcomes</p>	<p>a. Report the total number of legal actions pending or completed during the reporting period regarding anti-competitive behavior and violations of anti-trust and monopoly legislation in which the organization has been identified as a participant. b. Report the main outcomes of completed legal actions, including any decisions or judgments.</p>
ASPECT : COMPLIANCE	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-SO8 Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with laws and regulations</p>	<p>a. Report significant fines and non-monetary sanctions in terms of:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Total monetary value of significant fines • Total number of non-monetary sanctions • Cases brought through dispute resolution mechanisms <p>b. If the organization has not identified any non-compliance with laws or regulations, a brief statement of this fact is sufficient. c. Report the context against which significant fines and non-monetary sanctions were incurred.</p>
ASPECT : SUPPLIER ASSESSMENT FOR IMPACTS ON SOCIETY	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-SO9 Percentage of new suppliers that were screened using criteria for impacts on society</p>	<p>a. Report the percentage of new suppliers that were screened using criteria for impacts on society.</p>
<p>G4-SO10 Significant actual and potential negative impacts on society in the supply chain and actions taken</p>	<p>a. Report the number of suppliers subject to assessments for impacts on society. b. Report the number of suppliers identified as having significant actual and potential negative impacts on society. c. Report the significant actual and potential negative impacts on society identified in the supply chain. d. Report the percentage of suppliers identified as having significant actual and potential negative impacts on society with which improvements were agreed upon as a result of assessment. e. Report the percentage of suppliers identified as having significant actual and potential negative impacts on society with which relationships were terminated as a result of assessment, and why.</p>

ASPECT : GRIEVANCE MECHANISMS FOR IMPACTS ON SOCIETY

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach </p>
<p>G4-SO11 Number of grievances about impacts on society filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms</p>	<p>a. Report the total number of grievances about impacts on society filed through formal grievance mechanisms during the reporting period. b. Of the identified grievances, report how many were: <ul style="list-style-type: none"> • Addressed during the reporting period • Resolved during the reporting period c. Report the total number of grievances about impacts on society filed prior to the reporting period that were resolved during the reporting period.</p>

SUB-CATEGORY : PRODUCT RESPONSIBILITY

ASPECT : CUSTOMER HEALTH AND SAFETY

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including: <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach </p>
<p>G4-PR1 Percentage of significant product and service categories for which health and safety impacts are assessed for improvement</p>	<p>a. Report the percentage of significant product and service categories for which health and safety impacts are assessed for improvement.</p>
<p>G4-PR2 Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning the health and safety impacts of products and services during their life cycle, by type of outcomes</p>	<p>a. Report the total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning the health and safety impacts of products and services within the reporting period, by: <ul style="list-style-type: none"> • Incidents of non-compliance with regulations resulting in a fine or penalty • Incidents of non-compliance with regulations resulting in a warning • Incidents of non-compliance with voluntary codes b. If the organization has not identified any non-compliance with regulations and voluntary codes, a brief statement of this fact is sufficient.</p>

ASPECT : PRODUCT AND SERVICE LABELING

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-PR3 Type of product and service information required by the organization's procedures for product and service information and labeling, and percentage of significant product and service categories subject to such information requirements</p>	<p>a. Report whether the following product and service information is required by the organization's procedures for product and service information and labeling:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The sourcing of components of the product or service • Content, particularly with regard to substances that might produce an environmental or social impact • Safe use of the product or service • Disposal of the product and environmental/social impacts • Other (explain) <p>b. Report the percentage of significant product or service categories covered by and assessed for compliance with such procedures.</p>
<p>G4-PR4 Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning product and service information and labeling, by type of outcomes</p>	<p>a. Report the total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning product and service information and labeling, by:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incidents of non-compliance with regulations resulting in a fine or penalty • Incidents of non-compliance with regulations resulting in a warning • Incidents of non-compliance with voluntary codes <p>b. If the organization has not identified any non-compliance with regulations and voluntary codes, a brief statement of this fact is sufficient.</p>
<p>G4-PR5 Results of surveys measuring customer satisfaction</p>	<p>a. Report the results or key conclusions of customer satisfaction surveys (based on statistically relevant sample sizes) conducted in the reporting period relating to information about:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The organization as a whole • A major product or service category • Significant locations of operation

ASPECT : MARKETING COMMUNICATIONS

<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-PR6 Sale of banned or disputed products</p>	<p>a. Report whether the organization sells products that are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banned in certain markets • The subject of stakeholder questions or public debate <p>b. Report how the organization has responded to questions or concerns regarding these products.</p>
<p>G4-PR7 Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship, by type of outcomes</p>	<p>a. Report the total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship, by:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incidents of non-compliance with regulations resulting in a fine or penalty • Incidents of non-compliance with regulations resulting in a warning • Incidents of non-compliance with voluntary codes <p>b. If the organization has not identified any non-compliance with regulations and voluntary codes, a brief statement of this fact is sufficient.</p>

ASPECT : CUSTOMER PRIVACY	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-PR8 Total number of substantiated complaints regarding breaches of customer privacy and losses of customer data</p>	<p>a. Report the total number of substantiated complaints received concerning breaches of customer privacy, categorized by:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Complaints received from outside parties and substantiated by the organization • Complaints from regulatory bodies <p>b. Report the total number of identified leaks, thefts, or losses of customer data. c. If the organization has not identified any substantiated complaints, a brief statement of this fact is sufficient.</p>
ASPECT : COMPLIANCE	
<p>G4-DMA Generic Disclosures on Management Approach</p>	<p>a. Report why the Aspect is material. Report the impacts that make this Aspect material. b. Report how the organization manages the material Aspect or its impacts. c. Report the evaluation of the management approach, including:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach • The results of the evaluation of the management approach • Any related adjustments to the management approach
<p>G4-PR9 Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services</p>	<p>a. Report the total monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services. b. If the organization has not identified any non-compliance with laws or regulations, a brief statement of this fact is sufficient.</p>

G4
33 *Rapport d'assurance des Commissaires aux Comptes*

L'ORÉAL
Société Anonyme
14, rue Royale
75008 Paris

**RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES PORTANT SUR UNE SÉLECTION
D'INFORMATIONS SOCIALES, ENVIRONNEMENTALES ET SOCIÉTALES**

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2014

Deloitte & Associés
185, avenue Charles-de-Gaulle
92524 Neuilly-sur-Seine Cedex

PricewaterhouseCoopers Audit
63, rue de Villiers
92208 Neuilly-sur-Seine Cedex

L'ORÉAL
Société Anonyme
14, rue Royale
75008 Paris

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES PORTANT SUR UNE SÉLECTION D'INFORMATIONS SOCIALES, ENVIRONNEMENTALES ET SOCIÉTALES

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2014

A la suite de la demande qui nous a été faite et en notre qualité de commissaires aux comptes de la société L'Oréal, nous vous présentons notre rapport sur les informations sociales, environnementales et sociétales identifiées par le signe  ou  dans les « fiches GRI 2014 » et dans le « rapport d'avancement *Sharing Beauty With All* » du groupe L'Oréal pour l'exercice clos le 31 décembre 2014.

RESPONSABILITÉ DE LA SOCIÉTÉ

Ces informations ont été établies sous la responsabilité de la Direction Environnement et de la Direction Générale des Ressources Humaines, conformément au référentiel utilisé par le Groupe L'Oréal (le « Référentiel ») et disponible auprès de ces mêmes Directions. La note méthodologique, décrite dans les « fiches GRI 2014 » accessibles sur le site web du groupe dans la partie « Développement Durable – Espaces experts », précise les méthodologies de collecte et de calcul des indicateurs présentés ainsi que les limites inhérentes à la mesure de certains d'entre eux.

INDÉPENDANCE ET CONTRÔLE QUALITÉ

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession ainsi que les dispositions prévues à l'article L.822-11 du code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes d'exercice professionnel et des textes légaux et réglementaires applicables.

RESPONSABILITÉ DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Il nous appartient, sur la base de nos travaux :

- d'exprimer, à la demande de la société ⁽¹⁾, une conclusion d'assurance modérée sur le fait qu'une partie des informations sélectionnées par la société et identifiées par le signe  dans les « fiches GRI 2014 » et le « rapport d'avancement *Sharing Beauty With All* » ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au Référentiel.
- d'exprimer, à la demande de la société, une conclusion d'assurance raisonnable sur le fait que les autres informations sélectionnées par la société ⁽²⁾ et identifiées par le signe  dans les « fiches GRI 2014 » et dans le « rapport d'avancement *Sharing Beauty With All* » ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au Référentiel.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos experts en matière de RSE.

Nous avons conduit les travaux décrits ci-après conformément à la norme d'exercice professionnel portant sur les prestations relatives aux informations sociales et environnementales entrant dans le cadre des diligences directement liées à la mission de commissaire aux comptes (NEP 9090 ⁽³⁾) et à la norme internationale ISAE 3000 ⁽⁴⁾.

(1) Ces informations sont les suivantes : Émissions de COV (en tonnes), émissions de Dioxyde de soufre (en tonnes et en mg par PF), Demande Chimique en Oxygène avant traitement, Demande Chimique en Oxygène après traitement, Consommation d'eau par type d'utilisation, % de matières premières d'origine végétale ne présentant pas d'enjeu critique de biodiversité, Déchets transportables avec emballages navettes, Déchets transportables hors emballages navettes, Total des déchets transportables (en milliers de tonnes), Traitement des déchets 2014, Bilan carbone 2013, Indice MESUR (Managing Effective Safety Using Recognition & realignment), Indice de culture de la sécurité (SIO), Effectif total, Nombre d'employés en CDI et CDD, Répartition des salariés par sexe et zone géographique, Pyramide des âges, Répartition des frais de personnel par zone géographique, World Profit Sharing 2013 (payé en 2014), Nombre d'embauches et de licenciements, Taux d'absentéisme, Taux d'absentéisme pour maladie, Nombre d'accords signés dans le monde, Nombre d'accords en vigueur au 31/12, Nombre d'heures de formation, Informations qualitatives relatives au respect des conditions spéciales de travail pour les collaborateurs entre 16 et 18 ans, % de matières premières renouvelables dérivant d'espèces identifiées comme sensibles faisant l'objet de plans ou d'actions d'amélioration avec les fournisseurs, % des approvisionnements en beurre de karité issus du programme « Solidarity Sourcing », Informations qualitatives relatives au dialogue avec les ONG locales ou internationales sur les sujets de biodiversité / approvisionnement en matières premières, Informations qualitatives relatives au système de cosmétovigilance.

(2) Ces informations sont les suivantes : Unités PF produites (en millions), Quantité de jus produite (en tonnes), Volume des émissions de CO2 directes (en milliers de tonnes), Volume des émissions de CO2 indirectes liées à l'énergie (en milliers de tonnes), Consommation d'eau (usines et centrales de distribution), Consommation totale d'énergie, Répartition par source d'énergie, Taux de fréquence conventionnel, Taux de fréquence élargi, Indice de gravité, Nombre de coordinateurs Diversité dans le monde, Nombre d'entités ayant reçu le label européen « Gender Equality European Standard » - GEES, Nombre d'entités ayant reçu le label européen « Economic Dividend for Gender Equality » - EDGE, Nombre d'entités ayant reçu l'audit EDGE et en attente d'être labellisés, Nombre d'entités qui ont présenté un projet d'inclusion handicap, Nombre d'audits sociaux réalisés en 2014, Nombre et répartition des non-conformités relevées lors des audits sociaux fournisseurs. Note : La prise en compte d'éléments complémentaires par rapport aux données exploitées pour le document de référence a permis d'obtenir des données de qualité satisfaisante pour conclure à un niveau d'assurance raisonnable pour l'indicateur « consommation d'eau » au sein du présent rapport.

(3) NEP 9090 – « Prestations relatives aux informations sociales et environnementales entrant dans le cadre des diligences directement liées à la mission du commissaire aux comptes ».

(4) ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information.

Rapport d'assurance modérée sur une sélection d'informations RSE

➤ NATURE ET ÉTENDUE DES TRAVAUX

Nous avons mené des entretiens avec les personnes responsables de la préparation des informations sélectionnées auprès des directions en charge des processus de collecte de ces informations et, le cas échéant, auprès des responsables des procédures de contrôle interne et de gestion des risques, afin :

- d'apprécier le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité, son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- de vérifier la mise en place d'un processus de collecte, de compilation, de traitement et de contrôle visant à l'exhaustivité et à la cohérence des informations sélectionnées et prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration des informations sélectionnées.

Nous avons déterminé la nature et l'étendue de nos tests et contrôles en fonction de la nature et de l'importance des informations sélectionnées au regard des caractéristiques de la société, des enjeux sociaux et environnementaux de ses activités, de ses orientations en matière de développement durable et des bonnes pratiques sectorielles.

Concernant les informations quantitatives sélectionnées par la société et identifiées par le signe ☑ :

- au niveau de l'entité consolidante, nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (organisation, politiques, actions), nous avons mis en œuvre des procédures analytiques sur les informations quantitatives et vérifié, sur la base de sondages, les calculs ainsi que la consolidation des données et nous avons vérifié leur cohérence et leur concordance avec les autres informations figurant dans les « fiches GRI 2014 » et le « rapport d'avancement *Sharing Beauty With All* » ;
- au niveau d'un échantillon représentatif d'entités et de sites que nous avons sélectionnés ⁽⁵⁾ en fonction de leur activité, de leur contribution aux indicateurs consolidés, de leur implantation et d'une analyse de risque, nous avons mené des entretiens pour vérifier la correcte application des procédures et pour identifier d'éventuelles omissions et mis en œuvre des tests de détail sur la base d'échantillonnages, consistant à vérifier les calculs effectués et à rapprocher les données des pièces justificatives. L'échantillon ainsi sélectionné représente en moyenne 24 % des effectifs et entre 12 % et 42 % des informations quantitatives environnementales sélectionnées.

➤ CONCLUSION

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que certaines informations sélectionnées par le Groupe L'Oréal et identifiées par le signe ☑ sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

(5) **Usines concernées** : Burgos (Espagne), Cosmelor (Japon), Florence (USA, Kentucky), Franklin (USA, New Jersey), Papagau (France), Kalouga (Russie), Libramont (Belgique), Mexico (Mexique), Montréal (Canada), Piscataway (USA, New Jersey), Randjespark (Afrique du Sud), Rambouillet (France), Rio (Brésil), Saipo (Italie), Saint Quentin (France), Sao Paulo (Brésil), Sicos (France), San Luis Potosi (Mexique), Istanbul (Turquie), Warsaw (Pologne).
Distribution Centers (DC) concernés : DC Brésil, DC Canada, DC Italie, DC S. Brunswick (USA, New Jersey).
Sites administratifs concernés : Aulnay (France), Chevilly (France).
Filiales RH concernées : Etats-Unis, Brésil, Japon, Italie, Pays-Bas

Rapport d'assurance raisonnable sur une sélection d'informations RSE

➤ NATURE ET ÉTENDUE DES TRAVAUX

Concernant les autres informations sélectionnées par la société et identifiées par le signe , nous avons mené des travaux de même nature que ceux décrits dans le paragraphe 1 ci-dessus pour les informations RSE considérées les plus importantes mais de manière plus approfondie, en particulier en ce qui concerne le nombre de tests.

L'échantillon sélectionné représente 66 % des unités produites par les usines du Groupe et entre

54 % et 100 % des informations environnementales sélectionnées identifiées par le signe .

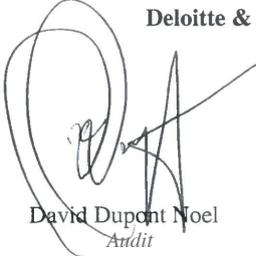
Nous estimons que ces travaux nous permettent d'exprimer une assurance raisonnable sur les informations sélectionnées par la société et identifiées par le signe .

➤ CONCLUSION

A notre avis, les informations sélectionnées par la société et identifiées par le signe  ont été établies, dans tous leurs aspects significatifs, conformément au Référentiel.

Fait à Neuilly-sur-Seine, le 9 avril 2015

Les Commissaires aux comptes,

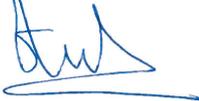

David Dupont Noel
Audit

Deloitte & Associés


Florence Didier-Noaro
Sustainability Services

PricewaterhouseCoopers Audit


Gérard Morin


Sylvain Lambert

Gouvernance

S

tructure et composition de la gouvernance

à

G4
34

G4
38

Structure et composition de la gouvernance

« La qualité de la gouvernance s'appuie sur l'engagement extrêmement fort de l'ensemble des administrateurs de votre société. Le Conseil apporte à la Direction Générale un soutien et un appui précieux dans la prise de décisions stratégiques. L'équilibre des pouvoirs est assuré par un partage très précis des missions de chacun. »

Jean-Paul Agon, Président-Directeur Général de L'Oréal

➤ L'ÉQUILIBRE DES POUVOIRS CHEZ L'ORÉAL DANS UN CONSEIL D'ADMINISTRATION INDÉPENDANT, IMPLIQUÉ ET VIGILANT

L'organisation du Conseil d'Administration de L'Oréal est adaptée aux spécificités de l'entreprise et s'inscrit dans une démarche constante de progrès.

En 2006, les fonctions de Président et de Directeur Général avaient été dissociées, au moment où Sir Lindsay Owen-Jones avait annoncé son souhait de passer le témoin et de se consacrer un temps à la fonction de Président du Conseil d'Administration. Cette dissociation des fonctions, pendant cinq ans, a permis d'assurer pleinement et de manière harmonieuse la transition avec M. Jean-Paul Agon, nommé Directeur Général.

En 2011, le Conseil d'Administration de L'Oréal a décidé de réunifier les fonctions de Président du Conseil d'Administration et de Directeur Général et il les a confiées à M. Jean-Paul Agon.

En 2014, suite au renouvellement du mandat d'administrateur de M. Jean-Paul Agon par l'Assemblée Générale du 17 avril, le Conseil d'Administration, dans sa séance tenue le même jour, a décidé de reconduire le cumul des fonctions et de nommer M. Jean-Paul Agon en qualité de Président-Directeur Général, considérant que cette modalité d'exercice de la Direction Générale répondait le mieux aux spécificités de L'Oréal.

Dans ce cadre général, le mode de fonctionnement du Conseil d'Administration et de ses Comités a fait l'objet d'une attention particulière afin que le Conseil soit en mesure d'exercer pleinement ses missions et que l'équilibre des pouvoirs y soit assuré.

➤ UN CONSEIL D'ADMINISTRATION QUI DISPOSE D'UNE LARGE PALETTE DE MOYENS

Le Conseil dispose des moyens qui lui permettent de traiter en toute liberté des questions qui le concernent notamment quand il s'agit de déterminer les orientations stratégiques de l'entreprise, de veiller et d'assurer le suivi de leur mise en œuvre et d'en contrôler la bonne gestion. La Direction Générale communique en transparence et a le soutien du Conseil d'Administration dans les choix stratégiques qu'elle propose et qui sont en définitive décidés par le Conseil. Le Président conduit les travaux du Conseil pour permettre cette adhésion sans laquelle la Direction Générale et son Comité Exécutif ne sauraient totalement s'impliquer et assurer en toute confiance et sérénité le développement de l'entreprise. C'est naturellement dans l'intérêt de tous les actionnaires mais aussi de toutes les parties prenantes que le Président anime les débats et encourage les discussions au sein du Conseil d'Administration. Celui-ci peut se réunir à tout moment en fonction de l'actualité.

➤ INFORMATION DU CONSEIL SUR LA SITUATION FINANCIÈRE, LA SITUATION DE TRÉSORERIE ET LES ENGAGEMENTS DE LA SOCIÉTÉ

La situation financière et la situation de la trésorerie sont revues au moins deux fois par an en séance du Conseil, au moment de l'arrêté des comptes annuels et de l'examen des comptes semestriels ou à tout autre moment si nécessaire. La structure de bilan reste solide et le Groupe n'est pas endetté.

Les engagements de la Société sont examinés dans le cadre du renouvellement annuel des autorisations données au Président-Directeur Général et des délégations qu'il consent.

UN CONSEIL D'ADMINISTRATION DONT L'ACTION EST PLEINEMENT ORGANISÉE

Le Conseil agit en toutes circonstances dans l'intérêt social de l'entreprise. Dans cette perspective, le Conseil d'Administration s'est doté de règles en matière de comportement et a formalisé les moyens dont il dispose pour assurer pleinement son rôle en se saisissant, par exemple, dans le cadre de la Loi, de toute question intéressant la bonne marche de la Société.

Afin d'encadrer et d'organiser son action, le Conseil d'Administration de L'Oréal s'est doté d'un Règlement Intérieur réaffirmant les principes directeurs de sa mission et les moyens dont il dispose pour accomplir celle-ci.

Le Règlement Intérieur traite tant des aspects formels des missions du Conseil que des droits et obligations des administrateurs (connaissance et respect des textes réglementaires, recommandations et obligations, respect de l'intérêt social, obligation de diligence et d'information, de réserve et de secret, responsabilité en matière de déontologie boursière, etc.). Il est mis à jour par le Conseil afin de tenir compte de l'évolution des Lois et règlements, des bonnes pratiques de gouvernement d'entreprise et de son propre mode de fonctionnement notamment dans le cadre de l'évaluation annuelle de ses travaux. La dernière actualisation du Règlement Intérieur date du 10 février 2014. Il est publié en intégralité dans le chapitre 2 du Document de Référence 2014, page 63 et suivantes.

DES COMITÉS DU CONSEIL SPÉCIALISÉS, STRUCTURÉS ET AUX MISSIONS ÉLARGIES

La mise en place de Comités d'Études, leur composition et l'élargissement de leurs attributions contribuent au bon équilibre des pouvoirs et sont un point d'attention du Conseil d'Administration notamment dans le cadre de l'évaluation annuelle de son fonctionnement. Le Conseil d'Administration a clairement décrit les missions des Comités dans son Règlement Intérieur.

Seul le Comité Stratégie et Développement Durable est présidé par le Président-Directeur Général. Ce dernier ne fait partie d'aucun autre Comité.

Tous les Comités comportent des administrateurs indépendants, 60 % pour le Comité d'Audit et la moitié pour le Comité des Ressources Humaines et des Rémunérations ainsi que pour le Comité des Nominations et de la Gouvernance, dont le Président de chacun de ces Comités. Ces Comités sont totalement libres de définir leurs ordres du jour respectifs. Ils rendent compte périodiquement de leurs travaux au Conseil d'Administration dont ils préparent les réunions et auquel ils font des propositions. Le Conseil, dans le cadre de l'examen de ses propres travaux fin 2014, a de nouveau apprécié la qualité de l'apport de ses Comités dans le cadre des décisions qu'il prend, de manière toujours plus approfondie.

DES TRAVAUX DU CONSEIL AXÉS SUR L'ACTIVITÉ ET LA STRATÉGIE

En 2014, outre le suivi régulier de l'activité du Groupe (marchés, métiers, développement géographique, concurrence, objectifs quantitatifs et qualitatifs), le Conseil d'Administration a, comme il l'a souhaité, poursuivi ses travaux sur les éléments constitutifs de la stratégie de L'Oréal.

Grâce à un dialogue constructif avec la Direction Générale, le Conseil contribue à l'élaboration de la stratégie, tout particulièrement en analysant l'intérêt stratégique des opérations d'acquisitions, leur incidence sur la structure financière de l'entreprise et sur ses capacités de développement à long terme.

A titre d'exemple, en 2014, le Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président a exposé aux administrateurs les avancées réalisées dans ce domaine et leur a présenté la 3e édition de la Charte Éthique du Groupe. Le Conseil a relevé parmi les nouveaux sujets abordés dans cette édition : le lobbying, le blanchiment d'argent, les Droits de l'Homme, et le renforcement des exigences en matière de publicité, marketing, données personnelles et médias sociaux.



POUR PLUS D'EXEMPLES SUR CE SUJET, CONSULTEZ LES PAGES 57 ET 58 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION AU 31 DÉCEMBRE 2014

Le Conseil d'administration comprend 15 membres : le Président-Directeur Général, cinq administrateurs issus des grands actionnaires dont trois de la famille Bettencourt Meyers, Mme Françoise Bettencourt Meyers, M. Jean-Pierre Meyers, M. Jean-Victor Meyers et deux de Nestlé, M. Peter Brabeck-Letmathe, Mme Christiane Kuehne, (parmi eux sont choisis les deux Vice-Présidents du Conseil), sept administrateurs indépendants : Mme Belén Garijo (depuis le 17 avril 2014), Mme Virginie Morgon, Mme Annette Roux, et M. Charles-Henri Filippi, M. Xavier Fontanet, M. Bernard Kasriel, M. Louis Schweitzer et deux administrateurs représentant les salariés, Mme Ana Sofia Amaral et M. Georges Liarokapis, depuis juillet 2014.

Les administrateurs de L'Oréal sont **d'origines diverses**. Ils sont complémentaires du fait de leurs différentes expériences professionnelles, de leurs compétences et de leurs nationalités. Ils ont une bonne connaissance de l'entreprise. Les administrateurs sont présents, actifs et impliqués. Ce sont autant d'atouts pour la qualité des délibérations du Conseil dans le cadre des décisions qu'il est amené à prendre.

Depuis juillet 2014, la composition du Conseil s'est élargie avec la désignation de deux administrateurs représentant les salariés.

Mme Ana Sofia Amaral a été désignée par l'Instance Européenne de Dialogue Social (Comité d'Entreprise Européen) et exerce les fonctions de Directeur Scientifique et des Affaires Réglementaires de L'Oréal Portugal.

M. Georges Liarokapis a été désigné par la CFE-CGC, organisation syndicale la plus représentative à L'Oréal pour la France et exerce les fonctions de Coordinateur de la Responsabilité Sociale et Environnementale de L'Oréal pour la zone Europe de l'Ouest.

Avec un prisme particulier lié à leur grande connaissance de l'entreprise, ils apportent un éclairage complémentaire qui enrichit la qualité des débats et les décisions du Conseil.

Les administrateurs représentant les salariés ont les mêmes missions et devoirs que les autres administrateurs. Ils bénéficient, comme tout nouvel administrateur, d'un programme de formation personnalisé et adapté à l'exercice de leur nouveau mandat, afin d'assurer une prise de fonction dans les meilleures conditions. Leur mandat est d'une durée de quatre ans et ils perçoivent des jetons de présence selon les mêmes règles de répartition que les autres administrateurs. Les éléments de leur rémunération en qualité de salarié ne font pas l'objet d'une publication.

Ils ont tous deux démissionné de leurs mandats représentatifs du personnel avant de rejoindre le Conseil d'Administration. Il est d'usage à L'Oréal que les nouveaux administrateurs participent aux Comités après une période d'intégration leur permettant de connaître le mode de fonctionnement du Conseil et les grands enjeux de la Société.

Lors de la réunion du Conseil du 12 février 2015, sur proposition du Comité des Nominations et de la Gouvernance, il a été décidé que Mme Ana Sofia Amaral et M. Georges Liarokapis rejoindraient respectivement le Comité des Ressources Humaines et des Rémunérations et le Comité d'Audit après l'Assemblée Générale du 22 avril 2015.

Au 31 décembre 2014, sur un total de 13 administrateurs (hors les 2 administrateurs représentant les salariés), 5 femmes siègent au sein du Conseil d'Administration de L'Oréal, soit une proportion de 38,5 %.

Le Conseil a ainsi anticipé la Loi du 27 janvier 2011 relative à la représentation équilibrée des femmes et des hommes, qui fixait une première proportion minimale de 20 % d'administrateurs du même sexe à atteindre d'ici 2014.

Le Comité des Nominations et de la Gouvernance poursuit ses travaux de sélection afin de faire des propositions de candidatures au Conseil d'Administration. En tout état de cause, la composition du Conseil sera, en 2017, en conformité avec la Loi qui exige une proportion minimale de 40 % des administrateurs de chaque sexe.

Au 31 décembre 2014, les membres du Conseil d'administration étaient les suivants :

Jean-Paul Agon, 58 ans est entré dans le Groupe L'Oréal en 1978. A la suite d'une carrière internationale comme Directeur Général Produits Grand Public en Grèce, de L'Oréal Paris en France, Directeur International de Biotherm, Directeur Général de L'Oréal Allemagne, Directeur Général de la zone Asie, Président et CEO de L'Oréal USA, Jean-Paul Agon a été nommé Directeur Général Adjoint de L'Oréal en 2005, Directeur Général en avril 2006 puis Président-Directeur Général en 2011. Administrateur de L'Oréal depuis 2006, il est Président de la Fondation d'Entreprise L'Oréal et Président du Comité Stratégie et Développement Durable. En outre, Jean-Paul Agon est administrateur d'Air Liquide.

Françoise Bettencourt Meyers, 61 ans, fille de Madame Liliane Bettencourt, petite fille du fondateur de L'Oréal, Eugène Schueller, est Présidente de la société holding familiale Thélys depuis le 31 janvier 2012 et Présidente de la Fondation Bettencourt Schueller. Françoise Bettencourt Meyers est administrateur de L'Oréal depuis 1997 et membre du Comité Stratégie et Développement Durable depuis avril 2012.

Peter Brabeck-Letmathe, 70 ans, de nationalité autrichienne, exerce à titre principal, en dehors de L'Oréal, la fonction de Président du Conseil d'Administration de la société Nestlé. Peter Brabeck-Letmathe est administrateur de L'Oréal et Vice-Président du Conseil d'Administration depuis 1997. Il est membre du Comité Stratégie et Développement Durable depuis 2005, du Comité des Nominations et de la Gouvernance, et du Comité des Ressources Humaines et des Rémunérations.

Jean-Pierre Meyers, 66 ans, est administrateur de L'Oréal depuis 1987, Vice-Président du Conseil d'Administration depuis 1994, membre du Comité Stratégie et Développement Durable, du Comité des Nominations et de la Gouvernance et du Comité des Ressources Humaines et des Rémunérations. Il est Vice-Président du Conseil de Surveillance et Directeur Général de la société familiale Thélys et Vice-Président de la Fondation Bettencourt Schueller.

Ana Sofia Amaral, 49 ans, Directeur Scientifique et des Affaires Réglementaires de L'Oréal Portugal, Ana Sofia Amaral a été désignée en 2014 par l'Instance Européenne de Dialogue Social de L'Oréal (Comité d'Entreprise Européen) comme administrateur représentant les salariés.

Charles-Henri Filippi, 62 ans, a poursuivi une carrière dans le Groupe HSBC en étant notamment Président-Directeur Général de HSBC France de 2004 à 2007 et Président du Conseil d'Administration en 2007 et 2008. Charles-Henri Filippi est administrateur de L'Oréal depuis 2007, membre du Comité d'Audit, du Comité des Ressources Humaines et des Rémunérations, et du Comité des Nominations et de la Gouvernance depuis 2014. Il est administrateur d'Orange et Président de *Citigroup* pour la France.

Xavier Fontanet, 66 ans, ancien Président-Directeur Général (1996-2009) et ancien Président du Conseil d'Administration d'*Essilor* (2010-2012), membre du Conseil de Surveillance de *Schneider Electric*, il est administrateur de L'Oréal depuis 2002 et Président du Comité des Nominations et de la Gouvernance depuis 2011.

Belén Garijo, 54 ans, de nationalité espagnole, est Président-Directeur Général de *Merck Healthcare*, entité regroupant l'ensemble des activités pharmaceutiques du groupe allemand *Merck* et membre de son Comité Exécutif. Belén Garijo est administrateur de L'Oréal depuis avril 2014. Elle est également administrateur de *BBVA* (Espagne).

Bernard Kasriel, 68 ans, ancien Directeur Général de *Lafarge*, il est administrateur de L'Oréal depuis 2004, Président du Comité des Ressources Humaines et des Rémunérations depuis 2007 et membre du Comité Stratégie et Développement Durable. Il est également administrateur d'*Arkema* et de *Nucor* (Etats-Unis).

Christiane Kuehne, 59 ans, de nationalité suisse, est Directrice Unité d'Affaires Stratégiques Alimentation chez *Nestlé* où elle est entrée en 1977. Christiane Kuehne est membre du Conseil d'Administration de L'Oréal et membre du Comité d'Audit depuis 2012.

Georges Liarokapis, 52 ans, de nationalité française et grecque, coordinateur de la Responsabilité Sociétale et Environnementale de L'Oréal pour la zone Europe de l'Ouest, Georges Liarokapis a été désigné en 2014 par la CFE-CGC comme administrateur représentant les salariés.

Jean-Victor Meyers, 28 ans, est membre du Conseil de Surveillance de la société holding familiale *Téthys* depuis janvier 2011. Il est administrateur de L'Oréal depuis février 2012 et membre du Comité d'Audit depuis avril 2014.

Virginie Morgon, 45 ans, est Directeur Général d'*Eurazeo* où elle est entrée en 2008 après seize années chez *Lazard*. Elle est administrateur de L'Oréal depuis 2013 et membre du Comité d'Audit. Elle est également administrateur d'*Accor* et de *Vivendi*.

Annette Roux, 72 ans, Présidente-Directrice Générale de *Bénéteau* de 1976 à 2005, puis Vice-Présidente du Conseil de Surveillance. Annette Roux est membre du Conseil d'Administration de L'Oréal depuis 2007. Elle est également Présidente de la Fondation d'Entreprise *Bénéteau*.

Louis Schweitzer, 72 ans, Président-Directeur Général de *Renault* de 1992 à 2005, Président du Conseil d'Administration jusqu'en 2009. Louis Schweitzer est administrateur de L'Oréal depuis 2005, membre du Comité d'Audit et Président depuis février 2013, membre du Comité Stratégie et Développement Durable. Il est également Commissaire Général à l'investissement.

COMPOSITION DU COMITÉ EXÉCUTIF DE L'ORÉAL AU 31/12/2014

<p>Jean-Paul Agon Président-Directeur Général</p> <p>Laurent Aftal Vice-Président, Directeur Général Recherche et Innovation</p> <p>Nicolas Hieronimus Vice-Président, Directeur Général des Divisions Sélectives</p> <p>Barbara Lavernos Directrice Générale Opérations</p> <p>Brigitte Liberman Directrice Générale Cosmétique Active</p> <p>Marc Menesguen Directeur Général Produits Grand Public</p> <p>Christian Mulliez Vice-Président, Directeur Général Administration et Finances</p> <p>Alexis Perakis-Valat Directeur Général Zone Asie- Pacifique</p>	<p>Alexandre Popoff Directeur Général Zone Europe de l'Est</p> <p>Sara Ravella Directrice Générale Communication, Développement Durable et Affaires Publiques</p> <p>Lubomira Rochet Directrice Générale Digital</p> <p>Frédéric Rozé Directeur Général Zone Amériques</p> <p>Geoff Skingsley Directeur Général Zone Afrique, Moyen-Orient</p> <p>Jérôme Tixier Directeur Général Relations Humaines et Conseiller du Président</p> <p>An Verhulst-Santos Directrice Générale Produits Professionnels</p> <p>Jochen Zaumseil Directeur Général Zone Europe de l'Ouest</p>
--	---

La RSE est sous la responsabilité de Sara Ravella Directrice Générale Communication, Développement Durable et Affaires Publiques, et membre du Comité Exécutif de L'Oréal.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA STRUCTURE DE GOUVERNANCE DE L'ORÉAL, CONSULTEZ LE CHAPITRE 2 « GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE » PAGE 35 ET SUIVANTES DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

▶ LES ACTIONNAIRES

La fidélité des actionnaires est l'une des plus grandes forces du Groupe L'Oréal, un élément essentiel pour la mise en œuvre d'une stratégie à long terme.

▶ UNE COMMUNICATION FINANCIÈRE ACTIVE

L'Oréal organise de nombreux événements pour les actionnaires qui sont autant d'occasions de renforcer les liens avec eux. En 2014, le Groupe a multiplié les rencontres avec ses actionnaires individuels : 7 réunions d'actionnaires ont été organisées en France et en Belgique ainsi que des visites de l'usine *Soproleal* à Aulnay, et des Académies de coiffure de Bruxelles et Strasbourg. Le Groupe a participé, pour la onzième année consécutive au salon *Actionaria* en novembre.

Au total, l'équipe de la communication financière est allée à la rencontre de 6 000 actionnaires individuels et environ 650 investisseurs institutionnels.

Une réunion annuelle d'information financière s'est tenue au siège du Groupe et un voyage d'étude a été organisé avec les analystes et investisseurs. Trois conférences téléphoniques de présentation du chiffre d'affaires ou des résultats semestriels ont été organisées à l'attention des analystes financiers et investisseurs en 2014.

▶ LE COMITÉ CONSULTATIF DES ACTIONNAIRES INDIVIDUELS

Créé en 2010, le Comité consultatif des actionnaires individuels s'est réuni à quatre reprises durant l'année pour aborder des thèmes aussi divers que la préparation de l'Assemblée Générale et la communication digitale. Instance clé du dialogue avec les actionnaires individuels du Groupe, ce comité permet de mieux comprendre leurs attentes et d'améliorer constamment la qualité des échanges.

▶ RÉCOMPENSER LA FIDÉLITÉ DES ACTIONNAIRES DE L'ORÉAL

Depuis l'Assemblée Générale d'avril 2009, L'Oréal fait partie des rares sociétés du CAC 40 à proposer une prime de fidélité. Un dividende majoré de 10 % est ainsi offert à tous les actionnaires inscrits au nominatif pur ou administrés depuis au moins deux ans. La détention des actions au nominatif permet de mieux connaître les actionnaires de L'Oréal et de proposer certains avantages à ceux qui acceptent d'accompagner le développement de la société sur le long terme. Les inscriptions au nominatif ont très fortement augmenté ces trois dernières années.

▶ DIALOGUE AVEC LES PARTIES PRENANTES SUR LES VOLETS DE RSE

Le 23 octobre 2013, le Groupe présentait ses engagements en matière de développement durable à horizon 2020 avec son programme *Sharing Beauty With All*, dont la construction s'est bien sûr nourrie des attentes des parties prenantes rencontrées à travers le monde depuis quelques années au gré des forums mentionnés ci-dessus. L'annonce en 2013 a été suivie par un forum, qui s'est tenu à Paris, sur la consommation responsable, le « Re-imagining Consumption Summit », en partenariat avec *BSR (Business for Social Responsibility)*, *Forum for the Future*, *WBCSD (World Business Council on Sustainable Development)*, *Futerra* et *Sustainable Brands* ; ce dernier, qui a rassemblé 260 participants issus d'autres entreprises, mais également du monde associatif et des pouvoirs publics, a permis de mener une réflexion pour avancer ensemble sur ce sujet clef pour l'avenir des industries de grande consommation : un dialogue ouvert et public pour s'inspirer collectivement.

En 2014, le Groupe a poursuivi dans cette voie en réunissant pour la première fois un panel d'experts mondiaux indépendants, qui le challengera désormais chaque année dans la réalisation de ses objectifs : le « Panel Of Critical Friends ».

À travers *Sharing Beauty With All*, L'Oréal s'est engagé à communiquer régulièrement sur les progrès accomplis. Pour l'aider dans sa démarche, le Groupe a mis en place un panel d'experts internationaux indépendants, instance d'accompagnement externe du programme.

DES PARTIES PRENANTES RECONNUES ET INDÉPENDANTES

Le panel est présidé par **José María Figueres**, Président du Costa Rica de 1994 à 1998 et figure reconnue internationalement pour son engagement en matière de développement durable. Il rassemble de grands experts internationaux sur des sujets environnementaux et sociétaux :

- **Lo Sze Ping**, écologiste chinois, ancien activiste de *Greenpeace*, Directeur Général de *Greenovation Hub* ;
- **Mehjabeen Abidi-Habib**, chercheuse pakistanaise en écologie humaine, spécialiste de la gestion des ressources naturelles ;
- **Princess Celenhle Dlamini**, sud-africaine, l'un des directeurs de l'*Ubuntu Institute*, organisation qui travaille à la réalisation des objectifs du Millénaire pour le développement de l'ONU ;
- **Analisa Balares**, américaine, fondatrice et PDG de *Womensphere™*, qui développe des outils médias, des communautés en ligne et un prix destiné à inspirer et encourager les femmes qui œuvrent à la transformation du monde ;
- **Christian de Boisredon**, français, initiateur du concept de "journalisme d'impact" par le biais de *Sparknews*, afin de mettre en lumière des initiatives positives dans le monde entier ;
- et la participation exceptionnelle à titre d'invité en 2014 d'**Edmund Blamey**, spécialiste du marketing durable.

UNE DYNAMIQUE DE CO-CONSTRUCTION

Ces "amis critiques" se réuniront une fois par an, en présence de Jean-Paul Agon, Président-Directeur Général de L'Oréal. Leur rôle est d'examiner les avancées réalisées dans le cadre de *Sharing Beauty With All* et d'apporter leur regard critique sur les actions menées, en suggérant des améliorations. La première réunion du *Panel of critical friends* s'est tenue le 19 septembre 2014 en France, au siège du Groupe à Clichy. La matinée a été consacrée à une présentation des différentes réalisations du Groupe en matière de développement durable depuis l'annonce des engagements, et des leviers d'action utilisés pour atteindre les objectifs visés. L'après-midi, certains participants ont suivi des ateliers d'échanges et de débats consacrés à des problématiques spécifiques, sur lesquelles ils ont pu apporter leur expertise et leurs compétences respectives.

L'Oréal poursuit et renforce ainsi la dynamique de co-construction de sa stratégie de développement durable avec les parties prenantes externes, qui avait été au cœur de la formalisation de ses engagements.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LES PARTIES PRENANTES, CONSULTEZ :

- LA FICHE IMPLICATION DES PARTIES PRENANTES G4-24 À G4-25 DE CE PRÉSENT RAPPORT ;
- LA RUBRIQUE 6.4.2 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014 PAGE 247 ET SUIVANTES ;
- LA FICHE « ZOOM SUR » CONCERNANT LE PANEL OF CRITICAL FRIENDS PAGE 26 DU RAPPORT D'AVANCEMENT SHARING BEAUTY WITH ALL 2014.

G4
39

Indiquer si le président du conseil d'administration (ou assimilé) est aussi un administrateur exécutif (et dans ce cas, indiquer ses fonctions dans l'organigramme de l'organisation et les raisons de cette disposition)

En 2011, après une période de 5 années, entre 2006 et 2011, durant laquelle les fonctions de Président du Conseil d'Administration et de Directeur Général ont été dissociées afin d'assurer une transition harmonieuse entre Sir Lindsay Owen-Jones et M. Jean-Paul Agon, le Conseil d'Administration a décidé de réunifier ces fonctions et de nommer M. Jean-Paul Agon Président-Directeur Général de L'Oréal.

Le 17 avril 2014, l'Assemblée Générale des actionnaires a renouvelé le mandat d'administrateur de M. Jean-Paul Agon. Le Conseil d'Administration, lors de sa séance tenue le même jour, a décidé de reconduire le cumul des fonctions de Président et de Directeur Général et de les confier à nouveau à M. Jean-Paul Agon.

Cette décision a été prise, suite aux recommandations du Comité des Nominations et de la Gouvernance, dans le meilleur intérêt de la Société et avec le souci constant que le mode de gouvernement choisi permette d'optimiser les performances économiques et financières du Groupe et de créer les conditions les plus favorables pour son développement à long terme.

Le Conseil d'Administration considère, en effet, que ce mode de gouvernement est particulièrement adapté aux spécificités de L'Oréal. De tout temps, les grands dirigeants de L'Oréal sont fidèles à l'entreprise, ils ont une vision claire des perspectives futures du Groupe fondée sur leur connaissance précise des affaires et de ses métiers. Par ailleurs, l'entreprise se doit d'être réactive, d'une part dans un secteur d'activité qui requiert des prises de décisions rapides dans un environnement international très concurrentiel, d'autre part dans le métier de la beauté qui nécessite à chaque instant une communication forte et cohérente.

Enfin, cette modalité d'exercice de la Direction Générale convient à la structure particulière de l'actionariat de L'Oréal : des actionnaires stables et fidèles avec, en particulier, deux grands actionnaires, très attachés au développement à long terme du Groupe.

Dans ce cadre, le mode de fonctionnement du Conseil d'Administration a fait l'objet d'une attention soutenue afin que celui-ci soit en mesure d'exercer pleinement ses missions et que l'équilibre des pouvoirs y soit assuré.



RETROUVEZ CES INFORMATIONS AU SEIN DU CHAPITRE 2, PARAGRAPHE 2.2.1.1. « MODALITÉ D'EXERCICE DE LA DIRECTION GÉNÉRALE », PAGE 39 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

G4
40

Processus de détermination des qualifications et de l'expertise exigée des membres du conseil d'administration (ou assimilé) incluant toute considération de genre et de tout autre indicateur de diversité

DES ADMINISTRATEURS EXPÉRIMENTÉS ET COMPLÉMENTAIRES

Les administrateurs de L'Oréal sont d'origines diverses. Ils sont complémentaires du fait de leurs différentes expériences professionnelles, de leurs compétences et de leurs nationalités. Ils ont une bonne connaissance de l'entreprise. Les administrateurs sont présents, actifs et impliqués. Ce sont autant d'atouts pour la qualité des délibérations du Conseil dans le cadre des décisions qu'il est amené à prendre.

La fidélité des actionnaires est l'une des plus grandes forces du Groupe L'Oréal, un élément essentiel pour la mise en œuvre d'une stratégie à long terme.

Par ailleurs, le comité consultatif des actionnaires individuels permet de mieux dialoguer avec les actionnaires du Groupe et ainsi de mieux comprendre leurs attentes. (cf Structure et composition de la gouvernance de cette fiche).



POUR DE PLUS AMPLES INFORMATIONS, CONSULTEZ LES PAGES 40 À 52 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014 QUI COMPORTE LA BIOGRAPHIE DÉTAILLÉE AINSI QUE LA LISTE DES MANDATS ET FONCTIONS DE CHAQUE ADMINISTRATEUR.

L'équilibre des pouvoirs au sein du Conseil est assuré avec une définition et un partage très précis des fonctions de chacun.

Tous disposent d'une information permanente et de moyens adaptés à l'exercice de leur mission. Tous ont un devoir de vigilance et participent, en toute indépendance, aux travaux et décisions du Conseil et, le cas échéant, de ses Comités d'Études.

Tous sont soumis au respect des règles en vigueur en matière de conflits d'intérêts.

Un membre du Conseil est indépendant lorsqu'il n'entretient aucune relation de quelque nature que ce soit avec la Société, son Groupe ou sa Direction, qui puisse compromettre l'exercice de sa liberté de jugement.

Dans cet esprit, les critères qui guident le Conseil pour qualifier un membre d'indépendant sont les critères suivants, spécifiés par le Code AFEP-MEDEF :

- ne pas être salarié ou dirigeant mandataire social de la Société, ni salarié ou administrateur de sa société mère ou d'une société qu'elle consolide et ne pas l'avoir été au cours des cinq années précédentes (**Critère 1**) ;
- ne pas être dirigeant mandataire social d'une société dans laquelle la Société détient directement ou indirectement un mandat d'administrateur ou dans laquelle un salarié désigné en tant que tel ou un mandataire social de la Société (actuel ou l'ayant été depuis moins de cinq ans) détient un mandat d'administrateur (**Critère 2**) ;
- ne pas être client, fournisseur, banquier d'affaires, banquier de financement significatif de la Société ou de son Groupe, ou pour lequel la Société ou son Groupe représente une part significative de l'activité (**Critère 3**) ;
- ne pas avoir de lien familial proche avec un mandataire social (**Critère 4**) ;
- ne pas avoir été auditeur de l'entreprise au cours des cinq années précédentes (**Critère 5**) ;
- ne pas être administrateur de l'entreprise depuis plus de douze ans (**Critère 6**).

Lors de sa séance du 28 novembre 2014, le Conseil d'Administration a examiné au cas par cas la situation de chacun des membres concernés au regard des critères d'indépendance énoncés dans le Code AFEP-MEDEF.

	<i>Critère 1</i>	<i>Critère 2</i>	<i>Critère 3</i>	<i>Critère 4</i>	<i>Critère 5</i>	<i>Critère 6</i>	<i>Qualification retenue</i>
Mme Belén Garijo	oui	oui	oui	oui	oui	oui	Indépendant
Mme Virginie Morgon	oui	oui	oui	oui	oui	oui	Indépendant
Mme Annette Roux	oui	oui	oui	oui	oui	oui	Indépendant
M. Charles-Henri Filippi	oui	oui	oui ⁽¹⁾	oui	oui	oui	Indépendant
M. Xavier Fontanet	oui	oui	oui	oui	oui	non ⁽²⁾	Indépendant
M. Bernard Kasriel	oui	oui	oui	oui	oui	oui	Indépendant
M. Louis Schweitzer	oui	oui	oui	oui	oui	oui	Indépendant

(1) Le Conseil d'Administration, sur la base des travaux menés par le Comité des Nominations et de la Gouvernance, a analysé, comme chaque année, les flux financiers intervenus au cours de l'exercice entre L'Oréal et les sociétés dans lesquelles les administrateurs qualifiés d'indépendants détiennent aussi un mandat. Il apparaît que le caractère de ces relations d'affaires est non significatif.

Concernant les relations entre L'Oréal et Citigroup France dont M. Charles-Henri Filippi est Président, le Conseil a constaté qu'elles n'étaient pas significatives compte tenu de leur volume et de leur nature. Il s'agit essentiellement de commissions de couvertures de change. Par ailleurs, la possibilité pour L'Oréal de recourir à un panel de banques, dans un contexte concurrentiel, exclut toute relation de dépendance. En outre, M. Charles-Henri Filippi connaît l'obligation de faire part au Conseil d'Administration de L'Oréal de toute situation de conflit d'intérêt, même potentiel, et le devoir de ne pas participer aux délibérations et aux décisions correspondantes. Enfin, il ne participera pas, au sein de Citigroup, aux travaux susceptibles de concerner L'Oréal.

(2) Le Conseil d'Administration a examiné attentivement la situation de M. Xavier Fontanet dont la durée du mandat a dépassé 12 ans après son renouvellement, intervenu le 17 avril 2014. Le Conseil d'Administration a pris en compte l'objectivité dont a toujours fait preuve M. Xavier Fontanet lors des débats et décisions du Conseil ainsi que sa capacité à exprimer ses convictions et formuler un jugement équilibré en toutes circonstances vis-à-vis de la Direction Générale. Il a considéré que sa personnalité, son leadership et son engagement, reconnus par les actionnaires de L'Oréal qui ont approuvé le renouvellement de son mandat à 98,28 %, le 17 avril 2014, étaient autant de gages de son indépendance d'esprit.

Le Conseil a, par ailleurs, estimé que l'expérience de M. Xavier Fontanet en matière de gouvernance et l'attention qu'il a toujours portée au bon fonctionnement du Conseil en sa qualité de Président du Comité des Nominations et de la Gouvernance sont essentielles, compte tenu du renouvellement récent et important des administrateurs indépendants et de l'intégration des administrateurs représentant les salariés. Ces qualités conjuguées à une bonne compréhension des enjeux de la Société apportent beaucoup à la continuité des débats du Conseil et contribuent à mettre ses décisions en perspective.

Compte tenu de ces éléments d'appréciation analysés concrètement avec beaucoup de soin, le Conseil d'Administration a estimé que le critère des 12 ans, défini par le Code AFEP-MEDEF parmi cinq autres critères, n'était pas à lui seul suffisant pour que M. Xavier Fontanet perde mécaniquement sa qualité d'administrateur indépendant.

En résumé, au 31 décembre 2014, 7 membres du Conseil d'Administration sur 13 (hors administrateurs représentant les salariés), sont qualifiés d'indépendants (soit 53,8 % du Conseil d'Administration) :

- Mme Belén Garijo ;
- Mme Virgine Morgon ;
- Mme Annette Roux ;
- M. Charles-Henri Filippi ;
- M. Xavier Fontanet ;
- M. Bernard Kasriel ;
- M. Louis Schweitzer.

En outre, au 31 décembre 2014, sur un total de 13 administrateurs (hors les 2 administrateurs représentant les salariés), **5 femmes siègent au sein du Conseil d'Administration de L'Oréal**, soit une proportion de 38,5 %.

Le Conseil a ainsi anticipé la Loi du 27 janvier 2011 relative à la représentation équilibrée des femmes et des hommes, qui fixait une première proportion minimale de 20 % d'administrateurs du même sexe à atteindre d'ici 2014.

Le Comité des Nominations et de la Gouvernance poursuit ses travaux de sélection afin de faire des propositions de candidatures au Conseil d'Administration. En tout état de cause, la composition du Conseil sera, en 2017, en conformité avec la Loi qui exige une proportion minimale de 40 % des administrateurs de chaque sexe.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LES ADMINISTRATEURS, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « 2.2.1. « MANDATAIRES SOCIAUX » AUX PAGES 40 À 52 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

G4
41

Processus mis en place par le conseil d'administration (ou assimilé) pour éviter les conflits d'intérêt

Dans le cadre de la Loi et des droits et obligations des administrateurs définis dans le Règlement Intérieur du Conseil d'Administration de L'Oréal, et conformément au Code AFEP-MEDEF, les administrateurs sont soumis au respect des règles en vigueur en matière de situation de conflits d'intérêts et de déontologie boursière.

Ainsi, « tout administrateur a l'obligation de faire part au Conseil de toute situation de conflit d'intérêts même potentiel et doit s'abstenir de participer au vote de la délibération correspondante ». A cet égard, sur la base des déclarations établies par chaque administrateur, le Conseil n'a identifié aucun conflit d'intérêts. Les informations visées à l'annexe 1 du Règlement Européen n° 809/2004 ci-après contiennent des précisions complémentaires.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LES PROCESSUS MIS EN PLACE PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION, CONSULTEZ LA RUBRIQUE 2.2.2.3. « L'ACTIVITÉ DES COMITÉS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION » PAGES 58 À 62 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans la détermination de la mission, des valeurs et de la stratégie

G4
42

Rôles de l'instance supérieure de gouvernance et des cadres dirigeants dans le développement, l'approbation et l'actualisation de la mission, des valeurs ou énoncés de mission, stratégies, politiques et objectifs de l'organisation concernant les impacts économiques, environnementaux et sociaux

Le Comité Stratégie et Développement Durable éclaire par ses analyses les orientations stratégiques soumises au Conseil et suit la réalisation et l'évolution des opérations significatives en cours. Il veille au maintien des grands équilibres financiers.

Dans ce cadre, le Comité examine les grands axes, options ou projets stratégiques présentés par la Direction.

Le Comité s'assure que les engagements de l'entreprise en matière de Développement Durable, au regard des enjeux propres à l'activité du Groupe et à ses objectifs, sont bien pris en compte.

Les Comités du Conseil d'Administration agissent strictement dans le cadre des missions qui leur ont été données par le Conseil. Ils préparent activement ses travaux, sont force de propositions notamment sur les missions qui leur sont octroyées.

C

ompétence et évaluation de la performance de l'instance supérieure de gouvernance

G4
43

*Mesures prises pour développer et améliorer
les connaissances collectives de l'instance supérieure
de gouvernance relatives aux thèmes économiques,
environnementaux et sociaux*

➤ LE CONSEIL ÉVALUE PÉRIODIQUEMENT LA QUALITÉ DE SON ORGANISATION ET DE SES TRAVAUX

Dans le cadre de l'évaluation annuelle de son mode de fonctionnement, sur la base des meilleures pratiques en matière de gouvernement d'entreprise, les administrateurs se fixent tous les ans de nouveaux objectifs d'amélioration de la qualité de leur organisation et de leurs délibérations, en élargissant par exemple l'ordre du jour de leurs réunions et de celles de leurs Comités. Ils recherchent un mode de fonctionnement optimal et ils s'assurent qu'ils disposent de tous les atouts nécessaires pour mener leurs missions à bien, en toute liberté.

G4
44

Processus d'évaluation de la performance propre du conseil d'administration (ou assimilé), notamment du point de vue économique, environnemental et social

▶ LE CONSEIL ÉVALUE PÉRIODIQUEMENT LA QUALITÉ DE SON ORGANISATION ET DE SES TRAVAUX

Le Conseil procède chaque année à l'évaluation formalisée, prévue par le Code AFEP-MEDEF, de sa composition, de son organisation et de son mode de fonctionnement notamment afin de vérifier que, dans ces conditions, l'ordre du jour de ses travaux couvre bien l'étendue de ses missions, que les questions importantes ont été convenablement préparées et débattues et de mesurer la contribution de chaque membre aux travaux du Conseil.

Cette évaluation s'effectue dans le cadre du Code AFEP-MEDEF, auquel la Société se réfère, et des recommandations de place comme celles de l'AMF. A partir de la synthèse des entretiens individuels préalables entre l'administrateur et le Secrétaire du Conseil, entretiens menés sur la base d'un guide qui reprend les principes retenus par le code et ses recommandations, le Conseil envisage les voies de progrès toujours possibles et, à l'issue du débat qui a lieu, prend les mesures d'amélioration qu'il juge utiles.

Les administrateurs ont à nouveau exercé en 2014 leur totale liberté de jugement. Cette liberté de jugement leur a permis de participer, en toute indépendance, aux travaux puis aux décisions collégiales du Conseil et, le cas échéant, aux travaux préparatoires puis aux propositions des Comités du Conseil.

Le Conseil a estimé que la qualité de ses réunions, au regard de ce qui avait été envisagé comme voies de progrès à l'issue de l'auto-évaluation de fin 2013, continue de s'améliorer, notamment sur les enjeux stratégiques du Groupe qui sont régulièrement discutés et débattus, en présence de dirigeants membres du Comité Exécutif.

Cette année encore, la démarche stratégique a fait l'objet d'un examen approfondi dans les travaux du Conseil, au regard du développement des marques, des pays et des marchés sur lesquels le Groupe opère.

A ce titre, la journée sur la stratégie de la Division des Produits Grand Public et la présentation du marché en Europe de l'Ouest, en présence des principaux dirigeants, ont été particulièrement appréciées.

Par ailleurs, le Conseil a continué d'approfondir l'analyse de la performance, au regard notamment de la concurrence, toujours dans le cadre des orientations stratégiques que le Conseil valide.

En 2014, le Conseil a, à nouveau, apprécié le rythme, la fréquence et le format des informations qui lui sont transmises dans le cadre de l'activité en général et des principaux événements de la vie du Groupe. La mise à disposition d'une documentation préalable aux séances du Conseil ou des Comités, dans le respect des impératifs de confidentialité et des contraintes de délais auxquels la Société est soumise, favorise la qualité des débats.

Les administrateurs ont fait de nouvelles propositions de thèmes à inscrire à l'ordre du jour de leurs réunions en 2015.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT L'ÉVALUATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION,
CONSULTEZ LA RUBRIQUE 2.2.2.4. « AUTO-ÉVALUATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION »
EN PAGES 62 ET 63 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans la gestion des risques.....

G4
45 *Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans l'identification et la gestion des impacts, risques, et opportunités économiques, environnementaux et sociaux*

G4
46 *Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans l'examen de l'efficacité des processus de gestion des risques de l'organisation concernant les thèmes économiques, environnementaux et sociaux*

G4
47 *Fréquence de l'examen des impacts, risques et opportunités économiques, environnementaux et sociaux par l'instance supérieure de gouvernance*

➤ RÉPONSE GLOBALE

Des travaux du Conseil axés sur l'activité, la stratégie et les engagements de la société en matière environnementale, sociale et sociétale.

En 2014, outre le suivi régulier de l'activité du Groupe (marchés, métiers, développement géographique, concurrence, objectifs quantitatifs et qualitatifs), le Conseil d'Administration a, comme il l'a souhaité, poursuivi ses travaux sur les éléments constitutifs de la stratégie de L'Oréal.

Grâce à un dialogue constructif avec la Direction Générale, le Conseil contribue à l'élaboration de la stratégie, tout particulièrement en analysant l'intérêt stratégique des opérations d'acquisitions, leur incidence sur la structure financière de l'entreprise et sur ses capacités de développement à long terme.

Ainsi, à titre d'illustration, ont été conclues durant l'exercice, les acquisitions stratégiques de *Magic Holdings International Limited*, L'Oréal réalisant ainsi son investissement le plus important sur le marché de la beauté en Chine, de *NYX Cosmetics*, l'une des marques américaines de maquillage enregistrant la plus forte croissance aux Etats-Unis, portée par une stratégie de communication originale s'appuyant sur les réseaux sociaux et un marketing de proximité, et de *Decléor* et *Carita*, numéro deux mondial du marché professionnel des spas et instituts de beauté.

Le Conseil apporte également beaucoup d'attention au suivi des acquisitions faites dans les années antérieures et demande que lui soit régulièrement présenté un bilan des opérations réalisées : intégration au sein du Groupe, synergies, complémentarités, réalisation du business plan élaboré lors de l'acquisition et création de valeur pour L'Oréal.

Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans la gestion des risques

L'ORÉAL

Afin de bénéficier de la meilleure connaissance possible des activités de L'Oréal, le Conseil d'Administration rencontre régulièrement ses grands dirigeants. Chacune de leurs interventions est l'occasion pour les administrateurs de prendre la mesure d'un aspect caractéristique d'un métier et d'une organisation, de forger leur opinion et de prendre leurs décisions en bénéficiant de toute l'information pertinente.

Ainsi, en 2014, les administrateurs ont analysé en détail les questions de Logistique et de *Supply Chain* en présence du Directeur Général des Opérations du Groupe.

Ils ont également pu débattre de manière approfondie de la situation et des perspectives de L'Oréal sur le premier marché du Groupe, celui de l'Europe de l'Ouest avec une présentation complète de son Directeur Général de zone.

Une journée a été consacrée à la Division des Produits Grand Public pour une analyse concrète de l'évolution du marché très concurrentiel des cosmétiques en grande distribution.

Par ailleurs, le Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président, a exposé aux administrateurs les avancées réalisées dans ce domaine et leur a présenté la 3^e édition de la Charte Éthique du Groupe. Le Conseil a relevé parmi les nouveaux sujets abordés dans cette édition : le lobbying, le blanchiment d'argent, les Droits de l'Homme, et le renforcement des exigences en matière de publicité, marketing, données personnelles et médias sociaux.

Enfin, le Directeur Général des Relations Humaines est intervenu pour présenter le double enjeu, individuel et collectif, des Ressources Humaines : donner au Groupe les talents dont il a besoin pour se développer sur tous les continents, créer un environnement collaboratif et solidaire au sein duquel chacun peut se révéler et donner le meilleur.

En 2014, le Conseil d'Administration a étudié et autorisé préalablement à sa conclusion l'opération stratégique avec Nestlé, approuvée par l'Assemblée Générale des actionnaires du 17 avril 2014. Cette opération consistait, d'une part, en un rachat en vue de leur annulation de 48,5 millions d'actions L'Oréal (soit 8 % de son capital) à Nestlé et, d'autre part, en une cession de la participation de L'Oréal de 50 % dans le laboratoire pharmaceutique suisse de dermatologie *Galderna* à Nestlé (détenu à parité par L'Oréal et Nestlé).

En 2014, le Comité Central d'Entreprise a été consulté et a rendu un avis, en application de la Loi du 14 juin 2013 relative à la sécurisation de l'emploi, sur les orientations stratégiques de l'entreprise, telles que définies précédemment par le Conseil d'Administration. Ce dernier a pris connaissance de l'avis du Comité Central d'Entreprise et y a répondu.

S'agissant des travaux des Comités, il convient notamment de noter les missions dévolues à deux des 4 Comités suivants :

Le Comité Stratégie et Développement Durable

Composition au 31/12/2014	Principales missions	Principales activités en 2014
<ul style="list-style-type: none"> ● Jean-Paul Agon (Président) ● Françoise Bettencourt Meyers ● Peter Brabeck-Letmathe ● Bernard Kasriel ● Jean-Pierre Meyers ● Louis Schweitzer <p>Les administrateurs participent aux réunions du Comité en toute liberté de jugement et dans l'intérêt de tous les actionnaires. Il est précisé que deux d'entre eux appartiennent à la famille Bettencourt Meyers, un administrateur étant issu de Nestlé.</p> <p>Le Comité s'est réuni six fois en 2014, avec un taux d'assiduité de 100 %.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Apporter un éclairage par ses analyses sur les orientations stratégiques soumises au Conseil. ● Suivi de la réalisation et l'évolution des opérations significatives en cours et veiller au maintien des grands équilibres financiers. ● Examen des grands axes, options ou projets stratégiques présentés par la Direction Générale avec leurs conséquences économiques et financières, les opportunités d'acquisitions, les opérations financières susceptibles de modifier de manière significative la structure du bilan. ● Vérification de l'intégration des engagements de l'entreprise en matière de Développement Durable, au regard des enjeux propres à l'activité du Groupe et à ses objectifs. ● Examen des projets d'orientations stratégiques, définis par le Conseil d'Administration, en vue de la consultation du Comité Central d'Entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Analyse du chiffres d'affaires, point sur l'activité, les marchés et la concurrence. ● Analyse de la performance des derniers lancements de produits. ● Examen des perspectives stratégiques de développement du Groupe. ● Examen de l'intégralité des projets d'acquisition : parmi les projets présentés au Conseil figurent les projets suivants : <ul style="list-style-type: none"> - Magic - Decléor/Carita - Niely Cosmetics - NYX - Carol's Daughter ● Proposition au Conseil d'Administration d'une synthèse des orientations stratégiques dans le cadre de la consultation du Comité Central d'Entreprise. ● Recommandations au Conseil d'Administration sur les choix à effectuer suite à la Loi n° 2014-384 du 29 mars 2014 « visant à reconquérir l'économie réelle » dite « Loi Florange ».

Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans la gestion des risques

L'ORÉAL

Le Comité d'Audit

Composition au 31/12/2014	Principales missions	Principales activités en 2014
<ul style="list-style-type: none"> ● Louis Schweitzer (Président) ● Charles-Henri Filippi ● Christiane Kuehne ● Jean-Victor Meyers ● Virginie Morgon <p>Le Comité est présidé depuis février 2013 par M. Louis Schweitzer, administrateur indépendant, membre du Comité depuis 2011 et dispose d'une compétence financière reconnue.</p> <p>En avril 2014, le Comité a accueilli un nouvel administrateur, M. Jean-Victor Meyers, en remplacement de M. Jean-Pierre Meyers.</p> <p>Les administrateurs membres du Comité d'Audit ont la qualification nécessaire du fait de leur expérience professionnelle et de leur bonne connaissance des procédures comptables et financières du Groupe qui leur sont régulièrement présentées.</p> <p>Le Président-Directeur Général n'est pas membre du Comité.</p> <p>Le Comité a eu l'occasion de procéder à l'audition du Directeur Général de l'Administration et des Finances ainsi que des dirigeants en charge des domaines dont le Comité examine l'activité, dans le cadre notamment des processus liés à la gestion et à la maîtrise des risques.</p> <p>Les Commissaires aux Comptes assistent aux réunions. Le Comité a rencontré les Commissaires aux Comptes hors la présence du management.</p> <p>Le Comité n'a pas jugé utile de recourir à des experts extérieurs.</p> <p>Le nombre d'administrateurs indépendants est de 3 sur 5, soit 60 %.</p> <p>En 2014, le Comité d'Audit s'est réuni quatre fois avec un taux d'assiduité de 96 %.</p> <p>Lors de la réunion du Conseil du 12 février 2015, sur proposition du Comité des Nominations et de la Gouvernance, il a été décidé que M. Georges Liarokapis rejoindrait le Comité d'Audit après l'Assemblée Générale du 22 avril 2015.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Suivi du processus d'élaboration de l'information financière. ● Suivi du contrôle légal des comptes annuels et des comptes consolidés par les Commissaires aux Comptes. ● Examen des plans d'audit et du programme d'intervention des Commissaires aux Comptes, des résultats de leurs vérifications. ● Suivi de l'indépendance des Commissaires aux Comptes. ● Suivi de l'efficacité des systèmes de Contrôle Interne et de gestion des risques. ● Rôle d'alerte du Président du Conseil en cas de détection d'un risque important qui ne lui paraît pas être traité de manière adéquate. ● Mission de suivi des principales expositions et sensibilités aux risques du Groupe. ● Examen du programme et des objectifs de la Direction de l'Audit Interne, ainsi que les méthodes et procédures des systèmes de contrôle interne utilisées. ● Examen annuel de la partie du Rapport de Gestion relative aux « facteurs de risques » et du Rapport du Président du Conseil d'Administration relative aux procédures de contrôle interne et de gestion des risques. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Examen des résultats annuels, semestriels et du bilan. ● Examen des Rapports des Commissaires aux Comptes. ● Examen du plan d'audit 2014 et des résultats des vérifications effectuées, de leurs recommandations ainsi que des suites données, dans le cadre du contrôle légal des comptes. ● Examen des audits effectués par les Commissaires aux Comptes en matière d'informations sociales, environnementales et sociétales, l'élargissement du périmètre de contrôle et l'amélioration de la fiabilité des données ayant permis l'émission d'un rapport additionnel d'assurance raisonnable portant sur 16 indicateurs. ● Suivi de l'activité de l'Audit Interne : le Comité ayant estimé que l'Audit Interne a procédé à un examen approfondi de tous les processus clés avec des critères exigeants. ● Contrôle interne : examen des facteurs de risques et cartographie des risques, le Comité ayant constaté que la prise en charge des risques est contrôlée et assurée au niveau opérationnel. Il existe un processus de revue régulière de ceux-ci par le Comité Exécutif. ● Examen de la partie « facteurs de risques » du Rapport de Gestion 2014 et du Rapport du Président relatif aux procédures de contrôle interne et de gestion des risques. ● Suivi des résultats des programmes de sensibilisation au risque de fraude et de prévention de la corruption : examen des brochures et Chartes adressées aux collaborateurs du Groupe. ● Information sur les risques juridiques et les éventuels contentieux et faits majeurs susceptibles d'avoir un impact significatif sur la situation financière et sur le patrimoine de L'Oréal. ● Sécurité des Systèmes d'Information et de sûreté : le Comité ayant constaté que le développement de L'Oréal se faisait au travers d'une infrastructure solide, pérenne et innovante, dans un environnement sécurisé avec des coûts contrôlés.

POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT L'ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE, CONSULTEZ LA RUBRIQUE 2.2.2.3. PAGE 58 « L'ACTIVITÉ DES COMITÉS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION » ET PAGES 59 À 62 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

Rôle de l'instance supérieure de gouvernance dans le reporting Développement Durable

G4
48

Le comité ou le poste de plus haut niveau qui examine et approuve de façon officielle le rapport de développement durable de l'organisation et s'assure que tous les Aspects pertinents sont traités

L'approbation du Rapport d'Avancement *Sharing Beauty With All* L'Oréal est effectuée par Jean Paul Agon, Président Directeur – Général du Groupe L'Oréal.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LES ASPECTS RETENUS, CONSULTEZ LA FICHE « ASPECTS ET PÉRIMÈTRES DU RAPPORT ».

S/structure et composition de la gouvernance

G4
49

Le processus pour informer l'instance supérieure de gouvernance des réclamations majeures

La fidélité des actionnaires est l'une des plus grandes forces du Groupe L'Oréal, un élément essentiel pour la mise en œuvre d'une stratégie à long terme.

› UNE COMMUNICATION FINANCIÈRE ACTIVE

L'Oréal organise de nombreux événements pour les actionnaires qui sont autant d'occasions de renforcer les liens avec eux. En 2014, le Groupe a multiplié les rencontres avec ses actionnaires individuels : 7 réunions d'actionnaires ont été organisées en France et en Belgique ainsi que des visites de l'usine *Soproréal* à Aulnay, et des Académies de coiffure de Bruxelles et Strasbourg. Le Groupe a participé au Village des Actionnaires à Roland Garros en septembre et, pour la onzième année consécutive au salon *Actionaria* en novembre.

Au total, l'équipe de la communication financière est allée à la rencontre de 6 000 actionnaires individuels et environ 650 investisseurs institutionnels.

Une réunion annuelle d'information financière se s'est tenue au siège du Groupe et un voyage d'étude a été organisé avec les analystes et investisseurs. Trois conférences téléphoniques de présentation du chiffre d'affaires ou des résultats semestriels ont été organisées à destination des analystes et investisseurs en 2014.

› LE COMITÉ CONSULTATIF DES ACTIONNAIRES INDIVIDUELS

Créé en 2010, le Comité consultatif des actionnaires individuels s'est réuni à quatre reprises durant l'année pour aborder des thèmes aussi divers que la préparation de l'Assemblée Générale et la communication digitale. Instance clé du dialogue avec les actionnaires individuels du Groupe, ce comité permet de mieux comprendre leurs attentes et d'améliorer constamment la qualité des échanges. (cf. « Structure et composition de la gouvernance » au sein de cette Fiche).

› LA POLITIQUE « PARLONS EN ENSEMBLE »

La politique « Parlons-en-Ensemble » de L'Oréal permet aux collaborateurs de faire remonter leurs éventuelles préoccupations y compris en matière de Droits de l'Homme et notamment via un site internet sécurisé directement auprès du Directeur Général de l'Éthique. Ce site est accessible en 26 langues. Les allégations font l'objet d'un examen détaillé et des mesures adéquates sont prises le cas échéant en cas de non-respect de la politique Droits de l'Homme.

Rémunération et incitations

L'ORÉAL

G4
51

Politiques de rémunération en vigueur à l'égard de l'instance supérieure de gouvernance et des cadres dirigeants.

Le lien entre les critères de performance de la politique de rémunération et les objectifs économiques, environnementaux et sociaux de l'instance supérieure de gouvernance et des cadres dirigeants

➤ RÉMUNÉRATION DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

L'administrateur reçoit des jetons de présence dont le montant est voté par l'Assemblée Générale Ordinaire et dont la répartition est décidée par le Conseil.

Règles de répartition au titre de l'exercice 2014

Le montant des jetons de présence réparti entre les administrateurs comporte une part variable prépondérante en fonction de l'assiduité, conformément aux dispositions du Code AFEP-MEDEF. Le Conseil a retenu pour une année pleine :

- pour la participation aux réunions du Conseil d'Administration : une somme forfaitaire annuelle de 30 000 euros et une somme de 5 000 euros par séance ;
- pour la participation aux réunions des Comités d'Études :
 - Comité d'Audit : une somme de 25 000 euros pour chaque administrateur membre. La mission du Comité d'Audit est en effet particulièrement exigeante et nécessite un engagement important,
 - Comité Stratégie et Développement Durable : une somme de 15 000 euros pour chaque administrateur membre,
 - Comité des Ressources Humaines et des Rémunérations : une somme de 10 000 euros pour chaque membre,
 - Comité des Nominations et de la Gouvernance : une somme de 10 000 euros pour chaque membre.

Ces sommes comprennent une partie fixe de 40 % et une partie variable de 60 %, fonction de l'assiduité aux réunions des Comités. Les jetons de présence attribués aux Présidents des Comités sont doublés et comprennent également une partie fixe de 40 % et une partie variable de 60 %.

Montants versés au titre de l'exercice 2014

Un montant total de 1 110 083 euros, dans les limites de l'enveloppe de 1 450 000 euros votée par l'Assemblée Générale en 2014, a été distribué aux administrateurs début 2015 au titre de l'exercice 2014, pour un total de 6 réunions du Conseil d'Administration (7 séances en 2014 dont 1 séance extraordinaire non rémunérée) et 19 réunions de ses Comités.

Le taux d'assiduité aux réunions du Conseil d'Administration en 2014 est en moyenne de 93,5 %.

Lors de sa réunion du 28 novembre 2014, le Conseil d'Administration a pris acte du souhait exprimé par M. Jean-Paul Agon, de ne plus bénéficier de jetons de présence en sa qualité de Président-Directeur Général. M. Jean-Paul Agon ne perçoit ainsi aucun jeton de présence de sociétés du Groupe L'Oréal.

Règles de répartition au titre de l'exercice 2015

Le Conseil d'Administration a décidé de reconduire les modalités de répartition des jetons de présence retenues pour l'année 2014 dans le cadre de l'enveloppe de 1 450 000 euros votée par l'Assemblée Générale du 17 avril 2014.

Montant des jetons de présence alloués	Exercice 2014 (total 6 réunions et 19 réunions des Comités)	Exercice 2013 (total 5 réunions et 18 réunions des Comités)
M. Jean-Paul Agon	0 €	85 000 €
Mme Françoise Bettencourt Meyers	75 000 €	70 000 €
M. Peter Brabeck-Leitmathe	89 000 €	85 000 €
M. Jean-Pierre Meyers	101 250 €	115 000 €
Mme Ana-Sofia Amara ⁽¹⁾	30 000 €	-
M. Paul Bulcke ⁽¹⁾	32 500 €	60 000 €
M. Charles-Henri Filippi	102 333 €	96 250 €
M. Xavier Fontanet	80 000 €	70 000 €
Mme Belén Garijo ⁽¹⁾	50 000 €	-
M. Bernard Kasriel	95 000 €	90 000 €
Mme Christiane Kuehne	85 000 €	80 000 €
M. Marc Ladreit de Lacharrière ⁽¹⁾	10 000 €	50 000 €
M. Georges Liarokapis ⁽¹⁾	30 000 €	-
M. Jean-Victor Meyers	78 750 €	55 000 €
Mme Virginie Morgon	76 250 €	62 750 €
Mme Annette Roux	50 000 €	50 000 €
M. Louis Schweitzer	125 000 €	113 750 €
TOTAL	1 110 083 €	1 082 750 €

(1) Administrateur dont le mandat a débuté ou pris fin au cours de l'exercice 2014.



LE DÉTAIL DE LA POLITIQUE EN MATIÈRE DE RÉMUNÉRATION DES MANDATAIRES SOCIAUX, AINSI QUE LES MONTANTS VERSÉS AU TITRE DE L'EXERCICE 2014 SONT DÉTAILLÉS DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014, AUX PAGES 73 À 89 ET PAGES 298 À 300.

G4
53

Mode de sollicitation et de prise en compte des opinions des parties prenantes en matière de rémunération, y compris les résultats des votes sur les politiques et propositions de rémunération

La fidélité des actionnaires est l'une des plus grandes forces du Groupe L'Oréal, un élément essentiel pour la mise en œuvre d'une stratégie à long terme.

➤ RÉCOMPENSER LA FIDÉLITÉ DES ACTIONNAIRES DE L'ORÉAL

Depuis l'Assemblée Générale d'avril 2009, L'Oréal fait partie des rares sociétés du CAC 40 à proposer une prime de fidélité. Un dividende majoré de 10 % est ainsi offert à tous les actionnaires inscrits au nominatif pur ou administrés depuis au moins deux ans. La détention des actions au nominatif permet de mieux connaître les actionnaires de L'Oréal et de proposer certains avantages à ceux qui acceptent d'accompagner le développement de la société sur le long terme. Les inscriptions au nominatif ont très fortement augmenté au cours des cinq dernières années.

Conformément au code AFEP-MEDEF révisé en juin 2013 et auquel L'Oréal se réfère, les éléments de rémunération due ou attribuée par le Conseil d'Administration sur proposition du Comité des Ressources Humaines et des Rémunérations au Président Directeur Général, Monsieur Jean-Paul Agon, au titre de l'exercice 2014, sont présentés à l'Assemblée Générale annuelle pour avis.

Éthique et intégrité

G4
56 *Valeurs, principes, normes et règles de l'organisation en matière de comportement, tels que les codes de conduite et codes d'éthique*

G4
57 *Les mécanismes internes et externes pour obtenir des conseils sur les comportements éthiques et respectueux de la loi et les questions liées à l'intégrité de l'organisation, tels que les services d'aide et d'assistance*

G4
58 *Les mécanismes internes et externes utilisés pour faire part des réclamations relatives à des comportements non respectueux de l'éthique et de la loi et à des questions d'intégrité de l'organisation*

➤ RÉPONSE GLOBALE

L'Oréal s'est construit sur des Principes Éthiques forts qui guident son développement et contribuent à établir sa réputation : Intégrité, Respect, Courage et Transparence. L'engagement de L'Oréal à agir de manière éthique et responsable est résumé dans un document intitulé « L'Esprit L'Oréal » largement diffusé.

La Charte Éthique de L'Oréal a été mise à jour en 2014. Disponible en 45 langues et en français et anglais en Braille, elle est distribuée à tous les collaborateurs dans le monde. Elle permet de comprendre comment ces Principes Éthiques doivent se traduire dans leur comportement et leurs actions au moyen de règles simples et de présentation de situations concrètes auxquelles ils peuvent être exposés. La Charte Éthique s'applique à tous les collaborateurs, mandataires sociaux, membres des Comités Exécutifs et de Direction du Groupe et des filiales dans le monde. Six compléments à la Charte Éthique ont permis depuis 2010 d'en préciser certains aspects. Les Patrons de Pays (ou pour les Collaborateurs Corporate ou Zone, les membres du Comité Exécutif du Groupe dont ils dépendent) sont garants du respect de la Charte Éthique dans leur Pays.

Le respect de ces Principes Éthiques est pris en compte par le système d'évaluation de l'ensemble des collaborateurs où ont été intégrées deux compétences éthiques : « Agit/Dirige avec générosité » et « Obtient des résultats avec intégrité ».

Le Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président, rattaché directement au Président-Directeur Général, a pour mission d'assurer la promotion et l'intégration des meilleures pratiques au sein du Groupe, apportant son aide dans la prise de décision éthique. Il assure la formation des collaborateurs et supervise la gestion des éventuelles réclamations. Il rend compte régulièrement au Président-Directeur Général et informe le Conseil d'Administration et le Comité Exécutif. Le Directeur Général de l'Éthique dispose d'un budget et d'une équipe dédiés, a accès à tous les documents et informations concernant l'activité du Groupe et peut s'appuyer sur toutes les équipes et ressources du Groupe pour mener à bien sa mission.

Les collaborateurs disposent d'un site intranet dédié qui apporte des informations complémentaires sur l'éthique. Les collaborateurs sont notamment sensibilisés lors d'une journée annuelle sur l'éthique : *Ethics Day*. L'élément central de cette journée en 2014 a été un webchat en direct avec le Président-Directeur Général, permettant à l'ensemble des collaborateurs du Groupe de poser des questions et d'échanger sur l'application au quotidien des Principes Éthiques de L'Oréal. Des dialogues sur l'éthique ont également été organisés au niveau local avec chaque Patron de Pays. Plus de 50% des collaborateurs ont participé à ce dialogue et plus de 4000 questions ont été posées au niveau mondial.

La campagne de formation en matière d'éthique se poursuit. Un e-learning spécifique et obligatoire sur l'éthique est en cours de déploiement dans l'ensemble des pays. Au 31 décembre 2014, plus de 43000 collaborateurs l'avaient réalisé. Il existe par ailleurs six modules spécifiques s'adressant notamment aux Patrons de Pays, aux Acheteurs et aux Ressources Humaines.

Enfin, un outil pratique d'évaluation et d'analyse des risques éthiques a été mis à la disposition des différentes entités du Groupe. Un système de reporting annuel permet un suivi de la mise en œuvre de la démarche éthique.

Le Directeur Général de l'Éthique visite régulièrement les entités du Groupe à travers le monde (sièges, usines, centrales et centres de recherche) pour rencontrer les collaborateurs à tous les niveaux de l'entreprise et effectuer des visites terrain. En 2014, il s'est ainsi rendu dans ce cadre dans 21 pays et a été en contact avec plus de 7000 collaborateurs.

L'intégration de questions éthiques dans la mission de l'Audit Interne complète le dispositif.

Les Correspondants Éthiques ont pour mission d'assister les Patrons de Pays dans la mise en œuvre de la démarche éthique et permettent aux collaborateurs de 64 pays de disposer d'un interlocuteur de proximité. Les Correspondants Éthiques bénéficient chaque année d'une animation et d'une formation spécifiques.

La politique « Parlons-en-Ensemble » de L'Oréal permet aux collaborateurs de faire remonter leurs éventuelles préoccupations y compris en matière de Droits de l'Homme et notamment via un site internet sécurisé directement auprès du Directeur Général de l'Éthique. Ce site est accessible en 26 langues. Les allégations font l'objet d'un examen détaillé et des mesures adéquates sont prises le cas échéant.

Économie

APPROCHE MANAGÉRIALE	p. 2
PERFORMANCE ÉCONOMIQUE	p. 5
EC1 - Valeur économique directe créée et distribuée	p. 5
EC2 - Implications financières et autres risques et opportunités pour les activités de l'organisation liés au changement climatique	p. 10
EC3 - Étendue de la couverture des régimes de retraite à prestations définies	p. 12
EC4 - Aides publiques reçues	p. 15
PRÉSENCE SUR LE MARCHÉ	p. 16
EC5 - Ratios du salaire d'entrée de base par sexe par rapport au salaire minimum local sur les principaux sites opérationnels	p. 16
EC6 - Proportion des cadres dirigeants embauchés localement sur les principaux sites opérationnels	p. 17
IMPACTS ÉCONOMIQUES INDIRECTS	p. 18
EC7 - Développement et impact des investissements en matière d'infrastructures et d'appui aux services	p. 18
EC8 - Impacts économiques indirects substantiels, y compris importance de ces impacts	p. 20
PRATIQUES D'ACHAT	p. 22
EC9 - Part des dépenses réalisées avec les fournisseurs locaux sur les principaux sites opérationnels	p. 22

► Performance économique

Dans un contexte économique volatil et un marché moins tonique, le Groupe affiche pour 2014 une croissance de toutes ses Divisions et Zones géographiques.

L'Oréal Luxe et la Division Cosmétique Active confirment de très belles croissances et surperforment significativement leur marché. La Division des Produits Professionnels poursuit son amélioration. Sur un marché en ralentissement, la Division des Produits Grand Public connaît un fléchissement temporaire de sa croissance, en particulier aux États-Unis.

2014 est aussi une année de transformation pour L'Oréal, notamment grâce à l'accélération de sa transformation digitale et à des acquisitions stratégiques comme *Magic*, *NYX*, *Decléor*, *Carita* et *Niely*⁽¹⁾, qui viennent compléter son portefeuille de marques dans des régions du monde et des catégories clés.

Malgré des effets monétaires adverses, la marge d'exploitation continue de progresser en 2014, soulignant la force du modèle économique du Groupe. Suite à la plus-value réalisée à l'occasion de la cession de *Galderna* dans le cadre de l'opération stratégique avec Nestlé, le résultat net est en forte augmentation.

L'Oréal aborde l'avenir avec confiance, portés par sa mission « La Beauté pour tous », par sa stratégie « l'Universalisation » au service de son ambition de conquérir un milliard de nouveaux consommateurs.

Dans un environnement économique incertain, mais plus porteur au plan monétaire, toutes les équipes du Groupe sont mobilisées pour réaliser en 2015 une année de surperformance par rapport au marché, de croissance du chiffre d'affaires et des résultats.



LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DE L'ORÉAL AINSI QUE SA PRÉSENCE SUR LE MARCHÉ SONT CONSOLIDÉES DANS SON RAPPORT D'ACTIVITÉ 2014 ET SON DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014, CONSULTABLES EN LIGNE SUR LE SITE www.loreal-finance.com

► Présence sur le marché

L'Oréal ayant la volonté de se situer parmi les sociétés les plus attractives partout où ses filiales sont présentes, la politique de rémunération et le recrutement de talents locaux sont des enjeux très importants.

Le Groupe prévoit de croître très fortement dans les pays où il est déjà implanté.

Pour atteindre cet objectif et recruter de véritables talents, le Groupe sélectionne les candidats qui démontrent un potentiel à gravir différents échelons dans une perspective d'occuper un poste clé pour le Groupe.

L'Oréal a également comme objectif d'assurer le recrutement et la mobilité en interne de managers chevronnés, dépositaires de la culture L'Oréal. Cette mission stratégique incombe aux Talent Management Directors, qui travaillent en étroite collaboration avec les DRH locaux. Basés dans les pays, ceux-ci connaissent bien le contexte et les besoins locaux, lancent les recrutements, et rencontrent les candidats afin de sélectionner les profils les plus adaptés. Il existe actuellement 5 Talent Management Directors dans le Groupe : un pour les USA, un pour la Zone Amérique Latine, un pour la Zone Afrique/Moyen-Orient, un pour la zone ASEAN (Association of South-East Asian Nations) et un pour la Chine. La création du premier poste de Talent Management Director date de 2010.

► Impacts économiques indirects

L'Oréal inclut un certain nombre de parties prenantes externes dans sa chaîne de valeur ; qu'il s'agisse des fournisseurs, des consommateurs ou des communautés qui l'entourent.

À ce titre, le Groupe doit prendre en compte les impacts de son activité sur l'ensemble de ses parties prenantes.

C'est ainsi que L'Oréal, à travers sa chaîne d'approvisionnement, travaille avec un certain nombre de fournisseurs et a développé des programmes particuliers qui permettent d'intégrer des personnes issues de communautés économiquement vulnérables, ou de développer des communautés autour de matières premières telle que l'argan, le karité...

(1) Acquisition en cours de finalisation lors de la clôture des comptes 2014.

En 2014, dans le cadre de *Sharing Beauty With All* et en particulier au travers de son 4^{ème} engagement « Partager notre croissance - Avec nos salariés, nos fournisseurs et les communautés qui nous entourent », L'Oréal a poursuivi cette démarche.

En ce qui concerne les communautés par exemple, L'Oréal, par le biais de cet engagement, veut permettre d'ici 2020 l'accès à l'emploi pour 100 000 personnes issues de communautés en difficultés sociales ou financières. Cet objectif sera atteint grâce à un certain nombre de programmes tels que le *Solidarity Sourcing*, la distribution inclusive, la professionnalisation aux métiers de la beauté, l'emploi de personnes en situation de handicap, ou issues de groupes sociaux-ethniques sous-représentés.

En 2014, ce sont plus de 54 000 personnes issues de communautés en difficulté sociale ou financière qui ont eu accès à l'emploi, notamment via les programmes *Solidarity Sourcing* et *Community Fair Trade* de *The Body Shop*.

Pratiques d'achats

L'Oréal n'achète pas simplement des produits et des services à ses fournisseurs. Profondément respectueux de leurs entreprises, de leur culture, de leur croissance et des individus qui les composent, le Groupe exerce une responsabilité particulière à leur égard, à la fois économique, éthique et environnementale. Cette approche fait partie intégrante du L'Oréal *Buy & Care* Programme, le programme des achats Responsables.

La politique Achats du Groupe vise ainsi à développer une relation équilibrée et pérenne avec ses sous-traitants et fournisseurs dans le respect des enjeux sociaux et environnementaux. Cette approche s'inscrit pleinement dans la démarche *Sharing Beauty With All* du Groupe.

Cette recherche active de fournisseurs partageant les valeurs et engagements de L'Oréal, en particulier ceux relatifs aux Droits de l'Homme, fait du référencement fournisseurs une étape particulièrement importante.

Pour les achats industriels, des équipes achats dédiées ont pour mission d'identifier de nouveaux fournisseurs de les intégrer au regard des attentes et de la stratégie du Groupe, via le processus de référencement « welcome on board » (WOB). Il permet de s'assurer de l'intérêt réel que représente le fournisseur, de lui apporter toutes les informations, documents et contacts nécessaires à sa compréhension des attentes et des processus chez L'Oréal, enfin d'obtenir les engagements des fournisseurs sur les valeurs du Groupe ainsi partagées.

Dans la continuité de cet engagement, le programme *Buy & Care* de L'Oréal, porté par tous les acheteurs du Groupe, dispose, depuis 2002, d'un volet de vérification de cette conformité sociale lui permettant de s'assurer que ses fournisseurs respectent les lois applicables, les Droits de l'Homme et le droit du travail, assurent la sécurité de leurs équipes et l'hygiène sur le lieu de travail.

Dans le cadre de ce programme, il est demandé aux fournisseurs et sous-traitants de se conformer aux Conditions Générales d'Achat du Groupe, qui impliquent le respect des Conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail et de la législation locale, notamment en matière de salaire minimum, temps de travail, santé et sécurité.

Chaque nouveau fournisseur/sous-traitant référencé par les équipes achats, doit s'engager à respecter ces clauses sociétales et à accepter qu'un audit social puisse être réalisé sur ses sites de production. Cet engagement du fournisseur/sous-traitant se matérialise par la signature d'une lettre d'engagement éthique.

Ainsi, les sous-traitants, où qu'ils soient basés dans le monde, et les fournisseurs de matières premières, emballages, équipements de production et PLV/Promo situés dans des pays présentant des risques font l'objet d'un audit social obligatoire. Pour établir la cartographie des pays présentant des risques, L'Oréal utilise les index produits par *Maplecroft*™.

Les audits sociaux sont réalisés, pour le compte de L'Oréal, par des prestataires externes indépendants.

Les audits initiaux sont financés par L'Oréal et les audits de suivis sont à la charge des fournisseurs.

Les audits couvrent les 10 chapitres suivants :

- le travail des enfants ;
- le travail forcé ;
- l'environnement, l'hygiène et la sécurité ;
- le respect des lois relatives aux syndicats ;
- la non-discrimination ;
- les pratiques disciplinaires ;
- le harcèlement ou l'environnement hostile de travail ;
- le respect du salaire/de la compensation et des avantages ;
- le temps de travail ;
- la relation avec les sous-traitants.

Depuis janvier 2013, les audits sociaux incluent des questions relatives à l'environnement notamment la conformité aux réglementations.

L'audit social de L'Oréal se base en grande partie sur le standard mondialement reconnu SA 8000, mais comporte quelques exceptions notamment quant à la question de l'âge minimal pour le travail des enfants. En effet, le Groupe a choisi de fixer à 16 ans l'âge minimum obligatoire pour tous les salariés travaillant chez ses fournisseurs, une limite supérieure à l'âge minimum exigé par les Conventions Fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT).

Depuis 2006, date à laquelle L'Oréal a mis en place un outil de reporting, L'Oréal a mené plus de 6100 audits sociaux sur plus de 4200 sites de fournisseurs.

À cela, il faut ajouter les audits sociaux pilotés par *The Body Shop* (TBS). En effet, depuis son intégration au Groupe L'Oréal, en 2006, TBS poursuit son programme historique d'audits sociaux. TBS est un des membres fondateurs de Ethical Trading Initiative (ETI) et en a adopté leur « Supplier Code of Conduct ». *The Body Shop* a développé un programme leur permettant de soutenir leur engagement d'achats responsables. Une des activités de ce programme est le contrôle des conditions de travail, définies dans le « Supplier Code of Conduct », sur les sites de production des fournisseurs (72 audits ont été réalisés en 2014). 6 sites fournisseurs font l'objet d'un programme ciblé d'accompagnement.

En complément de ces audits sur site, et afin de s'assurer du respect de ces engagements sur l'ensemble de la chaîne de responsabilités, L'Oréal a initié un programme d'évaluation des fournisseurs stratégiques de leur politique en matière de développement durable. Cette évaluation, réalisée en partenariat avec le prestataire externe *Ecovadis* est également intégrée dans l'axe RSE de la « fiche d'évaluation ».

À fin 2014, 92 fournisseurs ont ainsi fait évaluer par *Ecovadis* leurs politiques sociales, environnementales, éthiques, ainsi que leurs déploiements chez leurs propres fournisseurs. Cela représente plus de 50% des fournisseurs stratégiques du Groupe.

Performance économique

L'ORÉAL

EC₁

Valeur économique directe créée et distribuée

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2014

À données comparables, c'est-à-dire à structure et taux de change identiques, la croissance du chiffre d'affaires du Groupe L'Oréal ressort à + 3,7 %.

L'effet net de changement de structure est de + 0,4 %.

Les effets monétaires ont eu un impact négatif de - 2,3 %.

La croissance à taux de change constants ressort à + 4,1 %.

À données publiées, le chiffre d'affaires du Groupe, au 31 décembre 2014, atteint 22,53 milliards d'euros en progression de + 1,8 %.

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR DIVISION OPÉRATIONNELLE ET ZONE GÉOGRAPHIQUE

L'annonce le 11 février 2014 de la cession de 50 % de Galderma conduit à appliquer à cette activité la norme IFRS 5 sur les activités cédées. En outre, Innéov est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014. Les données financières des années précédentes ont été retraitées pour tenir compte de ces deux éléments.

	4 ^{ème} trimestre 2014			Au 31 décembre 2014		
	M€	CROISSANCE À DONNÉES		M€	CROISSANCE À DONNÉES	
		COMPARABLES	PUBLIÉES		COMPARABLES	PUBLIÉES
PAR DIVISION OPÉRATIONNELLE						
Produits Professionnels	782,1	1,9 %	7,7 %	3 032,4	2,6 %	2,0 %
Produits Grand Public	2 710,0	3,0 %	6,3 %	10 767,5	1,6 %	- 1,0 %
L'Oréal Luxe	1 795,5	8,6 %	12,2 %	6 197,9	7,1 %	5,7 %
Cosmétique Active	359,2	7,5 %	7,1 %	1 660,4	8,7 %	5,3 %
Total Divisions cosmétiques	5 646,7	4,8 %	8,3 %	21 658,2	3,8 %	1,7 %
PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE						
Europe de l'Ouest	1 921,9	4,3 %	6,7 %	7 697,7	2,4 %	3,1 %
Amérique du Nord	1 443,4	1,9 %	11,1 %	5 389,4	1,1 %	0,6 %
Nouveaux Marchés, dont :	2 281,4	7,2 %	8,1 %	8 571,1	6,9 %	1,3 %
Asie, Pacifique	1 235,2	4,6 %	13,5 %	4 563,6	5,3 %	4,1 %
Amérique Latine	511,3	13,9 %	8,6 %	1 853,7	10,0 %	- 1,7 %
Europe de l'Est ⁽¹⁾	390,9	5,4 %	- 9,5 %	1 585,4	6,0 %	- 6,3 %
Afrique, Moyen-Orient ⁽¹⁾	144,1	12,5 %	20,3 %	568,4	13,5 %	12,5 %
Total Divisions cosmétiques	5 646,7	4,8 %	8,3 %	21 658,2	3,8 %	1,7 %
The Body Shop	319,6	6,0 %	11,4 %	873,8	1,6 %	4,6 %
Total Groupe	5 966,4	4,9 %	8,5 %	22 532,0	3,7 %	1,8 %

(1) Au 1^{er} juillet 2013, la Turquie et Israël, qui étaient précédemment dans la zone Afrique, moyen-orient, ont été rattachés à la zone Europe de l'est. tous les historiques ont été retraités pour tenir compte de ce changement.

FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE 2014

- Le 9 janvier, L'Oréal a obtenu l'accord du Ministère du Commerce de la République Populaire de Chine sur le projet d'acquisition de la totalité des actions de la société *Magic Holdings International Ltd.*, cotée à la bourse de Hong-Kong. L'opération a été finalisée le 8 avril 2014. L'Oréal réalise ainsi son investissement le plus important sur le marché de la beauté en Chine.
- Le 11 février, L'Oréal et *Nestlé* ont annoncé un projet d'opération stratégique de rachat par L'Oréal à *Nestlé* de 48,5 millions de ses propres actions (soit 8% des actions L'Oréal) sous condition suspensive de la cession par L'Oréal de sa participation dans le laboratoire pharmaceutique *Galderma*. Cette opération a été finalisée le 8 juillet 2014. La cession de *Galderma* entraîne, au second semestre la constatation d'une plus-value d'environ 2 milliards d'euros.
- Le 19 février, L'Oréal et *Shiseido* ont signé le contrat d'acquisition par lequel L'Oréal acquiert *Decléor* et *Carita*. Cette opération a été finalisée le 30 avril 2014.
- Le 17 avril 2014, l'Assemblée Générale des actionnaires de L'Oréal a renouvelé le mandat d'administrateur de Monsieur Jean-Paul Agon. Le Conseil d'Administration réuni à l'issue de cette Assemblée Générale a décidé de reconduire Monsieur Jean-Paul Agon dans ses fonctions de Président-Directeur Général.
- Le 18 juin 2014, la signature d'un accord a été annoncée en vue de l'acquisition de *NYX Cosmetics*, marque de maquillage de grande diffusion d'inspiration professionnelle basée à Los Angeles. Cette opération a été finalisée le 30 juillet 2014.
- Le 20 octobre, L'Oréal USA a annoncé l'acquisition de *Carol's Daughter*, marque américaine de produits de beauté multiculturelle et pionnière de la tendance beauté naturelle. Cette marque répond aux besoins d'un marché diversifié qui se développe rapidement et a réussi à fidéliser ses consommateurs à travers tout le pays. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 27 millions de dollars au cours des 12 derniers mois (à fin septembre).
- Le 27 novembre, L'Oréal et *Nestlé* ont annoncé leur projet de mettre fin à l'activité de leur joint-venture *Innéov* au premier trimestre 2015.
- Le 18 décembre, L'Oréal a pris acte de la décision de l'Autorité de la concurrence française qui condamne les fabricants des secteurs des produits d'entretien et d'hygiène pour des faits remontant au début des années 2000. L'Oréal a fait appel de cette décision.
- En cours de finalisation au premier semestre 2015, l'acquisition de *Niely Cosmetics*, annoncée le 8 septembre 2014, a été approuvée par les autorités réglementaires brésiliennes. *Niely Cosmetics* est la plus grande entreprise indépendante de produits capillaires et de coloration au Brésil, et a réalisé un chiffre d'affaires de 140 millions d'euros en 2013.

RÉSULTATS 2014

Comptes audités, certification en cours.

L'annonce le 11 février 2014 de la cession de 50 % de *Galderma* conduit à appliquer à cette activité la norme IFRS 5 sur les activités cédées. En outre, *Innéov* est mise en équivalence en application de la norme IFRS 11 au 1^{er} janvier 2014. Les données financières des années précédentes ont été retraitées pour tenir compte de ces deux éléments.

Rentabilité d'exploitation à 17,3 % du chiffre d'affaires.

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ : DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU RÉSULTAT D'EXPLOITATION.

(Données financières de l'année 2013 retraitées en application des normes IFRS 5 et IFRS 11)

	2013		2014	
	M€	% CA	M€	% CA
Chiffre d'affaires	22 124,2	100 %	22 532,0	100 %
Coût des ventes	- 6 379,4	28,8 %	- 6 500,7	28,9 %
Marge brute	15 744,8	71,2 %	16 031,3	71,1 %
Frais de R&D	- 748,3	3,4 %	- 760,6	3,4 %
Frais publi-promotionnels	- 6 621,7	29,9 %	- 6 558,9	29,1 %
Frais commerciaux & administratifs	- 4 614,4	20,9 %	- 4 821,1	21,4 %
Résultat d'exploitation	3 760,4	17,0 %	3 890,7	17,3 %

La marge brute, à 16 031 millions d'euros, ressort à 71,1 % du chiffre d'affaires, à comparer à 71,2 % en 2013, soit une diminution de 10 points de base. Les effets de changes ont pesé négativement pour 30 points de base ; les autres facteurs impactent positivement la marge brute de 20 points de base.

Les **frais de recherche** sont stables à 3,4 % en pourcentage du chiffre d'affaires.

Les **frais publi-promotionnels** à 29,1 % du chiffre d'affaires, ressortent, comme annoncé il y a un an, en diminution en pourcentage du chiffre d'affaires, soit une baisse de 80 points de base par rapport à 2013.

Les **frais commerciaux et administratifs**, à 21,4 % du chiffre d'affaires, ressortent comme au premier semestre de 2014 en augmentation de 50 points de base par rapport à 2013.

Au total, **le résultat d'exploitation**, à 3 890 millions d'euros, ressort en croissance de 3,5 % et s'établit à 17,3 % du chiffre d'affaires. À taux de change constant, la croissance du résultat d'exploitation serait de + 5,5 %.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR DIVISION OPÉRATIONNELLE

(Données financières de l'année 2013 retraitées en application des normes IFRS 5 et IFRS 11)

PAR DIVISION OPÉRATIONNELLE	2013		2014	
	M€	% CA	M€	% CA
Produits Professionnels	609,5	20,5 %	608,8	20,1 %
Produits Grand Public	2 166,7	19,9 %	2 186,2	20,3 %
L'Oréal Luxe	1 174,2	20,0 %	1 269,2	20,5 %
Cosmétique Active	342,6	21,7 %	376,4	22,7 %
Total des divisions cosmétiques	4 293,0	20,2 %	4 440,6	20,5 %
Non alloué ⁽¹⁾	- 604,5	- 2,8 %	- 615,2	- 2,8 %
The Body Shop	71,9	8,6 %	65,3	7,5 %
Groupe	3 760,4	17,0 %	3 890,7	17,3 %

La **Division des Produits Professionnels**, à 20,1 %, voit sa rentabilité baisser de 40 points de base, en raison principalement de l'effet dilutif de la consolidation de *Decléor* et *Carita*.

La rentabilité de la **Division Produits Grand Public**, à 20,3 % s'est améliorée de 40 points de base.

La rentabilité de **L'Oréal Luxe** a progressé en 2014, à 20,5 %, soit plus 50 points de base.

Et la **Division Cosmétique Active** améliore à nouveau sa rentabilité à 22,7 %, soit plus 100 points de base.

The Body Shop a vu sa rentabilité s'effriter en 2014, à 7,5 %.

RENTABILITÉ PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

(Données financières de l'année 2013 retraitées en application des normes IFRS 5 et IFRS 11)

RÉSULTAT D'EXPLOITATION	2013		2014	
	M€	% CA	M€	% CA
Europe de l'Ouest	1 661,8	22,3 %	1 746,1	22,7 %
Amérique du Nord	1 003,1	18,7 %	1 010,4	18,7 %
Nouveaux Marchés	1 628,2	19,2 %	1 684,1	19,6 %
Total des zones cosmétiques ⁽²⁾	4 293,0	20,2 %	4 440,6	20,5 %

La rentabilité de l'**Europe de l'Ouest** s'est améliorée de 40 points de base pour s'établir à 22,7 %.

En **Amérique du Nord**, la rentabilité est restée stable, à 18,7 %.

Et dans les **Nouveaux Marchés**, la rentabilité a cette année encore progressé, de 40 points de base, pour atteindre 19,6 %.

(1) Frais centraux Groupe, recherche fondamentale, stock-options, actions gratuites et divers. En % du chiffre d'affaires cosmétique.

(2) Avant non alloué.

➤ RÉSULTAT NET DES ACTIVITÉS POURSUIVIES

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ : DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION AU RÉSULTAT NET HORS ÉLÉMENTS NON RÉCURRENTS.
(Données financières de l'année 2013 retraitées en application des normes IFRS 5 et IFRS 11)

EN M€	2013	2014	ÉVOLUTION
Résultat d'exploitation	3 760,4	3 890,7	+ 3,5 %
Produits et charges financiers hors dividendes reçus	- 31,4	- 24,1	
Dividendes Sanofi	327,5	331,1	
Résultat avant impôt hors éléments non récurrents	4 056,4	4 197,7	+ 3,5 %
Impôt sur les résultats hors éléments non récurrents	- 1 018,0	- 1 069,5	
Résultat net des sociétés mises en équivalence hors éléments non récurrents	- 3,0	- 3,0	
Intérêts minoritaires	- 3,2	+ 0,1	
Résultat net part du groupe hors éléments non récurrents⁽¹⁾	3 032,4	3 125,3	+ 3,1 %
BNPA (€) ⁽²⁾	4,99	5,34	+ 7,1 %
Résultat net part du groupe	2 958,2	4 910,2	+ 66 %
Résultat net dilué par action part du groupe (€)	4,87	8,39	
Nombre d'actions moyen dilué	608 001 407	585 238 674	

La **charge financière nette** ressort à 24 millions d'euros.

Les **dividendes de Sanofi** se sont élevés à 331 millions d'euros.

L'**impôt sur les résultats hors éléments non récurrents** s'est élevé à 1 069 millions d'euros, soit un taux de 25,5 %, légèrement supérieur à celui de 2013 qui s'élevait à 25,1 %.

Le **résultat net hors éléments non récurrents** s'élève à 3 125 millions d'euros.

Le **Bénéfice Net Par Action**, à 5,34 euros, est en croissance de 7,1 % par rapport au Bénéfice Net Par Action de 2013 retraité des activités mises en équivalence.

Les **éléments non récurrents** représentent une charge nette d'impôts de 357 millions d'euros, due notamment à la prise en compte de la décision de l'Autorité de la concurrence en France.

Après prise en compte de la plus-value de cession de *Galderma*, soit 2,1 milliards d'euros, le **résultat net part du groupe** ressort à 4 910 millions d'euros en forte croissance de + 66 %.

(1) Le résultat net hors éléments non récurrents part du groupe exclut les dépréciations d'actifs, les coûts de restructuration, les effets d'impôts et les intérêts minoritaires.

(2) Part du groupe, dilué, par action, hors éléments non récurrents.

➤ **RÉSULTAT NET PAR ACTION(4) : 5,34 EUROS, EN CROISSANCE DE + 4,1 %**

Il s'agit de la comparaison du résultat net par action hors éléments non récurrents, part du groupe, tel qu'il a été publié en 2013 avec le résultat net par action hors éléments non récurrents, part du groupe de l'année 2014.

EN M€,	31/12/13	31/12/14	ÉVOLUTION
Résultat net des activités poursuivies hors éléments non récurrents part du groupe	3 032,4	3 125,3	
Quote-part du résultat net de Galderma hors éléments non récurrents en 2013	85,1	-	
Résultat net hors éléments non récurrents, part du groupe	3 117,5 ⁽¹⁾	3 125,3 ⁽²⁾	
BNPA (€)	5,13⁽³⁾	5,34⁽⁴⁾	+ 4,1 %
Nombre d'actions utilisé pour le calcul	608 001 407	585 238 674	

➤ **MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT, BILAN ET SITUATION FINANCIÈRE NETTE**

La **marge brute d'autofinancement** s'est élevée à 3 808 millions d'euros.

Le **besoin en fonds de roulement** en 2014 est en diminution de 55 millions d'euros.

Les **investissements** se sont élevés à 1 008 millions d'euros, soit 4,5 % du chiffre d'affaires, en légère réduction par rapport à 2013 où ils ressortaient à 4,6 % du chiffre d'affaires.

Enfin, après paiement du dividende, des acquisitions, et le rachat d'actions à Nestlé, le Groupe affiche au 31 décembre 2014 une **dette nette** de 671 millions d'euros.

Avec des fonds propres qui s'élèvent à 20 milliards d'euros, le bilan reste particulièrement solide après le rachat à Nestlé de 8 % du capital pour 6 milliards d'euros.

(1) Résultat net hors éléments non récurrents, part du groupe publié au 31 décembre 2013.

(2) Résultat net des activités poursuivies hors éléments non récurrents, part du groupe pour l'année 2014.

(3) Bénéfice net, par action, dilué, hors éléments non récurrents, part du groupe, publié au 31 décembre 2013.

(4) Bénéfice net, par action, dilué, part du groupe, des activités poursuivies hors éléments non récurrents.

➤ DIVIDENDE PROPOSÉ À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 22 AVRIL 2015

Le Conseil d'Administration a décidé de proposer à l'Assemblée Générale des actionnaires du 22 avril 2015, d'approuver un dividende de 2,70 euros par action en hausse de 8 % par rapport au dividende payé en 2014. Ce dividende sera mis en paiement le 7 mai 2015 (date de détachement le 5 mai 2015 à 0h00, heure de Paris).

➤ CAPITAL SOCIAL

À la date du 31 décembre 2014, le capital de la société est composé de 561 230 389 actions ayant chacune un droit de vote.

EC₂ Implications financières et autres risques et opportunités pour les activités de l'organisation liés au changement climatique

Depuis toujours, L'Oréal a intégré le changement climatique comme faisant partie des enjeux prioritaires. Le Groupe, à travers son programme *Sharing Beauty With All*, s'engage notamment à travers la fixation d'objectifs ambitieux, dont la réduction de 60 % de ses émissions de CO₂ en absolu entre 2005 et 2020.

Le Groupe investit :

- Dans un ensemble d'actions pour **réduire les impacts liés à son utilisation d'énergie**, en réduisant sa consommation d'énergie (cf. EN7) et en utilisant des énergies alternatives (cf. EN 6). En pratique, les plans d'actions sont pilotés à l'échelle locale et animés mondialement.
- Dans un ensemble d'actions pour **augmenter la part des énergies renouvelables** dans ses usines et centrales de distribution grâce à des technologies innovantes comme les centrales de biomasse et systèmes de cogénération en Belgique, la tri génération en Espagne, les réseaux de chaleur en Allemagne et Italie et le photovoltaïque en Chine, aux Etats Unis et en Espagne.
- Dans un ensemble d'actions prises pour **limiter les émissions de gaz à effet de serre** dans le cadre de sa responsabilité élargie. L'Oréal considère que les émissions de CO₂ de ses fournisseurs font partie de son empreinte environnementale élargie et qu'ils se doivent d'unir leurs efforts pour parvenir à la réduire.

Membre du *Carbon Disclosure Project (CDP)* depuis 2003 et du *CDP supply chain* depuis 2007, L'Oréal continue à encourager ses fournisseurs à mesurer et à réduire leurs émissions de CO₂. En 2012, L'Oréal a renforcé sa stratégie sur le CDP : ce ne sont plus les experts environnement qui seuls dialoguent avec les fournisseurs, les acheteurs formés au CDP sont devenus les ambassadeurs de la démarche.

La performance environnementale des fournisseurs, la réduction des émissions de gaz à effet de serre ont ainsi été intégrées dans la relation fournisseur et sont donc discutées lors des réunions stratégiques (Business Review).

Entre 2011 et 2013, le nombre de fournisseurs invités est passé de 55 à 173. Dans la continuité de cette démarche, 215 fournisseurs ont été invités en 2014. Ces fournisseurs ont été sélectionnés dans les 6 domaines d'achat (matières premières, articles de conditionnement, équipements de production, sous-traitance, PLV/Promo, indirects), partout dans le monde. Ce sont des fournisseurs stratégiques, des fournisseurs dans des industries génératrices de CO₂, des grands groupes industriels mais aussi des PME.

Pour évaluer la performance environnementale des fournisseurs, un profil fournisseur a été développé conjointement avec le CDP, synthétisant les réponses des fournisseurs au CDP pour les rendre accessibles aux équipes achats. Ainsi en 2014, 192 fournisseurs (contre 152 en 2013), parmi les 215 fournisseurs invités, ont répondu positivement à l'invitation de L'Oréal à rejoindre également le CDP. Ce nombre se situe au-dessus de la moyenne (3 395 participants pour plus de 6 505 invités) des membres du CDP. Le taux de réponse élevé, obtenu grâce à l'engagement conjoint des équipes achats et environnement, a conduit le CDP à reconnaître L'Oréal comme une des entreprises les plus engagées dans cette démarche. L'Oréal transmet aux fournisseurs ayant participé leurs résultats commentés et les opportunités d'amélioration. La moyenne des résultats fournisseurs 2014 est stable par rapport à 2013 : 67 C (contre 63 C en 2013 et 59 D en 2012). Cette stagnation s'explique par les moins bonnes performances des entreprises participant pour la première année.

Le Groupe a participé en 2013 en outre au pilote *CDP Supply Chain Water*. Ainsi, 15 des 17 fournisseurs invités par L'Oréal ont accepté de participer à ce nouveau programme visant à mesurer et réduire l'Empreinte Eau. Dans la continuité de ce pilote, 26 fournisseurs ont été sollicités en 2014, et 18 ont accepté de participer.

En 2014, L'Oréal a de nouveau été distingué par le CDP pour ses efforts (avec un score 2014 : performance A, transparence 98).

● Dans la **lutte contre la déforestation**

Parce que la déforestation est une cause majeure de changement climatique L'Oréal s'est engagé en 2014 à une politique « Zéro déforestation » visant à ce qu'en 2020 au plus tard, aucun de ses produits ne soient associés à la déforestation.

Dans le cadre de cette politique, L'Oréal veillera tout particulièrement à s'approvisionner de manière responsable pour les commodités telles que l'huile de palme et ses dérivés, le soja, le papier et le carton, identifiées comme des causes majeures de déboisement.

D'ici à 2020, L'Oréal continue à s'appuyer sur les certifications reconnues internationalement pour garantir des approvisionnements durables. Ainsi, en 2014 :

- 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 (www.rspo.org) ;
- 100% des approvisionnements brésiliens en huile de soja sont certifiés bio et équitables ;
- 97,9% des approvisionnements en papier et carton pour les emballages sont certifiés (notamment FSC, PEFC).

● Concernant l'**huile de palme et ses dérivés**, conscient des limites du modèle actuel de certification pour lutter contre la déforestation, L'Oréal a décidé d'aller plus loin avec ses fournisseurs :

- en les interrogeant sur l'origine géographique précise de leurs approvisionnements ;
- en accompagnant les plus stratégiques d'entre eux dans la cartographie des risques de déforestation dans leurs supply-chain ;
- et en intensifiant ses missions exploratoires en Indonésie et en Malaisie afin d'identifier quels projets mettre en œuvre avec ses partenaires en soutien aux petits planteurs indépendants.

Enfin, le Groupe prend soin de limiter l'utilisation des ressources dans l'élaboration de ses produits, aussi bien pour les produits que leurs emballages. Les actions de réduction à la source engagées par les équipes ont permis d'économiser près de 470 tonnes de matériaux d'emballages en 2014, permettant une économie cumulée de 4070 tonnes depuis 2008.

EC3 *Étendue de la couverture des régimes de retraite à prestations définies*

➤ RÉGIMES DE PRÉVOYANCE, DE RETRAITE ET AUTRES AVANTAGES

L'Oréal participe, selon les lois et les usages de chaque pays, à des régimes de retraite et d'aménagement de fin de carrière, ainsi qu'à des régimes de prévoyance offrant différentes garanties complémentaires à ses collaborateurs.

En 2002, L'Oréal a mis en place un Comité de Surveillance des régimes de Retraite et de Prévoyance offerts par ses filiales. Ce Comité veille à la mise en œuvre et au suivi de la politique de L'Oréal en matière de Retraite et de Prévoyance, telle qu'elle est définie par le Comité Exécutif de L'Oréal.

Cette politique exprime des principes généraux dans les domaines suivants : conception et mise en place des régimes, relations avec les salariés, financement et coût des régimes, gestion des régimes. Toute mise en place d'un nouveau régime, ou modification d'un régime existant, doit obtenir au préalable l'approbation du Comité de Surveillance. Le Comité de Surveillance travaille en collaboration avec les Directions Opérationnelles des Divisions et des zones.

Les caractéristiques des régimes de retraite et des autres avantages de fin de carrière offerts par les filiales à l'extérieur de la France varient en fonction des lois et des réglementations applicables ainsi que des pratiques des sociétés dans chaque pays.

Dans 80% des pays où L'Oréal est implanté, L'Oréal participe à la constitution de compléments de retraite au-delà des minimum prévus par la sécurité sociale pour ses collaborateurs (exemples : États-Unis, Pays-Bas, Belgique, Canada, pays d'Amérique du Sud). Cela se fait par l'entremise d'un ensemble de régimes à prestations définies et/ou à cotisations définies. Dans quelques cas, les régimes à prestations définies ont été fermés aux nouveaux collaborateurs qui se voient offrir des régimes à cotisations définies (Allemagne, Belgique, Royaume-Uni). Cet ensemble de régimes à prestations définies et à cotisations définies permet un partage des risques financiers et une meilleure stabilité des coûts. Dans les régimes à cotisations définies, l'engagement de l'entreprise consiste essentiellement à verser chaque année au plan de pension un pourcentage du salaire annuel du collaborateur.

Les régimes à prestations définies sont financés par des versements à des fonds spécialisés ou par la constitution de provisions, en accord avec les normes comptables adoptées par L'Oréal. La performance des gestionnaires des principaux fonds constitués, de même que la notation de la stabilité financière des dépositaires, font l'objet d'un suivi régulier du Comité de Surveillance.

L'Oréal ne propose pas de régimes de retraite d'entreprise dans les pays qui ne disposent pas d'un cadre légal approprié ou d'instrument d'investissement à long terme ainsi que dans les pays disposant d'une couverture sociale publique satisfaisante. Le Comité de Surveillance reste attentif à l'évolution des situations locales et, lorsqu'elles l'exigent, des régimes de prévoyance complémentaires sont mis en place.

➤ FRANCE

RÉGIMES DE RETRAITE

En France, L'Oréal a complété son système de retraite en créant le 1^{er} janvier 2001 un régime à prestations définies à droits aléatoires, conditionné à l'achèvement de la carrière dans l'entreprise, puis le 1^{er} septembre 2003, un régime à cotisations définies à droits acquis.

RÉGIME À PRESTATIONS DÉFINIES

Afin de compléter éventuellement les régimes de retraite obligatoires relevant de l'Assurance Vieillesse de la Sécurité Sociale, de l'ARRCO ou de l'AGIRC, L'Oréal a mis en place, le 1^{er} janvier 2001, un régime de retraite à prestations définies à droits aléatoires, la « Garantie de Ressources des Retraités Anciens Cadres Dirigeants ». L'Oréal avait fermé précédemment, le 31 décembre 2000, un autre régime de retraite à prestations définies, également à droits aléatoires, la « Garantie de Retraite des Membres du Comité de Conjoncture ».

L'accès à la « Garantie de Ressources des Retraités Anciens Cadres Dirigeants », créée le 1^{er} janvier 2001, est ouvert aux anciens Cadres Dirigeants de L'Oréal qui remplissent, outre la condition d'avoir achevé leur carrière dans l'entreprise, celle, notamment, d'y avoir eu le statut de Dirigeant au sens de l'article L. 3111-2 du Code du travail durant au moins dix ans au terme de leur carrière.

Ce régime ouvre droit au versement au retraité bénéficiaire d'une Rente viagère et, après son décès, au versement au conjoint et/ou au (x) ex-conjoint(s) d'une Rente de Réversion et, aux enfants, d'une Rente d'Orphelin, sous réserve que ceux-ci remplissent certaines conditions. La base de calcul de la Garantie de Ressources est la moyenne des salaires des trois meilleures années parmi les sept années civiles précédant l'achèvement de la carrière au sein de L'Oréal. La Garantie de Ressources est calculée en fonction du nombre d'années d'activité professionnelle du bénéficiaire dans l'entreprise, apprécié à la date d'achèvement de la carrière à L'Oréal, dans la limite de 25 ans, chaque année permettant une augmentation progressive et régulière de 1,8 % du niveau de la Garantie. À cette échéance, la Garantie de Ressources brute ne peut excéder 50 % de la base de calcul de la Garantie de Ressources, ni excéder la moyenne de la partie fixe des salaires des trois années prises en compte dans cette base. Une rente brute et un capital constitutif brut sont ensuite calculés, en prenant en compte la somme des pensions annuelles acquises à la date de la liquidation par le retraité du fait de son activité professionnelle, et en prenant pour âge du bénéficiaire l'âge de 65 ans. La Rente viagère est issue de la conversion en rente à l'âge du bénéficiaire à la date de la liquidation du capital constitutif brut diminué du montant de toutes les indemnités dues en raison de la cessation du contrat de travail, hors préavis et congés payés, et de l'ensemble des salaires versés à l'occasion d'un congé de fin de carrière, si un tel capital résulte de ces opérations. Environ 400 Dirigeants sont éligibles à ce régime, sous réserve qu'ils en remplissent toutes les conditions après avoir achevé leur carrière dans l'entreprise.

L'accès à la « Garantie de Retraite de Membres du Comité de Conjoncture » est fermé depuis le 31 décembre 2000.

Cet ancien régime ouvrait droit au versement au retraité bénéficiaire, après qu'il ait achevé sa carrière dans l'entreprise, d'une Rente viagère et, après son décès, au versement au conjoint et/ou au (x) ex-conjoint(s) d'une Rente de Réversion et, aux enfants, d'une Rente d'Orphelin, sous réserve que ceux-ci remplissent certaines conditions. La base de calcul de la Garantie de Retraite est la moyenne des salaires des trois meilleures années parmi les sept années civiles précédant l'achèvement de la carrière au sein de L'Oréal. La Garantie de Retraite est calculée en fonction de l'ancienneté du bénéficiaire, dans la limite de 40 ans, sachant qu'à la date de fermeture du régime, le 31 décembre 2000, l'ancienneté minimum requise était de 10 ans. La Garantie de Retraite ne peut excéder 40 % de la base de calcul de la Garantie de Retraite, majorée de 0,5 % par année pendant les vingt premières années puis de 1 % par année pendant les vingt suivantes, ni excéder la moyenne de la partie fixe des salaires des trois années prises en compte dans cette base. Environ 120 dirigeants actifs ou retraités sont concernés par ce régime sous réserve, pour les actifs, qu'ils en remplissent toutes les conditions après avoir achevé leur carrière dans l'entreprise.

RÉGIME À COTISATIONS DÉFINIES

L'Oréal a mis en place en septembre 2003 un « régime de Retraite à Cotisations Définies ».

Un nouvel accord a été signé en décembre 2007, pour application au 1^{er} janvier 2008, ainsi qu'un avenant au 1^{er} janvier 2009.

Un 2^{ème} avenant a été signé le 6 juin 2014, applicable au 1^{er} Janvier 2015 : seront bénéficiaires du régime l'ensemble des Catégories de collaborateurs (Cadres, VRR, Employés, Ouvriers, Techniciens et Agents de Maîtrise).

Ce régime co-financé entre L'Oréal et le Collaborateur permet d'améliorer, pour tous, l'épargne retraite.

En 2015, L'Oréal cotisera sur la Tranche A, puis en 2016, L'Oréal et le collaborateur cotiseront sur cette Tranche.

Pour la partie de la rémunération au-delà de la Tranche A, plafonnée à 6 PASS, les cotisations de l'Entreprise et des salariés augmenteront progressivement, en 2015 et 2016.

Ce régime ouvre droit au versement au retraité bénéficiaire, après qu'il ait liquidé ses droits à pension auprès du régime Vieillesse de la Sécurité Sociale, d'une Rente viagère ainsi que, après son décès d'une Rente de Réversion au conjoint et/ou au(x) ex-conjoint(s). La Rente viagère est calculée en fonction du capital constitué par les cotisations versées et leurs produits financiers au terme de la carrière du collaborateur. L'engagement de l'employeur se trouve limité au versement des cotisations prévues.

EN M€	31/12/2012	31/12/2013	31/12/2014
Nombre d'adhérents	13 549	13 823	14 092
Total des cotisations nettes	9,20	9,51	10,2

AMÉNAGEMENTS DE FIN DE CARRIÈRE

L'Oréal porte une grande attention aux conditions de départ à la retraite de ses collaborateurs et les aménagements de fin de carrière en vigueur depuis de nombreuses années ont été confirmés et améliorés dans le cadre de l'Accord sur l'emploi des Seniors, signé le 3 décembre 2009.

Les dispositifs existants sont notamment :

- **le congé de fin de carrière (CFC)** : cet aménagement de fin de carrière consiste à dispenser d'activité les collaborateurs ; mais pendant cette période, ils restent salariés de L'Oréal et bénéficient du maintien de leur rémunération (dans la limite de 9 280 € bruts/mois) ainsi que de la Participation, de l'Intéressement et des congés payés ;
- **le « talon »** : ce dispositif, lié à l'accord sur les 35 heures et au Compte Épargne Temps (CET), permet à un collaborateur qui a épargné chaque année depuis 2001, 3 jours de congés par an dans le CET, de bénéficier d'une cessation anticipée d'activité de 3 mois minimum (6 mois pour les VRP) qui peut se cumuler avec le CFC ;
- **l'indemnité de départ à la retraite (IDR)** : un nouveau barème L'Oréal a été mis en place par accord collectif à compter de 2011, plus favorable que celui de la Convention Collective Nationale des Industries Chimiques.

Ainsi, un collaborateur peut bénéficier, au moment de son départ à la retraite, d'une IDR allant de 2 mois de salaire pour 5 ans d'ancienneté à 8 mois de salaire pour 40 ans d'ancienneté.

Afin d'augmenter sa dispense d'activité, il peut opter pour la conversion de son IDR en temps, ou choisir le paiement de son IDR, qui interviendra au moment de son départ.

	31/12/2012			31/12/2013			31/12/2014		
	H	F	TOTAL	H	F	TOTAL	H	F	TOTAL
Congés de Fin de Carrière	65	128	193	81	183	264	78	191	269
Mises à la retraite	3	0	3	2	0	2	0	0	0
Départs volontaires à la retraite	66	135	201	80	150	230	94	188	282

Source : Statistiques RH France 2012, 2013 et 2014.

Ces engagements font l'objet d'une couverture financière externe partielle dont l'objectif est de constituer progressivement des fonds alimentés par des primes versées à des organismes externes.

Les engagements nets de fonds investis et d'écarts actuariels font l'objet d'une provision au passif du bilan consolidé.

La méthode d'évaluation retenue pour le calcul des engagements de retraite et d'aménagement de fin de carrière est la méthode rétrospective avec projection du salaire de fin de carrière.

Ces engagements tiennent compte de la participation de l'employeur aux régimes des frais de santé en faveur des retraités.

EN M€	31/12/2012	31/12/2013	31/12/2014
Provision au passif du bilan consolidé des engagements de retraite	706,7	621,3	1049,4

RÉGIMES DE PRÉVOYANCE EN FRANCE

Outre le Capital Décès obligatoire pour les Cadres relevant des articles. 4 et 4bis de la Convention Collective Nationale de 1947 (1,50 % en tranche A) et les garanties prévues par la Convention Collective Nationale des Industries Chimiques, L'Oréal a mis en place, en France, par voie d'accord, un Régime de Prévoyance offrant des garanties collectives complémentaires à ses collaborateurs.

L'ensemble de ces garanties est fondé sur les rémunérations brutes jusqu'à 8 plafonds de Sécurité Sociale, sauf la Rente Éducation jusqu'à 4 plafonds. Elles sont généralement financées sur les tranches A, B et C, sauf la Rente Éducation qui l'est sur A et B et la Rente de Conjoint qui l'est sur B et C.

Ce régime de Prévoyance garantit :

- **en cas d'Incapacité**, à tous les collaborateurs, 90 % de leur rémunération brute limitée à 8 plafonds de la Sécurité Sociale, à concurrence de celle-ci nette de charges, ceci au-delà des 90 premiers jours d'arrêt ;
- **en cas d'Invalidité**, à tous les collaborateurs, une fraction, fonction du taux d'invalidité, allant jusqu'à 90 % de leur rémunération brute limitée à huit plafonds de la Sécurité Sociale, à concurrence de celle-ci nette de charges ;
- **en cas de Décès** :
 - a) pour tous les collaborateurs, le versement d'un Capital Décès, majoré en fonction de sa situation familiale. Son montant est doublé en cas de décès accidentel ;

- b) pour les Cadres et Assimilés Cadres, le versement d'une Rente de Conjoint au conjoint survivant. Elle assure à celui-ci des ressources voisines de la pension de réversion qu'aurait versée l'AGIRC si le décès était survenu à 65 ans ;
- c) pour tous les collaborateurs, le versement d'une Rente Éducation à chaque enfant à charge, selon un barème fonction de son âge.

Le montant total des capitaux constitutifs de ces garanties ne peut excéder 2,3 millions d'euros par événement.

Les capitaux constitutifs de la Rente de Conjoint sont constitués en priorité ; ceux de la Rente Éducation sont ensuite calculés ; le reliquat du régime de base sert enfin à constituer le Capital Décès, éventuellement complété par le Capital Décès Minimum Garanti.

EN MILLIERS D'EUROS	31/12/2012	31/12/2013	31/12/2014
Cotisations de Prévoyance nettes de l'exercice	11 445	11 985	12 500 ⁽¹⁾

(1) Estimation

CAPITAL DÉCÈS MINIMUM GARANTI

Depuis le 1^{er} décembre 2004, puis le 1^{er} janvier 2005 pour les VRP, L'Oréal a mis en place une garantie Décès supplémentaire qui complète, le cas échéant, pour tous les collaborateurs, le Capital Décès à concurrence de trois années de rémunération moyenne. Cette garantie est plafonnée.

Le montant total des capitaux sous risque constitutifs des Rentes de Conjoint et d'Éducation, du Capital Décès et du Capital Décès Minimum Garanti est également plafonné.

FRAIS DE SANTÉ

Le régime des frais de santé est obligatoire pour l'ensemble des salariés de L'Oréal et de ses filiales françaises. Ceux-ci ont la possibilité d'y faire adhérer les membres de leur famille. Les cotisations sont en général individuelles. La cotisation du salarié fait l'objet d'un financement partiel par la Société.

Les retraités de L'Oréal S.A. et de ses filiales françaises peuvent continuer à bénéficier d'un régime des frais de santé.

Les retraités de L'Oréal et de certaines sociétés, partis à la retraite avant le 31 décembre 2014, bénéficient d'une participation de L'Oréal, sous condition de durée d'adhésion, précisé dans un règlement de retraite à prestations définies additionnelles.

Ce régime de retraite à prestations définies additionnelles a été fermé à compter du 31 décembre 2014. Tous les retraités bénéficiaires de ce régime, continueront de bénéficier de ce régime.

Pour les collaborateurs proches de la retraite, un dispositif transitoire « capital de transition » a été instauré sous forme d'accord collectif : il prévoit le versement au moment du départ à la retraite d'un capital (de 1000 € à 3 500 €) en fonction de l'âge, pour tous les salariés âgés de 52 ans et plus au 1^{er} janvier 2015.

RETROUVEZ CES INFORMATIONS CONCERNANT LA COUVERTURE DES RETRAITES DANS LA FICHE « PRATIQUES EN MATIÈRE D'EMPLOI ET DE TRAVAIL DÉCENT » AU SEIN DE CE RAPPORT AINSI QUE DANS LE CHAPITRE 6.2.2.1., PARAGRAPHE « RÉGIMES DE PRÉVOYANCE, DE RETRAITE ET AUTRES AVANTAGES » PAGE 221 ET SUIVANTES DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

EC4 Aides publiques reçues

Le Groupe L'Oréal ne reçoit aucune subvention ni aide significative à l'exception, en France, du Crédit d'impôt – Recherche dont le montant n'est pas publié.

L'État français ne détient aucune participation dans le capital de la Société.

Présence sur le marché

EC5 Ratios du salaire d'entrée de base par sexe par rapport au salaire minimum local sur les principaux sites opérationnels

L'égalité salariale est la règle. La politique du Groupe est de garantir, à compétences égales, un niveau de classification et de salaire identique.

71 filiales de L'Oréal (*Groupe Cosmétique* et *The Body Shop*) sont installées dans des pays avec un salaire minimum établi par la loi ou par la convention collective de branche. Dans 54 de ces filiales, le salaire minimum payé chez L'Oréal est supérieur au salaire minimum légal (que ce soit fixé par la loi et/ou par la convention collective). Dans les 17 filiales restantes certains collaborateurs perçoivent le salaire minimum établi par la loi ou par la convention collective de branche. Au total le nombre de collaborateurs avec un salaire minimum égal au salaire minimum fixé par la loi ou par la convention collective de branche est à 2,1% de l'effectif du Groupe. Cela ne prend pas en compte le Worldwide Profit Sharing, tel que décrit à la question LA2 dans la fiche Emploi.

L'Oréal ayant la volonté de se situer parmi les sociétés les plus attractives partout où ses filiales sont présentes, des enquêtes destinées à positionner les rémunérations par rapport au marché sont menées chaque année par des cabinets spécialisés. En outre, les enquêtes d'opinion internes, réalisées périodiquement, permettent notamment d'évaluer la perception et les attentes des collaborateurs en matière de rémunération et d'adapter ainsi les plans d'actions du Groupe.

Enfin, L'Oréal souhaite associer collectivement ses collaborateurs aux résultats du Groupe au travers de systèmes mondiaux d'intéressement et concilier ainsi performance sociale et performance économique.

Dans chaque pays, la politique de rémunération s'appuie sur un système d'évaluation de la performance appliqué partout dans le monde. Le développement de carrière est géré sur une base individuelle et en fonction des pays, les salaires et leur évolution comportent une part individuelle et une part collective. L'Oréal souhaite offrir une contrepartie motivante afin d'attirer et de fidéliser les meilleurs talents. Par conséquent, presque toutes les filiales participent chaque année à une enquête sur les rémunérations. La rémunération varie selon le poste, les compétences, les performances et le potentiel de chacun. L'Oréal respecte les obligations légales et contractuelles en matière de rémunération dans toutes ses filiales.

FRANCE

RÉMUNÉRATION À L'ORÉAL SA

RÉMUNÉRATION BRUTE MENSUELLE MOYENNE DES FEMMES ET DES HOMMES CONTINÛMENT PRÉSENTS.

Il s'agit des salariés (hors dirigeants) en CDI, présents deux années consécutives. Les salariés ayant changé de catégorie sont comparés dans la catégorie à laquelle ils appartiennent la 2^e année.

	2013			2014			Évolution en % du salaire moyen		
	H	F	ENSEMBLE	H	F	ENSEMBLE	H	F	ENSEMBLE
Cadre	6 531	5 588	5 990	6 816	5 858	6 266	4,4 %	4,8 %	4,6 %
AM et techniciens	3 279	3 250	3 257	3 388	3 362	3 368	3,3%	3,4 %	3,4 %
Employés	2 479	2 381	2 420	2 565	2 466	2 505	3,5 %	3,6 %	3,5 %
Ouvriers	2 821	2 716	2 783	2 907	2 832	2 880	3,0 %	4,3 %	3,5 %
V.R.P.	4 318	3 847	4 123	4 500	4 074	4 323	4,2 %	5,9 %	4,9 %

LES COTISATIONS PATRONALES

Chez L'Oréal SA, le montant annuel des cotisations patronales en 2014 s'élève à 227 316 635 euros.

EC6 *Proportion des cadres dirigeants embauchés localement sur les principaux sites opérationnels*

Les postes clés du Groupe sont environ 1 100, dont 66% sont situés dans les filiales hors France. 52% de ces postes hors France sont occupés par des managers locaux.

Parmi les postes clé, L'Oréal compte environ 260 postes stratégiques dont 44% sont situés dans les filiales du Groupe hors France. 35% de ces postes hors France sont occupés par des managers locaux.

Définitions

- **Poste stratégique** : niveau membres de COMEX, N-1 des membres du COMEX, Directeurs Généraux des Pays,
- **Poste clés** : niveau Comité de Direction Pays,
- **Managers locaux** : managers qui ont la nationalité du pays dans lequel ils travaillent.

Le Groupe prévoit de croître très fortement dans les pays où il est déjà implanté. Pour atteindre cet objectif et recruter de véritables talents, le Groupe sélectionne les candidats qui démontrent un potentiel à gravir différents échelons dans une perspective d'occuper un poste clé pour le Groupe L'Oréal a également comme objectif d'assurer le recrutement et la mobilité en interne de managers chevronnés, dépositaires de la culture L'Oréal. Cette mission stratégique incombe aux Talent Management Directors, qui travaillent en étroite collaboration avec les DRH locaux. Basés dans les pays, ceux-ci connaissent bien le contexte et les besoins locaux, lancent les recrutements, et rencontrent les candidats afin de sélectionner les profils les plus adaptés. Il existe actuellement 5 Talent Management Directors dans le Groupe : un pour les USA, un pour la Zone Amérique Latine, un pour la Zone Afrique/Moyen-Orient, un pour la zone ASEAN (Association of South-East Asian Nations) et un pour la Chine. La création du premier poste de Talent Management Director date de 2010.



RETROUVEZ CES INFORMATIONS CONCERNANT LES EMBauchES LOCALES AU SEIN DE LA FICHE
« PRATIQUES EN MATIÈRE D'EMPLOI ET DE TRAVAIL DÉCENT » AU SEIN DE CE RAPPORT

Impacts économiques indirects

EC7 Développement et impact des investissements en matière d'infrastructures et d'appui aux services

➤ DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL ET POPULATION LOCALE

Le Groupe L'Oréal, du fait de la multiplicité de ses sites industriels et administratifs à travers le monde, est fortement impliqué dans la vie des communautés locales qui l'entourent. Entreprise à la volonté citoyenne affichée, L'Oréal apporte sa contribution à de nombreux projets de proximité.

D'une manière générale, les établissements de L'Oréal et ses filiales développent des relations de qualité avec les communautés à côté desquelles ils opèrent et s'efforcent de limiter l'impact de leur activité sur l'environnement et de créer des conditions de travail exemplaires pour leurs collaborateurs.

Chaque site de L'Oréal a mis en place des initiatives afin de s'ancrer durablement dans son paysage socio-économique. Ci-dessous quelques-unes de ces initiatives.

En 2014, le dispositif « Passerelles de l'Industrie » a débuté à l'usine de *Soproral*, basée à Aulnay-sous-Bois (France), en partenariat avec *Pôle Emploi*. Cette usine a internalisé une activité de conditionnement auparavant sous-traitée dans une nouvelle unité de production spécialement conçue présentant à la fois une haute valeur ergonomique et une dimension sociale et sociétale. Depuis juillet 2014, l'usine a recruté 15 personnes en formation pour des contrats de professionnalisation afin de leur faire découvrir un métier et les préparer à une certification grâce à la formation dispensée pendant 10 mois.

Depuis 2009, les Opérations de L'Oréal, en partenariat avec l'association CREO, soutiennent les porteurs de projets de création d'entreprises en Seine Saint-Denis, en France. CREO a pour objectif d'accompagner les jeunes femmes et hommes issus du département à réussir leurs projets de création d'entreprises. Ainsi, de juin à octobre, des collaborateurs des Opérations deviennent des tuteurs qui conseillent les porteurs de projets. Des rencontres sont organisées régulièrement pour valider la construction et l'avancement des dossiers des candidats, qui peuvent ainsi bénéficier de l'expérience des cadres des Opérations. Depuis la création du concours, le nombre de personnes inscrites est de 353, le nombre de dossiers validés est de 214, le nombre d'entreprises créées est de 66, et le nombre d'emplois créés est de 118.

En Italie, le « Projet réfugiés » a été mis en place par l'usine de Settimo dans le but de favoriser l'intégration de migrants. Quatre personnes ont ainsi pu avoir des contrats dans le Groupe en 2013. En 2014, un réfugié a bénéficié, à compter du 1^{er} juillet, d'un contrat à durée déterminée. L'usine de Settimo participe également à un programme unique destiné à faciliter le retour à la vie civile d'anciens détenus et travaille en partenariat avec trois associations : l'*Ovale Oltre Sbarre*, *Abele Lavoro* et *The San Paulo Foundation*. Quatre anciens détenus ont pu reprendre contact avec le monde du travail au sein du Groupe en 2014.

Aux États-Unis, l'usine L'Oréal de Piscataway sponsorise le club de robotique d'un lycée local comptant 80% d'élèves issus de minorités ethniques. Des discussions sont engagées pour créer un processus facilitant l'accès à l'emploi des étudiants, l'objectif étant de leur fournir informations et opportunités de carrière. Un soutien particulier est en outre apporté aux femmes et aux minorités lors des « Community Day ». Au titre des aides apportées, la recherche de centres d'accueil, l'aide à la rédaction de CV, la préparation en vue des entretiens d'embauche, soupe populaire, banques alimentaires et centres de soins de jour.

SOLIDARITY SOURCING

Utiliser les Achats de L'Oréal comme levier d'inclusion sociale, c'est l'objectif du *Solidarity Sourcing*. Le Groupe a ainsi créé mi-2010 ce programme mondial d'achats solidaires dont la vocation est d'aider des personnes issues de communautés économiquement vulnérables à trouver un accès pérenne au travail et au revenu. Ce programme est un des piliers du volet « Partager notre croissance » de *Sharing Beauty With All*, qui prévoit que L'Oréal permettra à plus de 100 000 personnes issues de communautés en difficultés sociales ou financières d'accéder à un emploi d'ici 2020.

À ce titre, *Sharing Beauty With All* est un formidable levier de mobilisation de prescripteurs en interne en faveur du *Solidarity Sourcing*. Au-delà-des Achats, son champ d'action initial, toutes les zones et divisions sont désormais des relais essentiels au déploiement de ce programme mondial d'achats solidaires, en partenariat avec des représentants du programme implantés dans chaque pays.

En 2014, le Programme mondial de *Solidarity Sourcing* a poursuivi son déploiement au sein des différentes équipes du Groupe. Les différentes équipes Achats sont désormais objectivées sur ce programme, notamment sur le nombre de bénéficiaires. En 2014, le Programme a permis l'accès à l'emploi à 27 000 personnes à travers le monde (hors achats *The Body Shop*). Au total, ce sont 250 projets *Solidarity Sourcing* qui sont mis en œuvre à travers le monde.

Par exemple, cultivée principalement en Inde, au Rajasthan et en Haryana, la gomme de Guar est de plus en plus utilisée comme épaississant et émulsifiant dans les produits de coloration et de soin du cheveu. L'Oréal en partenariat avec son fournisseur Solvay, premier producteur mondial de cette matière première naturelle, travaille actuellement à l'élaboration d'un projet *Solidarity Sourcing* visant à améliorer les conditions de vie de 1 500 fermiers récoltants tout en valorisant des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement.

Depuis 2012, les auditeurs internes incluent le *Solidarity Sourcing* dans leur périmètre d'audit et ce, dans une démarche d'amélioration continue.

Certains fournisseurs traditionnels ont par ailleurs déployé cette démarche dans leur chaîne d'approvisionnement.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LE SOLIDARITY SOURCING, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « ÊTRE ACTEUR D'INCLUSION AU SEIN DES COMMUNAUTÉS » EN PAGE 25 DU VOLET « PARTAGER NOTRE CROISSANCE » DU RAPPORT D'AVANCEMENT SHARING BEAUTY WITH ALL 2014.

MÉCÉNAT

Les filiales du Groupe s'engagent en faveur de leur communauté et favorisent leur intégration en leur offrant par exemple des formations professionnelles aux métiers de la beauté, favorisant ainsi leur retour vers l'emploi et leur réinsertion sociale.

C'est avec la Science et la Beauté que la Fondation L'Oréal révèle et valorise les femmes qu'elle accompagne dans le monde au travers de missions qui s'articulent autour de deux thématiques fortes : Pour les Femmes et la Science ; la Beauté pour se sentir mieux et s'en sortir mieux.

- Avec son action Pour les Femmes et la Science, la Fondation L'Oréal suscite les vocations de jeunes étudiantes dès le lycée, encourage les chercheuses, et couronne l'excellence dans un domaine où elles devraient être encore bien plus nombreuses. Depuis 17 ans, ce sont plus de 2250 femmes de science issues de plus de 110 pays qui ont été distinguées et récompensées.
- La Beauté pour se sentir mieux et s'en sortir mieux, ce sont les soins prodigués pour aider les femmes touchées par les maladies, la précarité, l'isolement, à renouer avec l'estime de soi, à retrouver une féminité malmenée. C'est aussi aider des personnes en situation de fragilité sociale à se projeter dans le futur, grâce à un vaste programme d'éducation et de formation aux métiers de la beauté, *Beauty for a better life*, actuellement déployé dans 20 pays.

EC8

Impacts économiques indirects substantiels, y compris importance de ces impacts

VERS UNE MEILLEURE ACCESSIBILITÉ DES PRODUITS

Aujourd'hui, le monde occidental n'est plus le marché dominant de l'industrie cosmétique. Séduire de nouveaux consommateurs, tout en veillant à ce que les produits leur soient accessibles, impose de travailler en permanence l'adéquation économique de l'offre à la diversité des populations locales. La prise en compte des spécificités locales des différents marchés modifie le travail de conception des produits au sein des équipes. Afin d'adapter au mieux l'offre de produits aux attentes des consommateurs, les directeurs de filiales et le Marketing local travaillent désormais étroitement avec les équipes Développement Produit et Packaging. En effet, accélérer l'innovation pour les Nouveaux Marchés tels que l'Inde, les Philippines, l'ASEAN, demande de connaître les attentes spécifiques de ces marchés : par exemple, le bon format du produit, le bon prix et une distribution ad hoc.

Pour s'adapter aux marchés sud-asiatiques comme la Thaïlande par exemple, L'Oréal avait opté au départ pour une distribution essentiellement urbaine, en hypermarchés. Le lancement des sachets de 10 g distribués dans un très grand nombre de supérettes rurales a permis une très forte accélération de la croissance et, aujourd'hui, le Groupe est leader en soin de la peau. Ces packagings de petite taille correspondent au pouvoir d'achat des consommateurs, certains payés à la semaine, comme aux Philippines, où tout est en sachets, des soins du visage aux cigarettes. En Inde ou en Indonésie les shampoings en flacons de 80 ml sont les plus vendus. Parallèlement à ces populations modestes, une classe moyenne en pleine explosion dans les grandes villes aspire à des gestes de beauté plus qualitatifs ou réguliers. Pour répondre à ces besoins, l'offre progresse parallèlement, à la fois en taille de flacon mais aussi en sophistication des marques. Au sein de ces Nouveaux Marchés, seule la Chine détonne avec une demande moins forte pour les sachets et une distribution assurée via une infrastructure plus développée. Mais la dynamique de croissance y est la même que dans les autres pays. Elle se résume à plus de consommation, plus d'appétence et plus d'intérêt porté à l'apparence des produits. Une collaboration étroite entre le Marketing local et les équipes Développement Produits et Packaging permet une meilleure adaptation de l'offre.

En 2012, *Maybelline* a lancé sur le marché asiatique le premier flacon de mascara en PET, constitué d'une seule couche de plastique au lieu des 5 couches habituelles. Cette conception a permis de réduire le coût de l'emballage et de rendre plus accessible le prix du produit fini. Cette innovation concerne à ce jour cinq mascaras *Maybelline* Volume Express, et l'initiative pourra être à l'avenir étendue à d'autres zones géographiques et d'autres marchés.

En Asie également, Garnier a rénové son masque pour la peau afin de l'adapter davantage aux peaux asiatiques en changeant la nature des matériaux (soie artificielle, pulpe de papier et Polyéthylène) pour en améliorer les qualités cosmétiques, le confort lors de la pause et l'adhérence. La découpe a également été revue pour s'adapter au mieux à la morphologie des visages asiatiques.

En poursuivant ce même objectif d'accessibilité, L'Oréal favorise une production toujours plus locale qui permet d'assurer aux consommateurs l'accès à un produit au meilleur coût possible. Aujourd'hui, le Groupe compte 43 usines, dont 32 sont certifiées ISO 14 001 et 31 sont certifiées OHSAS 18 001/VP. Avec cette politique industrielle, les produits L'Oréal répondent aux mêmes normes de qualité tout au long de la chaîne logistique, quel que soit le lieu de production dans le monde.

LE PROGRAMME MONDIAL SOLIDARITY SOURCING

Utiliser les Achats de L'Oréal comme levier d'inclusion sociale, c'est l'objectif du *Solidarity Sourcing*. Le Groupe a ainsi créé mi-2010 ce programme mondial d'achats solidaires dont la vocation est d'aider des personnes issues de communautés économiquement vulnérables à trouver un accès pérenne au travail et au revenu. Ce programme est un des piliers du volet « Partager notre croissance » de *Sharing Beauty With All*, qui prévoit que L'Oréal permettra à plus de 100 000 personnes issues de communautés en difficultés sociales ou financières d'accéder à un emploi d'ici 2020.

À ce titre, *Sharing Beauty With All* est un formidable levier de mobilisation de prescripteurs en interne en faveur du *Solidarity Sourcing*. Au-delà-des Achats, son champ d'action initial, toutes les zones et divisions sont désormais des relais essentiels au déploiement de ce programme mondial d'achats solidaires, en partenariat avec des représentants du programme implantés dans chaque pays.

En 2014, le Programme mondial de *Solidarity Sourcing* a poursuivi son déploiement au sein des différentes équipes du Groupe. Les différentes équipes Achats sont désormais objectivées sur ce programme, notamment sur le nombre de bénéficiaires. En 2014, le Programme a permis l'accès à l'emploi à 27 000 personnes à travers le monde (hors achats *The Body Shop*). Au total, ce sont 250 projets *Solidarity Sourcing* qui sont mis en œuvre à travers le monde.

Par exemple, cultivée principalement en Inde, au Rajasthan et en Haryana, la gomme de Guar est de plus en plus utilisée comme épaississant et émulsifiant dans les produits de coloration et de soin du cheveu. L'Oréal en partenariat avec son fournisseur Solvay, premier producteur mondial de cette matière première naturelle, travaille actuellement à l'élaboration d'un projet *Solidarity Sourcing* visant à améliorer les conditions de vie de 1 500 fermiers récoltants tout en valorisant des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement.

Depuis 2012, les auditeurs internes incluent le *Solidarity Sourcing* dans leur périmètre d'audit et ce, dans une démarche d'amélioration continue.

Certains fournisseurs traditionnels ont par ailleurs déployé cette démarche dans leur chaîne d'approvisionnement.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LE SOLIDARITY SOURCING, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « ETRE ACTEUR D'INCLUSION AU SEIN DES COMMUNAUTÉS » EN PAGE 25 DU VOLET « PARTAGER NOTRE CROISSANCE » DU RAPPORT D'AVANCEMENT SHARING BEAUTY WITH ALL 2014.

LE COMMERCE ÉQUITABLE

Reconnu par le Groupe comme un puissant levier d'inclusion sociale, le commerce équitable via l'approvisionnement responsable en matières premières renouvelables est un pilier majeur du programme d'Achat *Solidarity Sourcing* lancé en 2010.

En 2014 ce sont plus de 50 matières premières issues du commerce équitable qui ont été incluses dans 10,5 % des produits fabriqués (hors *The Body Shop*).

Pour *The Body Shop*, ce sont plus de 90 % des produits commercialisés qui contiennent des ingrédients du programme de commerce équitable *Community Fair Trade* (CFT).

En 2014, un total de 27 000 personnes a donc bénéficié des achats matières premières issues du commerce équitable (hors CFT).

À titre informatif en 2014 :

- 100 % des approvisionnements en beurre de karité sont issus du programme *Solidarity Sourcing*, grâce auquel les collectrices de karité au Burkina-Faso bénéficient en avril-mai, à la fin de la saison sèche, quand les réserves alimentaires sont quasiment épuisées, d'un préfinancement de leur récolte et d'un prix d'achat supérieur à celui du marché ;
- 100 % des approvisionnements en huile de soja proviennent d'une source équitable au Brésil ;
- 100 % des achats d'huile de sésame sont issus de commerce équitable et plus de 500 formules contenant de l'huile de sésame issue du commerce équitable ont été fabriquées ;
- Au Brésil, 4 matières premières ont été intégrées dans notre programme *Solidarity Sourcing* : l'huile de pracaxi et le beurre de muru muru entrant dans des produits capillaires, l'argile blanche dans des produits d'hygiène corporelle, et le beurre de cupuacu dans des produits de soin.

LE PROGRAMME COMMUNITY FAIR TRADE THE BODY SHOP

L'année 2014 marque 27 ans d'actions à travers le programme *Community Fair Trade* mené par *The Body Shop*. La marque achète des ingrédients, cadeaux et accessoires supportant 26 fournisseurs, la vie de plus de 25 000 agriculteurs et travailleurs et bénéficiant à plus de 320 000 personnes. Ces projets sont implémentés dans la communauté élargie des fournisseurs et apportent des bénéfices simples mais qui changent la vie tels que de l'eau potable, du matériel éducatif, des infrastructures médicales et des revenus équitables.

Le programme *Community Fair Trade* est régi par les principes énoncés dans la charte *Community Fair Trade Charter* (disponible à l'adresse <http://thebodyshop.com/content/pdf/cftcharter.pdf>). Ces principes définissent la façon dont les fournisseurs sont sélectionnés, leurs engagements pour *The Body Shop* et les avantages qu'ils reçoivent en retour. Ce programme est certifié par l'IMO (Institute for Market Ecology). L'impact sur les fournisseurs et leurs communautés élargies est évalué de façon annuelle au travers d'auto-évaluations réalisées par les fournisseurs, de façon biannuelle par des visites d'évaluation sur place et de façon trisannuelle par des audits réalisés par IMO et qui sont soutenus par des évaluations d'impacts plus poussées si cela est nécessaire.

L'engagement de *The Body Shop* envers la Communauté du Commerce Équitable n'a cessé de croître : plus de 90 % de ses produits contiennent des ingrédients issus du commerce équitable, en hausse de 85 % en 2011. Depuis son acquisition en 2006 par L'Oréal, *The Body Shop* a travaillé en étroite collaboration avec d'autres marques du Groupe ; Depuis 2013, les autres marques de L'Oréal utilisent 8 ingrédients issus du commerce équitable dont le soja, le babassu, l'aloë vera, l'olive et le sésame.

Le programme *Community Fair Trade* de *The Body Shop* a été reconnu pour son esprit pionnier, en recevant, une nouvelle fois en 2014, le prestigieux prix BITC International Responsible Business Award. Depuis l'obtention du prix en 2013, *The Body Shop* compte un 26ème fournisseur à son programme.



RETROUVEZ CES INFORMATIONS CONCERNANT LE COMMUNITY FAIR TRADE AU SEIN DE LA FICHE SOCIÉTÉ (INDICATEUR SO1) DE CE RAPPORT.

P

Pratiques d'achats

EC9

Part des dépenses réalisées avec les fournisseurs locaux sur les principaux sites opérationnels

Une des composantes de la stratégie de sourcing de L'Oréal est d'assurer le développement des fournisseurs là où le Groupe développe sa production et ses ventes. La localisation de ses achats dans les zones de production est donc un indicateur suivi. 80 % en moyenne des montants d'achats liés à la production (packaging, matières premières et sous-traitance) sont réalisés avec des fournisseurs situés dans la zone géographique de production (Europe, USA, Asie, LATAM, ZAMO). Les usines américaines achètent par exemple à 69 % sur le continent Nord-américain, et les usines européennes s'approvisionnent à 84 % en Europe.

L'Oréal a l'objectif d'augmenter la localisation de ses achats, principalement dans les zones émergentes pour répondre aux besoins locaux. Pour cela, les Achats travaillent avec la Recherche & Innovation pour référencer les fournisseurs locaux de matières premières (programme de diversification ou de double sourcing des matières premières) et avec le Packaging pour référencer les fournisseurs locaux d'articles de conditionnement et la sous-traitance.

Pour les articles de conditionnement, un grand programme de production « in-house » est par exemple en cours dans plusieurs usines. Il consiste à installer les machines et les équipes d'un fournisseur dans l'enceinte même d'une usine de production L'Oréal. Ce concept, qui nécessite d'atteindre un volume important de fabrication pour amortir tous les investissements, s'adapte parfaitement aux cosmétiques de grande diffusion et à la spécialisation technologique des usines de L'Oréal. La démarche est dédiée à des emballages simples avec une ligne de production courte, facile à implanter dans un site existant. Chez L'Oréal, la version "in-house" a été mise en place pour la première fois en 2010 pour la production des flacons plastiques de soins capillaires Elsève et Fructis à destination du marché européen, respectivement à Rambouillet et Settimo. À fin 2014, 6 sites de production sont concernés : en France à Rambouillet, en Belgique à Libramont, en Italie à Settimo, aux Etats-Unis à Florence, au Brésil à São Paulo et au Mexique à San Luis Potosi. En 2014, plus d'1,2 milliards de produits finis ont été fabriqués selon ce principe, et environ 1,4 milliards le seront d'ici fin 2015. L'Oréal conduit les études sur d'autres sites, partout où le modèle pourrait s'appliquer. Les bénéfices de cette « ultra » localisation sont nombreux : flexibilité, environnement, économies.

Les fournisseurs locaux sont évalués sur les mêmes bases que les autres fournisseurs, soit sur 5 KPI : qualité, logistique, compétitivité, innovation, développement durable.

E

nvironnement

APPROCHE MANAGÉRIALE	p. 3
----------------------------	------

MATIÈRES	p. 18
----------------	-------

EN1 - Consommation de matières en poids ou en volume	p. 18
EN2 - Pourcentage de matériaux consommés provenant de matières recyclées	p. 18

ENERGIE	p. 19
---------------	-------

EN3 - Consommation énergétique au sein de l'organisation	p. 19
EN4 - Consommation énergétique en dehors de l'organisation	p. 20
EN5 - Intensité énergétique	p. 20
EN6 - Réduction de la consommation énergétique	p. 21
EN7 - Réduction des besoins énergétiques des produits et des services	p. 22

EAU	p. 23
-----------	-------

EN8 - Volume total d'eau prélevé par source	p. 23
EN9 - Sources d'approvisionnement en eau très touchées par les prélèvements	p. 23
EN10 - Pourcentage et volume total d'eau recyclée et réutilisée	p. 24

BIODIVERSITÉ	p. 25
--------------------	-------

EN11 - Sites opérationnels détenus, loués ou gérés dans des aires protégées ou y étant adjacents, ainsi qu'en zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées	p. 25
EN12 - Description des impacts substantiels des activités, produits et services sur la biodiversité des aires protégées ou des zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées	p. 26
EN13 - Habitats protégés ou restaurés	p. 28
EN14 - Nombre total d'espèces menacées figurant sur la liste rouge mondiale de l'UICN et sur son équivalent national et dont les habitats se trouvent dans des zones affectées par des activités, par niveau de risque d'extinction	p. 28

ÉMISSIONS	p. 29
-----------------	-------

EN15 - Emissions directes de gaz à effet de serre (Scope 1)	p. 29
EN16 - Emissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 2) liées à l'énergie	p. 29
EN17 - Autres émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 3)	p. 30
EN18 - Intensité des émissions de gaz à effet de serre	p. 30
EN19 - Réduction des émissions de gaz à effet de serre	p. 31
EN20 - Emissions de substances appauvrissant la couche d'ozone (SAO)	p. 32
EN21 - NOx, SOx et autres émissions atmosphériques substantielles	p. 33

EFFLUENTS ET DÉCHETS	p. 34
----------------------------	-------

EN22 - Total des rejets d'eau, par type et par destination	p. 34
EN23 - Poids total de déchets, par type et par mode de traitement	p. 35
EN24 - Nombre et volume total des déversements substantiels	p. 36
EN25 - Poids des déchets transportés, importés, exportés ou traités et jugés dangereux selon les termes des Annexes I, II, III et VIII de la Convention de Bâle, et pourcentage de déchets exportés	p. 36
EN26 - Identification, taille, statut de protection et valeur de biodiversité des plans d'eau et de leur écosystème très touchés par le rejet et le ruissellement des eaux de l'organisation	p. 37

PRODUITS ET SERVICES	p. 38
EN27 - Portée des mesures d'atténuation des impacts environnementaux des produits et services	p. 38
EN28 - Pourcentage de produits vendus et de leurs emballages recyclés ou réutilisés, par catégorie	p. 40
CONFORMITÉ	p. 41
EN29 - Montant des amendes substantielles et nombre total de sanctions non pécuniaires pour non-respect des législations et réglementations en matière d'environnement	p. 41
TRANSPORT	p. 41
EN30 - Impacts environnementaux substantiels du transport des produits, autres marchandises et matières utilisés par l'organisation dans le cadre de son activité, et des déplacements des membres de son personnel	p. 35
GÉNÉRALITÉS	p. 42
EN31 - Total des dépenses et des investissements en matière de protection de l'environnement, par type	p. 42
ÉVALUATION ENVIRONNEMENTALE DES FOURNISSEURS	p. 43
EN32 - Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères environnementaux	p. 43
MÉCANISMES DE RÈGLEMENT DES GRIEFS ENVIRONNEMENTAUX	p. 45
EN34 - Nombre de griefs concernant les impacts environnementaux déposés, examinés et réglés via des mécanismes officiels de règlement des griefs	p. 45

Approche managériale

Le Groupe a présenté le 23 octobre 2013, ses engagements en matière de développement durable à horizon 2020 au travers du programme *Sharing Beauty With All*.

L'année 2014 a marqué le déploiement de ces engagements. Cette annonce publique témoigne de l'ambition de L'Oréal, et de l'implication de son management et de toutes ses équipes, pour construire et assurer une croissance durable.

La signature du *Pacte Mondial des Nations Unies* il y a plus de dix ans ainsi que la création de la *Fondation L'Oréal* en 2007, témoignage de l'engagement de L'Oréal en matière de mécénat et de philanthropie, comptent parmi les étapes clés de cette évolution.

Aujourd'hui, L'Oréal dispose donc d'un solide héritage en matière de développement durable et peut ainsi se fixer une grande ambition pour l'avenir avec des engagements intégrés à son modèle de croissance.

Le programme *Sharing Beauty With All* porte sur l'ensemble des impacts environnementaux, sociaux et sociétaux du Groupe, et couvre quatre domaines :

- L'innovation durable,
- La production durable,
- La consommation durable,
- Le partage de la croissance.

Chaque année, le Groupe rend compte de ses avancées et de ses réalisations dans les domaines concernés (Droits de l'Homme, normes du travail, normes environnementales, lutte contre la corruption) notamment à travers son rapport de Développement Durable, les indicateurs du GRI (Global Reporting Initiative) ainsi que ceux du *Pacte Mondial des Nations Unies*.

Les efforts et les progrès accomplis ont été, en 2014, comme au cours des années précédentes reconnus et distingués par les organismes les plus exigeants en la matière : *Vigeo*, *Institut Ethisphère*, *Carbon Disclosure Project* qui a fait figurer en 2014 L'Oréal parmi les 10 % d'entreprises les mieux notées, *OEKOM*.

Sharing Beauty With All : Les indicateurs environnementaux

1. Innover durablement - D'ici à 2020, 100 % de nos produits démontreront un impact environnemental ou social positif.

OBJECTIF 2020

100 % des produits L'Oréal démontreront un impact environnemental ou social positif.

À chaque fois que les marques du Groupe inventeront ou rénoveront un produit, elles amélioreront son profil environnemental ou sociétal sur au moins l'un des critères suivants :

- La nouvelle formule utilise des matières premières renouvelables, issues de ressources durables ou de la chimie verte ;
- La nouvelle formule réduit son empreinte environnementale notamment son empreinte eau ;
- Le profil environnemental du nouveau packaging est amélioré ;
- Le nouveau produit a un impact sociétal positif.

RÉSULTAT 2014

67 % des nouveaux produits analysés présentent un profil environnemental ou social amélioré ⁽¹⁾.

- **46 %** produits nouveaux ou renouvelés présentent un profil social/environnemental amélioré grâce à une nouvelle formule intégrant des matières premières (MP) d'origine renouvelable sourcées de façon responsable ou respectant les principes de la Chimie Verte.
- **54 %** produits nouveaux ou renouvelés présentent un profil environnemental amélioré grâce à une nouvelle formule dont l'empreinte environnementale a été réduite.
- Indicateur non disponible pour 2014.
Baseline en cours de calcul. Une politique exigeante d'éco-conception est développée dans tous les centres de Conception Packaging du Groupe. L'Oréal a pour objectif, par exemple, que tous ses emballages en papier et carton proviennent de forêts gérées de façon responsable. En 2014, plus de 97,9% des approvisionnements en papier et carton d'emballages sont certifiés durables selon les référentiels FSC ou PEFC.
- **17 %** produits nouveaux ou renouvelés présentent un profil social amélioré.

2. Produire durablement - D'ici à 2020, le Groupe s'engage à réduire son empreinte environnementale de 60 %, tout en apportant la beauté à un milliard de nouveaux consommateurs.

OBJECTIF 2020

- Réduction de **60 %** les émissions de CO₂ des usines et centrales de distribution du Groupe en absolu, par rapport à 2005
- Réduction de **60 %** la consommation d'eau par unité de produit fini, par rapport à 2005
- Réduction de **60 %** la génération de déchets par unité de produit fini, par rapport à 2005
- Atteindre zéro déchet en décharge
- Réduire les émissions de CO₂, générées par les transports de produits de 20 % par unité de produit fini par rapport à 2011

RÉSULTAT 2014

67 % des nouveaux produits analysés présentent un profil environnemental ou social amélioré ⁽¹⁾

- **50,2 %** de réduction des émissions de CO₂ par rapport à 2005 ⁽²⁾
- **36 %** de réduction de la consommation d'eau par rapport à 2005 ⁽³⁾
- **23,1 %** de réduction de la génération de déchets par rapport à 2005 ⁽⁴⁾
- Seuls **3,8 %** des déchets sont envoyés en décharge ⁽⁵⁾
- Indicateur non disponible. Le process de reporting de cet indicateur est en cours de déploiement. Sa remontée se fera en 2015 pour l'année 2014

(1) L'analyse des nouveaux produits 2014 ne comprend ni le maquillage ni les parfums. Toutes les autres catégories (shampoings, soin des cheveux, gels douche, soin de la peau, nettoyant, coloration, styling, forme permanente, déos, solaires) ont été analysées. Il s'agit des formules produites dans les usines du Groupe en 2014.

(2) Le calcul des émissions de CO₂ concerne les scopes 1 et 2 des usines et centrales de distribution. Le pourcentage de réduction est calculé en valeur absolue, par rapport à une baseline 2005.

(3) Le calcul de consommation d'eau concerne les usines et les centrales de distribution. Le pourcentage de réduction est calculé en L/produit fini par rapport à une baseline 2005.

(4) Le calcul de la génération de déchets concerne les usines et les centrales de distribution. Le pourcentage de réduction est calculé en g de déchet par produit fini par rapport à une baseline 2005.

(5) Le pourcentage de déchets envoyés en décharge est calculé pour l'année donnée, en divisant la quantité de déchets envoyés en décharge (5 088 t) par la quantité de déchets transportables hors emballages navettes (96 943 t) et d'emballages navettes en rotation (36 698 t).

Gouvernance

Fabriquer et distribuer des produits en respectant l'environnement et les personnes est un élément essentiel de la vision du développement durable de L'Oréal.

Afin d'atteindre ces objectifs, les responsabilités en matière d'EHS sont clairement définies à tous les niveaux. Le Directeur EHS Groupe est rattaché au Directeur Général des Opérations de L'Oréal, lui-même rattaché au Directeur Général du Groupe. Il a en charge la mise en place et le déploiement de la politique EHS du Groupe, le développement et la mise en œuvre des stratégies et des plans d'actions pour les sites de production, les centrales, les centres de Recherche & Innovation, les sites administratifs et les boutiques.

Des managers EHS dans chacune des entités concernées assurent la liaison avec le département EHS Groupe pour l'atteinte des objectifs du Groupe.

La rémunération des responsables d'usine ou de centrale de distribution est en partie liée à leurs performances sur le plan de la sécurité, de l'hygiène et de l'environnement.

Les équipes sont engagées au quotidien pour réduire l'empreinte environnementale de L'Oréal. La politique environnement du Groupe s'appuie sur un respect strict de la réglementation, des standards internes applicables dans tous ses sites, des processus opérationnels basés sur la prévention, la réduction et la réutilisation. Leur politique est accompagnée d'un reporting mensuel d'indicateurs détaillés qui permettent de contrôler l'évolution des résultats. De plus, les managers de L'Oréal sont responsables de la mise en œuvre de la politique environnementale, de l'animation sur le terrain et de l'atteinte des objectifs.

Fin 2014, L'Oréal possède 43 usines et 58 centrales de distribution dans le monde.

Les moyens mis en œuvre pour effectuer le reporting, le périmètre de consolidation, les indicateurs et les données sont répertoriés au sein du Périmètre du Rapport.

Les variations sont calculées à partir de données comparables sur la période 2005-2014.

Matières

Le programme *Sharing Beauty With All*

D'ici à 2020, à travers le pilier « Innover Durablement », le Groupe s'est engagé à ce que 100% des nouveaux produits démontrent un impact social ou environnemental positif, c'est dire qu'à chaque fois que le Groupe inventera ou rénovera un produit, L'Oréal améliorera son profil environnemental ou sociétal sur au moins l'un des critères suivants :

- La nouvelle formule aura réduit son empreinte environnementale, notamment son empreinte eau ;
- La nouvelle formule utilisera des matières premières renouvelables, issues de ressources durables ou de la chimie verte. En 2020, 100% des matières premières renouvelables seront issues de sources durables ou de la chimie verte ;
- Le profil environnemental du packaging sera amélioré ;
- Le nouveau produit aura un impact sociétal positif.

En 2014, le groupe a poursuivi le calcul des valeurs de référence pour ses formules afin de mesurer les progrès d'ici 2020.

Un responsable de l'Innovation Durable est nommé pour l'ensemble de la R&I. Avec son équipe, il a en charge la mise en place et le déploiement de la politique d'éco-conception des matières premières et des formules pour toutes les catégories de produits pour l'atteinte des objectifs du Groupe.

Des coordinateurs Innovation Durable sont nommés pour chaque catégorie de produit dans tous les laboratoires concernés. Ils assurent le déploiement opérationnel de la politique d'éco-conception des formules en liaison avec les équipes marketing, et avec le support du département d'Innovation Durable de la R&I.

Des coordinateurs Sourcing Durable sont également nommés au sein des départements concernés (Recherche matières premières & Achats matières premières). Ils assurent le déploiement opérationnel de la politique de Sourcing Durable des matières premières renouvelables en liaison avec les fournisseurs, et avec le support du département d'Innovation Durable de la R&I.

Cette politique s'accompagne d'un ensemble d'outils d'éco-conception développés et déployés dans tous les laboratoires du Groupe.

Ainsi au quotidien, l'utilisation des matières premières à profil environnemental favorable est encouragée auprès des formulateurs. Les matières premières n'ayant pas d'impact prévisible sur l'environnement aquatique, ou encore les matières premières d'origine renouvelable, issues de sources durables ou respectant les principes de chimie verte, sont favorisées dès la conception des formules.

En 2014, pour 10 catégories de produits les formulateurs ont pu bénéficier dès la conception des formules, du calcul d'empreinte environnementale. Concernant l'amélioration du profil environnemental des nouveaux packaging, depuis 2007, L'Oréal a mis en place une politique « Emballage et Environnement » basée sur 3 piliers :

- le Respect (les emballages en papier et carton proviennent de forêts gérées de façon responsable et certifiées),
- la Réduction (la réduction du poids et du volume des emballages, partie intégrante de la conception) et
- le Remplacement (recherche d'alternatives aux matériaux issus de ressources non renouvelables).

Cette politique s'accompagne d'un ensemble d'outils d'éco-conception développés et déployés dans tous les centres de Conception Packaging du Groupe. Le process d'éco-conception des produits finis est aujourd'hui robuste, ce qui nous permet de couvrir de nouveaux domaines pour un Packaging Responsable. En 2014, un process d'éco-conception des PLV (Publicité sur le Lieu de Vente) a été défini, et est en cours de test avec différents fournisseurs. Le process d'éco-conception des PLV sera ainsi opérationnel mi-2015.

Respect : L'Oréal a pour objectif que tous ses emballages en papier et carton proviennent de forêts gérées de façon responsable et certifiées (FSC ou PEFC). A ce jour, plus de 97,9 % des emballages en papier et carton répondent à ce critère.

Par ailleurs, le seul label revendiqué sur les emballages est celui de FSC (Forest Stewardship Council), dont L'Oréal est membre en France. L'Oréal prolonge cette démarche dans sa chaîne d'approvisionnement, et au-delà des matériaux d'emballage ; L'Oréal encourage ses imprimeurs à faire certifier l'ensemble de leur domaine d'activité. A ce jour, 88% des imprimeurs de papier et 96% des imprimeurs d'étui le sont.

Pour tous les matériaux d'emballages utilisés, un programme de matériovigilance, mis en place il y a de nombreuses années, est soutenu par un programme d'audits afin d'identifier et de corriger toute déviation très en amont au travers de plans d'action clairs et contrôlés. En 2014, le process d'éco-conception s'est enrichi d'un outil d'évaluation de la recyclabilité de nos emballages permettant une optimisation dès le brief marketing.

Réduction : la réduction du poids et du volume des emballages est un axe majeur de progrès. Chaque année, des actions réalisées en la matière sont comptabilisées sous forme d'indicateurs. Entre 2008 et début 2015, ce sont 4070 tonnes de matériaux d'emballages qui ont été économisées grâce aux actions de réduction à la source. Pour ce qui concerne le volume des emballages, en l'absence de réglementation internationale, L'Oréal a établi une procédure interne qui définit des ratios à respecter pour les différents niveaux d'emballages constitutifs d'un produit fini. Par ailleurs, L'Oréal s'est doté d'outils spécifiques d'aide à la réalisation d'analyses de cycle de vie (ACV) et à la réduction des impacts environnementaux des emballages de transport des articles de conditionnement et des produits finis.

Remplacement : conscient que les ressources non renouvelables ne sont pas pérennes, L'Oréal cherche des alternatives aux matériaux issus de ces ressources. Parmi les options à l'étude, une des solutions mises en œuvre par L'Oréal est l'utilisation de matériaux recyclés pour limiter l'usage de matériaux vierges. Un certain nombre de ses marques incorporent du plastique recyclé dans leurs flacons, allant jusqu'à 100 % (*Kiehl's, Garnier, L'Oréal Professionnel, Matrix...*), ou bien du verre recyclé dans leurs pots et flacons (*Vichy, Biotherm, Garnier...*). Plus de 4100 tonnes de matériaux vierges ont ainsi été économisées en 2014.

Cette démarche est intégrée dans les missions des équipes packaging, organisées par métier technique. En effet, ces équipes sont en charge d'assurer la conception technique des articles de conditionnement et des produits finis, de travailler en étroite collaboration avec les services achats lors de la consultation des fournisseurs, dans le cadre d'optimisation des formats et de la recherche de nouvelles matières, et de réaliser des homologations environnementales. Elles sont également responsables de la consolidation et de la remontée des indicateurs Packaging Sustainability spécifiques de leurs entités annuellement, comme l'ensemble des reportings des activités développement packaging du Groupe.

Énergie

Le programme *Sharing Beauty With All*

D'ici à 2020, à travers le pilier « Produire Durablement », L'Oréal s'engage à réduire de 60 % les émissions de CO₂ de ses usines et centrales de distribution en absolu, par rapport à 2005.

L'Oréal est convaincu que la réduction de la consommation d'énergie est l'un des principaux leviers pour atteindre son objectif de réduction des émissions de CO₂. Ainsi, toutes les nouvelles constructions suivent les normes les plus avancées dans ce domaine (normes de construction durable telles que LEED, HQE, BREEAM). Quant aux sites existants, ils améliorent depuis plus de vingt ans leurs performances énergétiques. Redéfinition des processus, équipements en leds, isolation des bâtiments, récupération de chaleur, amélioration de la production en termes d'efficacité globale...

Ces efforts ont permis de diminuer de 30 % la consommation des usines et des centrales en Kwh par produit fini. Pour aller plus loin, L'Oréal a commencé à déployer en 2014 un programme de certification de ses usines selon la norme ISO 50001 (amélioration continue de l'efficacité énergétique), avec une première usine, Sicos en France, certifiée en 2014.

Depuis plusieurs années, le Groupe s'attache à utiliser efficacement l'énergie et à réduire sa dépendance aux énergies fossiles. Dans la mesure du possible, L'Oréal achète du gaz naturel plutôt que du fioul (qui a une plus forte teneur en carbone et en soufre) et continue à développer sa stratégie sur les énergies renouvelables.

PROJET BUS (BETTER UTILITIES FOR SUSTAINABILITY)

Le projet BUS est un projet à l'échelle du Groupe mené par les Directeurs d'exploitation, qui s'appuie sur toute l'expertise au sein de L'Oréal pour identifier des méthodes, des solutions techniques et des bonnes pratiques pour les processus de nettoyage, de refroidissement et de compression de l'air et autres processus dans les usines. A ce jour, il a été identifié 11 bonnes pratiques pour améliorer notamment le rendement énergétique, celles-ci sont accompagnées de recommandations techniques et déployées dans tout le Groupe.

Eau

Le programme *Sharing Beauty With All*

D'ici à 2020, à travers le pilier « Produire Durablement », L'Oréal s'est engagé à réduire de 60 % sa consommation d'eau par unité de produit fini, par rapport à 2005.

L'eau est utilisée à chaque étape de la fabrication des produits, d'abord chez les fournisseurs du Groupe pour l'élaboration des matières premières et des emballages, puis dans ses usines et enfin chez ses consommateurs lors de leur utilisation. C'est pourquoi le Groupe a mis en place une politique dédiée ainsi qu'un certain nombre d'initiatives afin d'optimiser l'utilisation de cette ressource.

L'Oréal a un programme de conservation en place depuis 2003 et des progrès significatifs ont été réalisés dans la réduction de l'utilisation et l'augmentation de l'efficacité. Une part importante de l'eau consommée dans les usines de L'Oréal est destinée au nettoyage des équipements de production et des lignes de conditionnement afin de respecter des normes d'hygiène très rigoureuses. Ceci représente 34 % de toute la consommation d'eau des sites industriels. Pour respecter les objectifs fixés, les équipes s'efforcent de réduire au mieux la quantité d'eau utilisée pour ces opérations de nettoyage, sans affecter la qualité des produits. Cette optimisation est très complexe, car chaque processus de nettoyage dépend de la formule du produit fabriqué et des équipements spécifiques mis en œuvre.

Le Groupe s'assure également que l'eau utilisée pour le nettoyage et les autres procédés industriels est testée et traitée avant d'être rejetée dans les stations municipales. L'Oréal soutient la recherche dans ce domaine, avec l'Université de Newcastle dans le cadre d'un projet de recherche de l'Union Européenne sur les rendements énergétiques dans le traitement des eaux usées.

Les indicateurs de consommations d'eau sont reportés mensuellement en litre par produit fini pour les sites industriels et les centrales de distribution. La cartographie des consommations d'eau permet d'établir des plans d'action spécifiques de réduction.

En adéquation avec les objectifs 2020 du volet « Produire Durablement » du programme *Sharing Beauty With All*, un outil standard d'analyse et de cartographie exhaustive des consommations d'eau est aujourd'hui déployé dans chaque usine du Groupe – le « Waterscan tool ». Cet outil permet de catégoriser les diverses utilisations d'eau, et d'identifier les consommations de chacune de ces catégories. Les meilleures performances pour une utilisation donnée sont établies comme standard groupe, et sont alors un objectif pour chaque usine. Les projets permettant d'atteindre ces objectifs sont identifiés et chiffrés sur chaque site et leur réalisation planifiée dans le temps. Ces réductions de consommation planifiées constituent la « feuille de route Eau » du Groupe, dont la performance fait l'objet d'un suivi mensuel.

Biodiversité

Le programme *Sharing Beauty With All*

D'ici à 2020, à travers le pilier « Innover Durablement », le Groupe s'est engagé à ce que 100% des nouveaux produits démontrent un impact social ou environnemental positif, c'est-à-dire qu'à chaque fois que le Groupe inventera ou réinventera un produit, L'Oréal améliorera son profil environnemental ou sociétal, sur entres autres, l'un des critères suivants :

- La nouvelle formule aura réduit son empreinte environnementale, notamment son empreinte eau ;
- La nouvelle formule utilisera des matières premières renouvelables, issues de ressources durables ou de la chimie verte. En 2020, 100% des matières premières renouvelables seront issues de sources durables ou de la chimie verte.

L'Oréal a entrepris depuis de nombreuses années une démarche de protection de la biodiversité qui vise en priorité à :

1. limiter l'impact de ses ingrédients sur les écosystèmes aquatiques
2. assurer un approvisionnement responsable des matières premières renouvelables.

➤ RÉDUCTION DE L'IMPACT DES MATIÈRES PREMIÈRES ET DES PRODUITS SUR L'ENVIRONNEMENT ET SUR LES ÉCOSYSTÈMES AQUATIQUES

Depuis 1995, date de création de son laboratoire d'écotoxicologie, L'Oréal a développé une expertise sur les impacts potentiels de ses produits cosmétiques sur les milieux aquatiques.

Pour L'Oréal, il est en effet primordial d'anticiper et de minimiser l'impact potentiel des ingrédients utilisés sur les milieux naturels et notamment les écosystèmes aquatiques. Ainsi, dès la phase de conception des produits, les matières premières entrant dans leur formulation sont strictement sélectionnées.

Pour caractériser l'impact potentiel des ingrédients utilisés sur la biodiversité, le Groupe a développé plusieurs outils et démarches :

- développement, au sein de son laboratoire d'écotoxicologie, de méthodes innovantes pour l'évaluation environnementale précoce des matières premières (ex : automatisation du test de sécurité sur les micro-algues) ;
- lancement en 2004 de l'évaluation de l'ensemble de son portefeuille de matières premières selon les critères de persistance, de bioaccumulation et de toxicité.

Fin 2008, 99 % des matières premières ont ainsi été évaluées. Toute nouvelle matière première doit désormais faire l'objet d'une évaluation avant d'être intégrée au portefeuille.

En 2014, des évaluations complémentaires ont également été menées sur plus de 100 matières premières, afin d'affiner et de consolider les valeurs moyennes de biodégradabilité et d'Empreinte Eau des formules commercialisées en 2013 ⁽¹⁾.

En 2013, L'Oréal a d'ailleurs créé un indice de performance écologique d'une formule cosmétique : l'empreinte eau (indice de performance d'une formule basé sur le profil environnemental de ses ingrédients en termes de biodégradabilité et d'écotoxicité).

L'amélioration du pourcentage de biodégradabilité et/ou de l'empreinte eau d'une formule est un vecteur essentiel de réduction des impacts.

Ainsi, en continuité avec la démarche de connaissance et d'amélioration du profil environnemental des ingrédients engagée depuis 1995, les équipes de Recherche, travaillent à présent à l'amélioration de la biodégradabilité et de l'empreinte eau des formules.

➤ UN ENSEMBLE D'OUTILS D'ÉCO-CONCEPTION A ÉTÉ DÉVELOPPÉ ET DÉPLOYÉ DANS TOUS LES LABORATOIRES DU GROUPE

Ainsi au quotidien, l'utilisation des matières premières à profil environnemental favorable est encouragée auprès des formulateurs. Les matières premières n'ayant pas d'impact prévisible sur l'environnement aquatique, ou encore les matières premières d'origine renouvelable, sourcées durablement ou respectant les principes de chimie verte, sont favorisées dès la conception des formules.

En 2014, pour 10 catégories de produits les formulateurs ont pu bénéficier, dès la conception des formules, du calcul d'empreinte environnementale.

Certains shampoings et après-shampoings, dont les formules détiennent un haut niveau de biodégradabilité, ont été mis sur le marché.

A titre d'exemple, parmi les lancements 2014, les shampoings *Redken Thinning Retaliate Shampoo*, *L'Oréal Professionnel Shampooing Clarifiant Serioxyl Kit Cheveux Affinés Colorés*, les gels douches *MIXA Huile de douche apaisante* ou *CADUM - Gel douche douceur SANS SAVON* présentent des niveaux de biodégradabilité compris entre 95 % et 99 %.

En 2014, la biodégradabilité moyenne des shampoings ainsi que des gels douche est de 89 %.

(1) Année de référence pour mesurer l'amélioration de l'empreinte environnementale de nos formules mises en production à partir de 2014.

➤ MISE EN PLACE DE FILIÈRES D'APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

En 2010, les pays signataires de la Convention sur la diversité biologique avaient adopté le Protocole de Nagoya, dont l'objectif est de réglementer l'accès aux ressources présentes sur un territoire donné et de partager équitablement les bénéfices issus de l'utilisation de ces ressources.

Consciente de ces enjeux bien avant l'entrée en vigueur du protocole, la Recherche de L'Oréal n'a eu de cesse, depuis 2005, de s'inscrire dans une démarche de pérennisation de ses filières d'approvisionnement afin que celles-ci répondent aux enjeux de valorisation responsable de la Biodiversité. Pour cela, le Groupe privilégie notamment l'utilisation de matières premières renouvelables issues de filières responsables ou transformées selon les principes de la chimie verte.

L'Oréal considère comme étant renouvelable, toute matière première dont le contenu en carbone est majoritairement d'origine végétale.

À ce jour, 46 % des matières premières utilisées par le Groupe L'Oréal sont renouvelables. Cela représente plus d'un millier d'ingrédients issus de près de 300 espèces végétales provenant d'une soixantaine de pays.

En 2014, 32 % des matières premières nouvellement référencées par le Groupe sont renouvelables et 22% de celles-ci sont respectueuses des principes de la Chimie Verte.

Parmi les produits commercialisés en 2014 certains présentent un taux important de matières premières renouvelables. C'est le cas du pré-shampooing Elixir Ultime de Kerastase, du shampooing Kiehl's Damage Reversing, de l'huile de douche satinante Mixa, du déodorant Bio Vanille Ushuaia dont les taux de matières premières renouvelables dépassent 90%.

Sur les 300 espèces végétales qui sont à l'origine des matières premières renouvelables utilisées par le Groupe, moins de 10% en nombre présentent de forts enjeux de Biodiversité (mesures de protection, impact de la production sur les milieux naturels) en fonction de leur provenance géographique, de leur mode d'extraction ou de production, elles font l'objet de plans d'action prioritaires 🟢.

En 2014, le Groupe a redéfini ses critères d'évaluation du risque « Sourcing Durable » des matières premières renouvelables, afin de les adapter à la définition retenue dans le cadre de *Sharing Beauty With All*.

En 2014, 100 % des matières premières renouvelables utilisées par le Groupe ont été réévaluées selon des critères tels que le respect de la biodiversité et la contribution au développement socio-économique sur les territoires d'origine.

Pour être reconnue comme issue de source responsable, une matière première renouvelable doit :

- être traçable avec une origine botanique et géographique identifiée,
- intégrer les principaux enjeux de développement durable tout au long de sa supply chain (comprenant le respect des droits de l'homme selon les principes de l'OIT, la préservation de la biodiversité et le développement social).

Ainsi, au-delà des enjeux relatifs aux territoires d'origine des ingrédients renouvelables, le Groupe, à travers son programme *Buy & Care*, intègre également les enjeux environnementaux et sociaux relatifs aux opérations industrielles de ses fournisseurs (voir sur ce point la rubrique 6.4.4 « Sous-traitance avec les fournisseurs » du Document de Référence 2014, page 250 et suivantes).

Le suivi de ces données est consolidé et piloté grâce à :

- des indicateurs de « risque Sourcing Durable » (écologique, social & sociétal), établis notamment grâce aux « Fiches Plantes », réalisées et disponibles pour l'ensemble des espèces végétales à l'origine des matières premières renouvelables, et actualisées mensuellement pour les espèces les plus sensibles ;
- une démarche de progrès en quatre niveaux a été définie et partagée avec les fournisseurs de matières premières renouvelables, intégrant des objectifs de traçabilité, de conformité, de prise en compte des enjeux critiques et d'acceptabilité, ceci venant remplacer le questionnaire Raw material sustainability framework. Une investigation poussée sur les chaînes d'approvisionnement est engagée avec certains fournisseurs pour les matières premières les plus sensibles, allant de l'analyse documentaire jusqu'à une investigation de terrain menée par une tierce partie indépendante, suivant la nature et le niveau de criticité des risques environnementaux et sociaux identifiés. Cette méthode a fait l'objet de plusieurs revues critiques par des parties prenantes externes courant 2014. Au-delà des critères retenus, l'objectif est de faire valider la pertinence de ce système de management du Sourcing Durable des matières premières renouvelables.

Aujourd'hui 94% des matières premières renouvelables représentant les plus forts volumes d'achat du groupe, et dérivant des espèces identifiées comme les plus sensibles, ont fait l'objet de plans ou d'actions d'amélioration avec les fournisseurs concernés afin d'assurer un approvisionnement durable 🟢.

 **Émissions****Le programme *Sharing Beauty With All***

D'ici à 2020, à travers le pilier « Produire Durablement », L'Oréal s'engage à réduire de 60 % les émissions de CO₂ de ses usines et centrales de distribution en absolu, par rapport à 2005.

La demande d'énergie de l'industrie cosmétique est relativement faible par rapport à d'autres secteurs. Ainsi, les réglementations européennes sur les quotas de carbone ne s'appliquent pas à L'Oréal.

Cependant, le Groupe s'est engagé à utiliser efficacement l'énergie et à réduire sa dépendance aux carburants fossiles. Dans la mesure du possible, L'Oréal achète du gaz naturel plutôt que du fioul (qui a une plus forte teneur en carbone et en soufre) et continue à développer sa stratégie sur les énergies renouvelables. Ces dernières années, plusieurs grands projets de production d'énergie renouvelable ont été déployés sur les sites, permettant de réduire de façon significative les émissions de CO₂ (biomasse et cogénération en Belgique, biomasse à Rambouillet, Roye en France, Burgos en Espagne, etc..., réseaux de chaleur en Allemagne et Italie, photovoltaïque en Chine, aux États-Unis, en Espagne, etc..., géothermie à Vichy, La Roche Posay, etc...)

Le Groupe encourage chaque initiative prise par ses sites à cet égard dans le monde. Chaque économie est importante pour réduire l'empreinte carbone globale.

Les émissions de gaz à effet de serre ont diminué en valeur absolue de 50.2% entre 2005 et 2014.

Depuis toujours, L'Oréal a intégré le changement climatique comme faisant partie des enjeux prioritaires.

Le Groupe s'y est engagé à travers la fixation d'objectifs ambitieux, notamment la réduction de 60 % de ses émissions de CO₂ en absolu entre 2005 et 2020.

En pratique, les plans d'actions sont pilotés à l'échelle globale mais aussi locale :

- par un ensemble d'actions prises pour limiter les émissions dans l'air liées à son activité. Chaque usine et centrale de distribution s'efforce, de manière volontaire, de réduire ses émissions de gaz à effet de serre, grâce à différentes actions d'optimisation des process, de récupération d'énergie ou de production in situ d'énergies renouvelables. En 2014, L'Oréal, membre du CDP depuis 2003, a obtenu les scores de A pour sa performance et 98 pour la transparence et a associé 215 fournisseurs à cette démarche ;
- dans l'élaboration de ses produits, L'Oréal prend soin de limiter l'utilisation des ressources, aussi bien pour les produits que leurs emballages. Les actions de réduction à la source engagées par les équipes packaging ont permis d'économiser près de 470 tonnes de matériaux d'emballages en 2014, permettant une économie de 4070 tonnes depuis 2008.

Parce que la déforestation est une cause majeure d'émission de gaz à effet de serre, L'Oréal s'est engagé en 2014 à une politique « Zéro déforestation » visant à ce qu'en 2020 au plus tard, aucun de ses produits ne soient associés à la déforestation.

Dans le cadre de cette politique, L'Oréal veillera tout particulièrement à s'approvisionner de manière responsable pour les commodités telles que l'huile de palme et ses dérivés, le soja, le papier et le carton, identifiées comme des causes majeures de déboisement.

D'ici à 2020, L'Oréal continue à s'appuyer sur les certifications reconnues internationalement pour garantir des approvisionnements durables. Ainsi, en 2014 :

- 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 (www.rspo.org) ;
- 100% des approvisionnements brésiliens en huile de soja sont certifiés bio et équitables ;
- 97,9% des approvisionnements en papier et carton des emballages sont certifiés (notamment FSC, PEFC).

Concernant l'huile de palme et ses dérivés, conscient des limites du modèle actuel de certification pour lutter contre la déforestation, L'Oréal a décidé d'aller plus loin avec ses fournisseurs :

- en les interrogeant sur l'origine géographique précise de leurs approvisionnements ;
- en accompagnant les plus stratégiques d'entre eux dans la cartographie des risques de déforestation dans leurs supply-chain ;
- et en intensifiant ses missions exploratoires en Indonésie et en Malaisie afin d'identifier quels projets mettre en œuvre avec ses partenaires en soutien aux petits planteurs indépendants.



POUR PLUS D'INFORMATIONS SUR LES ACTIONS D'APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE, CONSULTEZ L'APPROCHE MANAGÉRIALE SUR LA BIODIVERSITÉ AU SEIN DE CE RAPPORT.

➤ Effluents et Déchets

L'activité industrielle du Groupe contribue à la génération de déchets (solides, liquides). Ces derniers doivent être traités dans les meilleures conditions. L'Oréal applique, depuis plusieurs années, une ambitieuse politique de gestion des déchets. Celle-ci va au-delà de la conformité réglementaire et de la prévention des risques environnementaux elle porte sur la prévention, le recyclage et la réutilisation des déchets, ainsi que sur la récupération de l'énergie pour éviter l'envoi des déchets dans les décharges.

Le programme *Sharing Beauty With All*

D'ici à 2020, à travers le pilier «Produire Durablement», L'Oréal s'engage à réduire de 60% sa génération de déchets par unité de produit fini par rapport à 2005 et à atteindre le zéro déchet envoyé en décharge.

L'Oréal comptabilise dans les déchets transportables tout ce qui sort d'une usine ou d'une centrale et qui n'est pas un produit fini ou semi fini (par exemple, sont concernés pour une usine, les emballages des matières premières ou d'articles de conditionnement, des boues des stations de traitement des effluents, des palettes cassées, etc...). Les déchets transportables n'incluent pas les déchets résultant de travaux d'ampleur exceptionnelle dans les sites (par exemple, gravats et autres matériaux évacués lors de travaux).

Afin d'améliorer le système de suivi de la performance déchets et de comptabiliser de façon exhaustive les déchets générés par l'utilisation des emballages navettes, un nouveau système de comptabilisation à la source des emballages navettes a été mis en œuvre avec les fournisseurs du Groupe en 2014. L'Oréal comptabilise ainsi à la source le poids de ses emballages navettes dans les déchets transportables, à charge pour chacun des sites d'en maximiser le nombre de rotations.

L'Oréal poursuit la comptabilisation des rotations d'emballages navettes, nécessaire au calcul de l'indice de valorisation. Par ailleurs, l'indicateur de performance déchet (g/PF hors emballage navette) prend en compte désormais la part matière des emballages navettes (hors palettes), comptabilisées à la source.

Le Groupe met également tout en œuvre pour limiter les déchets liés aux produits finis. L'Oréal a élaboré il y a plusieurs années une procédure interne définissant les ratios volume à respecter entre les différents niveaux d'emballages de ses produits finis, et ce dans le but de limiter l'impact environnemental de l'emballage ainsi que son impact déchet en fin de vie. Cette approche globale de réduction de l'empreinte environnementale des produits du Groupe a été étendue aux emballages servant à livrer les articles de conditionnement aux usines ou à livrer les produits finis des usines vers les centres de distribution. A cet effet, une procédure de conception de ces emballages de transport a été définie, prenant systématiquement en compte l'impact déchet du scénario d'emballage au plus tôt dans le processus de développement, et un outil spécifique d'analyse de cycle de vie simplifié a été déployé.

➤ AMÉLIORATION DE LA QUALITÉ DES REJETS

Environ la moitié des usines de L'Oréal dispose de stations de traitement des effluents in situ. Celles-ci utilisent diverses méthodes, notamment des processus physiques, chimiques et biologiques, adaptées aux caractéristiques des effluents et aux conditions locales de rejet.

En 2014, Le Groupe a réduit sa génération globale de DCO (la Demande Chimique en Oxygène) de 8 % en tonnes par le prétraitement d'effluents industriels sur place avant rejet vers les stations municipales.

➤ *Produits et services*

L'Oréal en tant qu'entreprise responsable se doit de prendre en compte les impacts de ses produits sur l'environnement : la fabrication de ces derniers consomme en effet des ressources (matières, eau, énergie) et génère des déchets. C'est pourquoi le Groupe a pris en considération depuis des années les impacts de la conception et de la fabrication des produits et s'est engagé à les réduire.

➤ **RÉDUCTION DE L'IMPACT DES MATIÈRES PREMIÈRES ET DES PRODUITS SUR L'ENVIRONNEMENT ET SUR LES ÉCOSYSTÈMES AQUATIQUES**

Depuis 1995, date de création de son laboratoire d'écotoxicologie, L'Oréal a développé une expertise sur les impacts potentiels de ses produits cosmétiques sur les milieux aquatiques.

Pour L'Oréal, il est en effet primordial d'anticiper et de minimiser l'impact potentiel des ingrédients utilisés sur les milieux naturels et notamment les écosystèmes aquatiques. Ainsi, dès la phase de conception des produits, les matières premières entrant dans leur formulation sont strictement sélectionnées.

Le programme *Sharing Beauty With All*

D'ici à 2020, à travers le pilier « Innover Durablement », le Groupe s'est engagé à ce que 100% des nouveaux produits démontrent un impact social ou environnemental positif.

L'Oréal a d'ailleurs créé un indice de performance écologique d'une formule cosmétique : l'empreinte eau (indice de performance d'une formule basé sur le profil environnemental de ses ingrédients en termes de biodégradabilité et d'écotoxicité).

L'amélioration du pourcentage de biodégradabilité et/ou de l'empreinte eau d'une formule est un vecteur essentiel de réduction des impacts.

Ainsi, en continuité avec la démarche de connaissance et d'amélioration du profil environnemental des ingrédients, engagée depuis 1995, les équipes de Recherche, travaillent à présent à l'amélioration de la biodégradabilité et de l'empreinte eau des formules.

Un ensemble d'outils d'éco-conception a été développé et déployé dans tous les laboratoires du Groupe.

Ainsi au quotidien, l'utilisation des matières premières à profil favorable est encouragée auprès des formulateurs. Les matières premières n'ayant pas d'impact prévisible sur l'environnement aquatique, ou encore les matières premières d'origine renouvelable, sourcées durablement ou respectant les principes de chimie verte, sont favorisées dès la conception des formules.

En 2014, pour 10 catégories de produits les formulateurs ont pu bénéficier, dès la conception des formules, du calcul d'empreinte environnementale.

➤ RÉDUCTION DE L'IMPACT DES EMBALLAGES

Depuis 2007, L'Oréal a mis en place une politique Emballage et Environnement basée sur 3 piliers : le Respect, la Réduction et le Remplacement. Cette politique s'accompagne d'un ensemble d'outils d'éco-conception développés et déployés dans tous les centres de Conception Packaging du Groupe.

Respect : L'Oréal a pour objectif que tous ses emballages en papier et carton proviennent de forêts gérées de façon responsable et certifiées (FSC ou PEFC). A ce jour, plus de 97,9% des emballages en papier et carton répondent à ce critère.

Par ailleurs, le seul label revendiqué sur les emballages est celui de *FSC (Forest Stewardship Council)*, dont L'Oréal est membre en France.

L'Oréal prolonge cette démarche dans sa chaîne d'approvisionnement, et au-delà des matériaux d'emballage ; L'Oréal encourage ses imprimeurs à faire certifier l'ensemble de leur domaine d'activité. A ce jour, 88% des imprimeurs de papier et 96% des imprimeurs d'étui le sont.

Pour tous les matériaux d'emballages utilisés, un programme de matériovigilance, mis en place il y a de nombreuses années, est supporté par un programme d'audits afin d'identifier et de corriger toute déviation très en amont au travers de plans d'action clairs et contrôlés.

Réduction : la réduction du poids et du volume des emballages, partie intégrante de la conception, est un axe majeur de progrès. Chaque année, des actions réalisées en la matière sont comptabilisées sous forme d'indicateurs. Entre 2008 et fin 2014, ce sont 4070 tonnes de matériaux d'emballages qui ont été économisées grâce aux actions de réduction à la source. Pour ce qui concerne le volume des emballages, en l'absence de réglementation internationale, L'Oréal a établi une procédure interne qui définit des ratios à respecter pour les différents niveaux d'emballages constitutifs d'un produit fini.

Par ailleurs, L'Oréal s'est doté d'outils spécifiques d'aide à la réalisation d'Analyses de Cycle de Vie (ACV) et à la réduction des impacts environnementaux des emballages de transport des articles de conditionnement et des produits finis.

Remplacement : conscient que les ressources non renouvelables ne sont pas pérennes, L'Oréal cherche des alternatives aux matériaux issus de ces ressources. Parmi les options à l'étude, une des solutions mises en œuvre par L'Oréal est l'utilisation de matériaux recyclés pour limiter l'usage de matériaux vierges. Un certain nombre de ses marques incorporent du plastique recyclé dans leurs flacons, allant jusqu'à 100 % (*Kiehl's, Garnier, L'Oréal Professionnel*), ou bien du verre recyclé dans leurs pots et flacons (*Vichy, Biotherm, Garnier...*). Plus de 4100 tonnes de matériaux vierges ont ainsi été économisées en 2014 grâce à l'utilisation de ces matériaux recyclés.

➤ Conformité

Des experts internes et externes visitent régulièrement les sites de production et de distribution de L'Oréal pour évaluer la conformité de leurs opérations aux règles Groupe, leurs progrès et les risques éventuels qu'ils présentent. Des audits sont également réalisés par des tiers sur les sites des fournisseurs selon les mêmes critères que ceux utilisés pour les entités du Groupe.

L'Oréal dispose d'un programme d'audits EHS exhaustif, qui comprend des audits de risques, des « Audits Culture », des audits mixtes Risques et Culture, des visites de prévention Assurance, des audits immobiliers et des audits de sous-traitants.

1 - Audits de risques :

Ils ont deux objectifs principaux :

- assurer que les équipements techniques, les procédés et les modes opératoires mis en œuvre par le management et confiés aux collaborateurs, ne comportent pas de risque d'atteinte à l'environnement, à leur santé et sécurité ;
- donner à la Direction Générale du Groupe une connaissance objective de la maîtrise des risques dans les domaines EHS sur les sites L'Oréal et apporter l'assurance qu'ils sont sous contrôle.

Ces audits couvrent depuis 3 ans l'ensemble des activités internationales et sont menés par des experts indépendants. En règle générale, une équipe de trois ou quatre auditeurs est mobilisée pendant environ cinq jours pour évaluer une usine et environ trois jours pour une centrale de distribution, un site administratif ou un centre de recherche. En 2014, des audits de risques ont été réalisés dans 6 usines, 10 centrales de distribution, 2 sites administratifs et 2 centres de Recherche.

2 - Audits Culture EHS : lancé en 2009, le programme d'audit de culture EHS a pour vocation de mesurer et développer le « leadership » du management et la culture EHS en interne afin que l'EHS soit au cœur de la responsabilité de l'ensemble des managers opérationnels. Les « audits Culture » EHS sont initiés sur la base des performances d'un site et menés par des spécialistes EHS internes, par le biais d'entretiens de groupe auprès de 20 à 30 % du personnel du site. En 2014, des « audits Culture » EHS ont été menés dans 2 usines, 3 centrales de distribution et 2 centres de Recherche.

- 3 - Audits mixtes risques et culture.** Un nouvel audit combinant audit risques et audit culture a été mis en œuvre en 2013 auprès de 6 sites pilotes. En 2014, ce type d'audit a été déployé sur près de 42% des sites audités du Groupe (soit 20 sites sur les 47 audités).
- 4 - Visites de prévention assurance.** Par ailleurs, dans le cadre des polices d'assurances «incendie» et «environnement» du Groupe, des visites de préventions sont régulièrement réalisées par des experts de ses assureurs. En 2014, 11 usines et un site R&I ont été visitées dans 5 pays pour ce qui concerne les risques environnement (France, Indonésie, Japon, Chine, Afrique du Sud) et 17 sites pour ce qui concerne la prévention incendie.
- 5 - Audits immobiliers.** La Direction de l'Immobilier réalise chaque année et par rotation des audits du patrimoine immobilier de l'entreprise avec l'aide d'un cabinet extérieur. L'objectif de l'audit immobilier est de vérifier la mise en conformité des bâtiments eu égard aux procédures immobilières du Groupe, la bonne réalisation des opérations de rénovation ou d'extension et la bonne conservation du patrimoine. Depuis 2009, les audits comportent un volet « Qualité de l'air intérieur » et « Performance énergétique ». En 2014, 13 sites dans différents pays ont été audités.
- 6 - Audits de sous-traitants.** Les sous-traitants industriels sont soumis à des audits externes spécifiques EHS, s'ils fabriquent des familles de produits telles que les aérosols ou des produits inflammables. Autant que de besoin, des plans d'actions validés par une société externe sont requis et un audit de suivi est planifié.

77% des usines de L'Oréal, soit 33 sur 43, sont certifiées ISO 14001 et 74%, soit 32 sur 43, sont certifiées OHSAS 18 001 ou VPP.

Transports

L'Oréal dans le cadre de son activité transporte des produits à travers le monde. Le transport est une des causes importantes du changement climatique. A ce titre, le Groupe s'est engagé à réduire son impact environnemental et à réduire l'impact lié au transport de ses produits.

Le programme *Sharing Beauty With All*

L'Oréal s'est également engagé à diminuer les émissions de CO₂ de ses transports aval, sur un périmètre couvrant le transport de ses Produits Finis, pour le transport maîtrisé par L'Oréal. L'ambition pour 2020 est de diminuer de 20% le CO₂ émis /PF/Km sur ce périmètre, par rapport à une base 2011.

Le suivi de cet objectif 2020 se met en place graduellement, le Groupe a choisi d'utiliser la méthodologie suivante pour l'évaluation des émissions de CO₂ en transport :

Les données sont collectées par les responsables opérationnels qui calculent, valident l'ensemble des résultats de leur zone de responsabilité (entité, pays, zone, groupe) pour tous les flux transports maîtrisés par L'Oréal (depuis les centrales de distribution affaire vers les clients, depuis les centres de distribution industriels vers les centres de distribution affaires, entre les usines et les centres de distribution industriels)

Les outils de reporting mis en œuvre sont :

- Pour le calcul des émissions, un outil de reporting sur Excel défini en collaboration avec l'ADEME, cet outil est basé sur la définition du plan transport utilisé, du type de mode de transport, du type de vecteur transport utilisés, des facteurs d'émission de chacun de ces vecteurs (données ADEME).
- Pour la remontée des indicateurs, un outil de reporting de la direction des Opérations qui est Magnitude.

Depuis 5 ans, des audits réalisés chaque année par des organismes extérieurs vérifient le fonctionnement du reporting.

En 2014, le reporting actuel couvre environ 80% de l'ensemble des flux que le Groupe souhaite inclure dans le reporting :

- informations complètes pour l'Europe, l'Asie ;
- informations partielles pour l'Amérique du nord ;
- informations à fiabiliser pour l'Amérique latine et la Zamo.

La cible est d'atteindre une couverture de 90% en 2015 et 100% en 2016.

➤ Généralités

L'Oréal considère que les investissements et les dépenses en matière de protection de l'environnement font naturellement partie des efforts d'une société socialement responsable. Aussi, ces dépenses sont intégrées dans chaque projet opérationnel et ne sont pas comptabilisées séparément. Il est donc impossible de les consolider au niveau du Groupe.

Toutefois, L'Oréal consolide les dépenses liées au traitement des déchets. En 2014, celles-ci se sont élevées à 14,9 millions d'euros.

L'Oréal a souscrit un contrat d'assurance concernant les atteintes à l'environnement qui comporte un programme de visites de prévention sur 10 sites par an.

Chaque année, de nombreux projets liés à l'environnement sont menés par les sites qui en gèrent directement les investissements ou dépenses associées. Ces projets peuvent avoir comme origine une amélioration opérationnelle (qualité, sécurité, ou environnementale).

Ci-dessous des exemples de réalisations en 2014

- Construction de bâtiments selon des normes reconnues (HQE, LEED...)
- Construction de station d'épuration dans l'usine d'Afrique du Sud
- Équipement en éclairage LED sur plusieurs sites
- Installation d'une chaudière à bois et cogénération dans l'usine de Burgos (Espagne)
- Modifications d'équipements de fabrications afin de réduire les quantités d'eau chaudes utilisées pour leur lavage, entraînant une réduction de la consommation d'eau et de gaz (Programme pluriannuel)
- Déploiement de capteur photo voltaïque aux US et en Italie
- Développement en cours d'une installation de biomasse en Italie
- Mise en œuvre d'installation de traitement et de recyclage d'eau (Chine, France, Italie...)

Parmi les dépenses (non consolidées), voici quelques exemples :

- Cotisations pour le tri des emballages en fin de vie
- Exploitation de 24 stations d'épuration en interne
- Autres actions pour économiser de l'énergie, telles que l'installation de variateurs de vitesse sur certaines pompes, isolation thermiques de réseaux de fluides chauds, optimisation de la gestion de température des locaux, bouclage des circuits d'eau de pompes à vide...

➤ FORMATION À LA POLITIQUE EHS

Une formation ciblée est assurée sur la politique et les pratiques EHS de L'Oréal pour les managers et les professionnels du Groupe. Les objectifs sont les suivants :

- définir et partager la vision, les enjeux et les valeurs EHS à l'échelle du Groupe ;
- identifier les risques inhérents à un rôle, une tâche, un comportement ou à l'utilisation d'un équipement et mettre en place des mesures préventives et correctives adaptées ;
- permettre aux managers de mettre en œuvre efficacement la politique EHS.

La formation EHS expertise lancée en 2013 spécifiquement pour les équipes EHS a continué d'être déployée en 2014. 37 personnes ont déjà été formées en Europe, représentant 11 nationalités. Les managers continuent à être formés à la culture de sécurité, hygiène et environnement dans le monde entier : 161 managers et superviseurs ont participé à EHS Opérations, 69 top managers à Safety & Leadership.

Par ailleurs, dans le cadre du déploiement du programme « Ergonomic Attitude » à l'échelle du Groupe, 149 personnes ont été formées incluant experts, managers et employés. Cette formation a été développée et testée en 2012 avec un déploiement mondial en 2013. En 2014, 88 experts et 500 employés (managers, techniciens ...) ont été formés.

En 2014, un comité de gouvernance Ergonomic attitude a été lancé avec des représentants seniors du Groupe (des Opérations, de la R&I, du Marketing, de l'IT, des RH et des équipes EHS). Le rôle de ce comité est de déterminer la vision, les objectifs et les actions à déployer au sein du Groupe et d'assurer que le programme est bien en support de la démarche *Sharing Beauty with All*. Le comité se réunit deux fois par an et a déjà initié la Vision Statement, feuille de route 2020, dont le déploiement mondial débutera en 2015.

Évaluation environnementale des fournisseurs

L'évaluation environnementale des fournisseurs de L'Oréal fait partie de la responsabilité élargie du Groupe.

L'Oréal a parfaitement intégré la supply chain dans la compréhension de ses impacts environnementaux et dans les initiatives visant à les réduire.

Le programme *Sharing Beauty With All*

A travers le pilier « Partager notre croissance avec nos fournisseurs » le Groupe s'est engagé à ce que d'ici 2020, 100 % de ses fournisseurs stratégiques participent au programme de développement durable destiné aux fournisseurs.

Cela se traduit de la manière suivante :

- tous les fournisseurs stratégiques seront évalués et sélectionnés sur la base de leurs performances sur le plan sociétal et environnemental.
- tous les fournisseurs stratégiques auront procédé, avec le soutien du Groupe, à une auto-évaluation de leur politique en matière de développement durable.
- tous les fournisseurs auront accès aux outils de formation L'Oréal, destinés à optimiser leurs politiques en matière de développement durable.
- 20 % des fournisseurs stratégiques seront associés au programme *Solidarity Sourcing* présenté en 2012.

En complément des audits sociaux réalisés chez ses fournisseurs, et afin de s'assurer du respect de ces engagements sur l'ensemble de la chaîne de responsabilités, L'Oréal a initié un programme d'évaluation des fournisseurs stratégiques de leur politique en matière de développement durable. Cette évaluation, réalisée en partenariat avec le prestataire externe ECOVADIS est également intégrée dans l'axe RSE de la « fiche d'évaluation ».

À fin 2014, 92 fournisseurs ont ainsi fait évaluer par Ecovadis leurs politiques sociales, environnementales, éthiques, ainsi que leurs déploiements chez leurs propres fournisseurs. Cela représente plus de 50% des fournisseurs stratégiques du Groupe.

Mécanismes de règlement des griefs environnementaux

Les responsabilités en matière d'EHS sont clairement définies à tous les niveaux. Le Directeur EHS Groupe est rattaché au Directeur Général des Opérations de L'Oréal, lui-même rattaché au Directeur Général du Groupe. Il a en charge la mise en place et le déploiement de la politique EHS du Groupe, le développement et la mise en œuvre des stratégies et des plans d'actions pour les sites de production, les centrales, les centres de Recherche & Innovation, les sites administratifs et les boutiques.

La politique environnement du Groupe s'appuie sur un respect strict de la réglementation, des standards internes applicables dans tous ses sites, des processus opérationnels basés sur la prévention, la réduction et la réutilisation. Cette politique est accompagnée d'un reporting mensuel d'indicateurs détaillés qui permettent de contrôler l'évolution des résultats et de relever ainsi les anomalies et incidents, en conformité avec la norme ISO 14 001 (77% des usines de L'Oréal, soit 33 sur 43, sont certifiées).

Les incidents sont ainsi répertoriés et suivis par les managers EHS dans chacune des entités concernées.

Matières

EN1

Consommation de matières en poids ou en volume

En 2014, L'Oréal a réceptionné 326 000 tonnes de matières premières dans ses usines cosmétiques, utilisées pour la fabrication de ses produits - hors emballages. Pour des raisons de confidentialité, L'Oréal ne communique pas le tonnage de ses emballages. Plus de 25% des matériaux d'emballage utilisés dans les différents processus de production des produits L'Oréal en 2014 étaient d'origine renouvelable (bois, papier, carton, textile).

Concernant les formules, L'Oréal considère comme étant renouvelable, toute matière première dont le contenu en carbone est majoritairement d'origine végétale. À ce jour, 46 % des matières premières utilisées dans les formules du Groupe L'Oréal sont renouvelables.

EN2

Pourcentage de matériaux consommés provenant de matières recyclées

En 2014, L'Oréal a incorporé plus de 4100 tonnes de matière recyclée dans les emballages de ses produits finis, soit une hausse de consommation de 32% par rapport à 2013.

L'absence de filières de recyclage dans certains pays et le manque de fiabilité du sourcing mondial sont autant de limites à une plus large utilisation de matières recyclées. Les équipes internes mènent des projets long-termes en vue d'améliorer ce taux d'utilisation.

Pour ce qui concerne les emballages de transports (caisses carton), ces derniers contiennent entre 50% et 100% de fibres recyclées.

EN 3

Consommation énergétique au sein de l'organisation

L'ensemble de ces données sont exprimées en Giga Joules.

CONSOMMATION TOTALE DE COMBUSTIBLES PROVENANT DE SOURCES NON RENOUVELABLES

Gaz fossile	1 000 942 GJ
Fuel	31 893 GJ

CONSOMMATION TOTALE DE COMBUSTIBLES PROVENANT DE SOURCES DE COMBUSTIBLE RENOUVELABLES

Bois	38 292 GJ
Ethanol	19 015 GJ
Total	57 307 GJ

La consommation totale d'électricité	1 371 553 GJ
Dont produite sur site (origine renouvelable)	68 426 GJ
Dont achat d'origine renouvelable	698 486 GJ
Dont achat d'origine non renouvelable	604 641 GJ
La consommation totale de chaleur	95 082 GJ
Solaire thermique	1 281 GJ
Réseau de chaleur (Allemagne, Italie, Belgique, Espagne)	54 039 GJ
Dont chaleur Biomasse (Belgique)	24 994 GJ
Géothermie	14 768 GJ
La consommation totale de froid	0 GJ
La consommation totale de vapeur	57 784 GJ
La quantité totale d'électricité vendue	34 841 GJ
Vendue avec certificat garanti d'origine	435 GJ
Vendue sans certificat garanti d'origine	34 406 GJ
La quantité totale de chaleur vendue	0 GJ
La quantité totale de froid vendue	0 GJ
La quantité totale de vapeur vendue	0 GJ
La consommation totale d'énergie	2 589 834 GJ

EN 4 *Consommation en dehors de l'organisation*

Les consommations d'énergies en dehors de l'organisation, sont estimées pour les postes pertinents suivants :

- Voyages d'affaires 2 124 000 GJ.
- Transport et distribution en aval 2 310 000 GJ.
- Utilisation des produits vendus : 58 099 000 GJ.
- Traitement des produits vendus en fin de vie : 892 000 GJ.

Ces consommations sont celles qui ont été utilisées pour calculer les différentes catégories du scope 3, en suivant la méthodologie du GHG Protocol et en utilisant fichier de calcul de l'Association Bilan Carbone ⁽¹⁾.

En particulier, les hypothèses suivantes ont été prises en compte :

● **Pour les déplacements professionnels :**

- > Voiture : 10 kWh PCI / litre de gasoil
- > Avion : FE : 0,311 kg CO₂ / kWh PCI (donnée fichier excel de l'association Bilan Carbone)
- > Train : consommation de gasoil au prorata des émissions de CO₂ des voitures

● **Pour le transport aval :**

Nous avons considéré un ratio de 10 GJ / T de CO₂, ce ratio étant issu du déplacement en voiture, utilisant aussi du gasoil.

EN 5 *Intensité énergétique*

Comme la plupart des indicateurs environnementaux du Groupe, L'Oréal suit l'intensité énergétique (kWh/PF) en divisant les consommations totales d'énergie des usines et des centrales de distribution (électricité, gaz, fuel, vapeur, chaleur) par le nombre de produits finis réalisés par les usines du groupe.

<i>Intensité énergétique</i>	2010	2011	2012	2013	2014
kWh / 1000PF	158	145	145	142	133 

(1) Il s'agit d'estimations calculées à partir de données récoltées en 2013. Les résultats pour 2014 ne seront disponibles que l'année prochaine. En outre, la méthode de calcul de ces estimations a été revue afin de pouvoir fournir des chiffres encore plus proches de la réalité. Ce point explique donc la forte évolution de certains chiffres par rapport aux chiffres publiés en 2013, basés sur des données de 2012.

EN 6 *Réduction de la consommation énergétique*

L'Oréal met en place des projets visant à optimiser son activité : redéfinition des processus (ex. : construction d'une centrale à Roye en 2010 permettant d'optimiser les transports, économie d'énergie en optimisant la production de l'air comprimé, installation de LED, isolation de bâtiments, renforcement de l'isolation des réseaux vapeur dans les usines, récupération de chaleur, amélioration de la production en terme d'efficacité globale), conversion et adaptation des équipements et changements de comportement du personnel.

Pour estimer l'amélioration globale, tandis que l'activité du Groupe reste inchangée (production de cosmétiques), l'équipe Environnement a calculé le rapport GJ/million d'unités produites. Elle a constaté que l'efficacité globale a progressé de 15,4 % sur 5 ans. Pour calculer la quantité d'énergie économisée, elle a appliqué cette progression à la consommation énergétique globale.

	2010	2011	2012	2013	2014
Millions de produits finis	5 062,8	5 154,9	5 241,0	5 598,1	5 397,7 
Consommation énergétique totale	2 871 700	2 687 803	2 739 623 GJ	2 863 783 GJ	2 589 834 GJ 
GJ par million de produits finis	567,2	521,4	522,7	511,6	479,8 
Evolution de l'efficacité globale sur 5 ans (2010-2014)	- 15,4 %				
Énergie économisée grâce à la conservation et aux améliorations	471 747 GJ				

De nombreuses initiatives sont prises pour réduire les consommations d'énergie indirecte :

L'ORÉAL IMPLIQUE SES FOURNISSEURS DANS LA RÉDUCTION DE LEUR CONSOMMATION D'ÉNERGIE

Dès 2010, L'Oréal a identifié et développé, en partenariat avec un fournisseur verrier, une source de verre recyclé post-consommateur de qualité cosmétique et apte au contact alimentaire, conformément aux exigences de qualité du Groupe pour ses emballages. Afin de ne pas nuire à l'esthétique, de satisfaire à l'équation économique et de garantir la pérennité de la ressource pour l'ensemble des productions concernées, ce verre recyclé est désormais incorporé à hauteur de 20 à 30 %. L'utilisation de verre recyclé (ou calcin) chez les verriers permet de réduire de façon significative la température nécessaire pour faire fondre le verre. Ainsi, en incorporant ce de verre recyclé post-consommateur dans les pots soin de marques majeures du Groupe (*Vichy, Biotherm, Garnier...*) la température du four et la quantité d'énergie nécessaire ont baissé de façon significative (de 4 à 10%).

Par ailleurs, dans le domaine de la bureautique, l'innovation technologique et la mutualisation de certains équipements sont un levier qui permet à L'Oréal de mettre en place de nouvelles organisations qui conduisent à une baisse de la consommation d'énergie.

INITIATIVES POUR RÉDUIRE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE LIÉE AUX SYSTÈMES D'INFORMATION : SALLES INFORMATIQUES ET CENTRES DE DONNÉES

L'Oréal (DOSI) poursuit la consolidation de l'ensemble de ses Infrastructures IT critiques dans 3 Data-Center Worldclass et continue de mettre l'accent sur l'efficacité énergétique de ses centres de données. Ces centres sont essentiellement externalisés auprès de partenaires qui ont été sélectionnés en particulier sur leur engagement environnemental et présentant une politique de réduction de l'empreinte carbone reconnue par le marché. Par exemple, pour son nouveau Data-Center Worldclass, localisé en Ile - de - France, qui héberge près de 40 % des infrastructures IT critiques du Groupe, L'Oréal a sélectionné 2 partenaires spécialistes de l'hébergement informatique. Ces 2 acteurs sont reconnus pour leur mise en œuvre de solutions d'optimisation énergétique à l'état de l'art : mesure et contrôle du PUE, architecture optimisée pour le refroidissement (freecooling), augmentation de la température des salles, etc.

De plus, dans le cadre de sa stratégie Data-Center et consolidation des infrastructures IT, les équipes IT du Groupe veillent à optimiser l'utilisation des matériels IT (serveurs et composants d'infrastructures divers) afin d'améliorer les ratios d'efficacité énergétiques.

Toutefois, le Groupe ne dispose pas à ce jour de mesures précises et d'indicateurs sur les gains obtenus en matière de réduction d'énergie.

▶ CHOIX ET ÉVOLUTION DES ÉQUIPEMENTS INFORMATIQUES (PC/IMPRIMANTES, SERVEURS ET COMPOSANTS D'INFRASTRUCTURE IT) POUR RÉDUIRE LEUR CONSOMMATION D'ÉNERGIE

Dans le cadre de sa politique achats et pour ce qui concerne les équipements IT, L'Oréal privilégie la sélection de matériels et d'équipements ayant des labels environnementaux en terme de consommation d'énergie du type : *Labels TCO et Energy Star Label...* Ce critère est maintenant systématiquement pris en compte lors des appels d'offre.

Le remplacement des ordinateurs actuels (PC et serveurs) par des nouveaux modèles permet en moyenne un gain de l'ordre de 20 à 30 % en matière de réduction de consommation d'énergie.

L'évolution progressive du parc des 65 000 PC du Groupe au profit des laptops (35% Desktop vs 65% laptops) diminue la consommation d'énergie globale en capitalisant sur la faible consommation des équipements mobiles.

Le remplacement des imprimantes individuelles par des équipements d'impression partagés ainsi que le déploiement progressif de nouvelles technologies telle que le remplacement des téléphones par des équipements plus légers connectés aux ordinateurs, permettent une diminution significative de la consommation de papier et de l'empreinte énergétique avec un meilleur service pour l'utilisateur final.

Des solutions permettant de mettre automatiquement et systématiquement en sommeil tous les équipements IT (PC serveurs) qui ne sont pas actifs ont été déployées sur certains sites.

▶ INITIATIVES IT POUR RÉDUIRE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE LIÉE AU TRANSPORT DES COLLABORATEURS

La dynamique de déploiement des outils de communication et de collaboration à distance démarrée en 2010 s'intensifie. Chaque modernisation de campus s'accompagne de l'installation d'un package complet standard comprenant les équipements informatiques et les outils de communication nécessaires – messagerie, messagerie instantanée (Chat), Audioconférence et Web Conferencing etc.

Les statistiques d'usage dans le Groupe pour l'audioconférence et pour la web conférence ont très significativement augmenté depuis 2010.

Le Groupe dispose déjà de près de 200 salles de réunion équipées en solution de vidéo - conférence classique. Celles-ci sont progressivement remplacées depuis 2013 par des équipements (vidéo haute définition HD). Cette nouvelle technologie permet d'augmenter l'usage et la pratique de la visioconférence dans le Groupe grâce à l'amélioration très significative de la qualité de service fournie aux utilisateurs. En effet, avec cette nouvelle technologie, la fiabilité de la communication télécom ainsi que le son et l'image sont très supérieurs aux solutions existantes.

Les 12 salles de téléprésence réparties dans le monde permettant la réalisation de visioconférences dans des conditions d'immersion totale sont très largement utilisées.

Les 60 nouvelles salles de VISIO HD de dernière génération déployées ces trois dernières années sont plébiscitées par les utilisateurs et font apparaître des taux d'usage de plus de 5h/jour pour certaines d'entre elles.

L'impact du déploiement de ces nouvelles technologies et outils sur la réduction des voyages et donc indirectement sur la consommation d'énergie commence à être significatif et les premiers indicateurs factuels de cet impact devraient apparaître en 2015.

EN 7

Réduction des besoins énergétiques des produits et des services

Le Groupe L'Oréal s'est engagé à utiliser efficacement l'énergie, réduisant ainsi les besoins énergétiques de la fabrication de ses produits et services associés.

▶ PROJET BUS (BETTER UTILITIES FOR SUSTAINABILITY)

Le projet BUS est un projet pilote à l'échelle du Groupe mené par les Directeurs d'exploitation, qui s'appuie sur toute l'expertise au sein de L'Oréal pour identifier des méthodes, des solutions techniques et des bonnes pratiques pour les processus de nettoyage, de refroidissement et de compression de l'air et autres processus dans les usines.

A ce jour, 11 bonnes pratiques ont été identifiées pour améliorer notamment le rendement énergétique, celles-ci sont accompagnées de recommandations techniques et déployées dans tout le Groupe.

Par ailleurs, **L'Oréal implique ses fournisseurs dans la réduction de leur consommation d'énergie.** Dès 2010, L'Oréal a identifié et développé, en partenariat avec un fournisseur verrier, une source de verre recyclé post-consommateur de qualité cosmétique et apte au contact alimentaire, conformément aux exigences de qualité du Groupe pour ses emballages. Afin de ne pas nuire à l'esthétique, de satisfaire à l'équation économique et de garantir la pérennité de la ressource pour l'ensemble des productions concernées, ce verre recyclé est désormais incorporé à hauteur de 20 à 30 %. L'utilisation de verre recyclé (ou calcin) chez les verriers permet de réduire de façon significative la température nécessaire pour faire fondre le verre. Ainsi, en incorporant ce verre recyclé post-consommateur dans les pots soin de marques majeures du Groupe (Vichy, Biotherm, Garnier), la température du four et la quantité d'énergie nécessaire ont baissé de façon significative (de 4 à 10%).

Eau

EN 8

Volume total d'eau prélevé par source

Une part importante de l'eau consommée dans les usines de L'Oréal est destinée au nettoyage des équipements de production et des lignes de conditionnement afin de respecter des normes d'hygiène très rigoureuses. Ceci représente 34 % de toute la consommation d'eau des sites industriels.

Dans le cadre de *Sharing Beauty With All*, l'Oréal s'est engagé, d'ici à 2020, à porter à 60% la réduction de sa consommation d'eau en litre par produit fini par rapport à 2005, initialement fixée à 50%.

Au cours des 10 dernières années (2005-2014), la consommation d'eau par produit fini a été réduite de 36 % et la consommation en valeur absolue a diminué de 22,4 %, alors que la production (hors usines matières premières) a augmenté de 21,2 %.

En 2014, la consommation d'eau par produit fini a été réduite de 12,8% et la consommation globale d'eau dans les usines et les centrales de distribution a été réduite de 15,9 % par rapport à 2013, tandis que la production a baissé de 3,6% en unités. La consommation totale en 2014 est de 2495 milliers de m³.

Le volume total d'eau prélevé par l'ensemble des usines et centrales du Groupe, en mètres cubes annuels (m³/an), se répartit de la manière suivante :

Volume total d'eau prélevée par source	2012 (en m ³)	2013 (en m ³)	2014 (en m ³)
Eau de surface, y compris l'eau des milieux humides, des rivières, des lacs et des mers, nappe phréatique	297 204	280 115	255 543
Eau pluviale collectée directement et stockée par l'organisation rédactrice du rapport	volume négligeable	volume négligeable	volume négligeable
Eaux usées provenant d'une autre organisation	0	0	0
Eau du réseau municipal ou d'autres fournisseurs d'eau	2 627 363	2 688 442	2 235 683
Total	2 924 567	2 968 557	2 491 226 ✓✓

POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA GESTION DE L'EAU, CONSULTEZ LA RUBRIQUE 6.3.3 « L'UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES » PAGE 238 ET SUIVANTES DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014

EN 9

Sources d'approvisionnement en eau très touchées par les prélèvements

Les usines du Groupe s'alimentent en eaux majoritairement par des réseaux d'eaux. Aucune usine du Groupe ne prélève directement de l'eau d'une eau de surface (milieux humides, rivières et mers).

Aucune source d'approvisionnement en eau n'est significativement touchée par les prélèvements. Les usines de production sont généralement implantées en zone urbaine, dans des agglomérations supérieures à 30 000 habitants. Le volume de prélèvement moyen d'un site de formulation correspond au volume prélevé par 1 000/1 500 habitants (130 l/habitant/jour) : c'est-à-dire que le besoin en eau de l'usine est inférieur à 5 % de la consommation de l'agglomération et donc n'affecte pas les sources d'approvisionnement en eau de manière significative.

Aucune usine de production du Groupe ne se retrouve dans une zone Ramsar.

Moins de 11 % des produits du Groupe sont fabriqués dans des pays qui souffrent d'un stress hydrique. Pour l'identification des zones de stress hydriques, le Groupe utilise le WBCSD Global Water Tool.

EN
10

Pourcentage et volume total d'eau recyclée et réutilisée

Afin d'atteindre l'objectif du Groupe de réduction de sa consommation d'eau (moins 60 % entre 2005 et 2020, en litre/Produit Fini), L'Oréal met en œuvre plusieurs dispositions.

L'une d'entre elles est de recycler l'eau afin de la réutiliser pour certains usages. Le recyclage des eaux de refroidissement est un standard technique mis en œuvre depuis plus de 20 ans, grâce à une boucle d'eau qui alimente les cuves de fabrication.

Pour aller plus loin, plusieurs projets de traitement poussé des effluents industriels sont déployés dans plusieurs usines, afin de réutiliser cette eau pour des usages le permettant. Les Deux projets réalisés en 2012 et 2013 sont maintenant opérationnels :

- dans l'usine de Montréal, une partie de l'eau de lavage des équipements qui est utilisées est remplacée par de l'eau recyclée, traitée avec des systèmes membranaires ;
- dans l'usine de Pune, Inde, les eaux usées et les rejets des dispositifs de déminéralisation de l'eau de ville sont traitées par un procès biologique puis purifiées par un système membranaire. L'eau traitée peut être réutilisée pour la production de la vapeur ou comme appoint pour l'eau de refroidissement.

En 2014, l'usine de Suzhou (Chine) a mis en place une installation qui permet de traiter les eaux industrielles afin de pouvoir les réutiliser comme eau de lavage des outils de production.

EN 11

Sites opérationnels détenus, loués ou gérés dans des aires protégées ou y étant adjacents, ainsi qu'en zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées

Aucune usine du Groupe n'est située dans une zone protégée.

13 usines sont situées à moins de 10 km de zones recensées UICN de catégories majoritairement IV et V, et un site est situé à moins de 10 km de zones recensées UICN de catégories I (Montréal à 9,6 km)⁽³⁾.

Seule une usine (Allemagne) est située à moins de 1 km de distance d'une zone protégée ⁽⁴⁾.

➤ PRISE EN COMPTE DE LA BIODIVERSITÉ LORS DE L'IMPLANTATION D'UN NOUVEAU SITE L'ORÉAL

L'Oréal prend en compte le respect de la biodiversité lors du choix du lieu d'implantation d'une nouvelle entité, grâce à plusieurs outils. Le « Guide de conception et de construction durables », destiné à tous les managers ayant une responsabilité dans les domaines immobiliers, comporte des exigences sur le respect de la biodiversité et préconise le maintien ou la restauration des habitats naturels existants. Par exemple sur un terrain dont la biodiversité a été dégradée avant même l'arrivée d'une entité L'Oréal, il est recommandé dans le Guide d'y restaurer la biodiversité et d'augmenter la valeur écologique du site en y plantant des espèces indigènes ou adaptées.

De plus, lors d'un projet de nouveau site, il est recommandé d'élaborer une étude d'impact environnemental globale dès la phase de conception (l'objectif étant de minimiser l'impact négatif du projet sur l'environnement et la santé), et faire évoluer cette étude en adaptant le projet aux conditions imposées par le site et son environnement.

Lors de l'acquisition d'un terrain ou de bâtiments par le Groupe, une « due diligence » est réalisée. Au cours de l'exploitation, la politique du Groupe est de prendre toutes les mesures préventives décrites dans des documents internes afin d'éviter une pollution des sols ou des eaux pluviales. Ces dispositions sont vérifiées lors des audits et des visites de ses assureurs. Enfin, lors de la cession d'un site, une évaluation de la pollution est réalisée selon une procédure interne.

➤ EXIGENCES DE L'ORÉAL CONCERNANT L'UTILISATION DES SOLS

Dans son Guide de Conception et de Construction durables, L'Oréal décrit les exigences relatives à l'utilisation des sols :

Réduire l'impact de la construction sur l'environnement par exemple en utilisant une zone déjà développée industriellement, voire sur un site industriel existant ou une friche industrielle.

Si possible, le site devra être sur un terrain situé à plus de 30 m de toute zone humide (mer, étangs, lacs, rivières...).

Le site évitera des terrains situés sur des espaces naturels, espaces verts publics, terrains abritant des espèces menacées ou en voie de disparition, ou toute autre zone non développée (par exemple : terres agricoles...).

- Réhabiliter les sites impactés par une pollution (friche industrielle), où le développement est plus difficile en raison de la contamination environnementale (réelle ou perçue comme telle), évitant ainsi la construction sur les terrains naturels ou non développés.
- Prévenir l'érosion du sol qui peut résulter du ruissellement des eaux pluviales ou de l'érosion par les vents pendant la construction, entre autres en protégeant la couche de terre arable stockée pour permettre sa réutilisation.
- Maintenir ou restaurer les habitats naturels existants et la biodiversité.
- Maximiser la superficie d'espaces verts sur le site (même au-delà de la réglementation locale). Minimiser les surfaces imperméables ou espaces naturels.

(3) Ces données ont été évaluées sur la base de résultats obtenus en 2014 par rapport à l'année 2013.

(4) Ibid.

Description des impacts substantiels des activités, produits et services sur la biodiversité des aires protégées ou des zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées

IMPACTS POTENTIELS LIÉS À LA SÉLECTION ET À L'UTILISATION DES MATIÈRES PREMIÈRES RENOUVELABLES

La préoccupation constante du Groupe pour l'approvisionnement de ses matières premières est, au-delà des préoccupations de qualité, de garantir une valorisation responsable de la Biodiversité par la démarche suivante :

- en augmentant la part des matières premières d'origine renouvelable ;
- en s'assurant que leur approvisionnement est effectué de manière responsable ; dans le cadre de ses Engagements 2020, L'Oréal s'est engagé à ce que 100 % de ses Matières Premières renouvelables proviennent de sources durables (d'ici à 2020) ;
- en s'engageant à horizon 2020 à ce qu'aucune des commodités (palme, soja et papier carton) ne contribue à la déforestation. Publié en janvier 2014, cet engagement peut être consulté sur www.loreal.com.

L'utilisation de matières premières renouvelables peut en effet présenter certains enjeux écologiques et sociaux qui doivent être traités tout au long de la chaîne d'approvisionnement afin d'assurer un approvisionnement responsable, respectueux de la biodiversité.

En 2014, 100 % des matières premières renouvelables utilisées par le Groupe ont été réévaluées selon des critères tels que le respect de la biodiversité et la contribution au développement socio-économique sur les territoires d'origine.

Depuis 2013, L'Oréal considère comme étant renouvelable, toute matière première dont le contenu en carbone est majoritairement d'origine végétale.

À ce jour, 46 % des matières premières utilisées par le Groupe L'Oréal sont renouvelables. Cela représente plus d'un millier d'ingrédients issus de près de 300 espèces végétales provenant d'une soixantaine de pays.

Sur les 300 espèces végétales qui sont à l'origine des matières premières renouvelables utilisées par le Groupe, moins de 10 % (en nombre) présentent de forts enjeux de Biodiversité (mesures de protection, impact de la production sur les milieux naturels) en fonction de leur provenance géographique, de leur mode d'extraction ou de production, elles font l'objet de plans d'actions correctifs engagés avec les fournisseurs et avec l'appui systématique de tiers externes indépendants, afin de gérer les impacts réels sur les territoires d'origine des ingrédients.

Aujourd'hui 94% des matières premières renouvelables représentant les plus forts volumes d'achat du groupe, et dérivant des espèces identifiées comme les plus sensibles, ont fait l'objet de plans ou d'actions d'amélioration avec les fournisseurs concernés afin d'assurer un approvisionnement durable.

IMPACTS POTENTIELS LIÉS AUX ACTIVITÉS DES SITES DE PRODUCTION DE L'ORÉAL

Aucune usine n'est située dans une zone protégée et seule une usine (Allemagne) est située à moins de 1 km de distance d'une zone protégée. L'impact direct de l'activité de L'Oréal sur les aires protégées est donc faible⁽⁵⁾.

GESTION DES IMPACTS LIÉS À L'UTILISATION DES PRODUITS

Au-delà de la gestion des effluents sur ses sites de production, L'Oréal veille tout particulièrement à l'impact de ses produits sur les milieux aquatiques après usage chez le consommateur.

Depuis 1995, date de création de son laboratoire d'écotoxicologie, L'Oréal a développé une expertise sur les impacts potentiels de ses produits cosmétiques sur les milieux aquatiques.

En 2013, L'Oréal a d'ailleurs développé un indice de performance écologique d'une formule cosmétique. Une méthode de calcul de l'Empreinte Eau spécifique aux produits cosmétiques, en particulier rincés, a été appliquée (indice de performance d'une formule basé sur le profil environnemental de ses ingrédients en termes de biodégradabilité et d'écotoxicité aquatique).

L'amélioration du pourcentage de biodégradabilité et/ou de l'Empreinte Eau d'une formule est un vecteur essentiel de réduction des impacts.

Ainsi, en continuité avec la démarche de connaissance et d'amélioration du profil environnemental des ingrédients engagée depuis 1995, les équipes de Recherche & Innovation travaillent à présent à l'amélioration de la biodégradabilité et de l'Empreinte Eau des formules.

La biodégradabilité moyenne des shampoings ainsi que des gels douche en 2014 est de 89 %.

⁽⁵⁾ Ces données ont été évaluées sur la base de résultats obtenus en 2014 par rapport à l'année 2013.

NOMBRE TOTAL D'ESPÈCES MENACÉES FIGURANT SUR LA LISTE ROUGE MONDIALE DE L'UICN ET SUR SON ÉQUIVALENT NATIONAL ET DONT LES HABITATS SE TROUVENT DANS DES ZONES AFFECTÉES PAR DES ACTIVITÉS, PAR NIVEAU DE RISQUE D'EXTINCTION

Sur la base des informations disponibles, les espèces figurant sur la Liste rouge mondiale de l'UICN et potentiellement impactées par les activités d'approvisionnement en matières premières de L'Oréal sont les suivantes :

<i>Botanical name</i>	<i>UICN RedList status</i>	<i>Country of origin of Raw Material</i>	<i>Biomass production method</i>
Anthemis Nobilis (Syn. Chamaemelum Nobile)	Least Concern	France	Cultivated - Organic & Fair Trade
Astragalus Membranaceus (Syn. Astragalus Mongholicus)	Least Concern	China	Wild
Cupressus Sempervirens	Least Concern	France	Cultivated- Organic & Fair Trade
Haberlea Rhodopensis	Least Concern	Switzerland	Cultivated Organic
Lavandula Angustifolia	Least Concern	France	Cultivated Organic
Picea Mariana	Least Concern	Canada	Cultivated
Pinus Clausa, Glabra, Serotina, Virginiana,	Least Concern	United States Of America	Cultivated
Aesculus Hippocastanum	Near Threatened	Europe	Cultivated
Bertholletia Excelsa	Vulnerable	Peru	Wild & Fair Trade
Butyrospermum Parkii (Syn. Vitellaria Paradoxa)	Vulnerable	Burkina Faso	Wild & Fair Trade
Canarium Luzonicum	Vulnerable	Philippines	Wild & Sustainable
Magnolia Liliflora (Syn. Magnolia Wilsonii)	Endangered	China	Cultivated
Pinus Palustris	Endangered	United States Of America	Cultivated

Le statut réglementaire et écologique des matières premières cosmétiques élaborées à partir de ces espèces listées est périodiquement vérifié avec les fournisseurs concernés (nom botanique, origine géographique précise, mode d'obtention de la biomasse). L'objectif est d'une part de garantir la conformité réglementaire des approvisionnements et d'en limiter l'impact éventuel sur les espèces et/ou leur écosystème d'origine.

Dans le cadre des engagements pour un sourcing durable des matières premières renouvelables, l'ensemble des matières premières issues de ces espèces feront l'objet d'un plan d'action spécifique d'ici 2020 au plus tard, afin d'en garantir un approvisionnement durable avec les fournisseurs.

Certaines, les plus importantes pour le Groupe ont déjà fait l'objet d'actions spécifiques avec les fournisseurs concernés et des garanties de sourcing responsable sont en cours d'obtention, comme la mise en place de plans de gestion durable de la ressource, des mesures d'impact ou d'éventuelles certifications volontaires obtenues.

Pour les autres moins stratégiques et souvent consommées à de très faibles volumes, les plans d'actions ont été différés et si possible certains pourront consister à les remplacer.

EN 13 *Habitats protégés ou restaurés*

▶ RESTAURATION DE LA BIODIVERSITÉ SUR LES SITES

Lors de la construction de nouveaux sites, la restauration d'un habitat dégradé fait partie des objectifs inscrits dans le « Guide de conception et de construction durable ». Par exemple sur un terrain dont la biodiversité a été dégradée avant même l'arrivée d'une entité L'Oréal, il est recommandé d'y restaurer la biodiversité et d'augmenter la valeur écologique du site en y plantant des espèces indigènes ou adaptées.

On peut citer des exemples concrets d'actions de protection ou de restauration de la biodiversité autour des sites L'Oréal. Sur le campus de Recherche de Chevilly en France, des observations écologiques ont été faites à partir de protocoles scientifiques, sous la direction du Muséum National d'Histoire Naturelle de Paris ; le diagnostic de la biodiversité du site a consisté en l'inventaire faunistique et floristique de différents groupes d'espèces : flore, oiseaux et insectes pollinisateurs, données qui ont été complétées par les écologues d'un bureau d'études spécialisé qui ont réalisé des observations complémentaires sur les chiroptères. Des analyses à partir de ces observations ont été menées pour caractériser la biodiversité présente sur le site, ce qui a conduit à des préconisations en termes d'aménagement et de gestion afin de pérenniser et de développer la biodiversité présente sur le site.

De même, sur un site de production basé en Touraine, un partenariat avec une association d'apiculteurs a permis d'installer des ruches sur le terrain de l'usine, planté de fleurs mellifères, et à en observer l'activité via la mise en place d'indicateurs de suivi.

▶ AUTRES OPÉRATIONS VOLONTAIRES DE RESTAURATION DE LA BIODIVERSITÉ, HORS SITES

Entre 2000 et 2008, dans le cadre d'un partenariat avec l'ONF, Ushuaïa a soutenu la restauration de quatre arboretums qui ont été enrichis de nouvelles espèces et participé à la création d'une grande Réserve Biologique au cœur du massif de l'Esterel, destinée à renforcer la protection de sa flore et de sa faune.

En 2012, la marque *Biotherm* dans le cadre de ses engagements de marque en faveur du respect de la biodiversité aquatique, a soutenu *Mission Blue*, organisation mondiale de défense des océans fondée par l'océanographe Sylvia Earle, dont l'objectif est de financer une réserve marine dans la Mer de Ross, menacée par la pêche industrielle et le changement climatique.

▶ POUR PLUS D'INFORMATIONS SUR L'ENGAGEMENT DE BOTHERM, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « SENSIBILISER LES CONSOMMATEURS À DES MODES DE VIE DURABLES » EN PAGE 20 DU RAPPORT D'AVANCEMENT SHARING BEAUTY WITH ALL 2014.

▶ POUR PLUS D'INFORMATIONS SUR LES ACTIONS DU GROUPE POUR LA PRÉSERVATION DE LA BIODIVERSITÉ, CONSULTEZ LES PAGES 12 ET 13 DU RAPPORT D'AVANCEMENT SHARING BEAUTY WITH ALL 2014.

EN 14 *Nombre total d'espèces menacées figurant sur la liste rouge mondiale de l'UICN et sur son équivalent national et dont les habitats se trouvent dans des zones affectées par des activités, par niveau de risque d'extinction*

Les éléments de réponse figurent au sein de l'indicateur EN12 de cette fiche, paragraphe « Nombre total d'espèces menacées figurant sur la liste rouge mondiale de l'UICN et sur son équivalent national et dont les habitats se trouvent dans des zones affectées par des activités, par niveau de risque d'extinction ».

▶ POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ, CONSULTEZ LA RUBRIQUE 6.3.5 « PROTECTION DE LA BIODIVERSITÉ » PAGE 244 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014

Le Groupe s'est engagé à travers la fixation d'objectifs ambitieux, notamment la réduction de 50 % ses émissions de CO₂ (scope 1 et scope 2) en absolu entre 2005 et 2015. Le 23 octobre 2013, le Groupe a pris un engagement encore plus ambitieux au travers du programme *Sharing Beauty With All*, notamment sur l'effort de réduction des émissions de CO₂, porté à 60% entre 2005 et 2020.

EN 15 Émissions directes de gaz à effet de serre (Scope 1)

Les émissions directes de gaz à effet de serre de L'Oréal proviennent de sa consommation de gaz et de fioul de l'ensemble des sites de production et de distribution du Groupe.

Des progrès ont été réalisés et en 2014, les émissions de carbone ont été réduites de 50,2 % par rapport à 2005. L'évolution du périmètre pris en compte répond aux règles du GHG Protocol, méthode internationale de comptabilisation carbone.

Les calculs sont basés sur des données spécifiques :

- pour chaque source d'énergie (gaz naturel, fioul, vapeur, électricité), L'Oréal multiplie la consommation énergétique par le facteur d'émission pertinent ;
- pour le gaz et le fioul, L'Oréal applique les facteurs d'émission recommandés par le protocole GHG.

Émissions directes 58 453 t eq CO₂ 

TCO ₂		2012	2013	2014	Évolution
Usines	Scope 1	55 863	54 422	47 229 	- 13,2 %
Centrales	Scope 1	11 067	12 908	11 224 	- 13 %
Usines + Centrales	Scope 1	66 920	67 331	58 453 	- 13,2 %

Quatre sites utilisent le bois pour produire de la chaleur. En 2014, les émissions Biogéniques de CO₂ sont de 13 149 Tonnes métriques d'équivalent CO₂.

EN 16 Émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 2) liées à l'énergie

Le Groupe s'est engagé à travers la fixation d'objectifs ambitieux, notamment la réduction de 50 % ses émissions de CO₂ (scope 1 et scope 2) en absolu entre 2005 et 2015. Le 23 octobre 2013, le Groupe a pris un engagement encore plus ambitieux au travers du programme *Sharing Beauty With All*, notamment sur l'effort de réduction des émissions de CO₂, porté à 60% entre 2005 et 2020.

Les émissions indirectes de gaz à effet de serre de L'Oréal proviennent de sa consommation d'électricité et de vapeur de l'ensemble des sites de production et de distribution du Groupe.

L'Oréal utilise le protocole GHG (Greenhouse Gas Protocol). Les calculs sont basés sur des données spécifiques :

- pour chaque source d'énergie (gaz naturel, carburant, vapeur, électricité), L'Oréal multiplie la consommation énergétique par le facteur d'émission pertinent ;
- pour l'électricité, le Groupe utilise le facteur d'émission du fournisseur local, si ce dernier est disponible. Dans le cas contraire, il applique le dernier facteur fourni par l'Agence internationale de l'énergie ;
- pour la vapeur, le Groupe utilise le facteur d'émission donné par les fournisseurs.

Émissions indirectes 60 457 t eq CO₂ 

TCO ₂		2012	2013	2014	Évolution
Usines	Scope 2	62 979	56 121	49 512 	- 11,8 %
Centrales	Scope 2	15 561	11 895	10 944 	- 8 %
Usines + Centrales	Scope 2	78 540	68 016	60 457 	- 11,1 %

EN 17

Autres émissions indirectes de gaz à effet de serre (Scope 3)

RESTAURATION DE LA BIODIVERSITÉ SUR LES SITES

Depuis plusieurs années un Bilan Gaz à Effet de Serre (Bilan GES) est réalisé pour l'ensemble des activités du Groupe. Ce Bilan Carbone est réalisé conformément aux règles du GHG Protocol, reconnues internationalement.

En 2014, le Groupe a réactualisé le calcul de son empreinte carbone portant sur l'activité 2013.

L'étude montre, comme le prouvent les chiffres ci-dessous que l'étape la plus impactante en terme d'émissions de gaz à effet de serre est la phase d'utilisation, chez le consommateur, lorsque ce dernier utilise de l'eau chaude. Elles représentent 61 % du total du scope 3. Les quantités des émissions de CO₂ eq des différents postes du scope 3 sont de 7 975 milliers de tonnes de CO₂ eq et se décomposent comme suit :

BILAN CARBONE DE L'ANNÉE 2013

En amont

1. Produits et services achetés : 1 667 kt
2. Biens d'équipement : 92 kt
3. Activités impliquant une consommation de combustible ou d'énergie (celles qui ne sont pas incluses dans les émissions des Scope 1 et Scope 2) : 33 kt
4. Transport et distribution en amont : 125 kt
5. Déchets générés par les sites : 48 kt
6. Déplacements professionnels 295 kt *
7. Déplacements domicile/travail des salariés 111 kt
8. Actifs loués en amont 0 kt
- Autre consommation en amont : 24 kt

En aval

9. Transport et distribution en aval 231 kt
10. Traitement des produits vendus : 0 kt
11. Utilisation des produits vendus : 4884 kt
12. Traitement des produits vendus en fin de vie : 336 kt
13. Actifs loués en aval : 0 kt
14. Franchises : 37 kt
15. Investissements : 110 kt
- Autre consommation : 22 kt (activité de Chimex qui a fait son propre Bilan GES)

(*) Pour 2014, la catégorie « Déplacements professionnels » est estimée à 292 kt (chiffre constitué de 67 % de données sources et 33 % de données extrapolées de 2013).

Les estimations de quantités de CO₂ sont réalisées avec des facteurs d'émission qui intègrent tous les gaz à effet de serre. Les émissions biogéniques de CO₂ sont de 69 960 T eq CO₂. Elles correspondent aux émissions d'une installation de biométhanisation utilisant des déchets organiques pour fournir les énergies (électricité et chaleur) utilisées par l'usine de Belgique (9661 T eq CO₂) et aux émissions biogéniques de la dégradation des produits rejetés par leurs utilisateurs (60 299 T eq CO₂).

L'année de référence retenue est 2013, année pour laquelle le Groupe a réalisé le dernier bilan GES.

La méthode utilisée est la méthode du GHG Protocol.

Les facteurs d'émission employés sont issus de la base de données de l'Association Bilan Carbone (ABC).

Concernant l'utilisation des produits, certaines marques, comme Garnier, sensibilisent leurs clients aux éco-gestes leur permettant de réduire leur consommation d'eau chaude, ou au geste de tri dans la salle de bain.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LES ACTIONS MENÉES POUR RÉDUIRE LES ÉMISSIONS LIÉES AUX PRODUITS, CONSULTEZ LA FICHE RESPONSABILITÉ DU FAIT DU PRODUIT, RUBRIQUE PR 3.

EN 18

Intensité des émissions de gaz à effet de serre

Comme pour la plupart des indicateurs environnementaux du Groupe, L'Oréal suit l'intensité des émissions de Gaz à Effet de Serre en divisant les quantités de CO₂ par le nombre de PF réalisés dans les usines du Groupe.

g CO ₂ / PF	2010	2011	2012	2013	2014
Scope 1	15,9	13,9	12,8	12	10,8
Scope 2	18,9	18,5	15	12,1	11,2

L'intensité des émissions de GES pour le scope 3 n'est pas suivie. En effet, le Groupe considère que la précision des quantités du scope 3 n'est pas suffisante pour pouvoir suivre une évolution significative d'un indicateur d'intensité des émissions de Gaz à Effet de Serre. Les facteurs d'émissions utilisés prennent en compte tous les GES.

Réduction des émissions de gaz à effet de serre

ÉMISSIONS DIRECTES DES USINES ET CENTRALES DE DISTRIBUTION (CF. INFORMATIONS CHIFFRÉES EN EN 16)

Chaque usine et centrale de distribution s'efforce, de manière volontaire, de réduire ses émissions de gaz à effet de serre, grâce à différentes actions :

- l'optimisation de la chaleur dans les usines et DC, moindre consommation de carburants fossiles,
- l'utilisation de pompes à chaleur,
- la récupération de l'énergie produite par les effluents,
- la récupération de l'énergie provenant des compresseurs,
- l'optimisation de l'électricité consommée, comme pour la production d'air comprimé, utilisation de LED sur certains sites, moteurs entraînés par variation de fréquences pour adapter la vitesse aux besoins,
- les changements de comportement du personnel,
- la production in situ d'électricité renouvelable (solaire),
- l'achat d'énergie verte...

ÉMISSIONS INDIRECTES : CHEZ LES FOURNISSEURS DU GROUPE

L'Oréal implique ses fournisseurs dans la réduction de leur empreinte carbone.

En pratique, les plans d'actions sont pilotés à l'échelle globale mais aussi locale :

- Par un ensemble d'actions prises pour limiter les émissions dans l'air de son activité élargie. L'Oréal est depuis 2003 membre du CDP. Le CDP est une importante organisation à but non lucratif indépendante qui promeut la transparence et la publication des informations environnementales : sur le réchauffement climatique, sur l'eau, la déforestation etc. En 2014, L'Oréal a obtenu les scores suivants : performance A, transparence 98.

L'Oréal considère que les émissions de CO₂ de ses fournisseurs font partie de son empreinte environnementale élargie et qu'ils se doivent d'unir leurs efforts pour parvenir à la réduire. Membre du CDP Supply Chain depuis 2007, L'Oréal continue à encourager ses fournisseurs à mesurer leurs émissions carbone et à mettre en place des actions concrètes pour réduire les émissions de gaz à effet de serre.

En 2014, L'Oréal a renforcé sa stratégie sur le CDP : ce ne sont plus les experts environnement qui seuls dialoguent avec les fournisseurs, les acheteurs formés au CDP sont devenus les ambassadeurs de la démarche. Ce fonctionnement a permis de traiter du CDP Supply Chain avec les fournisseurs lors des réunions stratégiques (« Business Review »), de lancer 215 invitations en 2014 contre 55 en 2011 et de mobiliser les équipes pour convaincre qu'une démarche de réduction des émissions de gaz à effet de serre est désormais un axe incontournable dans la performance globale d'une entreprise.

Pour évaluer la performance environnementale des fournisseurs, un tableau de bord a été développé conjointement avec le CDP, synthétisant les réponses des fournisseurs au CDP pour les rendre accessibles aux équipes achats. Ainsi en 2014, 192 fournisseurs (parmi les 215 fournisseurs invités) ont répondu positivement à l'invitation de L'Oréal à rejoindre également le CDP. Ce nombre se situe au-dessus de la moyenne (3395 participants pour 6505 invités) des membres du CDP. L'Oréal transmet aux fournisseurs ayant participé leurs résultats commentés et les opportunités d'amélioration. La moyenne des résultats fournisseurs 2014 est stable par rapport à 2013 : 67 C (contre 63 C en 2013 et 59 D en 2012)⁽⁶⁾.

(6) Pour plus d'information sur le CDP supply chain et la méthodologie de notation, il convient de se référer aux sites :

- <https://www.cdp.net/en-US/Programmes/Pages/Become-a-supply-chain-member.aspx#members>

- <https://www.cdp.net/en-US/Results/Pages/CDP-2013-performance-scores.aspx#points>

- Par un ensemble d'actions prises en faveur de la **lutte contre la déforestation**, cause majeure du réchauffement climatique, L'Oréal s'est engagé en 2014 à une politique « Zéro déforestation » visant à ce qu'en 2020 au plus tard, aucun de ses produits ne soient associés à la déforestation.

Dans le cadre de cette politique, L'Oréal veillera tout particulièrement à s'approvisionner de manière responsable pour les commodités telles que l'huile de palme et ses dérivés, le soja, le papier et le carton, identifiées comme des causes majeures de déboisement.

D'ici à 2020, L'Oréal continue à s'appuyer sur les certifications reconnues internationalement pour garantir des approvisionnements durables. Ainsi, en 2014 :

- 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 (www.rspo.org)
- 100% des approvisionnements brésiliens en huile de soja sont certifiés bio et équitables
- 97,9% des approvisionnements en papier et carton pour ses emballages sont certifiés (notamment FSC, PEFC)

- Concernant l'**huile de palme et ses dérivés**, conscient des limites du modèle actuel de certification pour lutter contre la déforestation, L'Oréal a décidé d'aller plus loin avec ses fournisseurs :

- en les interrogeant sur l'origine géographique précise de leurs approvisionnements ;
- en accompagnant les plus stratégiques d'entre eux dans la cartographie des risques de déforestation dans leurs supply-chain ;
- et en intensifiant ses missions exploratoires en Indonésie et en Malaisie afin d'identifier quels projets mettre en œuvre avec ses partenaires en soutien aux petits planteurs indépendants.

EN 20 *Émissions de substances appauvrissant la couche d'ozone (SAO)*

Concernant les activités de L'Oréal, les émissions de substances appauvrissant la couche d'ozone proviennent des systèmes de production de froid lors des phases de refroidissement en cuves de fabrication ou pour la climatisation des locaux. Toutes ces installations font l'objet d'une maintenance régulière. Le choix des fluides frigorigènes des installations frigorifiques se fait en prenant en compte le potentiel de leur destruction d'ozone.

Les quantités de gaz réfrigérant sont suivies sur chaque site mais ne sont pas encore consolidées au niveau du Groupe.

Dans le courant de l'année 2013, le Groupe a demandé à un consultant de réaliser une étude pour estimer les émissions de substances appauvrissant la couche d'ozone. Pour ce faire, une enquête a été réalisée auprès de 12 sites. Les conclusions de l'étude ne permettent pas d'estimer précisément les quantités les émissions du groupe (l'extrapolation donne un résultat inférieur à 11500 T eq CO₂, soit 9,15 T équivalent CFC-11). Le Groupe a initié le reporting de ces émissions de substances pour chaque site en 2014. Ces informations sont en cours de consolidation.

Source des facteurs d'émission employés : AR4 IPCC, 2007, actualisés le 10 avril 2013.



NOx, SOx et autres émissions atmosphériques substantielles

Depuis de nombreuses années, L'Oréal travaille à améliorer son efficacité énergétique, ce qui se traduit par la réduction de ses émissions dans l'atmosphère.

En particulier, dès que cela est possible, le Groupe utilise le gaz pour remplacer le fioul, à l'origine des émissions de SO₂ et utilise le fioul le plus pauvre en SO₂ disponible.

Ainsi, les émissions de SO₂ sont passées de 7,1 t en 2010 à 6,5 t en 2011, puis 6,1 t en 2012, 3,7t en 2013 et 1,9 T en 2014

Les émissions de NOx, SOx et autres émissions significatives dans l'air sont estimées selon les méthodologies suivantes :

NOx : La quantité est estimée en appliquant un facteur d'émission à chaque catégorie de combustible utilisé

SOx : La quantité est utilisée en calculant les émissions en tenant compte du pourcentage de soufre dans le fioul utilisé

COV : Les quantités sont estimées avec l'aide d'un outil interne qui calcule pour chaque matière contenant du COV ses émissions pour chaque opération réalisée dans le site de production.

Concernant le périmètre Émissions, L'Oréal applique les facteurs du GHG Protocol.

Les quantités estimées pour l'année 2014 sont les suivantes :

NOx	64 t
SO ₂	1 846 kg
POP	0
COV	139 t
HAP	0
Émissions de fumées et émissions fugitives	0
Matière particulaire, poudre cosmétique	négligeable



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LES ÉMISSIONS, CONSULTEZ LA RUBRIQUE 6.3.2 « LA POLLUTION ET LA GESTION DES DÉCHETS » PAGE 235 ET SUIVANTES DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014

E

ffluents et déchets

EN

22 Total des rejets d'eau, par type et par destination

Tous les effluents sont contrôlés dans le respect des prescriptions légales et contractuelles avant d'être rejetés hors des sites.

Trois usines du groupe (Pune, Inde ; Libramont, Belgique et Cosmelor, Japon) rejettent leurs effluents en milieu naturel ; 100% de leurs rejets sont traités in situ.

L'Oréal procède dans environ 50 % de ses sites à un prétraitement adapté aux différents types d'effluents avant de les évacuer vers les usines de traitement des eaux usées gérées par les municipalités. Dans ce cas L'Oréal exploite sur place des installations de traitement avancées qui utilisent aussi bien des procédés physiques et chimiques que biologiques adaptés aux spécificités des effluents.

Les centrales de distribution et les sites administratifs du Groupe ne rejettent que les eaux usées sanitaires habituelles.

Dans la plupart des cas, le débit des eaux usées de L'Oréal est inférieur à 5 % du volume des eaux usées municipales. La situation de rejet de chaque site de production de L'Oréal dans le monde est documentée dans une cartographie interne. Cette cartographie décrit les dispositifs de gestion des effluents sur site, les caractéristiques des stations municipales de traitement et les spécificités des rivières dans lesquelles le site ou la municipalité rejette.

La demande chimique en oxygène (DCO) est l'indicateur le plus couramment utilisé pour les besoins du traitement des effluents. La production globale de la DCO du Groupe après traitement interne a baissé de 3,1% en 2014 à 4 503 tonnes *.

Avec une moyenne de 0,9 g DCO par produit fini  la qualité des effluents sortant des sites du Groupe est restée stable par rapport à la valeur de 2013. *

Rejet des effluents industriels :

- Vers les installations de traitement collectif sans ou après pré-traitement sur site : 1 262 360 m³
- Vers le milieu naturel après traitement sur site (Belgique, Japon, Inde, Rio) : 180 200 m³
- Total : 1 442 560 m³

Tous les effluents industriels sont homogénéisés dans des bassins tampons avant rejet vers un traitement sur site et/ou un traitement de la communauté.

Les méthodes de traitement (en cas de rejet vers le milieu naturel) ou de prétraitement (dans le cas d'une STEP sur site) décrites ci-après concernent uniquement les sites de production du Groupe :

- Traitement physio-chimique : 190 482 m³
- Traitement physio-chimique et biologique : 588 675 m³
- Traitement biologique : 165 399 m³
- Homogénéisation, sans pré-traitement sur site (rejet vers la communauté pour traitement) : 498 004 m³
- Eaux réutilisées pour d'autres organisations : Aucune
- Volume total rejeté, sortie du site : 1 442 560 m³

DCO : 18,3 kg DCO par tonne de produit en vrac avant traitement 

DBO5 : 1529 tDBO5/an



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA GESTION DES REJETS, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « L'UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES », PAGE 238 ET SUIVANTES DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

(*) deux sites industriels nord-américains (dont la contribution est de 6% des unités PF du Groupe) sont exclus du périmètre de consolidation de l'indicateur ; des plans d'actions de fiabilisation sont en cours de déploiement..

Total Poids total de déchets, par type et par mode de traitement

RÉDUCTION DES DÉCHETS À LA SOURCE

L'Oréal a initié depuis plusieurs années une ambitieuse politique de gestion des déchets. Celle-ci va au-delà de la conformité réglementaire et de la prévention des risques humains sur l'environnement. Elle porte sur la réduction des déchets à la source, leur réutilisation, leur recyclage, ainsi que sur leur valorisation énergétique, permettant ainsi d'éviter leur envoi en décharge.

Tout objet ou substance qui quitte un site de L'Oréal et qui n'est pas un produit fini est considéré comme un déchet transportable lié à l'activité.

Le Groupe s'est engagé à travers la fixation d'objectifs ambitieux, notamment la réduction de 50 % des quantités de déchets par produit fini, entre 2005 et 2015. Le 23 octobre 2013, le Groupe a pris un engagement encore plus ambitieux au travers du programme *Sharing Beauty With All*, notamment sur l'effort de réduction des quantités de déchets par produit fini, porté à 60% entre 2005 et 2020 et s'est fixé d'atteindre le zéro déchet industriel en décharge d'ici à 2020.

De nouvelles initiatives ont été menées au sein du Groupe en vue de renforcer la réduction des déchets à la source tout en assurant la réduction de l'empreinte environnementale globale : un comité de pilotage Groupe réunit les différents métiers impliqués dans la réduction des déchets afin d'apporter un soutien en amont aux usines et centrales, dans les domaines suivants :

- La réduction des pertes en production, représentant l'un des premiers leviers de réduction des déchets transportables : un large chantier de réduction des pertes (pertes de jus, de matières premières, d'articles de conditionnement, de PF) lors des différentes étapes de production est mené dans les usines du groupe, sous la coordination de la Direction Qualité du Groupe.
- L'optimisation des modes de livraison des matières premières, en étroite collaboration avec les fournisseurs, afin de favoriser des modes de livraisons type vrac générant le minimum de déchet.
- L'éco-conception des emballages de transport des articles de conditionnement qui est l'un des chantiers prioritaires, menés en plusieurs étapes. Le principal levier de réduction de ces déchets est l'utilisation d'emballages réutilisables entre l'usine et le fournisseur (emballages navettes), réduisant de façon importante la quantité de déchets carton. Par ailleurs, de très nombreuses actions d'optimisation et d'allègement des emballages de transport sont également menées.
- La réduction des déchets dans la supply chain : un plan d'action basé notamment sur l'optimisation des modes de livraison des produits finis aux centrales du Groupe ainsi que sur l'amélioration de la gestion des obsolètes a été initié en 2013 et montre des résultats probants en Europe en 2014.

Afin d'améliorer le système de suivi de la performance déchets et de comptabiliser de façon exhaustive les déchets générés par l'utilisation des emballages navettes, un nouveau système de comptabilisation à la source des emballages navettes a été mis en œuvre avec les fournisseurs du Groupe. En 2014 L'Oréal comptabilisera ainsi à la source le poids de ses emballages navettes dans les déchets transportables, à charge pour chacun des sites d'en maximiser le nombre de rotations.

Depuis 2005, la production de déchets transportables hors emballages navettes en rotation, avec emballages navettes à la source (grammes par produit fini, dans les usines et les centrales de distribution) a pu être réduite de 23,1%.

Parallèlement au suivi de la réduction des déchets en tonnage, l'amélioration du traitement de fin de vie des déchets est suivie via l'indice de valorisation, prenant en compte la réutilisation, le recyclage, et l'incinération avec récupération d'énergie. En 2014, seuls 3,8% des déchets ont été envoyés en décharge.

2014 Déchets	Total
Déchets transportables hors emballages navettes en rotation avec emballage navettes à la source (en tonnes)	97 817 ✓
Dont emballages navettes à la source	834
Déchets dangereux générés en 2014 (tous les autres types de déchets solides ou liquides, hormis les eaux usées)	14 449
Total valorisé (tonnes)	121 615 ✓
Indice valorisation (%)	91,0 ✓
Déchets avec emballage navettes par produit fini (g/unité)	24,8
Déchets transportables hors emballages navettes en rotation avec emballage navettes à la source par produit fini (g/unité)	18,1 ✓

VALORISATION DES DÉCHETS

91,0 % des déchets sont réutilisés, recyclés ou incinérés avec récupération d'énergie et 55 % des sites industriels de L'Oréal (usines et centrales de distribution n'ont envoyé aucun déchet en décharge en 2014.

A chaque consultation des contrats du traitement des déchets, les sites industriels et le service des achats indirects cherchent à optimiser le taux de valorisation tout en veillant aux distances qui seront parcourues pour transporter les déchets.

2014 Valorisation	Total
Réutilisation (tonnes) (Réemploi)	41 210 ✓
Recyclage (tonnes)	45 694 ✓
Dont Compostage (tonnes)	5 142 ✓
Récupération, y compris la récupération énergétique (tonnes) (Incinération avec récupération d'énergie)	34 711 ✓
Incinération (brûlage en vrac) (tonnes)	6 181 ✓
Injection en puits profonds (tonnes)	0
Décharge (tonnes)	5 088 ✓
Stockage sur site (tonnes)	négligeable
Autres (tonnes)	0

a méthode de valorisation est déterminée sur la base des informations fournies par l'entreprise qui les traite.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA REVALORISATION DES DÉCHETS, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « LA POLLUTION ET LA GESTION DES DÉCHETS » PAGE 235 ET SUIVANTES DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014

EN
24

Nombre et volume total des déversements substantiels

Aucun déversement accidentel n'a eu lieu en 2014.

EN
25

Poids des déchets transportés, importés, exportés ou traités et jugés dangereux selon les termes des Annexes I, II, III et VIII de la Convention de Bâle, et pourcentage de déchets exportés

Dans l'objectif de réduire les émissions de gaz à effet de serre liées au transport ainsi que le coût, les sites de L'Oréal cherchent à minimiser les distances pour le traitement des déchets.

Dans les seuls cas où il n'existe pas de traitement local satisfaisant ou qu'un traitement plus valorisant a été identifié, l'export des déchets est accepté. Ceci a été le cas pour une usine européenne qui a exporté des aérosols pour leurs traitements, soit 0,3 % des déchets dangereux transportés.

2014 Déchets transportés	Total
Masse totale de déchets dangereux transportés (tonnes)	14 449
Masse totale de déchets dangereux importés (tonnes)	0
Masse totale de déchets dangereux exportés (tonnes)	39
Masse de déchets dangereux transportés à l'intérieur du pays et/ou à l'international entre des sites détenus, loués ou gérés par l'organisation rédactrice du rapport, par destination (tonnes)	0
Masse totale de déchets dangereux traités (tonnes)	14 449

EN

26 *Identification, taille, statut de protection et valeur de biodiversité des plans d'eau et de leur écosystème très touchés par le rejet et le ruissellement des eaux de l'organisation*

Aucune usine de production ne se retrouve dans une zone Ramsar, aucun plan d'eau et son écosystème connexe n'est très touché par le rejet d'eau des usines. Une cartographie de la situation de rejets de chaque usine est établie. Elle est mise à jour annuellement et elle montre pour chaque usine le débit de rejets, les dispositifs sur sites pour le traitement ou le prétraitement, la capacité de la station d'épuration (en équivalent habitants) de la communauté qui traite les effluents et la capacité de la rivière (débit de d'étiage) dans laquelle la communauté rejette les effluents après traitement.

Cette cartographie permet à L'Oréal de connaître l'impact des rejets des usines sur l'environnement local et de mettre en place les actions correctives pour minimiser cet impact au-delà des exigences réglementaires.

Les usines qui rejettent leurs effluents, après traitement sur site, dans le milieu naturel (Libramont, Cosmelor, Pune) ont des dispositifs d'analyse établis sur site pour assurer strictement le respect des exigences légales à la qualité de rejet.

Toutes les usines de production qui rejettent leurs effluents vers une station d'épuration pour traitement suivent un programme d'auto-surveillance pour assurer le respect des normes de rejets réglementaires. Les usines sont implantées en zone urbaine, dans des agglomérations supérieures à 30 000 habitants. Le volume de rejet moyen d'un site de formulation correspond au volume d'eau usée par 1 000/1 500 habitants (130 l/habitant/jour), c'est-à-dire que le besoin en eau de l'usine est inférieur à 5 % du volume de rejet de l'agglomération et n'affecte donc pas les plans d'eau ni les écosystèmes annexes de manière significative.

Le 22 avril 2013 lors du forum mondial de l'eau à Séville, L'Oréal a gagné le prix Corporate Water Stewardship pour son projet de traitement des eaux usées à Suzhou en Chine. Ce projet présente un intérêt majeur, car c'est la première fois qu'un traitement anaérobie biologique est utilisé dans l'industrie cosmétique, qui réduit de moitié les boues. Ce projet intègre aussi des jardins filtrants qui transforment les boues en compost. Les eaux ainsi traitées pourront être réutilisées comme eau de process à terme et permettront une réduction de la consommation d'eau d'environ 20000 mètres cubes soit près d'un tiers de la consommation.

P

roduits et services

EN
27

Portée des mesures d'atténuation des impacts environnementaux des produits et services

En 2014, à travers son programme *Sharing Beauty With All*, 67 % des nouveaux produits analysés présentent un profil environnemental ou social amélioré⁽⁷⁾.

ÉCO-CONCEPTION DES MATIÈRES PREMIÈRES ET DES FORMULES

Pour atteindre ces objectifs, au sein de la Recherche dès la phase de conception les procédés d'innovation adoptent les règles d'éco-conception.

Les matières premières sont strictement sélectionnées. Au quotidien l'utilisation des matières premières n'ayant pas d'impact prévisible sur l'environnement aquatique, ou encore les matières premières d'origine renouvelable, issues de sources durables ou respectant les principes de chimie verte, sont favorisées auprès des formulateurs pour la conception des formules.

Par exemple, le déploiement des principes de chimie verte promeut le développement d'ingrédients provenant de matières premières végétales renouvelables, au faible nombre d'étapes de synthèse et aux réductions de consommation de solvants, d'énergie et de production de déchets. Pour chaque nouvelle matière première des indicateurs liés au calcul de l'économie d'atomes, ou encore à l'étude du « facteur E » permettant d'évaluer le volume de déchets lié au procédé de synthèse choisi. En 2014, 32 % des matières premières nouvellement référencées par le Groupe sont renouvelables et 22% de celles-ci sont respectueuses des principes de la Chimie Verte.

En parallèle, dans l'objectif qu'à horizon 2020, 100% des Matières Premières renouvelables soient issues de sources durables, dès 2014 ce sont 100 % des matières premières renouvelables utilisées par le Groupe qui ont été réévaluées selon des critères tels que le respect de la biodiversité et la contribution au développement socio-économique sur les territoires d'origine. Et aujourd'hui, 94% des matières premières renouvelables représentant les plus forts volumes d'achat du groupe, et dérivant des espèces identifiées comme les plus sensibles, font l'objet de plans ou d'actions d'amélioration avec les fournisseurs concernés afin d'assurer un approvisionnement durable. C'est le cas par exemple pour 100% des approvisionnements en huile de palme et dérivés.

Enfin, en continuité avec la démarche de connaissance et d'amélioration du profil environnemental des ingrédients engagée depuis 1995, et qui a consisté à évaluer 100% du portefeuille de matières premières selon les critères de persistance, de bioaccumulation et d'éco-toxicité, les équipes de Recherche, travaillent à présent à l'amélioration de la biodégradabilité et de l'empreinte eau des formules. En 2013 L'Oréal, a en effet créé un indice de performance écologique d'une formule cosmétique applicable à toutes les catégories : l'empreinte eau (indice de performance d'une formule basé sur le profil environnemental de ses ingrédients en terme de biodégradabilité et d'éco-toxicité), dont les valeurs de référence ont été établies pour l'ensemble des formules du Groupe afin de mesurer les progrès d'ici 2020. En 2014, pour créer les nouvelles formules, les laboratoires ont pu bénéficier en routine, dès la conception, du calcul d'empreinte environnementale pour 10 catégories de produits.

(7) L'analyse des nouveaux produits 2014 ne comprend ni le maquillage ni les parfums. Toutes les autres catégories (shampoings, soin des cheveux, gels douche, soin de la peau, nettoyant, coloration, styling, forme permanente, déos, solaires) ont été analysées. Il s'agit des formules produites dans les usines du Groupe en 2014.

POLITIQUE D'ÉCO-CONCEPTION DES EMBALLAGES

Depuis 2007, L'Oréal a mis en place une politique Emballage et Environnement basée sur 3 piliers :

- le Respect,
- la Réduction,
- le Remplacement.

Cette politique s'accompagne d'un ensemble d'outils d'éco-conception développés et déployés dans tous les centres de Conception Packaging du Groupe. Le process d'éco-conception des produits finis est aujourd'hui robuste, ce qui nous permet de couvrir de nouveaux domaines pour un Packaging Responsable. En 2014, un process d'éco-conception des PLV (Publicité sur le Lieu de Vente) a été défini, et est en cours de test avec différents fournisseurs. Le process d'éco-conception des PLV sera ainsi opérationnel mi-2015.

Respect : L'Oréal a pour objectif que tous ses emballages en papier et carton proviennent de forêts gérées de façon responsable. A ce jour, 97,9 % des emballages en papier et carton répondent à ce critère.

Par ailleurs, le seul label revendiqué sur les emballages est celui de FSC (Forest Stewardship Council), dont L'Oréal est membre en France.

L'Oréal prolonge cette démarche dans sa chaîne d'approvisionnement, et au-delà des matériaux d'emballage : L'Oréal encourage ses imprimeurs à faire certifier l'ensemble de leur domaine d'activité afin de garantir de par sa traçabilité un produit certifié au consommateur final. A ce jour, 88% des imprimeurs de papier et 96% des imprimeurs d'étui le sont.

Un programme de matériovigilance, mis en place il y a de nombreuses années, est supporté par un programme d'audits afin d'identifier et de corriger toute déviation très en amont au travers de plans d'action clairs et contrôlés. En 2014, le process d'éco-conception s'est enrichi d'un outil d'évaluation de la recyclabilité de nos emballages permettant une optimisation dès le brief marketing.

Réduction : la réduction du poids et du volume des emballages, partie intégrante de la conception, est un axe majeur de progrès. Chaque année, des actions réalisées en la matière sont comptabilisées sous forme d'indicateurs. Entre 2008 et fin 2014, ce sont 4070 tonnes de matériaux d'emballages qui ont été économisées grâce aux actions de réduction à la source. Pour ce qui concerne le volume des emballages, en l'absence de réglementation internationale, L'Oréal a établi une procédure interne qui définit des ratios à respecter pour les différents niveaux d'emballages constitutifs d'un produit fini. Par ailleurs, L'Oréal s'est doté d'outils spécifiques d'aide à la réalisation d'Analyses de Cycle de Vie (ACV) et à la réduction des impacts environnementaux des emballages de transport des articles de conditionnement et des produits finis.

Remplacement : conscient que les ressources non renouvelables ne sont pas pérennes, L'Oréal cherche des alternatives aux matériaux issus de ces ressources. Parmi le catalogue d'options à l'étude, une des solutions mises en œuvre par L'Oréal est l'utilisation de matériaux recyclés pour limiter l'usage de matériaux vierges. Un certain nombre de ses marques incorporent du plastique recyclé dans leurs flacons, allant jusqu'à 100 % (Kiehl's, Garnier, L'Oréal Professionnel, Matrix...), ou bien du verre recyclé dans leurs pots (Vichy, Biotherm, Garnier). Plus de 3600 tonnes de matériaux vierges ont ainsi été économisées en 2014.

EXEMPLES :

- Réduction de 19% des bidons en aluminium de la gamme Graphic (Garnier)
- Allègement de 8 % du capot du spray Ambre Solaire (Garnier)
- Réduction de 24% des flacons de produits de coloration sur la zone « Amériques »
- Allègement de 26% de la capsule Vichy sur la gamme « démaquillants »
- Allègement de 67% en poids de la caisse de transport des mascaras Lancôme

Le transport des articles de conditionnement est également une préoccupation environnementale pour le Groupe qui s'est engagé à réduire de 50 % d'ici à 2015 ses déchets en usine et centrales de distribution, en particulier les déchets d'emballages de transport. Un programme mondial d'éco-conception des emballages d'AC et de matières premières dans les usines et centrales a donc été lancé, et participera à l'atteinte de l'objectif de réduction des déchets du Groupe.

Dans le cadre de sa politique en faveur de la lutte contre la déforestation, L'Oréal a étendu son action au papier de bureau. En 2014, 100% du papier de bureau utilisé en France est certifié (dont 94% par le FSC). Le grammage a également été réduit de 80g/m² à 75g/m². Cette stratégie a également été étendue à certains pays d'Europe qui utilisent désormais du papier certifié. En 2014, les équipes ont commencé à consolider les actions menées en Europe, à mettre en place des indicateurs ainsi que des plans d'action.

EN

28 *Pourcentage de produits vendus et de leurs emballages recyclés ou réutilisés, par catégorie*

Le pourcentage d'emballages recyclés ou réutilisés n'est pas un indicateur suivi par le Groupe, en raison d'une grande diversité des scénarii de gestion des déchets selon les pays et aussi parce que L'Oréal ne peut suivre le comportement individuel de ses consommateurs.

En revanche, L'Oréal mène une politique proactive en faveur du recyclage et s'y engage à travers son Position Paper « L'Oréal et le recyclage » :

- Concevoir des emballages pour qu'ils s'intègrent au mieux dans les filières de recyclage existantes
- Utiliser au maximum les matériaux issus du recyclage des déchets d'emballages

Le Groupe contribue en tant qu'entreprise citoyenne au système du Point Vert qui incarne dans les pays où il est présent, la Responsabilité Élargie du Groupe en tant que Producteur.

Afin de continuer à assumer sa responsabilité dans des pays où la gestion des déchets n'existe pas ou peu, L'Oréal a mené une étude sur la gestion des déchets dans les pays émergents, et particulièrement les pays où le Groupe souhaite se développer. Cette étude montre les enjeux environnementaux et sociaux liés à la gestion des déchets dans des pays comme le Brésil, l'Afrique du Sud, le Niger, l'Inde, l'Indonésie ou encore la Chine. Elle a permis au Groupe d'identifier les acteurs locaux (ONG, Coopérative, Instituts de Recherche, Instances Gouvernementales, etc.) avec lesquels collaborer sur le sujet.

Certaines marques encouragent leurs consommateurs à trier les emballages de salle de bain afin que ceux qui peuvent être recyclés soient collectés en vue de leur tri et de leur recyclage. C'est le cas par exemple de Garnier, Kiehl's, ou The Body Shop.

Garnier aux USA a signé en 2010 un partenariat avec Terracycle afin de promouvoir le recyclage auprès des consommateurs et de détourner les emballages non recyclables de la mise en décharge.

Kiehl's encourage également ses clients au geste de tri et leur offre, en échange des emballages vides ramenés en magasins, des points de fidélité et des produits.

Pour plus d'informations concernant les programmes de recyclage des marques, consultez :



[HTTP://WWW.KIEHLS.COM/RECYCLE-AMERICA/RECYCLE-AMERICA,DEFAULT,PG.HTML](http://www.kiehls.com/recycle-america/recycle-america,default,pg.html) • [HTTP://WWW.THEBODYSHOP.FR/VALEURS/PROTECTPLANET.ASPX](http://www.thebodyshop.fr/valeurs/protectplanet.aspx)

Le 14 juin 2013, Garnier USA a inauguré à Harlem le premier potager urbain dont tout l'équipement a été fabriqué avec des emballages de produits de beauté recyclés. Plus de 700kg de déchets ont ainsi évité la décharge pour servir de matériaux à des parterres de légumes, bancs, tables de pique-nique et revêtements d'allées. Cette initiative en partenariat avec TerraCycle a permis de réaliser un jardin communautaire de 1500 m². (Cf. Rapport Développement Durable 2013, Consommer Durable, Faits Marquants, page 29).

L'usine Américaine de North LittleRock en Arkansas a initié un projet qui permet à la fois de réduire ses déchets et de mettre en place la distribution de nourriture au profit des plus démunis. En effet, l'usine a développé un partenariat avec l'Arkansas Hunger Alliance et la Food Bank of Arkansas qui a permis la création d'un circuit de distribution et de livraison de boîtes pour le transport de nourriture. Ces boîtes en carton issues des déchets de l'usine, ont permis la distribution de 24 000 repas en 2013.

En novembre 2014, L'Oréal Japon signe un partenariat avec Terracycle pour les marques Maybelline et Kiehl's, une première pour l'industrie cosmétique au Japon.

Ce partenariat vise à récupérer les emballages qui ne peuvent être recyclés par les systèmes en place afin de les valoriser et donc réduire leur impact sur l'environnement.

Les programmes "Realising beauty of your planet" de Kiehl's et "Beauty Recycling" de Maybelline permettent également de récupérer les emballages d'autres marques de cosmétiques.



POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONSULTEZ LE PARAGRAPHE 6.4.1 « IMPACT TERRITORIAL, ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE L'ACTIVITÉ » DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014, PAGE 221 ET SUIVANTES.

C

onformité

EN 29

Montant des amendes substantielles et nombre total de sanctions non pécuniaires pour non-respect des législations et réglementations en matière d'environnement

En 2014, L'Oréal a eu deux amendes relatives à l'environnement d'un montant total de 1 333 218,51 Rand (Afrique du Sud, 102.000 euros)

T

ransports

EN 30

Impacts environnementaux substantiels du transport des produits, autres marchandises et matières utilisés par l'organisation dans le cadre de son activité, et des déplacements des membres de son personnel

Transport et émissions de gaz à effet de serre (cf. EN 17)

L'Oréal a réalisé un Bilan Gaz à Effet de Serre en 2014 sur la base des données de 2013.

L'impact lié au transport représente 10 % de l'empreinte carbone scope 3 du Groupe, soit environ 762 kt CO₂ eq réparties comme suit :

- transport des produits finis, matières premières et composants : ~ 356 kt CO₂ eq
- transports professionnels de collaborateurs : ~ 295 kt CO₂ eq
- transport domicile travail : ~ 111 kt CO₂ eq

L'Oréal optimise sa production mondiale sur une base régionale, en plaçant ses équipes opérationnelles aussi près que possible des marchés qu'elles desservent. Ceci permet à chaque site de production d'être plus réactif et plus efficace en termes de logistique et de transport.

Bien qu'en termes relatifs, les émissions de gaz à effet de serre du secteur cosmétique soient limitées, le transport contribue à l'empreinte environnementale globale de L'Oréal.

De nombreux plans d'actions sur nos transports ont déjà été déployés partout dans le monde – La division CPD Europe par exemple est passée de 3% à 15% de fret multimodal entre 2009 et 2013, et a atteint un taux de remplissage de ses véhicules de livraison supérieur à 95% en 2013.

Au-delà des transports, les progrès globaux de notre Supply Chain, en partenariat avec nos clients, se traduisent également par une amélioration de son empreinte environnementale – Optimiser les fréquences de nos livraisons, par exemple, ou limiter le recours au transport aérien sont très contributeurs et font l'objet d'un nombre grandissant de plans d'actions.

Généralités

EN
31

Total des dépenses et des investissements en matière de protection de l'environnement, par type

L'Oréal considère que les investissements et les dépenses en matière de protection de l'environnement font naturellement partie des efforts d'une société socialement responsable. Aussi, ces dépenses sont intégrées dans chaque projet opérationnel et ne sont pas comptabilisées séparément. Il est donc impossible de les consolider au niveau du Groupe.

Toutefois, L'Oréal consolide les dépenses liées au traitement des déchets. En 2014, celles-ci se sont élevées à 14,9 millions d'euros.

L'Oréal a souscrit un contrat d'assurance concernant les atteintes à l'environnement qui comporte un programme de visites de prévention sur 10 sites par an.

Chaque année, de nombreux projets liés à l'environnement sont menés par les sites qui en gèrent directement les investissements ou dépenses associées. Ces projets peuvent avoir comme origine une amélioration opérationnelle (qualité, sécurité, ou environnementale).

Ci-dessous des exemples de réalisations en 2014 :

- construction de bâtiments selon des normes reconnues (HQE, LEED...)
- construction de station d'épuration dans l'usine d'Afrique du Sud
- équipement en éclairage LED sur plusieurs sites
- installation d'une chaudière à bois et cogénération dans l'usine de Burgos (Espagne)
- modifications d'équipements de fabrications afin de réduire les quantités d'eau chaudes utilisées pour leur lavage, entraînant une réduction de la consommation d'eau et de gaz (Programme pluriannuel)
- déploiement de capteur photo voltaïque aux US et en Italie
- développement en cours d'une installation de biomasse en Italie
- mise en œuvre d'installation de traitement et de recyclage d'eau (Chine, France, Italie...).

Parmi les dépenses (non consolidées), voici quelques exemples :

- cotisations pour le tri des emballages en fin de vie
- exploitation de 23 stations d'épuration en interne
- réalisations pour économiser de l'énergie, telles que variateurs de vitesse sur certaines pompes, isolation thermiques de réseaux de fluides chauds, optimisation de la gestion de température des locaux, bouclage des circuits d'eau de pompes à vide.



évaluation environnementale des fournisseurs

EN
32

Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères environnementaux

➤ VÉRIFICATION ET ÉVALUATION

Les fournisseurs de L'Oréal sont régulièrement évalués sur la base d'indicateurs clés de performance. Les 5 axes d'évaluation sont inchangés depuis de nombreuses années : la responsabilité sociale/sociétale et environnementale, l'innovation, la qualité, la logistique et la compétitivité.

L'enjeu est d'établir des relations durables et transparentes avec des fournisseurs performants et engagés dans un processus d'amélioration continue. La performance des fournisseurs stratégiques est à l'ordre du jour de réunions spécifiques annuelles, les « Business Review ».

L'évaluation des politiques RSE des fournisseurs est réalisée via Ecovadis d'une part (approche RSE globale) et plus en détail via le CDP supply chain (sur le changement climatique et l'eau).

La performance des fournisseurs au CDP Supply Chain, tout comme l'évaluation Ecovadis, partie intégrante de l'évaluation globale des fournisseurs revêtant ainsi un caractère obligatoire.

Par ailleurs, depuis janvier 2013, les audits sociaux incluent des questions relatives à l'environnement notamment la conformité aux réglementations.

Les audits sociaux et EHS sont réalisés, pour le compte de L'Oréal, par des prestataires externes indépendants.

▶ L'ORÉAL IMPLIQUE SES FOURNISSEURS DANS LA RÉDUCTION DE LEUR EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

Le CDP est une importante organisation à but non lucratif indépendante qui promeut la transparence et la publication des informations environnementales : sur le réchauffement climatique, sur l'eau, la déforestation ...

L'Oréal requiert de ses fournisseurs stratégiques leur engagement auprès du CDP Supply Chain, la mesure de leurs émissions carbone, la fixation d'objectifs et des actions concrètes pour réduire les émissions de gaz à effet de serre.

Depuis 2012, L'Oréal a renforcé sa stratégie sur le CDP : ce ne sont plus les experts environnement qui seuls dialoguent avec les fournisseurs, les acheteurs formés au CDP sont devenus les ambassadeurs de la démarche.

Ce fonctionnement a permis de traiter du CDP supply chain avec les fournisseurs lors des réunions stratégiques (« Business Review »), de lancer 156 invitations en 2012 contre 55 en 2011 et de mobiliser les équipes pour convaincre qu'une démarche de réduction des émissions de gaz à effet de serre est désormais un axe incontournable dans la performance globale d'une entreprise.

Dans la continuité de cette démarche, 215 fournisseurs ont été invités en 2014. Ces fournisseurs ont été sélectionnés dans les 6 domaines d'achat (matières premières, articles de conditionnement, équipements de production, sous-traitance, PLV/Promo, indirects), partout dans le monde.

Ce sont des fournisseurs stratégiques, des fournisseurs dans des industries génératrices de CO₂, des grands groupes industriels mais aussi des PME.

Pour évaluer la performance environnementale des fournisseurs, un profil fournisseur a été développé conjointement avec le CDP, synthétisant les réponses des fournisseurs au CDP pour les rendre accessibles aux équipes achats.

Ainsi en 2014, 192 fournisseurs (contre 152 en 2013) (parmi les 215 fournisseurs invités) ont répondu positivement à l'invitation de L'Oréal à rejoindre également le CDP.

Ce nombre se situe au-dessus de la moyenne (3395 participants pour plus de 6505 invités) des membres du CDP. Le taux de réponse élevé, obtenu grâce à l'engagement conjoint des équipes achats et environnement, a conduit le CDP à reconnaître L'Oréal comme une des entreprises les plus engagées dans cette démarche.

L'Oréal transmet aux fournisseurs ayant participé leurs résultats commentés et les opportunités d'amélioration. La moyenne des résultats fournisseurs 2014 est stable par rapport à 2013 : 67 C (contre 63 C en 2013 et 59 D en 2012⁽⁸⁾.) Cette stagnation s'explique par les moins bonnes performances des entreprises participant pour la première année.

Dans la continuité de la collaboration de L'Oréal avec le CDP et avec ses fournisseurs sur la réduction de son empreinte environnementale, le Groupe a participé en 2013 au pilote CDP Supply Chain WATER. Ainsi, 15 des 17 fournisseurs invités par L'Oréal ont accepté de participer à ce nouveau programme visant à mesurer et réduire l'Empreinte Eau. Dans la continuité de ce pilote, 26 fournisseurs ont été sollicités en 2014, et 18 ont accepté de participer.

Dans le cadre de ses Engagements 2020, L'Oréal s'est engagé à ce que tous les fournisseurs stratégiques aient procédé à horizon 2020, avec le soutien du Groupe, à une auto-évaluation de leur politique en matière de Développement Durable.

Pour s'assurer du respect de ces engagements sur l'ensemble de la chaîne de responsabilités, L'Oréal a initié un programme d'évaluation des fournisseurs stratégiques de leur politique en matière de Développement Durable. Cette évaluation, réalisée en partenariat avec le prestataire externe Ecovadis est intégrée dans l'axe RSE de la « fiche d'évaluation ». A fin 2014, 92 fournisseurs ont ainsi fait évaluer par Ecovadis leurs politiques sociales, environnementales, éthiques, ainsi que leur déploiement chez leurs propres fournisseurs. Cela représente plus de 50 % des fournisseurs stratégiques du Groupe.

(8) Pour plus d'information sur le CDP supply chain et la méthodologie de notation, il convient de se référer aux sites :

- <https://www.cdp.net/en-US/Programmes/Pages/Become-a-supply-chain-member.aspx#members>

- <https://www.cdp.net/en-US/Results/Pages/CDP-2013-performance-scores.aspx#points>

Mécanisme de règlement des griefs environnementaux

EN

34 *Nombre de griefs concernant les impacts
environnementaux déposés, examinés et réglés via
des mécanismes officiels de règlement des griefs*

Aucun grief n'a été recensé en 2014.

P ratiques en matière d'emploi et travail décent

APPROCHE MANAGÉRIALE	p. 5
EMPLOI	p. 12
LA1 - Nombre total et pourcentage de nouveaux salariés embauchés et taux de rotation du personnel par tranche d'âge, sexe et zone géographique	p. 12
LA2 - Avantages sociaux offerts aux salariés à temps plein et non aux intérimaires, ni aux salariés à temps partiel, par principaux sites opérationnels	p. 12
RELATIONS EMPLOYEURS/EMPLOYÉS	p. 20
LA4 - Délai minimal de préavis en cas de changement opérationnel, en indiquant si ce délai est précisé dans une convention collective	p. 20
SANTÉ ET SÉCURITÉ	p. 21
LA5 - Pourcentage de l'effectif total représenté dans des comités mixtes d'hygiène et de sécurité au travail visant à surveiller et à donner des avis	p. 21
LA6 - Taux et types d'accidents du travail, de maladies professionnelles, d'absentéisme, proportion de journées de travail perdus et nombre total de décès liés au travail, par zone géographique et par sexe	p. 22
LA7 - Salariés exposés directement et fréquemment à des maladies liées à leur activité	p. 26
LA8 - Thèmes de santé et de sécurité couverts par des accords formels avec les syndicats.	p. 26
FORMATION ET ÉDUCATION	p. 27
LA9 - Nombre moyen d'heures de formation par an, réparti par salarié, par sexe et par catégorie professionnelle	p. 27
LA10 - Programmes de développement des compétences et de formation tout au long de la vie destinés à assurer l'employabilité des salariés et à les aider à gérer leur fin de carrière	p. 28
LA11 - Pourcentage de salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière, par sexe et catégorie professionnelle	p. 30
DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES	p. 31
LA12 - Composition des instances de gouvernance et répartition des salariés par catégorie professionnelle, en fonction du sexe, de la tranche d'âge, de l'appartenance à une minorité et d'autres indicateurs de diversité	p. 31
ÉGALITÉ DE RÉMUNÉRATION ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES	p. 33
LA13 - Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes par rapport aux hommes, par catégorie professionnelle et par principaux sites opérationnels	p. 33
ÉVALUATION DES PRATIQUES EN MATIÈRE D'EMPLOI CHEZ LES FOURNISSEURS	p. 34
LA14 - Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux pratiques en matière d'emploi	p. 34
LA15 - Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur les pratiques en matière d'emploi dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	p. 35
MÉCANISMES DE RÈGLEMENT DES GRIEFS RELATIFS AUX PRATIQUES EN MATIÈRE D'EMPLOI	p. 36
LA16 - Nombre de griefs concernant les pratiques en matière d'emploi déposés, examinés et réglés via des mécanismes officiels de règlement des griefs	p. 36

↳ *Emploi*

L'Oréal a construit son projet humain et social autour de deux priorités : la performance individuelle et la performance sociale, deux éléments clefs de la réussite du leader mondial de la beauté.

Tout en accélérant le recrutement et le développement des talents partout dans le monde, pour s'assurer une croissance durable, L'Oréal tient à offrir à l'ensemble de ses collaborateurs, un environnement où le talent de chacun peut se révéler, grandir et s'épanouir et où tous se sentent reconnus et soutenus.

La politique des Relations Humaines de L'Oréal se fonde donc sur :

Une vision centrée sur la performance et le talent individuel

L'Oréal a toujours placé l'humain au cœur de l'entreprise, en projetant ses talents à long terme. La mission des Relations Humaines est aujourd'hui de développer le talent de chacun et de préparer les leaders de demain, en favorisant, notamment, l'émergence des talents locaux, pour soutenir l'ambition du Groupe de conquérir un milliard de nouveaux consommateurs.

- **Le recrutement permanent de talents**

Le Groupe recherche en permanence à enrichir son vivier de talents, dans tous les pays. Reconnue comme une des entreprises les plus attractives au monde pour les jeunes diplômés et les plus formatrices en matière de leadership, le Groupe mène une politique de recrutement diversifiée, qui repose à la fois sur des partenariats avec les meilleures écoles du monde, des jeux d'entreprise attirant des dizaines de milliers d'étudiants du monde entier et une stratégie proactive de recherche de candidats via les technologies digitales. L'Oréal développe également ses propres méthodes de sélection, pour recruter, parmi le million de candidatures spontanées reçues chaque année, les meilleurs talents, et ceux qui représentent le mieux la diversité de ses consommateurs.

- **L'ambition de mettre chaque collaborateur en situation de se développer**

Le suivi individuel de la performance et la multitude d'opportunités de développement et de formations accessibles à tous, en complément des formations en présentiel, visent à développer chaque collaborateur. Les programmes peuvent être dispensés dans le monde entier, grâce à l'implantation internationale des structures de formation et l'utilisation des technologies digitales avec le portail *My learning* qui offre, à l'ensemble des collaborateurs, des opportunités de formation en ligne. La mobilité importante entre fonctions et entre pays et les nombreuses promotions individuelles effectuées chaque année témoignent d'une gestion des carrières dynamique. Cette gestion s'appuie sur un réseau de professionnels des ressources humaines, proche à la fois des attentes des collaborateurs et des besoins des affaires. La collaboration étroite entre ces professionnels des ressources humaines et les patrons opérationnels permet de porter un regard croisé sur les talents et de définir les opportunités de développement les plus appropriées pour chacun.

L'offre d'un environnement collectif protecteur et épanouissant

L'Oréal porte une attention particulière à son niveau de performance sociale. Le Groupe s'est donné pour objectif de faire vivre ses valeurs en créant un environnement de travail bienveillant et inclusif, empreint de solidarité, de respect, et où tous les collaborateurs peuvent s'épanouir, avec :

- une volonté de reconnaître la contribution effective de chacun à travers une politique dynamique de rémunération et des systèmes mondiaux d'intéressement, de participation etc... à court, moyen et long terme ;
- une évaluation régulière des attentes des collaborateurs du monde entier au travers d'enquêtes d'opinion d'envergure débouchant sur la mise en œuvre de plans d'action ;
- la recherche d'un cadre et de conditions de travail permettant à chacun de trouver un épanouissement personnel.
- un dialogue social actif avec les collaborateurs et leurs représentants au plan mondial ;
- une politique volontariste en matière de diversité, considérée comme facteur de progrès, d'innovation et de création de lien social, avec trois priorités mondiales : le genre, l'origine sociale et le handicap.

➤ **SHARE & CARE**

En 2013, le Groupe a choisi d'aller plus loin en matière de performance sociale avec le lancement du programme **L'Oréal Share & Care**, un programme qui renforce les engagements déjà pris par le Groupe dans le domaine du Développement Durable et de la Responsabilité Sociale, avec son programme *Sharing Beauty With All*.

Il s'agit d'un programme qui offre aux collaborateurs du Groupe partout dans le monde, avant la fin de 2015, un socle social garanti mondialement dans quatre domaines :

- **PROTECT** (*prévoyance*), pour assurer aux collaborateurs un soutien effectif, notamment financier, face aux risques essentiels de la vie. C'est par exemple :
 - garantir un capital équivalent au minimum à 2 ans de salaire en cas de décès ou d'invalidité, naturel(le) ou accidentel(le).
- **CARE** (*santé*), pour assurer aux collaborateurs et à leurs proches l'accès à un système de santé de qualité qui se situe parmi les top performers du marché local. C'est par exemple :
 - assurer aux collaborateurs une couverture médicale prévoyant la prise en charge minimale de 75% des frais de santé liés aux principaux risques médicaux : hospitalisation, chirurgie, maternité, médicaments pour les maladies chroniques et graves ;
 - dans le cadre de la prévention, chaque filiale devra mettre en place, au moins une fois par an, une action collective de prévention en matière de santé (mélanome, VIH, mélanome, diabète, obésité...), et une action individuelle (Check-up médical, online risk assessment...);
- **BALANCE** (*parentalité*), pour permettre aux collaborateurs de vivre pleinement les moments forts de la vie, comme la maternité et la paternité, tout en poursuivant leur carrière. C'est notamment :
 - assurer un congé maternité de 14 semaines et un congé paternité de 3 jours minimum, rémunérés à 100% ;
 - assurer à toutes les femmes en congé maternité de bénéficier d'augmentations de salaire équivalentes à celles qu'elles auraient eues si elles avaient été présentes dans l'entreprise ;
- **ENJOY** (*qualité de vie au travail*), pour permettre aux collaborateurs de bénéficier de standards élevés de qualité de vie au travail. C'est par exemple :
 - une organisation du temps de travail flexible ;
 - un programme de prévention du stress.

Ce programme, qui permettra de répondre aux besoins essentiels de chacun des collaborateurs et de favoriser leur engagement, situera L'Oréal, parmi les sociétés dotées des meilleures pratiques en termes de performance sociale et de bien-être au travail.

Son lancement et sa mise en œuvre témoignent d'une conviction forte, une conviction selon laquelle la performance sociale et la performance économique sont non seulement intimement liées mais se renforcent mutuellement.

➤ *Relations employeurs/employés*

➤ LE DIALOGUE SOCIAL

Le climat social au sein de L'Oréal est le fruit d'un dialogue permanent entre la Direction, les salariés et leurs représentants, et ce dans le respect des droits syndicaux de chaque pays et avec une attitude neutre vis-à-vis des différentes organisations syndicales.

Des instances représentatives du personnel sont en place dans la plupart des filiales européennes, des filiales asiatiques (Chine, Indonésie, Inde, Corée du Sud...), en Afrique (Afrique du Sud, Kenya...), en Amérique du Nord et du Sud (États-Unis, Canada, Mexique, Brésil, Argentine...) ainsi qu'en Australie et Nouvelle-Zélande.

Dans les quelques cas où il n'existe pas d'instance représentative du personnel (essentiellement au sein de filiales à faibles effectifs), le dialogue est assuré directement avec les salariés et ce, dans le plus grand respect des principes de transparence et de confiance qui sont diffusés dans l'ensemble du Groupe.

Depuis 2003, L'Oréal réalise une enquête d'opinion mondiale auprès des salariés avec le concours du cabinet international Towers Watson, enquête reconduite en 2011-2012. Les résultats sont partagés avec les collaborateurs et les représentants du personnel. Ils font l'objet de plans d'actions mis en œuvre de manière décentralisée, au plus proche des attentes exprimées.

➤ L'INSTANCE EUROPÉENNE DE DIALOGUE SOCIAL / EUROPEAN WORKS COUNCIL (COMITÉ D'ENTREPRISE EUROPÉEN)

Un accord signé en 1996 entre L'Oréal et les organisations syndicales françaises et européennes (FECCIA et EMCEF) a conduit à la création de l'Instance Européenne de Dialogue Social/European Works Council (IEDS/EWC). L'accord initial a été régulièrement mis à jour, notamment en 2009 pour introduire une nouvelle procédure d'information et de consultation applicable aux projets transnationaux donnant lieu à des procédures de consultation locales. Cette procédure est mise en œuvre avec le Secrétariat de liaison élargi aux membres des pays concernés ou bien avec l'IEDS/EWC au complet, en fonction de la dimension géographique et stratégique du projet transnational. Ce processus prévoit la possibilité pour l'IEDS/EWC d'émettre un avis. Cette révision de l'accord a représenté une avancée importante visant à renforcer le dialogue social chez L'Oréal tout en anticipant l'évolution de la législation. L'accord a été reconduit sans changement pour la période 2013-2016.

L'IEDS/EWC alimente les débats et les réunions avec ses membres sur la situation actuelle du Groupe et ses perspectives futures, sur la base d'un agenda établi avec le Secrétariat de liaison suite à une réunion préparatoire d'une journée parmi les membres de l'instance.

Elle est composée de 30 membres, qui bénéficient régulièrement d'une formation aux questions économiques et sociales.

Actuellement, cette instance couvre environ 30 000 salariés de 26 pays faisant partie de l'Espace Européen, parmi lesquels les 16 pays qui ont plus de 150 collaborateurs, sont directement représentés.

➤ LE BILAN DES ACCORDS COLLECTIFS

La politique sociale de L'Oréal permet la conclusion d'un certain nombre d'accords collectifs chaque année dans les filiales. En 2014, 224 accords ont été signés en France et 88 accords ont été signés dans le reste du monde 🇨🇪. Au total, le nombre d'accords en vigueur au 31 décembre 2014 était de 765, dont 477 en France 🇨🇪.

➤ *Santé et sécurité au travail*

Depuis plusieurs années, L'Oréal applique une politique bien établie en matière d'hygiène et de sécurité (EHS). Celle-ci définit l'engagement de la Société à développer, produire, distribuer et vendre des produits innovants de la plus haute qualité en ayant un comportement éthique, en garantissant la sécurité et la santé des collaborateurs, des clients et des communautés dans lesquelles L'Oréal exerce ses activités.

L'Oréal s'est doté d'outils et a mis en place des programmes nécessaires pour atteindre l'excellence en la matière.

La base des programmes d'amélioration sécurité repose sur les éléments suivants :

- **Comités de pilotage EHS** : revue générale des plans d'action et de l'efficacité des programmes EHS du site par le Comité de Direction ;
- **Ergonomic attitude** : programme pour tous les sites des Opérations, qui vise à s'étendre à tous les sites du groupe d'ici à 2020. En 2014, le comité de gouvernance groupe Ergonomie a défini la Vision statement. En 2015, la feuille de route Ergonomie sera mise en œuvre sur l'ensemble des sites du groupe. Elle est basée sur la stratégie et les actions déployées depuis 2009 avec succès au sein des Opérations, cette feuille de route est composée de quatre niveaux qui permettent aux sites d'améliorer systématiquement leur culture ergonomie et de déterminer leurs plans d'actions individuels ;
- **MESUR (Manager Efficacement la Sécurité en Utilisant la Reconnaissance et le Réalignement)** : visite hiérarchique périodique de sécurité sur le terrain (en 2014, le programme a été déployé également sur certains sites administratifs et recherche) ;
- **SIO (Opportunités d'Amélioration Sécurité)** : remontée des situations considérées à risque par chaque collaborateur avec suivi par le management direct des mesures correctives engagées ;
- **Constructive Challenge** : programme dont la finalité est l'amélioration de la culture sécurité et l'état d'esprit de chaque collaborateur afin que chacun d'eux prenne en compte tant sa propre sécurité que celles des autres. Ce programme a pour objectif de couvrir 100 % des sites en 2020.

Les axes prioritaires et orientations EHS pour 2015 peuvent être classés dans les 8 domaines suivants :

- 1 - Mise à jour de la stratégie et plans d'action pour atteindre l'objectif 2020 (TFC* < 0,5 pour tous les sites du Groupe) ;
 - 2 - Engagement et participation visible du management ;
 - 3 - Initiatives ciblées pour viser les incidents les plus fréquents, y compris un programme mondial ergonomie et un programme de lutte contre les chutes et incidents relatifs aux mains ;
 - 4 - Organisation EHS conforme aux standards du Groupe avec accréditation OHSAS 18001 pour tous les sites des Opérations ;
 - 5 - Programme de formation pour les managers, réseau EHS et opérateurs/techniciens ;
 - 6 - Systèmes de gestion Hygiène et Sécurité efficaces dans tous les sites ;
 - 7 - Participation active des employés ;
 - 8 - Partage des ressources, retours d'expériences et bonnes pratiques.
- **Formation sécurité pour le management** : en 2014, 69 directeurs de sites ont participé aux séminaires Safety & Leadership, qui se sont déroulés au CEDEP, le Centre Européen d'Éducation Permanente sur le campus de l'INSEAD en France. Depuis le début de ce programme, 284 senior managers de L'Oréal ont été formés. Les principaux objectifs de ces séminaires sont de sensibiliser les top managers aux enjeux de la sécurité, de renforcer leur capacité à faire adopter des comportements sûrs et à les maintenir à long terme.
 - **Audits EHS groupe** : afin de simplifier le processus d'audit, des « audits mixtes risques et culture » ont été mis en œuvre en 2014. Ces audits intègrent pleinement l'évaluation de la culture EHS et la maîtrise des risques, l'évaluation de l'engagement visible des managers et des collaborateurs et la dynamique d'amélioration continue au travers des plans d'action. Les équipes d'auditeurs sont composées de collaborateurs de L'Oréal dont des senior managers EHS, ainsi que d'experts externes formés aux règles internes du Groupe, à la législation locale et aux process sécurité, prévention incendie, etc.

(*TFC = nombre d'accidents avec arrêt de travail par million d'heures travaillées par le personnel de L'Oréal).

De plus, L'Oréal a à cœur d'offrir un lieu de travail sûr et sain à ses collaborateurs. La santé et la sécurité sont primordiales, l'objectif ultime de L'Oréal étant de parvenir à un taux de zéro accident.

Des mesures exhaustives ont été mises en place visant à réduire les risques et à assurer une amélioration constante. Une culture de la sécurité a été créée, elle définit des normes élevées et implique le personnel à tous les échelons.

Soucieux de faire progresser la sécurité sur les lieux de travail, la Direction Générale a fixé un objectif ambitieux d'amélioration des résultats obtenus.

➤ CARE - UN PILIER DU L'ORÉAL SHARE & CARE PROGRAM

Dans le cadre de *L'Oréal Share & Care Program*, un des quatre piliers, *CARE*, concerne de manière spécifique la santé des collaborateurs, pour assurer aux collaborateurs et à leurs proches l'accès à un système de santé de qualité qui se situe parmi les top performers du marché local. C'est par exemple :

- assurer aux collaborateurs une couverture médicale prévoyant la prise en charge minimale de 75% des frais de santé liés aux principaux risques médicaux : hospitalisation, chirurgie, maternité, médicaments pour les maladies chroniques et graves ;
- dans le cadre de la prévention, chaque filiale devra mettre en place, au moins une fois par an, une action collective de prévention en matière de santé (mélanome, VIH, mélanome, diabète, obésité...), et une action individuelle (Check-up médical, online risk assessment...);

➤ Formation et éducation

Dans le cadre de son programme *Sharing Beauty With All*, le Groupe s'engage à donner accès à tous ses collaborateurs, partout dans le monde, à au moins une formation par an d'ici 2020. En 2014, 81,7% des employés du Groupe ont bénéficié d'au moins une formation au cours de l'année.

La formation fait partie intégrante de la politique de développement des collaborateurs chez L'Oréal. Toujours à la recherche de l'excellence, de la créativité et du temps d'avance pour faire face à la complexité croissante des challenges du business, les équipes Learning accompagnent les collaborateurs et les managers pour les aider non seulement à être performants, mais aussi à favoriser le développement de leur carrière professionnelle.

La formation est depuis toujours au cœur de la stratégie des Ressources Humaines : c'est ainsi que L'Oréal peut attirer les meilleurs talents, préparer les leaders du futur, mais aussi apporter la meilleure réponse de formation à tous les collaborateurs du monde. L'ambition du Groupe est de permettre au plus grand nombre de ses collaborateurs, quel que soit le métier, le pays, la fonction, d'avoir accès à des opportunités de développement tout au long de leur vie professionnelle : c'est la vision de L'Oréal d'un Learning for All.

L'offre de formation est structurée en « practices », ou domaines d'expertise (marketing, commerce, recherche, opérations, management, développement personnel...). La responsabilité de chaque « practice » est confiée en interne à des professionnels du domaine, dont le rôle est d'identifier les besoins actuels et futurs en compétences pour le Groupe et de concevoir les solutions de formation appropriées.

Les collaborateurs bénéficient de 2 entretiens individuels par an avec leur manager, l'un d'entre eux étant dédié à l'identification des besoins en développement. C'est à partir de cet échange que sont construits des parcours personnalisés, avec l'aide des responsables Formation.

Les collaborateurs ont ensuite accès à un ensemble de ressources de développement mixant des formations en salle, des vidéos pédagogiques, des expériences digitales et sociales, des accompagnements en situation de travail. Ils peuvent ainsi construire leur propre expérience de formation, tout en partageant leurs pratiques avec des collègues du monde entier.

Grâce à la présence d'un réseau international de responsables Learning, à la fois au niveau des pays, mais aussi sur les 5 grandes régions, L'Oréal assure une cohérence mondiale concernant les grands programmes et ainsi partager une même culture d'entreprise partout dans le monde. Cette organisation en réseau est un levier essentiel pour la fidélisation et l'accélération du développement de nos collaborateurs. Elle permet aussi de mieux répondre aux spécificités et priorités régionales en termes de besoins en compétences.

Le Groupe organise également de grands programmes internationaux qui permettent de rassembler des collaborateurs du monde entier et ainsi profiter de la richesse des échanges multiculturels et de partage d'expériences. Ces moments sont essentiels pour comprendre la culture et la stratégie du Groupe, rencontrer les grands dirigeants et partager leurs enjeux, construire un sentiment d'appartenance, développer un réseau interne international, tous ces éléments étant des facteurs clés de succès pour chacun d'entre eux, comme ils sont des facteurs de Développement Durable et de réussite à long terme pour le Groupe.

➤ *Diversité et égalité des chances*

L'Oréal est engagé depuis plus de 10 ans dans une politique innovante et ambitieuse en faveur des Diversités. Le Groupe s'est fixé trois priorités :

- Le genre
- L'inclusion du handicap
- L'origine socioculturelle et ethnique

Le Groupe intervient plus particulièrement dans les domaines des ressources humaines, des achats solidaires et du marketing.

Au 31 décembre 2014, avec un réseau de plus de 96 🏆 coordinateurs Diversité dans le monde, les initiatives menées par toutes les filiales du Groupe, font de L'Oréal un pionnier et l'un des acteurs reconnus dans le domaine de la diversité au plan mondial.

Dès 2004, L'Oréal a été membre fondateur de la première Charte de la Diversité en France. Le Groupe est aujourd'hui signataire de 9 chartes au total (Allemagne, Autriche, Belgique, Italie, Pologne, Espagne, Finlande, France et Suède), dont 5 ont été créées à l'initiative de L'Oréal. Dernière en date, L'Oréal Finlande a été membre fondateur de la Charte Diversité Finlandaise en 2012.

➤ **DANS LE DOMAINE DE L'ÉGALITÉ SOCIOPROFESSIONNELLE HOMME/FEMME, L'ORÉAL S'EST VU DÉCERNER DEPUIS 2010 LE 1^{ER} LABEL EUROPÉEN, LE GENDER EQUALITY EUROPEAN STANDARD (GEES), POUR SES ENTITÉS EN EUROPE**

Récapitulatif des certifications GEES :

- 2010 (audit initial) : Allemagne, France, Espagne, Italie, Belgique, Royaume-Uni, Irlande et L'Oréal S.A.
- 2012 (audit initial) : Pays Baltes (Estonie, Lituanie, Lettonie), Portugal, République Tchèque, Hongrie, Slovaquie et Pologne
- 2013 (audit mi-parcours) : Allemagne, France, Espagne, Italie, Belgique, Royaume-Uni, Irlande et L'Oréal S.A.
- 2014 (audit initial) : Autriche, Finlande, Suède, Pays-Bas, Croatie, Bulgarie, Slovénie et Roumanie
- 2014 (audit mi-parcours) : Pays Baltes (Estonie, Lituanie, Lettonie), Portugal, République Tchèque, Hongrie, Slovaquie et Pologne

Au total, 24 entités 🏆 du Groupe L'Oréal sont labellisées et sont audités régulièrement pour mesurer leurs progrès.

Ces efforts ont été reconnus par le Fonds Arborus, l'organisme fondateur du *label GEES*. En Novembre 2014, L'Oréal a obtenu une mention spéciale pour le réseau de Certification le plus étendu en Europe.

L'Oréal SA a obtenu le *label Égalité Professionnelle* entre les femmes et les hommes en 2013 et a réussi son audit de suivi intermédiaire fin 2014.

Depuis 2009, L'Oréal fait appel à des experts indépendants pour analyser les rémunérations. Le choix s'est porté sur l'INED (Institut National d'Études Démographiques). Cette étude est reconduite annuellement et montre que L'Oréal s'est engagé dans une vraie démarche de réduction des écarts de rémunérations entre les femmes et les hommes et ce avec des résultats meilleurs que la moyenne des résultats constatés en France. A titre d'exemple, pour le statut Cadre, l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes, net des effets de structure et de coefficients, est passé de 5,90% en 2007 à 4,05% en 2013.

En 2014, L'Oréal a été distinguée lors des Trophée du Capital Humain, dans la catégorie « Place des femmes dans l'entreprise » pour son initiative « Concilier carrière et maternité en toute quiétude ».

Toujours en matière d'égalité homme/femme, L'Oréal Mexique a reçu le label d'entreprise *Modèle Équité de Genre* de la Banque Mondiale en octobre 2012.

Enfin, 7 pays (Australie, Brésil, Canada, États-Unis, Inde, Philippines et Russie) ont commencé le processus de certification EDGE (Economic Dividend for Gender Equality) sur l'égalité socioprofessionnelle des hommes et femmes dans le monde en 2014.

L'Oréal USA 🏆 a obtenu le *label EDGE* en été 2014. Les 6 autres pays 🏆 finalisent l'étape d'évaluation afin de recevoir la certification.

En outre, L'Oréal a obtenu le prix Vigeo pour ses actions envers les femmes et L'Oréal USA a été reconnu comme un *des Top 10 Champions of Global Diversity*.

➤ EN CE QUI CONCERNE LE HANDICAP, L'ORÉAL DÉVELOPPE DEPUIS 2008, UNE POLITIQUE MONDIALE EN FAVEUR DE L'INSERTION DU HANDICAP DANS L'ENTREPRISE

Cette politique est articulée autour de cinq priorités :

- 1 - la sensibilisation,
- 2 - l'accessibilité à l'information et à l'infrastructure,
- 3 - les partenariats,
- 4 - le recrutement,
- 5 - le maintien dans l'emploi.

Pour accélérer la mobilisation de ses filiales, L'Oréal a mis en place en 2008 les *Trophées Initiatives pour le Handicap* qui récompensent les entités opérationnelles pour leurs actions concrètes en faveur du handicap. Ces trophées, remis tous les deux ans, permettent de valoriser et de partager les bonnes pratiques menées par les différentes entités de L'Oréal en France et en Europe. En 2012, cette initiative a été ouverte à l'international, ce qui a permis à 14 pays de quatre zones géographiques d'y participer. En 2014, 65 pays du Groupe ont montré leur engagement en soumettant 80 projets 🏆🏆.

En 2013, L'Oréal Chili a reçu le label *Sello Inclusivo* qui reconnaît les efforts en matière d'accessibilité. De même, L'Oréal a signé l'accord avec l'Organisation Internationale du Travail pour faire partie du *Disability Network* de cette organisation, afin de partager ses meilleures pratiques et d'interagir avec les parties prenantes, telles que les Organisations Non Gouvernementales, les associations civiles et autres entreprises au sein du comité d'organisation.

En 2009 L'Oréal a co-créé avec le Ministère du Travail italien, *Telefonica* et la *Fondation ONCE* en Espagne, le réseau *CSR+Disability*. Ce réseau tri-national, et qui réunit des acteurs provenant de la sphère privée, publique et associative, a pour objectif de promouvoir l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap à travers toute l'Europe. En 2013, fruit de ce partenariat, a été co-créé le *1st European Award for Social Entrepreneurship and Disability : Promoting Social Investment*. Ce prix vise à identifier et récompenser les projets d'entrepreneurs sociaux européens dans le champ de l'inclusion du handicap ou de projets innovants portés par des entrepreneurs avec un handicap. Le gagnant de la première édition du prix travaille, depuis 2014, en étroite collaboration avec L'Oréal Autriche. En 2014, L'Oréal a soutenu activement le lancement de la deuxième édition du prix qui sera remis en Mars 2015.

Le 3 décembre est la journée internationale des personnes en situation de handicap déclarée par l'ONU. Un kit de communication a été envoyé à toutes les filiales du groupe en Novembre 2014 afin de les aider à organiser une journée ou toute une semaine de sensibilisation au handicap. À date 5 filiales du Groupe se sont mobilisées et ont créé des événements de sensibilisation pour leurs collaborateurs : Brésil, États-Unis, Mexique, Chine et Uruguay. La France a également mobilisé les équipes du siège pour les sensibiliser sur le sujet.

➤ ENFIN, 28 PAYS ONT AXÉ UNE PARTIE DE LEUR STRATÉGIE DIVERSITÉ SUR LES ORIGINES SOCIALES ET ÉTHNIQUES

En ce qui concerne le recrutement, 59 pays dans lesquels le Groupe est implanté, ont mis en place des actions pour diversifier l'origine de leurs recrutements avec un objectif : permettre à tous les talents d'accéder aux plus hauts niveaux de responsabilité de l'entreprise, quelles que soient leurs différences et leurs origines.

L'Oréal a accueilli au sein de son siège la conférence européenne sur les Origines en partenariat avec ENAR (European Network Against Racism) en octobre 2013. En 2014, ENAR a de nouveau été accueilli par L'Oréal pour sa conférence afin d'explorer les bonnes pratiques des entreprises sur leur façon d'aborder la question de l'origine ethnique et culturelle dans l'emploi.

L'Oréal a par ailleurs mis en place un *Bilan des Diversités* en France avec une centaine d'indicateurs recouvrant l'ensemble des 6 dimensions de la politique des Diversités. Dans la même dynamique, un outil automatique de reporting diversité avec 30 indicateurs (recrutement, formation, rémunération...) a été mis à disposition de toutes les filiales.

Afin d'accompagner ces initiatives, L'Oréal a entrepris de former ses collaborateurs à la diversité, en organisant *Les Ateliers de la Diversité*. Cette formation d'une journée a permis de sensibiliser plus de 15 000 collaborateurs dans plus de 20 pays.

➤ *Évaluation des pratiques en matière d'emploi chez les fournisseurs*

➤ PRATIQUES EN MATIÈRE D'EMPLOI, LEVIER DU L'ORÉAL BUY & CARE PROGRAMME

L'Oréal n'achète pas simplement des produits et des services à ses fournisseurs. Profondément respectueux de leurs entreprises, de leur culture, de leur croissance et des individus qui les composent, le Groupe exerce une responsabilité particulière à leur égard, à la fois économique, éthique et environnementale. Cette approche fait partie intégrante du *L'Oréal Buy & Care Programme*, le programme des achats Responsables.

Ainsi, la politique Achats du Groupe vise ainsi à développer une relation équilibrée et pérenne avec ses sous-traitants et fournisseurs dans le respect des enjeux sociaux et environnementaux. Cette approche s'inscrit pleinement dans la démarche *Sharing Beauty With All* du Groupe.

Cette recherche active de fournisseurs partageant les valeurs et engagements de L'Oréal, en particulier ceux relatifs aux Droits de l'Homme, fait du référencement fournisseurs une étape particulièrement importante.

Pour les achats industriels, des équipes achats dédiées ont pour mission d'identifier de nouveaux fournisseurs de les intégrer au regard des attentes et de la stratégie du Groupe, via le processus de référencement *Welcome On Board* (WOB). Il permet de s'assurer de l'intérêt réel que représente le fournisseur, de lui apporter toutes les informations, documents et contacts nécessaires à sa compréhension des attentes et des processus chez L'Oréal, enfin d'obtenir les engagements des fournisseurs sur les valeurs du Groupe ainsi partagées.

Dans la continuité de cet engagement, le *programme Buy & Care* de L'Oréal, porté par tous les acheteurs du Groupe, dispose, depuis 2002, d'un volet de vérification de cette conformité sociale lui permettant de s'assurer que ses fournisseurs respectent les lois applicables, les Droits de l'Homme et le droit du travail, assurent la sécurité de leurs équipes et l'hygiène sur le lieu de travail.

Dans le cadre de ce programme, il est demandé aux fournisseurs et sous-traitants de respecter les Conditions Générales d'Achat du Groupe, qui impliquent le respect des Conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail et de la législation locale, notamment en matière de salaire minimum, temps de travail, santé et sécurité.

Chaque nouveau fournisseur/sous-traitant référencé par les équipes achats, doit s'engager à respecter ces clauses sociétales et à accepter qu'un audit social puisse être réalisé sur ses sites de production. Cet engagement du fournisseur/sous-traitant se matérialise par la signature d'une lettre d'engagement éthique.

Ainsi, les sous-traitants, où qu'ils soient basés dans le monde, et les fournisseurs de matières premières, emballages, équipements de production et PLV/Promo situés dans des pays présentant des risques font l'objet d'un audit social obligatoire. Pour établir la cartographie des pays présentant des risques, L'Oréal utilise les index produits par *Maplecroft*SM.

Les audits sociaux sont réalisés, pour le compte de L'Oréal, par des prestataires externes indépendants. Les audits initiaux sont financés par L'Oréal et les audits de suivis sont à la charge des fournisseurs.

Les audits couvrent les 10 chapitres suivants :

- le travail des enfants ;
- le travail forcé ;
- l'environnement, l'hygiène et la sécurité ;
- le respect des lois relatives aux syndicats ;
- la non-discrimination ;
- les pratiques disciplinaires ;
- le harcèlement ou l'environnement hostile de travail ;
- le respect du salaire/de la compensation et des avantages ;
- le temps de travail ;
- la relation avec les sous-traitants.

Depuis janvier 2013, les audits sociaux incluent des questions relatives à l'environnement notamment la conformité aux réglementations.

L'audit social de L'Oréal se base en grande partie sur le standard mondialement reconnu SA 8000, mais comporte quelques exceptions notamment quant à la question de l'âge minimal pour le travail des enfants. En effet, le Groupe a choisi de fixer à 16 ans l'âge minimum obligatoire pour tous les salariés travaillant chez ses fournisseurs, une limite supérieure à l'âge minimum exigé par les Conventions Fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT).

Concernant le recours à de jeunes travailleurs, les fournisseurs et sous-traitants peuvent demander une dérogation au Directeur des Achats du Groupe concernant les salariés de moins de 16 ans sur présentation d'un dossier complet (scolarité, type de contrat, conditions de travail, type de travail). En application de la politique « Fournisseurs/Sous-traitants et travail des enfants », formalisée en 2011, ces dérogations ne peuvent être accordées que pour les programmes d'apprentissage ou pour les enfants effectuant des tâches légères n'affectant ni leur santé, ni leur sécurité, ni leur présence régulière à l'école, lorsque les lois locales l'autorisent et que le fournisseur/sous-traitant a désigné un « tuteur » interne pour ces enfants.

Depuis 2006, date à laquelle L'Oréal a mis en place un outil de reporting, L'Oréal a mené des audits sociaux sur plus de 4 200 sites de fournisseurs. En 2014, 834 audits  ont ainsi été réalisés, soit plus de 6 100 depuis 2006.

➤ *Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux pratiques en matière d'emploi*

Les aspects collectifs sont gérés localement selon les lois, les règlements, les normes, les pratiques et les usages de chaque filiale.

Une Direction des Ressources Humaines est en place dans chaque filiale avec une responsabilité sur ces sujets, soit directement, dans les filiales plus petites, soit, dans les filiales plus grandes, à travers un ou plusieurs collaborateurs dédiés à la gestion des Relations Sociales.

Le respect de la loi est un élément clé de la Charte Éthique de L'Oréal. Les procédures d'information et de consultation des représentants du personnel et/ou des organisations syndicales sont respectées et mises en place tant au niveau de chaque filiale que, le cas échéant, de l'Instance Européenne de Dialogue Sociale / European Works Council (IEDS/EWC)

Le dialogue en place avec les représentants du personnel et/ou les organisations syndicales dans chaque filiale, ainsi qu'un suivi individuel des collaborateurs de la part de la DRH locale, permet d'anticiper la plupart des situations potentiellement critiques, tout en évitant les situations conflictuelles et les griefs éventuels liés à l'emploi, que ce soit de nature collective ou individuelle.

Néanmoins, en cas de griefs significatifs, la Direction des Relations Sociales Corporate est informée par la DRH de la filiale et de la Zone, et intervient pour apporter son expertise dans la recherche de solutions appropriées.

➤ *Note méthodologique*

➤ PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

Les effectifs indiqués dans cette rubrique correspondent à l'effectif total au 31 décembre de l'exercice concerné ⁽¹⁾.

➤ INDICATEURS

Les indicateurs retenus sont ceux utilisés dans la gestion du personnel et des questions sociales de la Société. Ils reflètent les résultats de la politique de Ressources Humaines.

➤ DONNÉES

Le recueil des données pour le périmètre défini fait appel à quatre méthodes :

- La plupart des données sont recueillies en utilisant le système intranet dédié au « Reporting par pays », disponible dans chaque pays d'implantation d'une filiale de L'Oréal. Le système couvre plusieurs sujets : effectif, participation des salariés au niveau mondial, relations sociales, rémunération, frais de Ressources Humaines, recrutement et formation, absentéisme ;
- Les données relatives à l'Éthique sont recueillies par la Direction Générale de l'Éthique en utilisant la plateforme de Reporting Éthique Annuel. Un certain nombre de données sont recueillies par le système intranet « Reporting par pays », pour la collecte des données Ressources Humaines ;
- Chaque année en début d'exercice, les Directeurs locaux des Ressources Humaines transmettent les données requises concernant l'exercice précédent ;
- Au moment de la compilation des données, chaque pays doit valider une charte d'engagement sur l'exactitude de toutes les données communiquées.

Les autres données sont recueillies par les Directions concernées (c'est-à-dire Formation, Recrutement) en faisant appel à des systèmes dédiés qui suivent la même approche opérationnelle et de diffusion.

Si des données ne sont pas consolidées sur le périmètre total de la branche Cosmétique, elles peuvent être extrapolées à partir des résultats disponibles sur le périmètre des entités connectées aux Systèmes d'information (SI) locaux, sous réserve que ce périmètre soit représentatif.

Enfin, les données spécifiques relatives aux « cadres » sont recueillies à partir du système de suivi des carrières en ligne CAROL, déployé dans toutes les filiales du « Groupe Cosmétique ». L'amélioration du processus de collecte des informations au niveau consolidé a permis de recenser des accords en vigueur non comptabilisés jusqu'à présent. La démarche de progrès en la matière se poursuit dans l'ensemble des sociétés du Groupe L'Oréal.

Un processus d'amélioration continue de ces systèmes a été mis en place. Ils sont examinés chaque année en tenant compte des recommandations des Commissaires aux Comptes et des objectifs de suivi pour les années suivantes : mise à jour des indicateurs à suivre, amélioration de leur définition et amélioration du processus de communication, de suivi et de contrôle.



PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA NOTE MÉTHODOLOGIQUE,
CONSULTEZ LA FICHE PÉRIMÈTRES DU RAPPORT.

(1) Galderma (dermatologie) est exclu.

E

mploi

LA1

1 *Nombre total et pourcentage de nouveaux salariés embauchés et taux de rotation du personnel par tranche d'âge, sexe et zone géographique*

Nombre total des salariés embauchés en 2014

- 11.492 embauches (en CDI, y compris les transformations de CDD à CDI) * ✔
- 16,4% de l'effectif au 31/12/2014 ✔

Rotation du personnel

- 9.611 départs*
- 13,8 % de l'effectif au 31/12/2014

*hors The Body Shop

L'Oréal ne rencontre pas de difficultés en matière de recrutement, que ce soit pour les cadres ou les autres catégories de personnel.

L'Oréal poursuit sa politique active de recrutement et ce, pour tous les métiers et toutes les catégories de personnel de l'entreprise.

Il s'agit pour L'Oréal d'engager une relation durable avec ses collaborateurs en vue de permettre à chacun de développer son potentiel et de construire ensemble une croissance à long terme, de renforcer la compétitivité et de poursuivre l'expansion géographique ainsi que la promotion de l'innovation.

LA2

2 *Avantages sociaux offerts aux salariés à temps plein et non aux intérimaires, ni aux salariés à temps partiel, par principaux sites opérationnels*

La politique suivante s'applique à l'ensemble du Groupe L'Oréal.

SHARE & CARE

En 2013, le Groupe a choisi d'aller plus loin en matière de performance sociale avec le lancement du programme *L'Oréal Share & Care*, un programme qui renforce les engagements déjà pris par le Groupe dans le domaine du Développement Durable et de la Responsabilité Sociale, avec son programme *Sharing Beauty With All*.

Il s'agit d'un programme qui offre aux collaborateurs du Groupe partout dans le monde, avant la fin de 2015, un socle social garanti mondialement dans quatre domaines :

- **PROTECT** (*prévoyance*), pour assurer aux collaborateurs un soutien effectif, notamment financier, face aux risques essentiels de la vie. C'est par exemple :
 - garantir un capital équivalent au minimum à 2 ans de salaire en cas de décès ou d'invalidité, nature(l)e ou accidentel(le).
- **CARE** (*santé*), pour assurer aux collaborateurs et à leurs proches l'accès à un système de santé de qualité qui se situe parmi les top performers du marché local. C'est par exemple :
 - assurer aux collaborateurs une couverture médicale prévoyant la prise en charge minimale de 75% des frais de santé liés aux principaux risques médicaux : hospitalisation, chirurgie, maternité, médicaments pour les maladies chroniques et graves ;
 - dans le cadre de la prévention, chaque filiale devra mettre en place, au moins une fois par an, une action collective de prévention en matière de santé (mélanome, VIH, mélanome, diabète, obésité...), et une action individuelle (Check-up médical, online risk assessment...);

- **BALANCE** (*parentalité*), pour permettre aux collaborateurs de vivre pleinement les moments forts de la vie, comme la maternité et la paternité, tout en poursuivant leur carrière. C'est notamment :
 - assurer un congé maternité de 14 semaines et un congé paternité de 3 jours minimum, rémunérés à 100% ;
 - assurer à toutes les femmes en congé maternité de bénéficier d'augmentations de salaire équivalentes à celles qu'elles auraient eues si elles avaient été présentes dans l'entreprise ;
- **ENJOY** (*qualité de vie au travail*), pour permettre aux collaborateurs de bénéficier de standards élevés de qualité de vie au travail. C'est par exemple :
 - une organisation du temps de travail flexible ;
 - un programme de prévention du stress.

Ce programme, qui permettra de répondre aux besoins essentiels de chacun des collaborateurs et de favoriser leur engagement, situera L'Oréal, parmi les sociétés dotées des meilleures pratiques en termes de performance sociale et de bien-être au travail.

Son lancement et sa mise en œuvre témoignent d'une conviction forte, une conviction selon laquelle la performance sociale et la performance économique sont non seulement intimement liées mais se renforcent mutuellement.

➤ PROFIT SHARING, PARTICIPATION, INTÉRESSEMENT

Depuis de nombreuses années, la politique de L'Oréal est d'associer les collaborateurs aux résultats de l'entreprise avec l'objectif de renforcer leur sentiment d'appartenance, ainsi que leur motivation. Ceci s'est traduit en 2014 à l'échelle du Groupe par la redistribution de 244 millions d'euros, sur la base des résultats de l'année 2013. ✔

L'Oréal a mis en place depuis 2001 dans toutes les filiales du Groupe dans lesquelles les salariés ne bénéficient pas de dispositifs d'intéressement légaux, un Worldwide Profit Sharing Program – WPS. Ce dispositif n'est pas appliqué dans les pays où un dispositif légal similaire est déjà en place, notamment la France (cf. encadré ci-dessous)

Les montants versés sont calculés localement sur la base du chiffre d'affaires et des bénéfices réalisés par chaque filiale, par rapport aux objectifs budgétés. La mise en œuvre du programme se fait localement et le respect des principes et des règles du programme est coordonné, au niveau corporate, par la Direction des Relations Sociales Internationale.

PROFIT SHARING, PARTICIPATION, INTÉRESSEMENT

<i>En millions d'euros</i>	2012	2013	2014
TOTAL	210	236	244 ✔

FRANCE

Un accord de Participation est en place depuis 1968 ainsi qu'un accord d'intéressement depuis 1988.

PARTICIPATION

La Participation est un dispositif obligatoire en France, institué en 1968, pour toutes les entreprises de plus de 50 salariés réalisant un bénéfice. Signé pour une durée de 3 ans, l'accord de Participation a été renouvelé en mai 2012.

Dans le cadre de cet accord de Groupe, qui mutualise les résultats de toutes les sociétés signataires, L'Oréal a apporté des aménagements favorables à la formule légale pour tenir compte du développement international du Groupe.

La Participation est disponible immédiatement, mais elle peut être bloquée 5 ans dans le Plan d'Épargne d'Entreprise ou le Compte Courant Bloqué, ou bloquée jusqu'à la retraite dans le Plan Épargne Retraite Collectif où elle est abondée à + 50 %, et bénéficier ainsi en contrepartie d'une exonération fiscale.

ÉVOLUTION DE LA PARTICIPATION BRUTE

En millions d'euros	2011 ^{(1) (2)}	2012 ^{(1) (2)}	2013 ^{(1) (2)}
	32.8	31.5	28.3

⁽¹⁾ Versé l'exercice suivant. ⁽²⁾ Montants après forfait social.

La Participation 2013 versée en 2014 a représenté l'équivalent de 0,5 mois de salaire.

INTÉRESSEMENT

L'intéressement est un dispositif prévu par la loi mais à caractère facultatif. Renégocié tous les 3 ans, il a fait l'objet d'un nouvel accord de Groupe en 2012. Son montant est proportionnel au résultat courant avant impôt corrigé des éléments exceptionnels et pondéré par le rapport salaire/valeur ajoutée.

L'intéressement est disponible immédiatement, mais il peut être bloqué 5 ans dans le Plan d'Épargne d'Entreprise et bénéficier en contrepartie d'une exonération fiscale.

Dans le cadre de la réglementation sur le partage des profits (article 1 de la loi n° 2011-894 du 28 juillet 2011), L'Oréal a proposé le versement en 2014 d'un Supplément d'Intéressement de 1 100 € bruts, par collaborateur au titre des « avantages pécuniaires non obligatoires » prévus par les textes.

L'Oréal a fait le choix de proposer un Supplément d'Intéressement car il correspond au dispositif le plus proche de la notion de « partage de la valeur ».

Des accords d'entreprise prévoyant le versement d'un Supplément d'Intéressement de 1 100 € bruts ** ont ainsi été conclus avec les Comités d'Entreprises de L'Oréal et de ses filiales en France. Il a été versé le 30 septembre 2014.

Le montant total net de l'intéressement réparti en 2014 est de 123,9 millions d'euros, auquel se rajoute le Supplément d'intéressement « Partage des profits 2014 » de 13,6 millions d'euros.

ÉVOLUTION DE L'INTÉRESSEMENT BRUT

En millions d'euros	2011 ^{(1) (2)}	2012 ^{(1) (2)}	2013 ^{(1) (2)}
	112,6	117,5	123,9

⁽¹⁾ Versé l'exercice suivant. ⁽²⁾ Montants après forfait social.

Pour un salaire annuel brut de	L'intéressement 2013 brut versé en 2014 et le supplément ont représenté
25 000 €	7 757 € soit 3.72 mois
35 000 €	8 880 € soit 3.04 mois
45 000 €	10 003 € soit 2.67 mois
65 000 €	12 249 € soit 2.26 mois

**Base temps plein, 12 mois de présence sur 2013.

Pour les salariés qui le souhaitent, les montants versés au titre de l'Intéressement et de la Participation peuvent être investis, pour une durée minimale de 5 ans, dans le Plan d'Épargne Entreprise qui propose notamment un Fonds Commun de Placement investi en Actions L'Oréal qui est abondé à 25 % pour l'Intéressement.

En 2014, il a été investi par les salariés de L'Oréal et de ses filiales en France dans le fonds composé à 100 % d'actions L'Oréal, « L'Oréal Intéressement », le montant net de CSG et CRDS et de forfait social suivant : 60 864 905 €, auquel s'ajoute le montant net du Supplément d'Intéressement « partage des profits 2014 » de 5 592 482 €.

PLAN ÉPARGNE ENTREPRISE ET COMPTE COURANT BLOQUE
En cours pour l'ensemble des sociétés concernées en France

<i>En millions d'euros</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
PEE + Compte Courant Bloqué + PERCO	863	985	1098

⁽¹⁾ Versé l'exercice suivant. ⁽²⁾ Montants après forfait social.

Au 31 Décembre 2014, 52 % de l'épargne salariale de L'Oréal est investie en actions L'Oréal, et 10442 salariés du Groupe en France sont actionnaires de L'Oréal au travers de leur épargne salariale.

▶ PLANS DE LONG TERM INCENTIVES

Au niveau mondial, en plus des programmes de Participation, d'Intéressement ou de Profit Sharing à destination de ses collaborateurs, le Groupe attribue depuis des années des plans de stock-options et d'ACAs dans un cadre international, afin d'associer ses grands contributeurs à l'évolution future des résultats du Groupe et de renforcer leur sentiment d'appartenance.

En 2009, L'Oréal a élargi sa politique en introduisant un mécanisme d'Attribution Conditionnelle d'Actions (ACAs), afin de toucher une population plus large de bénéficiaires potentiels grâce à un outil d'animation à long terme.

L'acquisition définitive de ces actions est conditionnée à la réalisation de critères de performance.

En 2014, le Groupe a poursuivi sa politique d'attribution d'ACAs :

- 1978 collaborateurs sont ainsi bénéficiaires du Plan du 17 avril 2014 (2 092 en 2013) ;
- 83% des bénéficiaires sont hors de France (61 % en 2013) ;
- 47% des bénéficiaires sont des femmes (46 % en 2013).

Au total, plus de 3 000 collaborateurs, soit plus de 12 % des managers dans le monde, bénéficient d'au moins un plan de stock-options ou d'ACAs.



POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONSULTEZ LA RUBRIQUE 7.4. PAGE 275 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

➤ RÉGIMES DE PRÉVOYANCE, DE RETRAITE ET AUTRES AVANTAGES

L'Oréal participe, selon les lois et les usages de chaque pays, à des régimes de retraite et d'aménagement de fin de carrière, ainsi qu'à des régimes de prévoyance offrant différentes garanties complémentaires à ses collaborateurs.

En 2002, L'Oréal a mis en place un Comité de Surveillance des régimes de Retraite et de Prévoyance offerts par ses filiales. Ce Comité veille à la mise en œuvre et au suivi de la politique de L'Oréal en matière de Retraite et de Prévoyance, telle qu'elle est définie par le Comité Exécutif de L'Oréal.

Cette politique exprime des principes généraux dans les domaines suivants : conception et mise en place des régimes, relations avec les salariés, financement et coût des régimes, gestion des régimes. Toute mise en place d'un nouveau régime, ou modification d'un régime existant, doit obtenir au préalable l'approbation du Comité de Surveillance. Le Comité de Surveillance travaille en collaboration avec les Directions Opérationnelles des Divisions et des zones.

Les caractéristiques des régimes de retraite et des autres avantages de fin de carrière offerts par les filiales à l'extérieur de la France varient en fonction des lois et des réglementations applicables ainsi que des pratiques des sociétés dans chaque pays.

Dans 80% des pays où L'Oréal est implanté, L'Oréal participe à la constitution de compléments de retraite au-delà des minima prévus par la sécurité sociale pour ses collaborateurs (exemples : États-Unis, Pays-Bas, Belgique, Canada, pays d'Amérique du Sud). Cela se fait par l'entremise d'un ensemble de régimes à prestations définies et/ou à cotisations définies. Dans quelques cas, les régimes à prestations définies ont été fermés aux nouveaux collaborateurs qui se voient offrir des régimes à cotisations définies (Allemagne, Belgique, Royaume-Uni). Cet ensemble de régimes à prestations définies et à cotisations définies permet un partage des risques financiers et une meilleure stabilité des coûts. Dans les régimes à cotisations définies, l'engagement de l'entreprise consiste essentiellement à verser chaque année au plan de pension un pourcentage du salaire annuel du collaborateur.

Les régimes à prestations définies sont financés par des versements à des fonds spécialisés ou par la constitution de provisions, en accord avec les normes comptables adoptées par L'Oréal. La performance des gestionnaires des principaux fonds constitués, de même que la notation de la stabilité financière des dépositaires, font l'objet d'un suivi régulier du Comité de Surveillance.

L'Oréal ne propose pas de régimes de retraite d'entreprise dans les pays qui ne disposent pas d'un cadre légal approprié ou d'instrument d'investissement à long terme ainsi que dans les pays disposant d'une couverture sociale publique satisfaisante. Le Comité de Surveillance reste attentif à l'évolution des situations locales et, lorsqu'elles l'exigent, des régimes de prévoyance complémentaires sont mis en place.

➤ FRANCE

RÉGIMES DE RETRAITE

En France, L'Oréal a complété son système de retraite en créant le 1^{er} janvier 2001 un régime à prestations définies à droits aléatoires, conditionné à l'achèvement de la carrière dans l'entreprise, puis le 1^{er} septembre 2003, un régime à cotisations définies à droits acquis.

RÉGIME À PRESTATIONS DÉFINIES

Afin de compléter éventuellement les régimes de retraite obligatoires relevant de l'Assurance Vieillesse de la Sécurité Sociale, de l'ARRCO ou de l'AGIRC, L'Oréal a mis en place, le 1^{er} janvier 2001, un régime de retraite à prestations définies à droits aléatoires, la « Garantie de Ressources des Retraités Anciens Cadres Dirigeants ». L'Oréal avait fermé précédemment, le 31 décembre 2000, un autre régime de retraite à prestations définies, également à droits aléatoires, la « Garantie de Retraite des Membres du Comité de Conjoncture ».

L'accès à la « Garantie de Ressources des Retraités Anciens Cadres Dirigeants », créée le 1^{er} janvier 2001, est ouvert aux anciens Cadres Dirigeants de L'Oréal qui remplissent, outre la condition d'avoir achevé leur carrière dans l'entreprise, celle, notamment, d'y avoir eu le statut de Dirigeant au sens de l'article L. 3111-2 du Code du travail durant au moins dix ans au terme de leur carrière.

Ce régime ouvre droit au versement au retraité bénéficiaire d'une Rente viagère et, après son décès, au versement au conjoint et/ou au(x) ex-conjoint(s) d'une Rente de Réversion et, aux enfants, d'une Rente d'Orphelin, sous réserve que ceux-ci remplissent certaines conditions. La base de calcul de la Garantie de Ressources est la moyenne des salaires des trois meilleures années parmi les sept années civiles précédant l'achèvement de la carrière au sein de L'Oréal. La Garantie de Ressources est calculée en fonction du nombre d'années d'activité professionnelle du bénéficiaire dans l'entreprise, apprécié à la date d'achèvement de la carrière à L'Oréal, dans la limite de 25 ans, chaque année permettant une augmentation progressive et régulière de 1,8 % du niveau de la Garantie.

À cette échéance, la Garantie de Ressources brute ne peut excéder 50 % de la base de calcul de la Garantie de Ressources, ni excéder la moyenne de la partie fixe des salaires des trois années prises en compte dans cette base. Une rente brute et un capital constitutif brut sont ensuite calculés, en prenant en compte la somme des pensions annuelles acquises à la date de la liquidation par le retraité du fait de son activité professionnelle, et en prenant pour âge du bénéficiaire l'âge de 65 ans. La Rente viagère est issue de la conversion en rente à l'âge du bénéficiaire à la date de la liquidation du capital constitutif brut diminué du montant de toutes les indemnités dues en raison de la cessation du contrat de travail, hors préavis et congés payés, et de l'ensemble des salaires versés à l'occasion d'un congé de fin de carrière, si un tel capital résulte de ces opérations. Environ 400 Dirigeants sont éligibles à ce régime, sous réserve qu'ils en remplissent toutes les conditions après avoir achevé leur carrière dans l'entreprise.

L'accès à la « Garantie de Retraite de Membres du Comité de Conjoncture » est fermé depuis le 31 décembre 2000.

Cet ancien régime ouvrait droit au versement au retraité bénéficiaire, après qu'il ait achevé sa carrière dans l'entreprise, d'une Rente viagère et, après son décès, au versement au conjoint et/ou au (x) ex-conjoint(s) d'une Rente de Réversion et, aux enfants, d'une Rente d'Orphelin, sous réserve que ceux ci remplissent certaines conditions. La base de calcul de la Garantie de Retraite est la moyenne des salaires des trois meilleures années parmi les sept années civiles précédant l'achèvement de la carrière au sein de L'Oréal. La Garantie de Retraite est calculée en fonction de l'ancienneté du bénéficiaire, dans la limite de 40 ans, sachant qu'à la date de fermeture du régime, le 31 décembre 2000, l'ancienneté minimum requise était de 10 ans. La Garantie de Retraite ne peut excéder 40 % de la base de calcul de la Garantie de Retraite, majorée de 0,5 % par année pendant les vingt premières années puis de 1 % par année pendant les vingt suivantes, ni excéder la moyenne de la partie fixe des salaires des trois années prises en compte dans cette base. Environ 120 dirigeants actifs ou retraités sont concernés par ce régime sous réserve, pour les actifs, qu'ils en remplissent toutes les conditions après avoir achevé leur carrière dans l'entreprise.

RÉGIME À COTISATIONS DÉFINIES

L'Oréal a mis en place en septembre 2003 un « régime de Retraite à Cotisations Définies ».

Un nouvel accord a été signé en décembre 2007, pour application au 1^{er} janvier 2008, ainsi qu'un avenant au 1^{er} janvier 2009.

Un 2^{ème} avenant a été signé le 6 juin 2014, applicable au 1^{er} Janvier 2015 : seront bénéficiaires du régime l'ensemble des Catégories de collaborateurs (Cadres, VRRP, Employés, Ouvriers, Techniciens et Agents de Maîtrise).

Ce régime co-financé entre L'Oréal et le Collaborateur permet d'améliorer, pour tous, l'épargne retraite.

En 2015, L'Oréal cotisera sur la Tranche A, puis en 2016, L'Oréal et le collaborateur cotiseront sur cette Tranche.

Pour la partie de la rémunération au-delà de la Tranche A, plafonnée à 6 PASS, les cotisations de l'Entreprise et des salariés augmenteront progressivement, en 2015 et 2016.

Ce régime ouvre droit au versement au retraité bénéficiaire, après qu'il ait liquidé ses droits à pension auprès du régime Vieillesse de la Sécurité Sociale, d'une Rente viagère ainsi que, après son décès d'une Rente de Réversion au conjoint et/ou au(x) ex-conjoint(s). La Rente viagère est calculée en fonction du capital constitué par les cotisations versées et leurs produits financiers au terme de la carrière du collaborateur. L'engagement de l'employeur se trouve limité au versement des cotisations prévues.

<i>En millions d'euros</i>	<i>31.12.2012</i>	<i>31.12.2013</i>	<i>31.12.2014</i>
Nombre d'adhérents	13 549	13 823	14 092
Total des cotisations nettes	9,20	9,51	10,2

AMÉNAGEMENTS DE FIN DE CARRIÈRE

L'Oréal porte une grande attention aux conditions de départ à la retraite de ses collaborateurs et les aménagements de fin de carrière en vigueur depuis de nombreuses années ont été confirmés et améliorés dans le cadre de l'Accord sur l'emploi des Seniors, signé le 3 décembre 2009.

Les dispositifs existants sont notamment :

- **le congé de fin de carrière (CFC)** : cet aménagement de fin de carrière consiste à dispenser d'activité les collaborateurs ; mais pendant cette période, ils restent salariés de L'Oréal et bénéficient du maintien de leur rémunération (dans la limite de 9 280 € bruts/mois) ainsi que de la Participation, de l'Intéressement et des congés payés ;
- **le « talon »** : ce dispositif, lié à l'accord sur les 35 heures et au Compte Épargne Temps (CET), permet à un collaborateur qui a épargné chaque année depuis 2001, 3 jours de congés par an dans le CET, de bénéficier d'une cessation anticipée d'activité de 3 mois minimum (6 mois pour les VRP) qui peut se cumuler avec le CFC ;
- **l'indemnité de départ à la retraite (IDR)** : un nouveau barème L'Oréal a été mis en place par accord collectif à compter de 2011, plus favorable que celui de la Convention Collective Nationale des Industries Chimiques.

Ainsi, un collaborateur peut bénéficier, au moment de son départ à la retraite, d'une IDR allant de 2 mois de salaire pour 5 ans d'ancienneté à 8 mois de salaire pour 40 ans d'ancienneté.

Afin d'augmenter sa dispense d'activité, il peut opter pour la conversion de son IDR en temps, ou choisir le paiement de son IDR, qui interviendra au moment de son départ.

	31.12.2012			31.12.2013			31.12.2014		
	Hommes	Femmes	Total	Hommes	Femmes	Total	Hommes	Femmes	Total
Congés de Fin de Carrière	65	128	193	81	183	264	78	191	269
Mises à la retraite	3	0	3	2	0	2	0	0	0
Départs volontaires à la retraite	66	135	201	80	150	230	94	188	282

Source : Statistiques RH France 2012, 2013 et 2014

Ces engagements font l'objet d'une couverture financière externe partielle dont l'objectif est de constituer progressivement des fonds alimentés par des primes versées à des organismes externes.

Les engagements nets de fonds investis et d'écarts actuariels font l'objet d'une provision au passif du bilan consolidé.

La méthode d'évaluation retenue pour le calcul des engagements de retraite et d'aménagement de fin de carrière est la méthode rétrospective avec projection du salaire de fin de carrière.

Ces engagements tiennent compte de la participation de l'employeur aux régimes des frais de santé en faveur des retraités.

En millions d'euros	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014
Provision au passif du bilan consolidé des engagements de retraite	706,7	621,3	1049,4

RÉGIMES DE PRÉVOYANCE EN FRANCE

Outre le Capital Décès obligatoire pour les Cadres relevant des articles 4 et 4bis de la Convention Collective Nationale de 1947 (1,50 % en tranche A) et les garanties prévues par la Convention Collective Nationale des Industries Chimiques, L'Oréal a mis en place, en France, par voie d'accord, un Régime de Prévoyance offrant des garanties collectives complémentaires à ses collaborateurs.

L'ensemble de ces garanties est fondé sur les rémunérations brutes jusqu'à 8 plafonds de Sécurité Sociale, sauf la Rente Éducation jusqu'à 4 plafonds. Elles sont généralement financées sur les tranches A, B et C, sauf la Rente Éducation qui l'est sur A et B et la Rente de Conjoint qui l'est sur B et C.

Ce régime de Prévoyance garantit :

- en cas d'Incapacité, à tous les collaborateurs, 90 % de leur rémunération brute limitée à 8 plafonds de la Sécurité Sociale, à concurrence de celle-ci nette de charges, ceci au-delà des 90 premiers jours d'arrêt ;
- en cas d'Invalidité, à tous les collaborateurs, une fraction, fonction du taux d'invalidité, allant jusqu'à 90 % de leur rémunération brute limitée à huit plafonds de la Sécurité Sociale, à concurrence de celle-ci nette de charges ;
- en cas de décès :
 - a) pour tous les collaborateurs, le versement d'un Capital Décès, majoré en fonction de sa situation familiale. Son montant est doublé en cas de décès accidentel,
 - b) pour les Cadres et Assimilés Cadres, le versement d'une Rente de Conjoint au conjoint survivant. Elle assure à celui-ci des ressources voisines de la pension de réversion qu'aurait versée l'AGIRC si le décès était survenu à 65 ans,
 - c) pour tous les collaborateurs, le versement d'une Rente Éducation à chaque enfant à charge, selon un barème fonction de son âge.

Le montant total des capitaux constitutifs de ces garanties ne peut excéder 2,3 millions d'euros par événement.

Les capitaux constitutifs de la Rente de Conjoint sont constitués en priorité ; ceux de la Rente Éducation sont ensuite calculés ; le reliquat du régime de base sert enfin à constituer le Capital Décès, éventuellement complété par le Capital Décès Minimum Garanti.

En milliers d'euros	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014
Cotisations de Prévoyance nettes de l'exercice	11 445	11 985	12 500 ⁽¹⁾

⁽¹⁾ Estimé.

CAPITAL DÉCÈS MINIMUM GARANTI

Depuis le 1^{er} décembre 2004, puis le 1^{er} janvier 2005 pour les VRP, L'Oréal a mis en place une garantie Décès supplémentaire qui complète, le cas échéant, pour tous les collaborateurs, le Capital Décès à concurrence de trois années de rémunération moyenne. Cette garantie est plafonnée.

Le montant total des capitaux sous risque constitutifs des Rentes de Conjoint et d'Éducation, du Capital Décès et du Capital Décès Minimum Garanti est également plafonné.

FRAIS DE SANTÉ

Le régime des frais de santé est obligatoire pour l'ensemble des salariés de L'Oréal et de ses filiales françaises. Ceux-ci ont la possibilité d'y faire adhérer les membres de leur famille. Les cotisations sont en général individuelles. La cotisation du salarié fait l'objet d'un financement partiel par la Société.

Les retraités de L'Oréal S.A. et de ses filiales françaises peuvent continuer à bénéficier d'un régime des frais de santé.

Les retraités de L'Oréal et de certaines sociétés, partis à la retraite avant le 31 décembre 2014, bénéficient d'une participation de L'Oréal, sous condition de durée d'adhésion, précisé dans un règlement de retraite à prestations définies additionnelles.

Ce régime de retraite à prestations définies additionnelles a été fermé à compter du 31 décembre 2014. Tous les retraités bénéficiaires de ce régime, continueront de bénéficier de ce régime.

Pour les collaborateurs proches de la retraite, un dispositif transitoire « capital de transition » a été instauré sous forme d'accord collectif : il prévoit le versement au moment du départ à la retraite d'un capital (de 1000 € à 3 500 €) en fonction de l'âge, pour tous les salariés âgés de 52 ans et plus au 1^{er} janvier 2015.



RETROUVEZ CES ÉLÉMENTS SUR LES PRESTATIONS DANS LA RUBRIQUE « PLAN ÉPARGNE ENTREPRISE ET COMPTE COURANT BLOQUÉ » PAGE 220 ET SUIVANTES DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

R Relations employeurs/employés

LA 4 *Délai minimal de préavis en cas de changement opérationnel, en indiquant si ce délai est précisé dans une convention collective*

Pour répondre à l'objectif d'une croissance durable qui est la meilleure garantie pour ses salariés, L'Oréal doit continuellement s'adapter à son environnement. Ceci peut entraîner des modifications dans son organisation. Cela étant, toute décision de nature à affecter la vie professionnelle et l'emploi des collaborateurs fait l'objet d'une réflexion approfondie, d'une communication claire et régulière à l'attention des salariés et d'un dialogue continu avec ces derniers et les partenaires sociaux et ce, dans le respect des principes éthiques d'intégrité et de transparence de L'Oréal.

L'Oréal respecte les délais prévus par la législation nationale de chaque pays et, pour l'Europe applique la procédure de consultation prévue par son accord européen concernant l'IEDS/EWC (Instance Européenne de Dialogue Social/ European Works Council).

En cas de projets transnationaux entraînant des consultations locales dans au moins deux pays représentés au sein de l'IEDS/EWC, une procédure de consultation transnationale du Secrétariat de Liaison, éventuellement élargie, est mise en œuvre. Cette consultation est dédiée aux aspects transnationaux du projet traité et ne se substitue pas aux consultations nationales. La procédure, prévue par un accord européen sur le sujet, est en trois phases :

- 1 - Le Secrétariat de Liaison est informé du projet, selon sa nature, soit dès que l'information des instances nationales a été faite, soit en même temps.
- 2 - Une réunion d'information et consultation avec le Secrétariat de Liaison est organisée le plus rapidement possible dans les 20 jours suivants. Sur demande du Secrétariat de Liaison, un membre de chaque pays concerné par une consultation locale participera à cette réunion, constituant ainsi un Secrétariat de Liaison élargi.
- 3 - Le Secrétariat de Liaison peut émettre un avis au nom de l'IEDS/EWC, en s'assurant qu'il en représente le point de vue. Dans ce cas, le délai dans lequel l'avis est émis est de 2 semaines à compter de la date de la réunion d'information et consultation.

Sous certaines conditions, notamment en cas de projets qui concerneraient plusieurs pays ou des sujets très stratégiques, la réunion d'information et consultation prévue à la phase 2 peut être remplacée par une réunion extraordinaire plénière de l'Instance ou, si le calendrier établi le permet, par une partie de la réunion plénière ordinaire ou préparatoire.

Cette procédure de consultation ne va pas se superposer, dans les sujets traités, aux consultations locales, qui ont lieu conformément aux lois et pratiques locales.

La finalité de la réunion de consultation européenne est d'expliquer le bien fondé du projet transnational. Ce qui est aussi important est que les représentants des pays concernés puissent apporter leur vision du projet, exprimer leurs recommandations et apporter un témoignage sur la gestion locale du projet. Les représentants des pays concernés, ainsi que les membres du Secrétariat de Liaison, peuvent évidemment demander des précisions et émettre un avis.

LA 5 *Pourcentage de l'effectif total représenté dans des comités mixtes d'hygiène et de sécurité au travail visant à surveiller et à donner des avis*

Les normes d'hygiène et sécurité de L'Oréal sont très strictes et dépassent souvent les obligations légales des différents pays. L'indicateur requis n'est pas consolidé dans le système de reporting du Groupe. Néanmoins, les questions d'hygiène et de sécurité font partie du dialogue social avec les instances dédiées à ce sujet ou bien, à défaut, avec les instances représentatives du personnel.

Même si les Comités d'Hygiène et Sécurité et leurs activités ne conduisent pas nécessairement à la signature d'accords spécifiques, mais plutôt à un suivi partagé du sujet (application des normes L'Oréal et légales, analyse des situations etc...) selon le principe de l'amélioration continue, le Groupe a recensé 84 accords en vigueur au 31 décembre 2014 qui traitent, en totalité ou en partie, d'hygiène et sécurité. Cela n'inclue pas les conventions nationales de branche en place dans plusieurs pays, qui couvrent souvent les aspects d'hygiène et de sécurité.

FRANCE

LES CONDITIONS D'HYGIÈNE ET DE SÉCURITÉ À L'ORÉAL - FRANCE

L'Oréal s'est depuis de nombreuses années engagée dans une politique volontariste d'amélioration continue des conditions de travail de ses collaborateurs contribuant ainsi au développement d'un environnement favorisant la qualité de vie au travail.

Dans ce cadre, et au-delà des dispositifs d'ores et déjà existants, L'Oréal a souhaité aller au-delà en mettant en œuvre d'une part, une démarche de prévention et de gestion du stress et d'autre part une réflexion sur la prévention de la pénibilité en application des dispositions de la loi n° 2010-1 330 du 9 novembre 2010 reprises par la loi n°2014-40 du 20 janvier 2014.

Attentif à la situation de stress qui pourrait être ressentie par les collaborateurs, et ceci quelles que soient les circonstances, L'Oréal a engagé début 2009 une démarche de prévention et de gestion du stress en s'appuyant sur le réseau des médecins du travail (7 dédiés à L'Oréal) et un organisme habilité Intervenant en Prévention des Risques Professionnels (IPRP).

Cette démarche repose sur 3 axes :

- Un plan de prévention comprenant notamment deux modules de formation permettant tant aux collaborateurs (1 jour) qu'aux managers (2 jours), de mieux comprendre les mécanismes de stress et de leur donner des solutions opérationnelles pour en réguler les impacts.
- Une évaluation individuelle du niveau ressenti de stress, d'anxiété et de dépression du collaborateur via un questionnaire proposé lors de la visite médicale, basé sur des échelles scientifiquement reconnues ; à l'issue de l'évaluation, les résultats sont partagés avec le médecin du travail si le collaborateur le souhaite.
- Une analyse annuelle des résultats collectifs de l'entreprise au sein des CHSCT.

Ce plan d'actions qui a reçu un accueil favorable de la part des collaborateurs, des CHSCT et des Comités d'Entreprise, est effectif au sein de l'ensemble des entités de L'Oréal en France. Depuis sa mise en place, ce sont plus de 9.200 collaborateurs qui ont pu bénéficier de ce dispositif d'évaluation.

Dans le cadre des dispositions de la loi n° 2010-1 330 du 9 novembre 2010, des décrets n° 2011-354 du 30 mars 2011, n° 2011-824 du 7 juillet 2011 et de la loi n°2014-40 du 20 janvier 2014, L'Oréal a poursuivi sa réflexion sur l'amélioration des conditions de travail et la prévention de la pénibilité dans le but de permettre au salarié de rester plus longtemps et dans de meilleures conditions en activité. Bien que ne relevant pas toujours d'une obligation, des discussions ont été engagées dans certains secteurs d'activité ou entités de L'Oréal, en lien avec les CHSCT et les équipes EHS afin d'élaborer des plans d'action en faveur de la prévention de la pénibilité. En application du décret du 5 novembre 2011 sur les risques professionnels, L'Oréal a procédé à la mise à jour du document unique d'évaluation des risques professionnels dans l'entreprise en intégrant notamment ces deux points.

En 2014, il y a 38 instances CHSCT et 1 SHSCT (Santé, Hygiène, Sécurité et Conditions de Travail) à L'Oréal.

Chaque site de L'Oréal en France bénéficie de la présence d'un médecin du travail dont 7 médecins du travail intervenants exclusivement pour L'Oréal. Ils sont accompagnés par 5 assistantes sociales dédiées.

LES MESURES PRISES EN FAVEUR DE LA SÉCURITÉ

La préservation de la santé et de la sécurité des collaborateurs est un objectif fondamental qui fait partie intégrante de la politique humaine et sociale. Elle repose sur la prévention des risques tant au niveau individuel, au travers d'exams de dépistage permettant de délivrer aux collaborateurs un suivi médical individuel approfondi et adapté, qu'au niveau collectif par l'évaluation et la maîtrise des risques professionnels.

La démarche santé/sécurité s'inscrit dans une démarche d'ensemble, conduite en étroite collaboration avec les médecins du travail, les responsables sécurité et les CHSCT.



RETROUVEZ CES INFORMATIONS SUR LES CONDITIONS D'HYGIÈNE ET DE SÉCURITÉ DANS LA RUBRIQUE 6.2.2.4 « SANTÉ ET SÉCURITÉ » PAGE 226 ET SUIVANTES DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

LA

6 Taux et types d'accidents du travail, de maladies professionnelles, d'absentéisme, proportion de journées de travail perdues et nombre total de décès liés au travail, par zone géographique et par sexe

➤ MALADIES PROFESSIONNELLES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE - GROUPE (COSMÉTIQUE + THE BODY SHOP)

Europe de l'Ouest	60
Amérique du Nord	31
Asie Pacifique	8
Amerique Latine	7
Europe de l'Est	0
Afrique Moyen Orient	0
Total	106

Moins de 0,15% des collaborateurs du Groupe sont touchés par des maladies professionnelles.

ABSENTÉISME – GROUPE (COSMÉTIQUE + THE BODY SHOP)

Le taux d'absentéisme global, s'élève à 4,93 % , dont 2,36 %  de maladie

	Nombre de jours d'absentéisme	% d'absentéisme
Europe de l'Ouest	442 261 	6,7 % 
Amérique du Nord	97 522 	3,0 % 
Asie Pacifique	147 344 	3,7 % 
Amérique Latine	88 035 	4,3 % 
Europe de l'Est	74 203 	6,5 % 
Afrique Moyen Orient	16 158 	3,5 % 
Total	865 523 	4,93 % 

Méthode de calcul

Absentéisme global : $B/(A + B)$

Absentéisme à cause de maladie : $C/(A + B)$

A = Nombre de jours effectivement travaillés par l'ensemble de l'effectif contractuel, jours de formation inclus

B = Nombre de jours d'absence (maladie, maladie professionnelle, maternité, accident du travail et ou de trajet ou toute autre absence non prévue contractuellement)

C = Nombre de jours de maladie (hors maladie professionnelle, maternité, accident du travail et ou de trajet...)

TAUX ET TYPES D'ACCIDENTS DU TRAVAIL

L'Oréal a à cœur d'offrir un lieu de travail sûr et sain à ses collaborateurs. La santé et la sécurité sont primordiales, l'objectif ultime de L'Oréal étant de parvenir à un taux de zéro accident.

Depuis plusieurs années, L'Oréal applique une politique bien établie en matière d'hygiène (H) et de sécurité (S). Celle-ci définit l'engagement du Groupe à développer, produire, distribuer et vendre des produits innovants de la plus haute qualité en ayant un comportement éthique, en garantissant la sécurité et la santé des collaborateurs, des clients et des communautés dans lesquelles L'Oréal exerce ses activités. Cette démarche s'inscrit dans une politique globale en matière d'Environnement, Hygiène et Sécurité (EHS) décrite dans la partie « Informations environnementales ».

Des programmes exhaustifs ont été mis en place visant à réduire les risques et à assurer une amélioration constante. Une culture de la sécurité a été créée, elle définit des normes élevées et implique le personnel à tous les échelons.

Soucieux de faire progresser la sécurité sur les lieux de travail, la Direction Générale a fixé un objectif ambitieux d'amélioration des résultats obtenus.

Rappel des performances

Globalement, 2014 a été une bonne année pour l'ensemble du Groupe avec une très bonne amélioration pour tous les secteurs. Pour la première fois, l'ensemble des sites affiche un taux de fréquence conventionnel (TFC) inférieur à 1,1  en particulier les Opérations qui, avec un TFC = 0,65 , se rapprochent des objectifs 2015. De plus, les forces de vente et boutiques ont enregistré une amélioration de 31,4%.

La performance du Groupe s'est améliorée de 32,9% par rapport à 2013. Les 130 accidents avec arrêt (personnel L'Oréal et intérimaire) enregistrés dans le Groupe en 2014 se répartissent comme ci-après :

TFC	2012	2013	2014	Variation vs. 2013
Sites usines et centrales	1,49 %	1,17 %	0,65 %	 - 44,40 %
Sites administratifs	1,8 %	1,17 %	0,77 %	 - 34,20 %
Sites R&I	2,3 %	2,6 %	1,95 %	 - 25,00 %
Forces de Ventes & Boutiques	2,84 %	3,15 %	2,16 %	 - 31,40 %
Groupe : tout sites	1,72 %	1,64 %	1,10 %  	 - 32,90 %

* TFC (Taux de Fréquence conventionnel) = nombre d'accidents avec arrêt de travail par million d'heures travaillées par le personnel de L'Oréal.

NOMBRE D'ACCIDENTS DU TRAVAIL AVEC ARRÊT, RÉPARTIS PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE – GROUPE (COSMÉTIQUE + TBS, PERSONNEL DE L'ORÉAL)

GROUPE	Nombre d'accidentés L'Oréal avec arrêt en 2014
Europe	87
Afrique Moyen Orient	1
Amérique	29
Asie Pacifique	3
TBS	1
TOTAL	121

Au total : 121 accidents avec arrêt (Usines 12 - Centrales 6 - Sites administratifs et R&I 103)

Nombre total d'accidents du travail mortel : 0 (zéro)

NOMBRE D'ACCIDENTS DU TRAVAIL AVEC ET SANS ARRÊT – GROUPE (COSMÉTIQUE + TBS, PERSONNEL EXTÉRIEUR À L'ORÉAL)

GROUPE	Nombre d'accidents du travail avec et sans arrêt
Nombre d'accidents avec arrêt remontés	38
Nombre d'accidents sans arrêt remontés	113
Total	151

TAUX DE FRÉQUENCE ÉLARGI

Le Groupe mesure également la performance en taux de fréquence élargi TFe* qui s'est améliorée de 28 % par rapport à 2013. Les 130 accidents avec arrêt (personnel L'Oréal et intérimaire) et 44 accidents sans arrêt en tâche aménagée (personnel L'Oréal) enregistrés dans le Groupe en 2014 se répartissent comme ci-après :

Tfe	2013	2014	Variation vs. 2013
Sites usines et centrales	1.65	1.17 ✓✓	↓ - 29 %
Sites administratifs	0.93	0.65 ✓✓	↓ - 30 %
Sites R&I	2.44	2.31 ✓✓	↓ - 5 %
Forces de Vente & Boutiques	4.15	2.92	↓ - 30 %
Groupe : tous sites	1.77	1.28 ✓✓	↓ - 28 %

(*TFe : nombre d'accidents avec arrêt (personnel L'Oréal et intérimaire) + nombre d'accidents sans arrêt en tâche aménagée (personnel L'Oréal) par millions d'heures travaillées par le personnel L'Oréal et intérimaire).

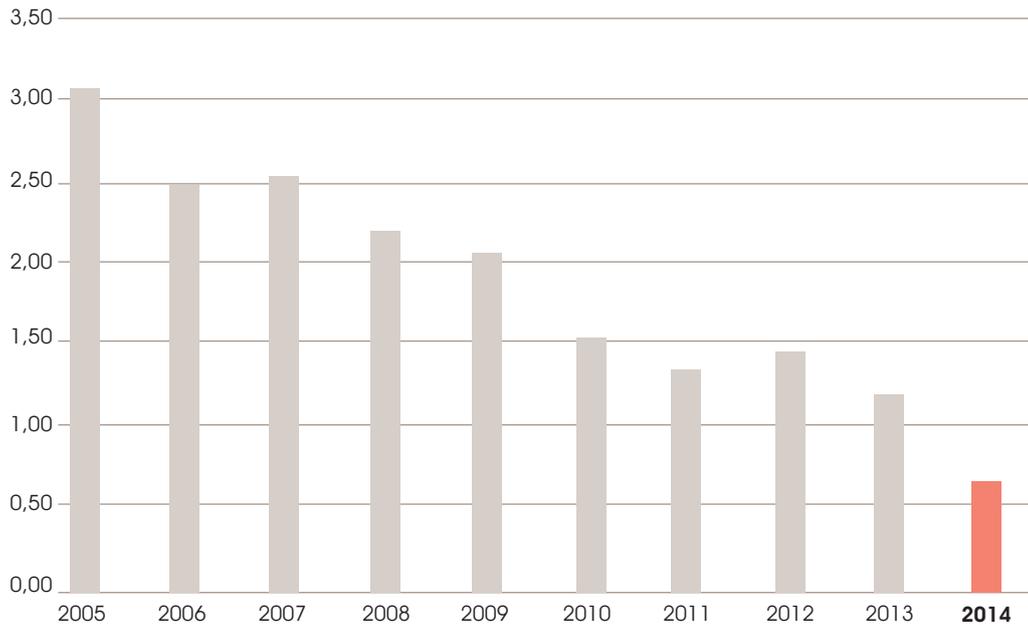
FOCUS SUR LES OPÉRATIONS

Objectif sécurité des usines et centrales

L'objectif 2015 initial était d'atteindre un Tfc inférieur à 0,6 soit une amélioration de 81% en matière de sécurité d'ici à 2015 (année de référence 2005 : Tfc = 3,09), le résultat 2014 s'en approche avec un Tfc = 0,65 🚫🚫.

Rappel de l'évolution des performances des usines et centrales depuis 2005

TFC (TAUX DE FRÉQUENCE CONVENTIONNEL) - USINES ET CENTRALES DE DISTRIBUTION



Objectif : Zéro accident en 2014 ⁽¹⁾

Sur 99 usines et centrales de distribution, 86 affichent un taux zéro d'accident avec arrêt.

Un taux de gravité des accidents en baisse

Outre la réduction du nombre d'accidents, il est aussi important de noter que le taux de gravité des accidents a baissé de 50 % versus 2013 pour les Opérations et 40% pour le Groupe. Il est de 0,03 🚫🚫 en 2014 pour les Opérations et pour le Groupe

Millions d'heures - personnel L'Oréal - sans accident avec arrêt de travail depuis 2005 - sur sites opérationnels et administratifs

- 4 usines, 8 centrales et 10 sites administratifs/R&I ont atteint ou dépassé le seuil du million d'heures travaillées sans accident avec arrêt de travail
- 3 usines, 1 centrale et 14 sites administratifs en sont à plus de 3 millions d'heures.

(1) Personnel permanent de L'Oréal.

LA7 *Salariés exposés directement et fréquemment à des maladies liées à leur activité*

Concernant la santé et la sécurité, le Groupe L'Oréal a à cœur d'offrir un lieu de travail sûr et sain à ses collaborateurs. Des mesures exhaustives ont été mises en place visant à réduire les risques et à assurer une amélioration constante.

LA8 *Thèmes de santé et de sécurité couverts par des accords formels avec les syndicats*

Les normes d'hygiène et sécurité de L'Oréal sont très strictes et dépassent souvent les obligations légales des différents pays. Les Comités d'Hygiène et Sécurité et leurs activités ne conduisent pas nécessairement à la signature d'accords spécifiques, mais plutôt à un suivi partagé du sujet (application des normes L'Oréal et légales, analyse des situations etc.) selon le principe de l'amélioration continue.

Il a été néanmoins recensé 84 accords en vigueur au 31 décembre 2014 qui traitent, en totalité ou en partie, d'hygiène et sécurité.

FORMATION et éducation

L'ORÉAL

LA 9 *Nombre moyen d'heures de formation par an, réparti par salarié, par sexe et par catégorie professionnelle*

A travers son programme *Sharing Beauty With All*, le Groupe s'engage à donner accès à tous ses collaborateurs, partout dans le monde, à au moins une formation par an d'ici 2020. En 2014, 81,7% des employés du Groupe ont bénéficié d'au moins une formation au cours de l'année.

La formation fait partie intégrante de la politique de développement des collaborateurs chez L'Oréal. A ce titre, elle fait l'objet d'un entretien individuel une fois par an avec chacun.

L'Oréal assure régulièrement le développement personnel et professionnel de ses collaborateurs par un système de formation adapté aux besoins individuels, partout et pour toutes les fonctions. Le département «HR Learning» est totalement intégré à l'entreprise. Il permet de tirer parti des meilleures pratiques dans le monde et d'avoir une vision cohérente des programmes de formation.

Le nombre d'heures de formation en 2014 est de 1 599 742  sur le périmètre Groupe.

Le nombre de collaborateurs formés en 2014 est de 64 220, chacun a bénéficié de 24,9 heures de formation dans l'année.

62 % des personnes formées sont des femmes.

En 2014, L'Oréal France a consacré 19 337 milliers d'euros au titre de la formation professionnelle de ses collaborateurs, soit 2,5 % de sa masse salariale.

- Nombre de personnes formées en 2014 : 10 500 soit 86,1 % de l'effectif au 31 décembre 2014.
- Nombre d'heures de formation en 2014 : 282 288 heures.

Le site intranet Ressources Humaines de L'Oréal (Profile & Ma formation) met à disposition des collaborateurs, des informations complètes sur leurs possibilités en matière de formation professionnelle et leur droit en matière de D.I.F.

➤ NOMBRE D'HEURES DE FORMATION

	2012	2013	2014
Total heures de formations	1 063 172	1 325 136	1 599 742 

➤ HEURES DE FORMATION (COSMÉTIQUE ET TBS)

2014 Cosmétique + TBS	Nombre total d'heures de formation	Nombre de collaborateurs formés	Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur formé
Europe de l'Ouest	749 097	24 790	30,2
Amérique du Nord	183 894	14 562	12,6
Asie Pacifique	345 745	11 542	30,0
Amérique Latine	163 909	6 866	23,9
Europe de l'Est	123 843	4 941	25,1
Afrique Moyen Orient	33 254	1 519	21,9
Total	1 599 742 	64 220	24,9

➤ PLUS D'INFORMATION SUR LES PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES AU SEIN DU GROUPE L'ORÉAL, ET DES AVANTAGES SOCIAUX SONT DISPONIBLE EN LA2, « AVANTAGES SOCIAUX OFFERTS AUX SALARIÉS À TEMPS PLEIN ET NON AUX INTÉRIMAIRES, NI AUX SALARIÉS À TEMPS PARTIEL, PAR PRINCIPAUX SITES OPÉRATIONNELS» AU SEIN DE CETTE FICHE.

POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA FORMATION CHEZ L'ORÉAL, CONSULTEZ LA RUBRIQUE 6.2.2.5. LA FORMATION PAGE 229 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

LA
10

Programmes de développement des compétences et de formation tout au long de la vie destinés à assurer l'employabilité des salariés et à les aider à gérer leur fin de carrière

La formation fait partie intégrante de la politique de développement des collaborateurs chez L'Oréal. À ce titre, elle fait l'objet d'un entretien individuel une fois par an avec chacun. L'Oréal assure régulièrement le développement personnel et professionnel de ses collaborateurs par un système de formation adapté aux besoins individuels, partout et pour toutes les fonctions. Le département « HR Learning » est totalement intégré à l'entreprise. Il permet de tirer parti des meilleures pratiques dans le monde et d'avoir une vision cohérente des programmes de formation.

FORMATION ET ÉVOLUTION

Toujours à la recherche de l'excellence, de la créativité et du temps d'avance pour faire face à la complexité croissante des challenges du business, les équipes « HR Learning » accompagnent les collaborateurs et les managers pour les aider non seulement à être performants, mais aussi à se réaliser.

La formation est depuis toujours au cœur de la stratégie Ressources Humaines : c'est ainsi que L'Oréal peut attirer les meilleurs talents, préparer les leaders du futur, mais aussi apporter la meilleure réponse de formation à tous les collaborateurs du monde. L'Oréal offre à ses collaborateurs des possibilités de formation tout au long de leur vie professionnelle afin d'assurer la compétitivité de L'Oréal.

UNE APPROCHE INDIVIDUELLE

L'Oréal et Moi offre un nouveau cadre international de bilan professionnel, composé de deux rendez-vous annuels pendant lesquels il est possible d'identifier et d'évoquer les parcours professionnels, le développement personnel et la rémunération.

Dans cette optique, le Groupe assure régulièrement le développement personnel et professionnel de ses collaborateurs par un système de formation adapté aux besoins individuels, partout et pour toutes les fonctions. Le service HR Learning est totalement intégré à l'entreprise. Il permet de tirer parti des meilleures pratiques dans le monde et d'avoir une vision cohérente des programmes de formation. La réalisation optimale du potentiel de chacun est capitale pour conserver un avantage concurrentiel durable. Le Groupe disposant d'une gestion de carrière dynamique et centralisée, le service HR Learning a élaboré des outils d'aide à la transition, à destination des managers qui endossent de nouvelles responsabilités.

MOBILITÉ INTERNATIONALE

La mobilité géographique et la flexibilité de carrière profitent aux collaborateurs en termes d'évolution et d'expérience, mais également au Groupe sur le plan de la croissance et de l'innovation. La mobilité internationale renforce également la politique de diversité du Groupe car ce sont les équipes multiculturelles qui adaptent les marques à la demande locale.

À la fin de l'année 2014, 1019 collaborateurs étaient en mission internationale à long terme dans 61 pays différents. La diminution est de -10% dans les postes « pays », mais le nombre d'expatriés est stable dans les postes internationaux (Zones, Divisions, R&I). 40% de ces collaborateurs étaient des femmes et 8% avaient moins de 30 ans. Sur les 1019 expatriés, 24% bénéficient d'un package conçu spécifiquement pour le développement des jeunes dans les premières années de leur carrière.

L'Oréal a révisé sa politique de mobilité internationale pour qu'elle réponde aux besoins des collaborateurs et de la société. Des packages spécifiques à destination des jeunes collaborateurs, ainsi que pour les transferts inter-régionaux, ont été élaborés.

Pour encourager cette accélération ambitieuse de la mondialisation, le Groupe détache ses meilleurs talents dans des programmes internationaux, élaborés en partenariat avec des institutions réputées. Ils y ont accès aux meilleures ressources de formation à travers le monde et partagent l'expertise et l'expérience des dirigeants de L'Oréal. Ces programmes visent aussi à transmettre la culture et les valeurs propres à L'Oréal et contribuent à la cohérence stratégique du Groupe.

Séminaire emblématique, *L'Oréal Insight* a rassemblé 218 jeunes managers de 35 nationalités différentes en 2014. Au total, ce sont près de 500 collaborateurs stratégiques, originaires de tous les pays, qui ont suivi l'un des séminaires d'entreprise internationaux clés en 2014.

MY LEARNING

En 2014, en lien avec l'ambition « d'apporter l'apprentissage à tous », les équipes HR Learning ont accéléré le déploiement de la plate-forme *My Learning* à l'échelle internationale. Cela a représenté 72 000 heures de formation à distance pour plus de 40 000 utilisateurs réguliers de la plateforme, soit une forte progression en 2 ans : heure multipliée par 3.5 et nombre d'utilisateurs multiplié par 6.

L'utilisation d'une plate-forme unique pour l'ensemble du Groupe L'Oréal garantit le partage de la culture et de l'expertise du Groupe à l'échelle mondiale. *My Learning* favorise également le transfert de connaissances au sein du Groupe, l'orientation des collaborateurs, les initiatives d'entreprise concernant notamment la diversité et l'éthique et permet la diffusion immédiate des informations aux collaborateurs.

L'offre comporte aujourd'hui plus de 3000 ressources pédagogiques accessibles à tous les collaborateurs. La variété des formats (vidéos, module e-learning, archive, readings, web série, ...) permet d'adresser tous les modes d'apprentissage et de toucher les générations plus digitales que intégrées partout dans le monde.

Les collaborateurs accèdent à la formation et aux ressources relevant de domaines comme la gestion, l'expertise professionnelle, les langues et l'informatique. Sa création repose sur une combinaison de méthodes d'apprentissage innovantes et d'outils qui vont de la téléformation aux démonstrations vidéo. Ceci permet de répondre aux besoins de formation à long terme de tous les collaborateurs L'Oréal.

Les évolutions prévues en 2015 permettront d'offrir une expérience formation toujours plus innovante avec des serious game, des vidéo-interactives, des solutions accessibles sur mobile.

PARTAGE DES CONNAISSANCES, DE LA CULTURE ET DES VALEURS À TRAVERS LE MONDE

La stratégie de L'Oréal est de proposer un axe de formation dédié au partage de la culture de l'entreprise, de ses valeurs et de sa stratégie : un brassage intellectuel qui forme les collaborateurs à un langage commun et favorise l'esprit entrepreneurial. La formation se concrétise notamment par des séminaires réunissant les collaborateurs du monde entier. Ainsi, le *Senior Executive Forum*, destiné aux cadres expérimentés, leur permettant de réfléchir, avec le Comité Exécutif et le CEO, aux enjeux stratégiques du Groupe.

Ce parcours au travers de l'esprit et de la culture de L'Oréal commence dès l'arrivée des nouveaux collaborateurs grâce à un programme d'intégration sur mesure mixant des entretiens individuels avec des formations *Discovery*, présentiels et à distance, du mentorat ou encore des visites sur le terrain à la rencontre des clients et consommateurs. Les principes de ce programme *FIT (Follow-up and Integration Track)* sont cohérents à travers le monde et il est une étape cruciale du développement de carrière.

Depuis 2010, les nouveaux collaborateurs du Groupe, même les plus éloignés, bénéficient notamment de deux modules de formation en ligne faisant partie intégrante de leur parcours d'intégration personnalisé :

- *Keys to L'Oréal* désigne un module disponible en 12 langues qui explique et fait partager les valeurs spécifiques du Groupe sur des thèmes comme l'esprit entrepreneurial ou la compréhension de la Beauté.
- *I-Discovery* désigne un module interactif et leur fait découvrir les marques, la stratégie et l'organisation. Ce format en ligne a également été décliné spécifiquement par division avec en particulier le lancement majeur en 2012 du module de la Division des Produits Publics.

Et pour être toujours au plus près de ses marchés et de ses collaborateurs, L'Oréal développe une panoplie de formations dans les pays émergents. Le séminaire *Mastering Business Excellence* forme les nouvelles générations de dirigeants dans un esprit proche des programmes MBA des écoles de commerce. Le séminaire *Culture et Stratégie* qui aide les nouveaux managers à comprendre la vision stratégique du Groupe est un signe fort en direction des collaborateurs qui bâtiront le L'Oréal de demain.

PLUS D'INFORMATIONS SUR LES PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES AU SEIN DU GROUPE L'ORÉAL, ET DES AVANTAGES SOCIAUX SONT DISPONIBLE EN LA2, « AVANTAGES SOCIAUX OFFERTS AUX SALARIÉS À TEMPS PLEIN ET NON AUX INTÉRIMAIRES, NI AUX SALARIÉS À TEMPS PARTIEL, PAR PRINCIPAUX SITES OPÉRATIONNELS » AU SEIN DE CETTE FICHE ;

POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA FORMATION, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « 6.2.2.5. LA FORMATION » EN PAGE 229 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014



Pourcentage de salariés bénéficiant d'entretiens périodiques d'évaluation et d'évolution de carrière, par sexe et catégorie professionnelle

L'Oréal a toujours placé la dimension humaine au cœur de la performance collective de l'entreprise et ceci dans une vision à long terme. Chaque collaborateur bénéficie d'un entretien individuel de fin d'année et de manière de plus en plus généralisée, d'un entretien à la mi-année focalisé sur le développement. Dans la plupart des pays, la préparation et la validation se font à l'aide du système MAP (Managing and Appraising Performance).

MAP permet d'évaluer et développer les compétences et la performance de tous les collaborateurs de L'Oréal.

MAP traite des points suivants :

- **Maîtrise du poste**, objectifs annuels et compétences professionnelles des collaborateurs
- **Gestion de carrière** : prise en compte des souhaits du collaborateur, de son évaluation et de ses réalisations
- **Décisions de formation** selon les besoins de développement individuel
- **Décisions de rémunération** (prise en compte de la maîtrise du poste et de l'atteinte des objectifs)

Le système MAP est accessible à 46 808 collaborateurs dans le monde. Cette année il a été utilisé par 35 309 personnes dans 68 pays. Il a vocation à s'étendre à l'ensemble de la population en remplaçant progressivement le format papier : il est accessible sur tablette pour les commerciaux et en format simplifié pour les collaborateurs des usines.

Voici en détail le contenu des deux entretiens MAP :

L'Entretien de Mi-Année (EMA)

L'entretien de mi-année intervient au milieu de l'année. Il permet au collaborateur de prendre du recul sur ses activités courantes, de mesurer avec son manager le niveau de maîtrise de son poste et définir un plan de développement qui renforce ses qualités et soutient le développement de nouvelles compétences.

Objectifs :

- Faire un bilan sur la maîtrise du poste et des compétences du collaborateur
- Élaborer un plan de développement personnalisé sur les douze mois suivants

L'entretien de Mi-Année (EMA), focalisé à 100% sur le développement, représente la volonté du Groupe d'apporter à chaque collaborateur des opportunités de grandir, d'apprendre et de se professionnaliser quelle que soit sa fonction.

L'Entretien de Fin d'Année (EFA)

Objectifs :

- faire une évaluation de la performance de l'année en cours
- fixer les objectifs et donner les perspectives pour l'année à venir
- discuter des aspirations de carrière du collaborateur et lui donner de la visibilité sur l'avenir

L'Entretien de Fin d'Année (EFA) est l'occasion privilégiée pour le collaborateur de parler avec ses managers N+1 et N+2 de ces sujets si importants : sa performance, les défis à venir et ses aspirations de carrière.

Il doit se tenir dans un esprit de dialogue ouvert et objectif.

31 927 compte-rendu d'EFA ont été co-validés par le manager et le collaborateur à l'issue de la campagne d'entretiens de fin d'année 2014.

Diversité et égalité des chances

L'ORÉAL

LA
12

Composition des instances de gouvernance et répartition des salariés par catégorie professionnelle, en fonction du sexe, de la tranche d'âge, de l'appartenance à une minorité et d'autres indicateurs de diversité

RÉPARTITION PAR GENRE ET ÂGE MOYEN DE L'EFFECTIF (COSMÉTIQUE + TBS - 2014)

	Total	Hommes	Femmes	Âge moyen	% femmes
Europe de l'Ouest	31 080	9 842	21 238	39	68%
Amérique du Nord	15 441	4 187	11 254	37	73%
Asie Pacifique	16 486	4 967	11 519	34	70%
Amérique Latine	8 522	3 098	5 424	35	64%
Europe de l'Est	5 241	1 720	3 521	35	67%
Afrique Moyen Orient	1 841	955	886	35	48%
Total	78 611 ✓	24 769 ✓	53 842 ✓	37	68% ✓

Les femmes au sein du Groupe représentent 68 % ✓ des effectifs globaux,

- 60 % des cadres
- 64 % des cadres recrutés
- 40 % des expatriés
- 46 % des nouvelles missions d'expatriation de l'année
- 47 % des membres des Comités de Direction suivis au niveau international
- 33 % des membres du Comité Exécutif (5/15)
- 48 % des marques sont dirigées par des femmes
- 47% des 49 collaborateurs nommés en 2014 à une fonction de Patron de Division sont des femmes

RÉPARTITION HOMME/FEMME PAR TRANCHE D'ÂGE DANS LES COMITÉS DE DIRECTION – MONDE - 2014

	Moins de 30 ans	De 30 à 50 ans	Plus de 50 ans	Total
Femmes	1 %	81 %	18 %	100 %
Hommes	1 %	75 %	24 %	100 %

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR ÂGE

	Total	< 25 ans	25-29 ans	30-34 ans	35-39 ans	40-44 ans	45-49 ans	50-54 ans	55-59 ans	> 60 ans
Europe de l'Ouest	31 080	3 268	4 843	4 638	4 291	4 285	3 938	3 181	2 040	596
Amérique du Nord	15 441	2 675	2 584	2 146	1 730	1 614	1 479	1 451	1 072	690
Asie Pacifique	16 486	1 969	3 929	4 227	3 037	1 747	837	450	197	93
Amérique Latine	8 522	807	1 839	1 919	1 461	1 127	697	441	186	45
Europe de l'Est	5 241	361	1 342	1 333	1 014	568	300	151	120	52
Afrique Moyen Orient	1 841	155	473	444	309	212	139	66	35	8
Total	78 611 ✓	9 235 ✓	15 009 ✓	14 707 ✓	11 842 ✓	9 553 ✓	7 390 ✓	5 740 ✓	3 650 ✓	1 484 ✓

Compte tenu de l'absence de définition et d'obligation d'emploi de personnes en situation de handicap dans tous les pays où L'Oréal est présent, il n'est pas possible de disposer d'un taux de handicap moyen consolidé Groupe.

Le taux usuellement communiqué est celui de L'Oréal en France, en comparaison de l'obligation des 6 %.

TAUX GLOBAL D'EMPLOI DES PERSONNES HANDICAPÉES POUR L'ORÉAL EN FRANCE

2009	4,71 %
2010	5,44 %
2011	5,08 %
2012	5,46 %
2013	6,06 %
2014	6,08 %



RETROUVEZ CES INFORMATIONS CONCERNANT LES ORGANES DE GOUVERNANCE DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014 PAGES 37 ET SUIVANTES, OU AU SEIN DE LA FICHE GOUVERNANCE DE CE RAPPORT.

Égalité de rémunération entre les femmes et les hommes.....

LA
13

Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes par rapport aux hommes, par catégorie professionnelle et par principaux sites opérationnels

Cet indicateur n'est pas consolidé au niveau du Groupe.

FRANCE

RÉMUNÉRATION À L'ORÉAL SA

Rémunération brute mensuelle moyenne des femmes et des hommes continûment présents

Il s'agit des salariés (hors dirigeants) en CDI, présents deux années consécutives. Les salariés ayant changé de catégorie sont comparés dans la catégorie à laquelle ils appartiennent la 2^e année.

	2013			2014			Évolution en % de salaire moyen		
	Homme	Femme	Ensemble	Homme	Femme	Ensemble	Homme	Femme	Ensemble
Cadre	6 531	5 588	5 990	6 816	5 858	6 266	4,4 %	4,8 %	4,6 %
AM et techniciens	3 279	3 250	3 257	3 388	3 363	3 368	3,3 %	3,4 %	3,4 %
Employés	2 479	2 381	2 420	2 565	2 466	2 505	3,5 %	3,6 %	3,5 %
Ouvriers	2 821	2 716	2 783	2 907	2 832	2 880	3,0 %	4,3 %	3,5 %
V.R.P.	4 318	3 847	4 123	4 500	3 074	4 323	4,2 %	5,9 %	4,9 %

LES COTISATIONS PATRONALES

Chez L'Oréal SA, le montant annuel des cotisations patronales en 2014 s'élève à 227 316 635 euros.

Évaluation des pratiques en matière d'emploi chez les fournisseurs

LA
14

Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux pratiques en matière d'emploi

Les sous-traitants, où qu'ils soient basés dans le monde, et les fournisseurs de matières premières, emballages, équipements de production et PLV/Promo situés dans des pays présentant des risques font l'objet d'un audit social obligatoire. Pour établir la cartographie des pays présentant des risques, L'Oréal utilise les index produits par *Maplecroft*TM.

En 2014, 834 audits  ont ainsi été réalisés, soit plus de 6 100 depuis 2006.

Les audits sociaux réalisés ont permis à date de couvrir 81% du portefeuille fournisseur soumis à l'audit.

En 2014, 55 % de ces audits ont été réalisés en Asie.

En 2014, 55 % des sites fournisseurs audités pour la première fois (audits initiaux) présentaient des non-conformités majeures . Lors des audits de suivi, 39 % des fournisseurs initialement non conformes, ne présentent plus de non-conformité majeure.

488 audits (sur les 834) étaient des audits initiaux (audités pour la première fois), donc 58% des audits réalisés concernaient de nouveaux sites fournisseurs.

A cela, il faut ajouter les audits sociaux pilotés par The Body Shop (TBS). En effet, depuis son intégration au Groupe L'Oréal, en 2006, TBS poursuit son programme historique d'audits sociaux. TBS est un des membres fondateur de Ethical Trading Initiative (ETI) et en a adopté leur *Supplier Code of Conduct*. *The Body Shop* a développé un programme leur permettant de soutenir leur engagement d'achats responsables. Une des activités de ce programme est le contrôle des conditions de travail, définies dans le *Supplier Code of Conduct*, sur les sites de production des fournisseurs (72 audits ont été réalisés en 2014). 6 sites fournisseurs font l'objet d'un programme ciblé d'accompagnement.



Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur les pratiques en matière d'emploi dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises

Les impacts négatifs potentiels liés aux Droits de l'Homme dans la chaîne d'approvisionnement sont ceux décrits dans l'approche managériale, à savoir :

- le travail des enfants ;
- le travail forcé ;
- l'environnement, l'hygiène et la sécurité ;
- le respect des lois relatives aux syndicats ;
- la non-discrimination ;
- les pratiques disciplinaires ;
- le harcèlement ou l'environnement hostile de travail ;
- le respect du salaire/de la compensation et des avantages ;
- le temps de travail ;
- la relation avec les sous-traitants.

En 2014, 834 audits ont ainsi été réalisés, soit plus de 6 100 depuis 2006.

Répartition des non-conformités par chapitres audités	2014
% de non-conformités liées à la Rémunération	22
% de non-conformités liées aux Heures de travail	22
% de non-conformités liées aux conditions de travail, Hygiène et sécurité	38
% de non-conformités liées au harcèlement	0,5
% de non-conformités liées aux pratiques disciplinaires	4

Ces données se lisent de la façon suivante : 22 % des non-conformités (majeures ou mineures) relevées en 2014 (sur l'ensemble des audits sociaux) portaient sur le chapitre « Rémunération ».

En cas de non-conformités majeures, des plans d'actions correctives sont mis en place et font l'objet d'un audit de suivi. Les cas de non-conformités les plus sérieux ou l'absence de mise en œuvre effective d'un plan d'action correctif peuvent entraîner l'arrêt des relations commerciales ou le cas échéant le non-référencement d'un nouveau fournisseur.

En 2014, 55 % des sites fournisseurs audités pour la première fois (audits initiaux) présentaient des non-conformités majeures . Lors des audits de suivi, 39 % des fournisseurs initialement non conformes, ne présentent plus de non-conformité majeur.



PLUS D'INFORMATIONS AU SEIN DE LA FICHE GOUVERNANCE, ASPECT DROITS DE L'HOMME, AU SEIN DE CE RAPPORT.

Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux pratiques en matière d'emploi

LA
16 *Nombre de griefs concernant les pratiques en matière
d'emploi déposés, examinés et réglés via des mécanismes
officiels de règlement des griefs*

Sur le plan collectif, en 2014 aucun grief significatif n'a été remonté à la Direction des Relations Sociales Corporate.

Droits de l'Homme

APPROCHE MANAGÉRIALE	p. 2
INVESTISSEMENT	p. 9
HR1 - Pourcentage et nombre total d'accords et de contrats d'investissement substantiels incluant des clauses relatives aux Droits de l'Homme ou ayant fait l'objet d'un contrôle sur ce point	p. 9
HR2 - Nombre total d'heures de formation des salariés sur les politiques ou procédures relatives aux Droits de l'Homme applicables dans leur activité, y compris le pourcentage de salariés formés	p. 9
NON-DISCRIMINATION	p. 10
HR3 - Nombre total d'incidents de discrimination et actions correctives mises en place	p. 10
LIBERTÉ SYNDICALE ET DROIT DE NÉGOCIATION COLLECTIVE	p. 12
HR4 - Sites et fournisseurs identifiés au sein desquels le droit à la liberté syndicale et à la négociation collective pourrait ne pas être respecté ou est fortement menacé, et mesures prises pour le respect de ce droit	p. 12
TRAVAIL DES ENFANTS	p. 13
HR5 - Sites et fournisseurs identifiés comme présentant un risque substantiel d'incidents liés au travail des enfants et mesures prises pour contribuer à abolir efficacement ce type de travail	p. 13
TRAVAIL FORCÉ OU OBLIGATOIRE	p. 13
HR6 - Sites et fournisseurs identifiés comme présentant un risque substantiel d'incidents relatifs au travail forcé ou obligatoire et mesures prises pour contribuer à l'abolir sous toutes ses formes	p. 13
PRATIQUES EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ	p. 14
HR7 - Pourcentage d'agents de sécurité formés aux politiques ou procédures de l'organisation relatives aux Droits de l'Homme applicables dans leur activité	p. 14
DROITS DES PEUPLES AUTOCHTONES	p. 14
HR8 - Nombre total d'incidents de violations des droits des peuples autochtones et mesures prises	p. 14
ÉVALUATION	p. 15
HR9 - Nombre total et pourcentage de sites qui ont fait l'objet d'examen relatifs aux Droits de l'Homme ou d'évaluations des impacts	p. 15
ÉVALUATION DU RESPECT DES DROITS DE L'HOMME CHEZ LES FOURNISSEURS	p. 16
HR10 - Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux Droits de l'Homme	p. 16
HR11 - Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur les Droits de l'Homme dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	p. 17
MÉCANISMES DE RÈGLEMENT DES GRIEFS RELATIFS AUX DROITS DE L'HOMME	p. 18
HR12 - Nombre de griefs concernant les impacts sur les Droits de l'Homme déposés, examinés et réglés via des mécanismes officiels de règlement des griefs	p. 18

L'ORÉAL

Approche managériale

L'Oréal a adhéré au Pacte des Nations Unies en 2003 et s'engage à respecter et promouvoir les Droits de l'Homme.

Le Président-Directeur Général de L'Oréal a confié au Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président, la mission de veiller au respect des Droits de l'Homme.

Le Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président, rend compte régulièrement au Président-Directeur Général. Il informe le Conseil d'Administration et le Comité Exécutif.

Les Patrons de pays sont responsables de la mise en œuvre de la politique en matière de Droits de l'Homme dans leur pays. Le Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président, rencontre chaque nouveau Patron de pays systématiquement afin de les sensibiliser notamment aux questions relatives aux Droits de l'Homme et à la prévention de la corruption.

L'Oréal s'assure du respect des Droits de l'Homme à l'égard de ses collaborateurs grâce aux actions des fonctions Ressources Humaines et chez ses fournisseurs et sous-traitants grâce aux actions des fonctions Achats (voir « Évaluation du respect des Droits de l'Homme chez les fournisseurs »)

La politique Droits de l'Homme est détaillée par L'Oréal au travers des documents tels que L'Esprit L'Oréal ou la Charte Éthique.

Dans le paragraphe « Comme Employeur » de L'Esprit L'Oréal, le Groupe décrit ainsi ses principaux engagements vis-à-vis de ses collaborateurs, notamment en matière de diversité. Ses engagements sur l'abolition du travail des enfants et du travail forcé sont exposés au sein du paragraphe « Comme Entreprise Citoyenne Responsable » de ce même document.

Le paragraphe « Respect des Droits de l'Homme » de la Charte Éthique rappelle les engagements de L'Oréal à respecter et promouvoir les Droits de l'Homme, en se référant en particulier, à la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et aux Principes Directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux Droits de l'Homme. L'Oréal soutient également les Principes d'Autonomisation des Femmes (*Womens' Empowerment Principles*) des Nations Unies. Présents dans de nombreux pays, L'Oréal est particulièrement vigilant aux questions couvertes par les Conventions Fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (interdiction du travail des enfants et du travail forcé, respect de la liberté d'association), à la promotion de la diversité, des droits de la femme, au respect du droit des peuples de disposer de leurs ressources naturelles et au droit à la santé.

Par ailleurs, plusieurs chapitres de la Charte Éthique sont consacrés à la mise en œuvre pratique du respect des Droits de l'Homme : santé, hygiène et sécurité, diversité, harcèlement moral et sexuel, respect de la vie privée, contribution à la communauté ainsi que le choix et traitement équitable des fournisseurs.

La 3ème édition de la Charte Éthique a été lancée en 2014. Disponible en 45 langues et en français et anglais en Braille, elle est distribuée à tous les collaborateurs. La Charte Éthique est disponible sur le site : www.loreal.com.

Chaque année depuis 2009, L'Oréal organise une Journée de l'Éthique (*Ethics Day*) afin d'assurer la continuité de la communication interne sur ce sujet. En 2014, l'ensemble des collaborateurs du Groupe a pu adresser ses questions au Président, Directeur Général de L'Oréal, qui y a répondu lors d'un webchat en direct. Chaque Patron de pays a également pu échanger avec ses collaborateurs sur l'éthique. En 2014, plus de la moitié des collaborateurs du Groupe a participé à ce dialogue et plus de 4000 questions ont été posées au niveau mondial.

La politique *Parlons-en-Ensemble* de L'Oréal permet aux collaborateurs de faire remonter leurs éventuelles préoccupations y compris en matière de Droits de l'Homme et notamment via un site internet sécurisé directement auprès du Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président. Ce site est accessible en 26 langues. Les allégations font l'objet d'un examen détaillé et des mesures adéquates sont prises le cas échéant en cas de non-respect de la politique Droits de l'Homme.

Investissement

L'Oréal prend en compte les Droits de l'Homme dans ses décisions économiques et notamment lorsque ces décisions concernent des pays où la protection des Droits de l'Homme est un sujet de préoccupation.

Cette prise en compte est notamment formalisée concernant les projets d'acquisitions, les contrats-cadres avec les fournisseurs stratégiques et les projets immobiliers.

Dans le cadre des vérifications juridiques effectuées préalablement à des projets d'acquisitions, la Direction Juridique Groupe intègre un *questionnaire éthique et Droits de l'Homme* établi par la Direction Générale de l'Éthique. Les réponses à ce questionnaire sont destinées à identifier, dans le dispositif de contrôle interne existant au sein de la société cible, la prise en compte notamment des risques liés au non-respect des Droits de l'Homme.

Les contrats-cadres signés avec des fournisseurs/sous-traitants contiennent une clause sociétale reprenant les mêmes engagements à respecter les Conventions Fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail.

Concernant les projets immobiliers, le Guide de Conception et Construction Durable prévoit que L'Oréal s'assure, lors du choix d'un site en acquisition ou lors d'un bail en état futur d'achèvement, que le vendeur est devenu propriétaire et a compensé les éventuels occupants/utilisateurs en respectant les textes internationaux.

Afin de permettre aux Collaborateurs de prendre en compte les Droits de l'Homme dans leurs activités, les formations sur l'Éthique traitent notamment des sujets Droits de l'Homme. Un e-learning obligatoire sur l'éthique est en cours de déploiement dans l'ensemble des pays. Au 31 décembre 2014, plus de 43000 collaborateurs l'avaient réalisé.

L'Oréal organise également des formations pour les fonctions plus particulièrement concernées et notamment les acheteurs. La formation aux achats responsables, au programme *Buy & Care* et aux audits sociaux est une formation obligatoire du parcours d'intégration de tout nouvel acheteur. En 2013, un e-learning spécifique sur le programme d'audits sociaux a été lancé.

Non-discrimination

L'Oréal est engagé depuis plus de 10 ans dans une politique innovante et ambitieuse en faveur des Diversités.

Le Groupe s'est fixé trois priorités :

- le genre ;
- l'inclusion du handicap ;
- l'origine socio-culturelle et ethnique.

Le Groupe intervient plus particulièrement dans les domaines des ressources humaines, des achats solidaires et du marketing.

Au 31 décembre 2014, avec un réseau de plus de 96 coordinateurs  Diversité dans le monde, les initiatives menées par toutes les filiales du Groupe font de L'Oréal un pionnier et l'un des acteurs reconnus dans le domaine de la diversité au plan mondial.

Dès 2004, L'Oréal a été membre fondateur de la première charte de la diversité en France. Le Groupe est aujourd'hui signataire de huit autres chartes en Europe (Allemagne, Autriche, Belgique, Italie, Pologne, Espagne, Suède...) dont certaines sont à son initiative. Dernière en date, L'Oréal Finlande a été membre fondateur de la Charte Diversité Finlandaise en 2012.

INCLUSION DU HANDICAP

En ce qui concerne le handicap, L'Oréal développe depuis 2008 une politique mondiale en faveur de l'insertion du handicap dans l'entreprise.

Cette politique est articulée autour de cinq priorités :

1. la sensibilisation ;
2. l'accessibilité à l'information et à l'infrastructure ;
3. les partenariats ;
4. le recrutement ;
5. le maintien dans l'emploi.

Pour accélérer la mobilisation de ses filiales, L'Oréal a mis en place en 2008 les Trophées *Initiatives pour le Handicap* qui récompensent les entités opérationnelles pour leurs actions concrètes en faveur du handicap. Ces trophées, remis tous les deux ans, permettent de valoriser et de partager les bonnes pratiques menées par les différentes entités de L'Oréal en France et en Europe. En 2012, cette initiative a été ouverte à l'international, ce qui a permis à 14 pays de quatre zones géographiques d'y participer. Finalement en 2014, 65 pays du Groupe ont montré leur engagement en soumettant 80 projets .

En 2013, L'Oréal Chili a reçu le label *Sello Inclusivo* qui reconnaît les efforts en matière d'accessibilité. De même, L'Oréal a signé l'accord avec l'Organisation Internationale du Travail pour faire partie du *Disability Network* de cette organisation, afin de partager ses meilleures pratiques et interagir avec les parties prenantes, telles que des ONG, des associations civiles et autres entreprises.

En 2009, L'Oréal a co-créé avec le Ministère du Travail italien, *Telefonica* et la *Fondation ONCE* en Espagne, le réseau *CSR+Disability*. Ce réseau tri-national et qui réunit des acteurs provenant de la sphère privée, publique et associative, a pour objectif de promouvoir l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap à travers toute l'Europe. En 2013, fruit de ce partenariat, le Groupe a co-créé le *1st European Award for Social Entrepreneurship and Disability: Promoting Social Investment*. Ce prix vise à identifier et récompenser les projets d'entrepreneurs sociaux européens dans le champ de l'inclusion du handicap ou de projets innovants portés par des entrepreneurs avec un handicap. Le gagnant de la première édition du prix travaille, depuis 2014, en étroite collaboration avec L'Oréal Autriche. En 2014, L'Oréal a soutenu activement le lancement de la deuxième édition du prix qui sera remis en mars 2015.

Le 3 décembre est la journée internationale des personnes en situation de handicap déclarée par l'ONU. Un kit de communication a été envoyé à toutes les filiales du groupe en novembre 2014 afin de les aider à organiser une journée ou toute une semaine de sensibilisation au handicap. À date, 5 filiales du Groupe se sont mobilisées et ont créé des événements de sensibilisation pour leurs collaborateurs : Brésil, États-Unis, Mexique, Chine et Uruguay. La France a également mobilisé les équipes du siège pour les sensibiliser sur le sujet.

Enfin, 28 pays ont axé une partie de leur stratégie diversité sur les origines sociales et éthiques. En ce qui concerne le recrutement, 59 pays dans lesquels le Groupe est implanté, ont mis en place des actions pour diversifier l'origine de leurs recrutements avec un objectif : permettre à tous les talents d'accéder aux plus hauts niveaux de responsabilité de l'entreprise, quelles que soient leurs différences et leurs origines.

L'Oréal a accueilli au sein de son siège la conférence européenne sur les Origines en partenariat avec ENAR (European Network Against Racism) en octobre 2013. En 2014, ENAR a de nouveau été accueilli par L'Oréal pour sa conférence afin d'explorer les bonnes pratiques des entreprises pour aborder la question de l'origine ethnique et culturelle dans l'emploi.

L'Oréal a par ailleurs mis en place un *Bilan des Diversités* en France avec une centaine d'indicateurs recouvrant l'ensemble des 6 dimensions de la politique des Diversités. Dans la même dynamique, un outil automatique de reporting diversité avec 30 indicateurs (recrutement, formation, rémunération...) a été mis à disposition de toutes les filiales.

Afin d'accompagner ces initiatives, L'Oréal a entrepris de former ses collaborateurs à la diversité, en organisant «Les Ateliers de la Diversité». Cette formation d'une journée a permis de sensibiliser plus de 15 000 collaborateurs dans plus de 20 pays.

➤ EGALITÉ DE RÉMUNÉRATION ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

L'égalité salariale est la règle. La politique du Groupe est de garantir, à compétences égales, une position et un salaire identique.

- Dans le domaine de l'égalité socioprofessionnelle homme/femme, L'Oréal s'est vu décerner depuis 2010 le 1^{er} label européen, le *Gender Equality European Standard* (GEES), pour ses entités en Europe.

Récapitulatif des certifications GEES :

- 2010 (audit initial) : Allemagne, France, Espagne, Italie, Belgique, Royaume-Uni, Irlande et L'Oréal S.A.
- 2012 (audit initial) : Pays Baltes (Estonie, Lituanie, Lettonie), Portugal, République Tchèque, Hongrie, Slovaquie et Pologne
- 2013 (audit mi-parcours) : Allemagne, France, Espagne, Italie, Belgique, Royaume-Uni, Irlande et L'Oréal S.A.
- 2014 (audit initial) : Autriche, Finlande, Suède, Pays-Bas, Croatie, Bulgarie, Slovénie et Roumanie
- 2014 (audit mi-parcours) : Pays Baltes (Estonie, Lituanie, Lettonie), Portugal, République Tchèque, Hongrie, Slovaquie et Pologne

Au total, 24 entités 🟢🟢 du Groupe L'Oréal sont labellisées et sont audités régulièrement pour mesurer leurs progrès.

Ces efforts ont été reconnus par le Fonds Arborus, l'organisme fondateur du label GEES. En Novembre 2014, L'Oréal a obtenu une mention spéciale pour le réseau de Certification le plus étendu en Europe.

L'Oréal SA a obtenu le *Label Egalité* professionnelle entre les femmes et les hommes en 2013 et a réussi son audit de suivi intermédiaire fin 2014.

Depuis 2009, L'Oréal fait appel à des experts indépendants pour analyser les rémunérations. Le choix s'est porté sur l'INED (Institut National d'Études Démographiques). Cette étude est reconduite annuellement et montre que L'Oréal s'est engagée dans une vraie démarche de réduction des écarts de rémunérations entre les femmes et les hommes et ce avec des résultats meilleurs que la moyenne des résultats constatés en France. En 2014, l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes était de 3,96 %.

En 2014, L'Oréal a été distinguée lors des *Trophée du Capital Humain*, dans la catégorie « Place des femmes dans l'entreprise » pour son initiative « Concilier carrière et maternité en toute quiétude ».

Toujours en matière d'égalité homme/femme, L'Oréal Mexique a reçu le label d'entreprise *Modèle Équité de Genre* de la *Banque Mondiale* en octobre 2012.

Finalement, 7 pays (Australie, Brésil, Canada, États-Unis, Inde, Philippines et Russie) ont commencé le processus de *certification EDGE* (Economic Dividend for Gender Equality) sur l'égalité socioprofessionnelle des hommes et femmes dans le monde en 2014.

L'Oréal USA a obtenu le *label EDGE* en été 2014 🟢🟢. Les 6 autres pays 🟢🟢 finalisent l'étape d'évaluation afin de recevoir la certification.

En outre, L'Oréal a obtenu le *prix Vigeo* pour ses actions envers les femmes et L'Oréal USA a été reconnu comme un des *Top 10 Champions of Global Diversity*.

Pour ce qui concerne les **fournisseurs et sous-traitants** de L'Oréal, il leur est demandé de se conformer aux conventions C100 et C111 de l'Organisation Internationale du Travail portant sur l'égalité de rémunération et la non-discrimination.

Chaque nouveau fournisseur/sous-traitant référencé par les équipes *Achats* doit s'engager à respecter ces clauses sociétales et à accepter qu'un audit social puisse être réalisé sur ses sites de production. Cet engagement du fournisseur / sous-traitant se matérialise par la signature d'une lettre d'engagement éthique.

Tous les audits sociaux du Groupe traitent de la question de la discrimination.

En cas de non-conformités majeures, des plans d'actions correctives sont mis en place et font l'objet d'un audit de suivi. Les cas de non-conformités les plus sérieux ou l'absence de mise en œuvre effective d'un plan d'action correctif peuvent entraîner l'arrêt des relations commerciales ou le cas échéant le non-référencement d'un nouveau fournisseur.

➤ *Liberté syndicale et droit de négociation collective*

Dans les pays où la liberté d'association et le droit à la négociation collective sont limités ou interdits, L'Oréal s'assure qu'il existe d'autres modes de dialogue avec ses collaborateurs leur permettant de remonter leurs éventuelles préoccupations (voir aussi Emploi- Aspect Relations employeurs/employés – description de l'approche managériale – dialogue social).

Pour ce qui concerne les fournisseurs et sous-traitants de L'Oréal, il leur est demandé de se conformer aux conventions C87 et C98 de l'Organisation Internationale du Travail portant sur la liberté d'association.

Chaque nouveau fournisseur / sous-traitant référencé par les équipes *Achats* doit s'engager à respecter ces clauses sociétales et à accepter qu'un audit social puisse être réalisé sur ses sites de production. Cet engagement du fournisseur / sous-traitant se matérialise par la signature d'une lettre d'engagement éthique.

Tous les audits sociaux du Groupe traitent de la question de la liberté d'association.

En cas de non-conformités majeures, des plans d'actions correctives sont mis en place et font l'objet d'un audit de suivi. Les cas de non-conformités les plus sérieux ou l'absence de mise en œuvre effective d'un plan d'action correctif peuvent entraîner l'arrêt des relations commerciales ou le cas échéant le non-référencement d'un nouveau fournisseur.

➤ *Travail des enfants*

Concernant l'abolition du travail des enfants, toutes les entités de L'Oréal sont tenues de vérifier l'âge de leurs nouveaux collaborateurs au moment de leur embauche.

L'Oréal a choisi de fixer à 16 ans l'âge minimum obligatoire de tous ses collaborateurs, une limite supérieure à l'âge minimum exigé par l'Organisation Internationale du Travail.

Compte tenu de leur jeune âge, les collaborateurs âgés de 16 à 18 ans font l'objet d'un suivi particulier et notamment : pas de travail de nuit, pas d'heures supplémentaires, pas de travail impliquant l'utilisation de substances ou d'outils dangereux, pas de port de charges lourdes, mise en œuvre d'un plan de formation renforcé, désignation d'un « tuteur » interne et inscription sur un registre spécial.

En 2014, 408 collaborateurs de 16 à 18 ans ont travaillé au sein des entités du Groupe.

Pour ce qui concerne les fournisseurs et sous-traitants de L'Oréal, il leur est demandé de se conformer aux conventions C138 et C182 de l'Organisation Internationale du Travail portant sur le travail des enfants.

Chaque nouveau fournisseur / sous-traitant référencé par les équipes *Achats* doit s'engager à respecter ces clauses sociétales et à accepter qu'un audit social puisse être réalisé sur ses sites de production. Cet engagement du fournisseur / sous-traitant se matérialise par la signature d'une lettre d'engagement éthique.

Tous les audits sociaux du Groupe traitent de la question du travail des enfants.

En cas de non-conformités majeures, des plans d'actions correctives sont mis en place et font l'objet d'un audit de suivi. Les cas de non-conformités les plus sérieux ou l'absence de mise en œuvre effective d'un plan d'action correctif peuvent entraîner l'arrêt des relations commerciales ou le cas échéant le non-référencement d'un nouveau fournisseur.

Travail forcé ou obligatoire

Concernant l'élimination de toute forme de travail forcé ou obligatoire, le recours au travail pénitentiaire est possible lorsqu'il est volontaire dans le cadre d'un programme de réinsertion et payé au prix du marché. Les fournisseurs / sous-traitants doivent solliciter l'autorisation de L'Oréal avant d'y avoir recours.

Par ailleurs, l'ensemble des entités du Groupe est tenu de s'assurer qu'aucun collaborateur ne fait l'objet de rétention de documents d'identité, de voyage, ou soit contraint de payer de frais de recrutement ou d'effectuer un dépôt d'argent sans lesquels il ne pourrait quitter son emploi.

Pour ce qui concerne les fournisseurs et sous-traitants de L'Oréal, il leur est demandé de se conformer aux conventions C29 et C105 de l'Organisation Internationale du Travail portant sur la liberté d'association.

Chaque nouveau fournisseur/sous-traitant référencé par les équipes Achats doit s'engager à respecter ces clauses sociétales et à accepter qu'un audit social puisse être réalisé sur ses sites de production. Cet engagement du fournisseur/sous-traitant se matérialise par la signature d'une lettre d'engagement éthique.

Tous les audits sociaux du Groupe traitent de la question du travail forcé.

En cas de non-conformités majeures, des plans d'actions correctives sont mis en place et font l'objet d'un audit de suivi. Les cas de non-conformités les plus sérieux ou l'absence de mise en œuvre effective d'un plan d'action correctif peuvent entraîner l'arrêt des relations commerciales ou le cas échéant le non-référencement d'un nouveau fournisseur.

Pratiques en matière de sécurité

Diffusée fin 2013, la nouvelle Charte Sécurité L'Oréal met notamment en avant les points suivants:

- L'Oréal a la volonté de conduire ses activités avec le souci permanent d'offrir à tous ses collaborateurs un cadre de travail et de vie aussi sûr que possible et de protéger les actifs matériels et immatériels du Groupe ;
- la Direction Sécurité Groupe contribue à la rédaction des politiques et procédures ainsi qu'au choix des standards pertinents, veille à la mise en place des moyens adaptés en personnel et matériels, participe à l'évaluation des risques et initie des actions de sensibilisation à destination de l'ensemble des collaborateurs. L'appréciation des risques fait l'objet d'une évaluation permanente. La Direction Sécurité Groupe s'appuie sur un réseau de correspondants et responsables Sécurité, notamment dans les pays où le risque de malveillance à l'encontre de L'Oréal est considéré comme élevé : la protection des personnes est un objectif permanent dans la conduite des activités.

Droits des peuples autochtones

La prise en compte des droits des peuples autochtones est intégrée dans diverses procédures opérationnelles.

A titre d'exemple, le *Guide de Conception et Construction Durable* prévoit que L'Oréal s'assure que le vendeur est devenu propriétaire et a compensé les éventuels occupants/utilisateurs en respectant les textes internationaux lors du choix d'un site en acquisition (terrain à bâtir ou bâti pour une usine ou centre de Recherche & Innovation) ou lors de la mise en place d'un bail en état futur d'achèvement.

Conformément aux exigences de la *Convention sur la Diversité Biologique*, dont L'Oréal s'est engagé à respecter les principes dès 2005, le respect des droits des peuples autochtones repose sur l'obtention d'un accord préalable, ainsi que sur la garantie d'un juste retour aux populations locales dans le cadre des démarches d'approvisionnement responsable en matières premières.

Ainsi, depuis 2006, que les pays d'origine des ingrédients soient ou non pourvus de réglementation liée à l'*Accès et au Partage des Avantages issus des ressources génétiques (APA)*, L'Oréal met en œuvre des approches « de type APA » abordant la question du respect des droits des peuples autochtones d'une façon très intégrée, en considérant conjointement les défis écologiques, économiques et sociaux pour assurer le développement durable le long des chaînes d'approvisionnement de ses matières premières.

L'ensemble des matières premières renouvelables du groupe fait donc l'objet d'un examen strict sur des critères de respect de la biodiversité, intégrant le statut écologique de la ressource et/ou de son écosystème, les mesures de protection éventuelles des ressources, l'impact de la production sur les milieux naturels etc.. Ceci inclut notamment le respect des droits de peuples autochtones qui sont souvent très dépendants des ressources biologiques.

Ainsi, sont évalués par le fournisseur en fonction de sa filière d'approvisionnement :

- l'importance de la plante en termes de revenus et d'emplois locaux et le niveau de retour permis par la filière auprès des populations locales ;
- la reconnaissance des utilisations et savoir-faire ancestraux. Ils sont pris en compte pour gérer tous les aspects de propriété intellectuelle ;
- l'accès des populations locales aux matières premières pour le maintien des usages traditionnels : utilisation alimentaire, combustible, fourrage, médicaments, matériaux de construction difficilement remplaçables et/ou son importance culturelle ;
- le changement d'usage des terres qu'est susceptible de provoquer la production de la matière première. Une importance toute particulière est apportée aux surfaces initialement utilisées pour des usages alimentaires.

Depuis 2010, l'étude systématique des brevets déposés par le Groupe permet d'assurer le respect des savoirs traditionnels et le libre accès des populations à leurs ressources. Les mêmes exigences sont appliquées aux brevets fournisseurs.



POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONSULTEZ LA FICHE ENVIRONNEMENT, ASPECT BIODIVERSITÉ, INDICATEUR EN14.

Toute allégation de violation des droits des peuples autochtones doit être remontée au Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président, qui est en charge des Droits de l'Homme.

Évaluation

L'examen relatif aux Droits de l'Homme de l'ensemble des sites du Groupe se fait au moyen d'un outil d'auto-évaluation éthique qui permet aux Patrons de pays d'évaluer les risques éthiques éventuels (y compris en matière de Droits de l'Homme) au niveau de leur pays et de prendre les mesures nécessaires pour y remédier.

Par ailleurs, un système de reporting annuel sur les questions éthiques, couvre tous les sujets abordés dans la Charte Éthique. Ces informations permettent notamment d'évaluer la performance du Groupe en termes d'application des Droits de l'Homme.

Évaluation du respect des Droits de l'Homme chez les fournisseurs

Dans le cadre de *Sharing Beauty With All* le Groupe a pris pour engagement qu'en 2020, tous ses fournisseurs stratégiques seront évalués et sélectionnés sur la base de leurs performances sur le plan sociétal et environnemental, et auront procédé, avec l'aide du Groupe, à une auto-évaluation de leur politique en matière de Développement Durable. De plus, tous les fournisseurs auront en 2020 accès aux outils de formation L'Oréal pour leur permettre d'optimiser leur politique de Développement Durable. Enfin, 20% des fournisseurs stratégiques seront associés au programme *Solidarity Sourcing*.

L'Oréal travaille avec des milliers de fournisseurs à travers le monde pour couvrir ses besoins en emballages, matières premières, sous-traitance, équipements de production, objets promotionnels et publicitaires, produits et services non liés à la production (communément nommés indirects).

Le volume mondial des achats directement liés à la production (emballages, matières premières et sous-traitance) représentait 3.64 milliards d'euros en 2014 (Périmètre cosmétique, hors TBS).

La politique Achats du Groupe vise à développer une relation équilibrée et pérenne avec ses sous-traitants et fournisseurs dans le respect des enjeux sociaux et environnementaux.

Ainsi, la recherche active de fournisseurs partageant ses valeurs et engagements, en particulier ceux relatifs aux Droits de l'Homme, fait du référencement de ces fournisseurs une étape particulièrement importante.

Pour ce qui concerne les achats industriels, des équipes Achats dédiées ont pour mission d'identifier de nouveaux fournisseurs, de les intégrer au regard des attentes et de la stratégie du Groupe, via le processus de référencement «*Welcome On Board*» (WOB). Il permet de s'assurer de l'intérêt réel que représente le fournisseur, de lui apporter toutes les informations, documents et contacts nécessaires à sa compréhension des attentes et des processus de L'Oréal, et d'obtenir l'adhésion de ces fournisseurs aux valeurs du Groupe.

Afin d'intégrer dans sa supply chain les enjeux sociaux, éthiques et environnementaux, L'Oréal a lancé en 2002 le programme *Buy & Care*. Ce dernier est porté par tous les acheteurs du Groupe. Dans le cadre de ce programme, L'Oréal demande à ses fournisseurs et sous-traitants de respecter les Conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail et de la législation locale, notamment en matière de salaire minimum, temps de travail, santé et sécurité

Chaque nouveau fournisseur/sous-traitant référencé par les équipes achats doit ainsi s'engager à respecter ces clauses sociétales et à accepter qu'un audit social puisse être réalisé sur ses sites de production. Cet engagement du fournisseur/sous-traitant se matérialise par la signature d'une lettre d'engagement éthique.

Le Programme *Buy & Care* dispose d'un volet de vérification de la conformité sociale permettant au Groupe de s'assurer que ses fournisseurs respectent les lois applicables, les Droits de l'Homme et le droit du travail et garantissent la sécurité de leurs équipes et l'hygiène sur le lieu de travail.

Les sous-traitants, où qu'ils soient basés dans le monde, et les fournisseurs de matières premières, emballages, équipements de production et PLV/Promo situés dans des pays présentant des risques font l'objet d'un audit social obligatoire. Pour établir la cartographie des pays présentant des risques, L'Oréal utilise les index produits par *Maplecroft*™.

Les audits sociaux sont réalisés par des prestataires externes indépendants pour le compte de L'Oréal. Les audits initiaux sont financés par L'Oréal et les audits de suivis sont à la charge des fournisseurs.

Les audits couvrent les 10 chapitres suivants :

- le travail des enfants ;
- le travail forcé ;
- l'environnement, l'hygiène et la sécurité ;
- le respect des lois relatives aux syndicats ;
- la non-discrimination ;
- les pratiques disciplinaires ;
- le harcèlement ou l'environnement hostile de travail ;
- le respect du salaire/de la compensation et des avantages ;
- le temps de travail ;
- la relation avec les sous-traitants.

Depuis janvier 2013, les audits sociaux incluent des questions relatives à l'environnement notamment la conformité aux réglementations.

L'audit social de L'Oréal se base en grande partie sur le standard mondialement reconnu SA 8000, mais comporte quelques exceptions notamment quant à la question de l'âge minimal pour le travail des enfants. En effet, le Groupe a choisi de fixer à 16 ans l'âge minimum obligatoire pour tous les salariés travaillant chez ses fournisseurs/sous-traitants, une limite supérieure à l'âge minimum exigé par les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT).

Depuis 2006, date à laquelle L'Oréal a mis en place un outil de reporting, L'Oréal a mené plus de 6100 audits sociaux sur plus de 4200 sites de fournisseurs. En 2014, 834 audits sociaux  ont été réalisés.

À cela, il faut ajouter les audits sociaux pilotés par *The Body Shop (TBS)*. En effet, depuis son intégration au Groupe L'Oréal, en 2006, TBS poursuit son programme historique d'audits sociaux. TBS est un des membres fondateur de *Ethical Trading Initiative (ETI)* et en a adopté leur *Supplier Code of Conduct*. *The Body Shop* a développé un programme leur permettant de soutenir leur engagement d'achats responsables. Une des activités de ce programme est le contrôle des conditions de travail, définies dans le *Supplier Code of Conduct*, sur les sites de production des fournisseurs (72 audits ont été réalisés en 2014). 6 sites fournisseurs font l'objet d'un programme ciblé d'accompagnement.

En complément de ces audits sur site, et afin de s'assurer du respect de ces engagements sur l'ensemble de la chaîne de responsabilités, L'Oréal a initié un programme d'évaluation des fournisseurs stratégiques de leur politique en matière de développement durable. Cette évaluation, réalisée en partenariat avec le prestataire externe *Ecovadis* est également intégrée dans l'axe RSE de la « fiche d'évaluation ».

À fin 2014, 92 fournisseurs ont ainsi fait évaluer par *Ecovadis* leurs politiques sociales, environnementales, éthiques, ainsi que leurs déploiements chez leurs propres fournisseurs. Cela représente plus de 50% des fournisseurs stratégiques du Groupe.

➤ Mécanismes de règlement des griefs relatifs aux Droits de l'Homme

La politique *Parlons-en-Ensemble* de L'Oréal permet aux collaborateurs de faire remonter leurs éventuelles préoccupations y compris en matière de Droits de l'Homme et notamment via un site internet sécurisé directement auprès du Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président. Ce site est accessible en 26 langues. Les allégations font l'objet d'un examen détaillé et des mesures adéquates sont prises, le cas échéant, en cas de non-respect de la politique Droits de l'Homme.

Les parties prenantes externes (fournisseurs, communautés locales par exemple) peuvent également saisir le Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président.

Toute allégation de violation des Droits de l'Homme doit être remontée au Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président, qui est en charge des Droits de l'Homme. Les allégations font l'objet d'un examen détaillé et les mesures adéquates sont prises, le cas échéant, en cas de non-respect de la politique Droits de l'Homme.

I

Investissement

HR₁

Pourcentage et nombre total d'accords et de contrats d'investissement substantiels incluant des clauses relatives aux Droits de l'Homme ou ayant fait l'objet d'un contrôle sur ce point

100% des contrats-cadre signés en 2014 avec des fournisseurs/ sous-traitants contiennent une clause sociétale sur le respect des Conventions Fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail.

HR₂

Nombre total d'heures de formation des salariés sur les politiques ou procédures relatives aux Droits de l'Homme applicables dans leur activité, y compris le pourcentage de salariés formés

La formation sur les Droits de l'Homme étant intégrée dans des formations plus générales, il n'y a pas de suivi du nombre d'heures consacré aux sujets des Droits de l'Homme en particulier.

Un e-learning obligatoire sur l'éthique couvrant notamment des sujets Droits de l'Homme (santé, hygiène et sécurité, diversité, harcèlement moral et sexuel, respect de la vie privée, contribution à la communauté et choix et traitement équitable des fournisseurs) est en cours de déploiement dans l'ensemble des pays. Au 31 décembre 2014, plus de 43000 collaborateurs l'avaient réalisé. Au niveau Corporate en 2014, la Direction Générale de l'Éthique a délivré 11 formations présentielle à 297 collaborateurs, soit 1042 heures de formation.

En 2014, 56 acheteurs ont été formés sur les achats responsables. Depuis le lancement de cette formation, 80% des acheteurs du Groupe ont été formés.

Par ailleurs, en 2014, 90% des pays du Groupe ont inclus des sujets relevant des Droits de l'Homme (santé, hygiène et sécurité, diversité, harcèlement moral et sexuel, respect de la vie privée, contribution à la communauté ainsi que le choix et traitement équitable des fournisseurs) dans leurs formations locales et 99% des pays ont communiqué sur au moins l'un de ces thèmes.

N

L'ORÉAL

on-discrimination

HR

3 Nombre total d'incidents de discrimination et actions correctives mises en place

La diversité est une valeur fondatrice de L'Oréal. Elle accompagne partout dans le monde ses collaborateurs et ses consommateurs vers l'universalisation de la beauté. La diversité des équipes de L'Oréal à tous les niveaux et dans tous les domaines permet plus de créativité, de cohésion sociale et une meilleure compréhension des consommateurs afin de développer des produits répondant aux besoins de tous. L'Oréal rejette toute idée et pratique de discrimination entre les personnes. Le Groupe a fait du handicap, de l'égalité socio-professionnelle et de l'origine socio-ethnique un socle fondamental pour lequel son engagement collectif doit se traduire partout dans le monde par des actions quotidiennes dans les ressources humaines mais aussi dans le marketing et les achats solidaires.

Une enquête *Pulse* a été réalisée en 2007 puis en 2011/2012 auprès des collaborateurs du Groupe. Les résultats de l'étude de 2012 ont montré que 77 % des collaborateurs implantés dans plus de 65 pays représentant les 5 zones géographiques apprécient et soutiennent l'engagement fort du Groupe L'Oréal dans la gestion des diversités intégrée à ses politiques de Ressources Humaines et dans le respect de l'individu.

Des engagements forts :

Aujourd'hui, avec un réseau de plus de 96 coordinateurs  Diversité dans le monde dont certains Champions de Diversité, les initiatives menées par toutes les filiales du Groupe, font de L'Oréal un pionnier et l'un des acteurs reconnus dans le domaine de la diversité au plan mondial.

- Dès 2004, L'Oréal a été membre fondateur de la première *Charte de la Diversité en France*. Le Groupe est aujourd'hui signataire de huit autres chartes en Europe portant à 9 chartes signées au total (Allemagne, Autriche, Belgique, Italie, Pologne, Espagne, Finlande, France et Suède...) dont 5 ont été créées à l'initiative de L'Oréal. Dernière en date, L'Oréal Finlande a été membre fondateur de la Charte Diversité Finlandaise.
- L'Oréal a par ailleurs mis en place un Bilan des Diversités en France avec une centaine d'indicateurs recouvrant l'ensemble des 6 dimensions de la politique des Diversités. Dans la même dynamique, un outil automatique de reporting diversité avec 30 indicateurs (recrutement, formation, rémunération...) a été mis à disposition de toutes les filiales.

EN MATIÈRE D'INCLUSION DU HANDICAP

En ce qui concerne le handicap, L'Oréal développe depuis 2008, une politique mondiale en faveur de l'insertion du handicap dans l'entreprise. Une politique articulée autour de cinq priorités : la sensibilisation, l'accessibilité à l'information et à l'infrastructure, les partenariats, le recrutement et le maintien dans l'emploi.

Pour accélérer la mobilisation de ses filiales, L'Oréal a mis en place en 2008 les Trophées *Initiatives pour le Handicap* qui récompensent les entités opérationnelles pour leurs actions concrètes en faveur du handicap. Ces trophées, remis tous les deux ans, permettent de valoriser et de partager les bonnes pratiques menées par les différentes entités de L'Oréal en France et en Europe. En 2012, cette initiative a été ouverte à l'international, ce qui a permis à 14 pays de quatre zones géographiques d'y participer. Finalement en 2014, 65 pays du groupe ont montré leur engagement en soumettant plus de 80 projets .

En 2013, L'Oréal Chili a reçu le label *Sello Inclusivo* qui reconnaît les efforts en matière d'accessibilité. De même, L'Oréal a signé l'accord avec l'*Organisation Internationale du Travail* pour faire partie du *Disability Network* de cette organisation, afin de partager ses best practices et interagir avec les parties prenantes, telles que des Organisations Non Gouvernementales, les associations civiles et autres entreprises au sein du comité d'organisation.

En 2009, L'Oréal a co-créé avec le *Ministère du Travail* italien, *Telefonica* et la *Fondation ONCE* en Espagne, le réseau *CSR+Disability*. Ce réseau tri-national et qui réunit des acteurs provenant de la sphère privée, publique et associative, a pour objectif de promouvoir l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap à travers toute l'Europe. En 2013, fruit de ce partenariat, a été co-créé le *1st European Award for Social Entrepreneurship and Disability: Promoting Social Investment*. Ce prix vise à identifier et récompenser les projets d'entrepreneurs sociaux européens dans le champ de l'inclusion du handicap ou de projets innovants portés par des entrepreneurs avec un handicap. Le gagnant de la première édition du prix travaille maintenant en étroite collaboration avec L'Oréal Autriche. En 2014, L'Oréal a soutenu activement le lancement de la deuxième édition du prix qui sera remis en mars 2015.

Le 3 décembre est la journée internationale des personnes en situation de handicap déclarée par l'ONU. Un kit de communication a été envoyé à toutes les filiales du groupe en novembre 2014 afin de les aider à organiser une journée ou toute une semaine de sensibilisation au handicap. A date, 5 filiales du Groupe se sont mobilisées et ont créé des événements de sensibilisation pour leurs collaborateurs : Brésil, États-Unis, Mexique, Chine et Uruguay. La France a également mobilisé les équipes du siège pour les sensibiliser sur le sujet.

EN MATIÈRE D'ORIGINES SOCIALES ET/OU ETHNIQUE

Enfin, 28 pays ont focalisé une partie de leur stratégie diversité sur les origines sociales et éthiques. En ce qui concerne le recrutement, 59 pays dans lesquels le Groupe est implanté, ont mis en place des actions pour diversifier l'origine de leurs recrutements avec un objectif : permettre à tous les talents d'accéder aux plus hauts niveaux de responsabilité de l'entreprise, quelles que soient leurs différences et leurs origines.

L'Oréal a accueilli au sein de son siège la conférence européenne sur les Origines en partenariat avec ENAR (*European Network Against Racism*) en octobre 2013. En 2014, ENAR a de nouveau été accueilli par L'Oréal pour sa conférence afin d'explorer les bonnes pratiques des entreprises pour aborder la question de l'origine ethnique et culturelle dans l'emploi.

SENSIBILISATION DES COLLABORATEURS DE L'ORÉAL

Afin d'accompagner ces initiatives, L'Oréal a entrepris de former ses collaborateurs à la diversité, en organisant *Les Ateliers de la Diversité*. Cette formation d'une journée a permis de sensibiliser plus de 15 000 collaborateurs dans plus de 20 pays.

EN MATIÈRE D'ÉGALITÉ DE RÉMUNÉRATION ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

L'égalité salariale est la règle. La politique du Groupe L'Oréal est de garantir, à compétences égales, un niveau de classification et de salaire identique.

Dans le domaine de l'égalité socio-professionnelle homme/femme, L'Oréal s'est vu décerner depuis 2010 le 1er label européen, le *Gender Equality European Standard* (GEES), par Bureau Veritas, pour ses entités en Europe.

Récapitulatif des certifications:

- 2010 (audit initial) : Allemagne, France, Espagne, Italie, Belgique, Royaume-Uni, Irlande et L'Oréal S.A.
- 2012 (audit initial) : Pays Baltes (Estonie, Lituanie, Lettonie), Portugal, République Tchèque, Hongrie, Slovaquie et Pologne
- 2013 (audit mi-parcours) : Allemagne, France, Espagne, Italie, Belgique, Royaume-Uni, Irlande et L'Oréal S.A.
- 2014 (audit initial) : Autriche, Finlande, Suède, Pays-Bas, Croatie, Bulgarie, Slovénie et Roumanie
- 2014 (audit mi-parcours) : Pays Baltes (Estonie, Lituanie, Lettonie), Portugal, République Tchèque, Hongrie, Slovaquie et Pologne

Au total 24 entités  du Groupe L'Oréal sont labellisés à date et continuent d'avoir des audits réguliers pour mesurer leur progrès. C'est une preuve d'engagement car ces audits réguliers mesurent la progression envers l'égalité socioprofessionnelle.

Ces efforts ont été reconnus par le Fond Arborus, l'organisme fondateur du label. En Novembre 2014, L'Oréal a obtenu une mention spéciale pour le réseau de Certification le plus étendu en Europe.

L'Oréal France a également reçu le label Egalité Professionnelle.

Toujours en matière d'égalité homme/femme, L'Oréal Mexique a reçu le label d'entreprise *Modèle Équité de Genre* de la Banque Mondiale en octobre 2012.

Finalement, 7 pays (Australie, Brésil, Canada, États-Unis, Inde, Philippines et Russie) ont commencé le processus de certification EDGE (Economic Dividend for Gender Equality) sur l'égalité socioprofessionnelle des hommes et femmes dans le monde en 2014.

L'Oréal USA a passé l'audit et obtenu le label en été 2014 . Les six autres pays  finalisent l'étape d'évaluation et préparent l'audit afin de recevoir la certification.

En outre, L'Oréal a obtenu le prix Vigeo pour ses actions envers les femmes et L'Oréal USA a été reconnu comme un des *Top 10 Champions of Global Diversity*.

Pour ce qui concerne les fournisseurs et sous-traitants de L'Oréal, il leur est demandé de se conformer aux conventions C100 et C111 de l'Organisation Internationale du Travail portant sur l'égalité de rémunération et la non-discrimination.

Les contrats cadres signés avec les principaux fournisseurs contiennent tous une clause sociétale reprenant ces mêmes engagements (pour plus d'informations, consultez l'indicateur HR1 au sein de cette fiche).

Chaque nouveau fournisseur/sous-traitant référencé par les équipes Achats doit s'engager à respecter ces clauses sociétales et à accepter qu'un audit social puisse être réalisé sur ses sites de production. Cet engagement du fournisseur/sous-traitant se matérialise par la signature d'une lettre d'engagement éthique.

De plus, tous les audits sociaux du Groupe traitent de la question de la discrimination.

En 2014, lors des audits sociaux chez les fournisseurs et sous-traitants du Groupe, 1.9 % des non-conformités relevées portaient sur le chapitre discrimination. Toutes concernaient des pratiques pouvant encourager des discriminations à l'embauche. Des plans d'action correctifs ont été mis en place pour les non-conformités majeures et feront l'objet d'un audit de suivi.

POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'OIT, CONSULTEZ LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014 PAGE 231, PARAGRAPHE 6.2.2.7, « PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS DES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL ».

L / Liberté syndicale et droit de négociation collective

HR

4 Sites et fournisseurs identifiés au sein desquels le droit à la liberté syndicale et à la négociation collective pourrait ne pas être respecté ou est fortement menacé, et mesures prises pour le respect de ce droit

Bien qu'aucun site L'Oréal ne soit identifié comme présentant un risque substantiel d'incidents liés au non-respect de la liberté syndicale et/ou négociation collective, l'ensemble des sites L'Oréal, où qu'ils soient dans le monde, font l'objet d'un contrôle sous la forme d'un reporting annuel obligatoire.

RELATION AVEC LES FOURNISSEURS

Pour ce qui concerne les fournisseurs et sous-traitants de L'Oréal, il leur est demandé de se conformer aux conventions C87 et C98 de l'*Organisation Internationale du Travail* portant sur la liberté d'association.

Les contrats cadres signés avec les principaux fournisseurs contiennent tous une clause sociétale reprenant ces mêmes engagements (pour plus d'informations, consultez l'indicateur HR1 au sein de cette fiche).

Chaque nouveau fournisseur/sous-traitant référencé par les équipes *Achats*, doit s'engager à respecter ces clauses sociétales et à accepter qu'un audit social puisse être réalisé sur ses sites de production. Cet engagement du fournisseur/sous-traitant se matérialise par la signature d'une lettre d'engagement éthique.

De plus, tous les audits sociaux du Groupe traitent de la question de la liberté d'association.

En 2014, lors des audits sociaux chez les fournisseurs et sous-traitants du Groupe, 3,3 % des non-conformités relevées portaient sur le chapitre de la liberté d'association.

Des plans d'action correctifs ont été mis en place pour les non-conformités majeures et feront l'objet d'un audit de suivi.

POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'OIT, CONSULTEZ LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE PAGE 231, PARAGRAPHE 6.2.2.7, « PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS DES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL ».

T

ravail des enfants

HR5

Sites et fournisseurs identifiés comme présentant un risque substantiel d'incidents liés au travail des enfants et mesures prises pour contribuer à abolir efficacement ce type de travail

Bien qu'aucun site L'Oréal ne soit identifié comme présentant un risque substantiel d'incidents liés au travail des enfants, l'ensemble des sites L'Oréal, où qu'ils soient dans le monde, font l'objet d'un contrôle concernant le travail des enfants sous la forme d'un reporting annuel obligatoire.

Aucun des audits sociaux réalisés en 2014 chez les fournisseurs et sous-traitants travaillant actuellement avec le Groupe n'a révélé de cas de travail des enfants.

En 2014, deux cas de travail d'enfants de moins de 16 ans ont été détectés lors d'audits sociaux effectués dans le cadre de la sélection de nouveaux fournisseurs/sous-traitants. Dans le premier cas, l'enfant avait 15 ans révolus. Ce fournisseur prospectif ne satisfaisait pas par ailleurs à d'autres attentes de L'Oréal, il a été décidé de ne pas travailler avec lui. Dans le deuxième cas, l'âge de certains salariés n'a pas pu être vérifié. Ce fournisseur prospectif ne satisfaisait pas par ailleurs à d'autres attentes de L'Oréal, il a également été décidé de ne pas travailler avec lui.

Les deux situations ci-dessus concernaient des sites de production asiatiques.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'OIT, CONSULTEZ LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014 PAGE 231, PARAGRAPHE 6.2.2.7, « PROMOTION ET RESPECT DES STIPULATIONS DES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL ».

T

ravail forcé ou obligatoire

HR6

Sites et fournisseurs identifiés comme présentant un risque substantiel d'incidents relatifs au travail forcé ou obligatoire et mesures prises pour contribuer à l'abolir sous toutes ses formes

Bien qu'aucun site L'Oréal ne soit identifié comme présentant un risque substantiel d'incidents liés au travail forcé, l'ensemble des sites L'Oréal, où qu'ils soient dans le monde, font l'objet d'un contrôle concernant le travail forcé sous la forme d'un reporting annuel obligatoire.

En 2014, lors des audits sociaux chez les fournisseurs et sous-traitants du Groupe, 5 % des non-conformités relevées portaient sur le chapitre travail forcé. L'essentiel des non-conformités concernaient la détention des documents d'identité des travailleurs ou l'absence de contrat de travail.

Des plans d'action correctifs ont été mis en place pour les non-conformités majeures et feront l'objet d'un audit de suivi.

P

ratiques en matière de sécurité

HR7

Pourcentage d'agents de sécurité formés aux politiques ou procédures de l'organisation relatives aux Droits de l'Homme applicables dans leur activité

L'Oréal n'emploie pas d'agents de sécurité en direct.

La contractualisation avec des prestataires de service sûreté agissant pour ou dans l'environnement du Groupe doit être effectué avec la plus grande rigueur : vérification des compétences, accréditations officielles et internationales, respect des Droits de l'Homme, formation des agents. L'accord de la Direction Sûreté du Groupe est exigé avant de choisir un nouveau prestataire ou de renouveler un contrat avec un actuel prestataire. En particulier, lorsque cela est localement possible, L'Oréal privilégie les prestataires de service sûreté ayant adhéré au Code de Conduite International des Entreprises de Sécurité Privées (*International Code of Conduct*) initié par le Document de Montreux, document officiel des Nations Unies.

D

roits des peuples autochtones

HR8

Nombre total d'incidents de violations des droits des peuples autochtones et mesures prises

Aucune allégation de violation des droits des peuples autochtones n'a été remontée au Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président, en 2014.

Évaluation

HR

9 *Nombre total et pourcentage de sites qui ont fait l'objet d'examens relatifs aux Droits de l'Homme ou d'évaluations des impacts*

Depuis 2013, 86% des Pays ont procédé à leur auto-évaluation des risques éthiques. Les éventuels axes d'amélioration font l'objet d'un plan d'action.

100% des Pays ont complété leur reporting annuel sur l'éthique. Les Pays seront informés de leurs éventuels axes d'amélioration par la Direction Générale de l'Éthique.

Pour ce qui concerne les fournisseurs et sous-traitants, l'analyse du risque est effectuée par la Direction des Achats et notamment au moyen d'audit sociaux.

En 2014, les audits sociaux fournisseurs ont été réalisés dans 47 pays répartis sur tous les continents même si l'Asie, avec 55 % des audits, est majoritaire. Depuis 2006, ce sont ainsi 77 pays qui ont été concernés par les audits fournisseurs.

Évaluation du respect des Droits de l'Homme chez les fournisseurs

HR

10 Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux Droits de l'Homme

Chaque nouveau fournisseur/sous-traitant référencé par les équipes achats doit s'engager à respecter ces clauses sociétales et à accepter qu'un audit social puisse être réalisé sur ses sites de production. Cet engagement du fournisseur/sous-traitant se matérialise par la signature d'une lettre d'engagement éthique.

Le Programme *Buy & Care* dispose d'un volet de vérification de la conformité sociale permettant au Groupe de s'assurer que ses fournisseurs respectent les lois applicables, les Droits de l'Homme et le droit du travail et garantissent la sécurité de leurs équipes et l'hygiène sur le lieu de travail.

Les sous-traitants, où qu'ils soient basés dans le monde, et les fournisseurs de matières premières, emballages, équipements de production et PLV / Promo situés dans des pays présentant des risques font l'objet d'un audit social obligatoire. Pour établir la cartographie des pays présentant des risques, L'Oréal utilise les index produits par *Maplecroft*™.

En 2014, 834 audits  ont ainsi été réalisés (soit un niveau comparable à celui de 2011 et 2013). En 2012, il y avait eu un pic d'audit (1 120) suite à l'extension de la couverture d'audit à l'activité PLV/PROMO pour les Zones Asie et ZAMO.

Les audits sociaux réalisés ont permis à date de couvrir 81% du portefeuille fournisseur soumis à l'audit.

➤ RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES AUDITS SOCIAUX DE L'ORÉAL

Zones	2010	2011	2012	2013	2014
Europe	119	134	191	167	141
NAZ	2	9	49	29	22
ZAL	84	65	152	172	170
ZAMO	23	73	118	30	39
Asie - Pacifique	339	512	610	402	462
TOTAL	567	793	1 120	800	834 

ZAL : Zone Amérique latine - ZAMO : Zone Afrique Moyen Orient - NAZ : Zone Amérique du Nord

Par ailleurs, 72 audits ont été réalisés par The Body Shop en 2014.



Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur les Droits de l'Homme dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises

Les impacts négatifs potentiels liés aux Droits de l'Homme dans la chaîne d'approvisionnement sont ceux décrits dans l'approche managériale, à savoir :

- le travail des enfants ;
- le travail forcé ;
- l'environnement ;
- l'hygiène et la sécurité ;
- le respect des lois relatives aux syndicats ;
- la non-discrimination ;
- les pratiques disciplinaires ;
- le harcèlement ou l'environnement hostile de travail ;
- le respect du salaire/de la compensation et des avantages ;
- le temps de travail ;
- la relation avec les sous-traitants.

LES AUDITS SOCIAUX RÉALISÉS EN 2014 ONT PERMIS D'IDENTIFIER LES NON-CONFORMITÉS SUIVANTES :

Résultats des audits	2013	2014
Accès refusé	2 %	3%
Tolérance zéro	4 %	5%
Satisfaisant ou amélioration continue	47 %	45%
Action immédiate nécessaire	47 %	47%

Répartitions des non - conformités par chapitres audités	2013	2014
% de non-conformités liées au travail des enfants	4	3
% de non-conformités liées à la rémunération	18	22
% de non-conformités liées aux heures de travail	21	22
% de non-conformités liées aux conditions de travail, hygiène et sécurité	37	38
% de non-conformités liées aux autres chapitres audités	18	16

Ces données se lisent de la façon suivante : 22 % des non-conformités relevées en 2014 (sur l'ensemble des audits sociaux) portaient sur le chapitre « Rémunération ».

En cas de non-conformités majeures, des plans d'actions correctives sont mis en place et font l'objet d'un audit de suivi. Les cas de non-conformités les plus sérieux ou l'absence de mise en œuvre effective d'un plan d'action correctif peuvent entraîner l'arrêt des relations commerciales ou le cas échéant le non-référencement d'un nouveau fournisseur.

En 2014, 55% des sites fournisseurs audités pour la première fois (audits initiaux) présentaient des non-conformités majeures. Lors des audits de suivi, 39 % des fournisseurs initialement non conformes, ne présentent plus de non-conformité majeure.

Mécanisme de règlement des griefs relatifs aux Droits de l'Homme.....

HR

12 *Nombre de griefs concernant les impacts sur les Droits de l'Homme déposés, examinés et réglés via des mécanismes officiels de règlement des griefs*

Aucune allégation de violation des Droits de l'Homme n'a été remontée au Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président, en 2014.

Société

APPROCHE MANAGERIALE	p. 2
COMMUNAUTÉ LOCALE	p. 7
SO1 - Pourcentage de sites ayant mis en place une participation des communautés locales, des évaluations des impacts et des programmes de développement.....	p. 7
LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	p. 10
SO3 - Nombre total et pourcentage des sites qui ont fait l'objet d'une évaluation des risques de corruption et risques substantiels identifiés	p. 10
SO4 - Communication et formation sur les politiques et procédures en matière de lutte contre la corruption	p. 11
SO5 - Cas avérés de corruption et mesures prises	p. 11
POLITIQUES PUBLIQUES	p. 12
SO6 - Valeur totale des contributions politiques par pays et par bénéficiaire	p. 12
COMPORTEMENT ANTICONCURRENTIEL	p. 13
SO7 - Nombre total d'actions en justice pour comportement anticoncurrentiel, pratiques antitrust et monopolistiques et leurs issues	p. 13
CONFORMITÉ.....	p. 14
SO8 - Montant des amendes substantielles et nombre total de sanctions non pécuniaires pour non-respect des législations et réglementations	p. 14
ÉVALUATION DES IMPACTS DES FOURNISSEURS SUR LA SOCIÉTÉ.....	p. 14
SO9 - Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux impacts sur la société	p. 14
SO10 - Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur la société dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	p. 14
MÉCANISMES DE RÈGLEMENT DES GRIEFS RELATIFS À L'IMPACT SUR LA SOCIÉTÉ.....	p. 15
SO11 - Nombre de griefs concernant les impacts sur la société déposés, examinés et réglés via des mécanismes officiels de règlement des griefs	p. 15

Approche managériale

L'ORÉAL

Les engagements sociétaux de L'Oréal sont décrits dans L'Esprit L'Oréal qui figure en première page de la Charte Éthique de L'Oréal disponible sur le site www.loreal.com.

Dans le paragraphe « Comme Entreprise », il est décrit les engagements en matière de respect des lois et de lutte contre la corruption. Dans le paragraphe « Comme Entreprise Citoyenne Responsable », il est décrit les engagements concernant les communautés où L'Oréal est présent.

Communautés locales

Le programme *Sharing Beauty With All*

Dans le cadre du programme *Sharing Beauty With All*, L'Oréal s'est engagé en faveur des communautés qui l'entourent, notamment à permettre à 100 000 personnes issues de communautés en difficultés sociales et financières d'accéder à l'emploi, d'ici à 2020.

INTÉGRATION DES COMMUNAUTÉS LOCALES DANS LE SOURCING

Partout L'Oréal achète des biens et services : matières premières, emballages, matériel de promotion, PLV, immobilier, voyages, informatique, articles de conditionnement, etc. Par son programme *L'Oréal Buy & Care*, le Groupe s'attache depuis plusieurs années à développer ses achats responsables, à créer avec ses fournisseurs des relations durables basées sur le respect de l'environnement, le développement social et le progrès économique.

L'Oréal a voulu aller plus loin. Parce que la puissance d'achat d'une entreprise est un vecteur de développement économique et d'impact sociétal, L'Oréal a décidé de faire de ses achats un moyen original pour promouvoir l'inclusion sociale. Le Groupe a ainsi créé mi-2010 un programme mondial d'achats solidaires : le *Solidarity Sourcing*.

Sa vocation est d'aider des personnes issues de communautés économiquement vulnérables à trouver un accès pérenne au travail et au revenu. Cette initiative leur donne une opportunité de se réinsérer socialement. Avec *Solidarity Sourcing*, L'Oréal transforme en profondeur son processus d'achat en l'ouvrant à de nouvelles catégories de fournisseurs pour construire avec eux des partenariats commerciaux équitables, durables et créateurs de valeur économique et sociétale. Le programme a vocation à se développer dans tous les pays où le Groupe est implanté.

INTÉGRATION DES COMMUNAUTÉS LOCALES DANS LE CADRE DE L'IMPLANTATION DE SITES L'ORÉAL

Le Groupe, du fait de la multiplicité de ses sites industriels et administratifs à travers le monde, est fortement impliqué, autour de ses sites, dans la vie des communautés locales qui l'entourent. Entreprise à la volonté citoyenne affirmée, L'Oréal apporte sa contribution à de nombreux projets de proximité.

D'une manière générale, les établissements de L'Oréal et ses filiales développent des relations de qualité avec les communautés à côté desquelles ils opèrent et s'efforcent de limiter l'impact de leur activité sur l'environnement et de créer des conditions de travail exemplaires pour leurs collaborateurs.

Les concours internes – *Environnement Hygiène Sécurité – Prix Initiatives Civiques* – viennent traduire, par la remise d'un prix, l'engagement, la mobilisation et l'implication d'un site (usine, centrale de distribution, site administratif) vis-à-vis de la communauté dans laquelle il exerce. Les meilleures initiatives locales, menées chaque année en partenariat avec les mairies, riverains, écoles, en matière de solidarité, d'éducation ou d'environnement, se voient ainsi récompensées. L'Oréal souhaite manifester par ces initiatives sa citoyenneté et son ancrage territorial.

RETROUVEZ CES INFORMATIONS DANS LE DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014 PAGE 248 – « 6.4.1. IMPACT TERRITORIAL, ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE L'ACTIVITÉ ».

➤ *La lutte contre la corruption*

➤ ENGAGEMENT

L'Oréal est adhérent du Pacte Mondial des Nations Unies et soutient la lutte contre la corruption, s'engage à respecter la Convention des Nations Unies du 31 octobre 2003 contre la corruption et à appliquer la législation en vigueur, notamment les Lois anti-corruption.

Cet engagement est soutenu au plus haut niveau de l'entreprise par le Président-Directeur Général de L'Oréal qui, chaque année, renouvelle l'engagement de L'Oréal à l'égard du Pacte Mondial des Nations Unies.

L'Oréal est membre de la Commission anti-corruption de la Chambre de Commerce Internationale et membre de Transparency International France.

➤ POLITIQUE

La Charte Éthique de L'Oréal énonce publiquement une politique de tolérance zéro en matière de corruption qui s'applique à tous les collaborateurs, mandataires sociaux et membres des Comités Exécutifs et de Direction du Groupe et de ses filiales dans le monde.

La Charte Éthique de L'Oréal a été mise à jour en 2014. Disponible en 45 langues et en Braille français et anglais, elle est distribuée à tous les collaborateurs dans le monde.

En 2013, un guide spécifique de prévention de la corruption a été déployé dans l'ensemble du Groupe. Ce guide, qui concilie à la fois le respect des usages et réglementations locaux et l'engagement éthique du Groupe, traite des relations avec chacune des parties prenantes de L'Oréal et notamment avec les Autorités Publiques et les intermédiaires.

Ce Guide pratique est destiné à préciser les standards du Groupe et à aider les collaborateurs à gérer des situations qu'ils pourraient rencontrer dans l'exercice de leurs fonctions. Il réaffirme la politique L'Oréal de prévention de la corruption qui a été approuvée par le Président-Directeur Général ainsi que le Comité Exécutif et présentée au Conseil d'Administration. Cette politique mise en ligne sur le site internet de L'Oréal (www.loreal.com) rappelle les principes suivants :

- la politique de zéro-tolérance en matière de corruption ;
- l'interdiction des paiements de facilitation ;
- l'interdiction de toutes contributions à des partis ou acteurs de la vie politique ayant pour but d'obtenir un avantage commercial ;
- l'interdiction d'offrir et d'accepter des cadeaux et/ou invitations qui pourraient influencer ou être perçus comme influençant une relation commerciale ;
- la communication de l'engagement de prévention de la corruption à nos partenaires ;
- le respect de ces engagements par les intermédiaires ou agents qui représentent L'Oréal, dans des pays notamment où le risque de corruption est élevé.

Pour compléter le dispositif de prévention de la corruption, un guide collaborateur a été diffusé en 2014 dans l'ensemble du Groupe pour préciser les règles en matière de cadeaux et d'invitations.

D'autres politiques comme « Nos Achats Au Quotidien », guide pratique et éthique dont l'objectif est de régir les relations avec les fournisseurs et tous les collaborateurs impliqués dans des décisions d'achat, traitent également de ces questions. Ce document est traduit aujourd'hui en 12 langues.

➤ MISE EN ŒUVRE

La politique de prévention de la corruption est revue périodiquement par le Comité Exécutif et présentée au Conseil d'Administration.

Le Directeur du Risk Management et de la Compliance est en charge de l'élaboration du dispositif de prévention de la corruption.

Les Patrons de Pays ou, pour les collaborateurs corporate ou zone, le membre du Comité Exécutif du Groupe dont ils dépendent, veillent au bon déploiement du dispositif de prévention de la corruption et sont les garants du respect de la politique de prévention de la corruption.

Les collaborateurs peuvent notamment se tourner vers leur hiérarchie, leur Directeur Juridique, leur Directeur Administratif et Financier ou leur Correspondant Éthique s'ils ont des questions concernant le respect de cet engagement.

Afin qu'aucune préoccupation concernant la prévention de la corruption ne reste sans réponse, les collaborateurs et les

autres parties prenantes peuvent contacter le Directeur Général de l'Éthique, Délégué du Président.

Toute préoccupation fait l'objet d'un examen approfondi, le cas échéant, afin que les mesures appropriées puissent être prises.

Dans un souci de transparence et d'échange, le Groupe communique régulièrement, en interne et externe, sur la mise en œuvre de notre politique et programme de prévention de la corruption.

Le risque corruption est intégré dans l'évaluation des risques au niveau du Groupe : un outil permet aux Patrons de Pays d'évaluer les risques éthiques éventuels (y compris la corruption) au niveau local et de prendre les mesures nécessaires pour y remédier.

L'engagement de L'Oréal est étayé par des procédures de Ressources Humaines. Ainsi la compétence « Obtiens des résultats avec intégrité » est désormais incluse dans le système d'évaluation annuelle de tous les collaborateurs.

Dans le cadre de la démarche « Parlons-en-Ensemble » de L'Oréal, les collaborateurs sont encouragés à faire part de leurs préoccupations et un site Internet dédié et sécurisé leur permet de poser leurs questions ou de soumettre leurs préoccupations directement au Directeur Général de l'Éthique qui a accès à tous les documents et informations concernant l'activité du Groupe et peut s'appuyer sur toutes les équipes et ressources du Groupe pour mener à bien sa mission. Ce site est accessible en 26 langues.

Toute préoccupation exprimée de bonne foi est examinée en détail et les mesures appropriées sont prises, le cas échéant. L'Oréal garantit l'absence de représailles aux collaborateurs ayant fait part, de bonne foi, de leurs préoccupations.

Le dispositif de Contrôle Interne du Groupe prévoit des procédures de contrôle des activités opérationnelles et notamment en matière de séparation des tâches.

Les équipes d'Audit Interne de L'Oréal sont particulièrement vigilantes à cet égard. Les risques de corruption font l'objet d'un examen systématique lors des missions d'audit, par le biais d'entretiens individuels portant sur l'Éthique.

Ces entretiens comportent des questions dédiées à la corruption et sont menés indépendamment avec le Patron de Pays et le Responsable Administratif et Financier. Ils font l'objet d'un compte rendu individuel revu et signé par ces derniers.

Dans le cadre des vérifications juridiques effectuées préalablement à des projets d'acquisitions, la Direction Juridique du Groupe intègre un « questionnaire éthique » établi par la Direction Générale de l'Éthique. Les réponses à ce questionnaire sont destinées à identifier, dans le dispositif de contrôle interne existant au sein de la société cible, la prise en compte notamment de la prévention du risque de corruption.

L'Oréal souhaite partager son engagement en matière de lutte contre la corruption avec ses partenaires commerciaux et le respect de la Loi fait partie des Conditions Générales d'Achat du Groupe.

L'Oréal se réserve le droit de cesser toutes relations avec des partenaires commerciaux qui ne respecteraient pas les Lois anti-corruption.

Politiques publiques

Membre actif des associations professionnelles dans les pays où son industrie est représentée, L'Oréal participe au dialogue permanent avec les autorités nationales ou régionales en charge de la réglementation spécifique des produits de son secteur industriel afin de prévenir ou d'accompagner les risques éventuels liés à des changements de réglementation.

L'Oréal, en tant que leader dans l'industrie cosmétique, considère comme son devoir d'être proactif et de participer au dialogue accompagnant l'élaboration des réglementations locales dans les pays dans lequel il est implanté. C'est pourquoi le Groupe est engagé au sein de différentes associations professionnelles telles que *Cosmetics Europe*, la fédération européenne des cosmétiques, *PCPC (Personal Care Products Council)*, l'association américaine de l'industrie cosmétique, *Japan Cosmetics Industry Association (JCIA)*, *CAFFCI (China Association of Fragrance Flavour and Cosmetic Industries)*, *ISTMA (Indian Soap and Toiletries Mfrs Association)*, *PERKOSMI (Persatuan Kosmetika Indonesia)*, *Korea Cosmetic Association*, *The Cosmetic & Perfumery Association of Hong Kong*, *Taipei Cosmetic Industry Association* et *Vietnam Oil, Aromatherapy & Cosmetics Association* en Asie, ou *CASIC* et *CONARS* (sur les aspects autorégulation et publicité responsable) en Amérique du Sud.

Ce sont les directeurs des affaires publiques de L'Oréal qui, chacun dans leur zone géographique, sont en charge de ces contacts, accompagnés dans les groupes de travail par des experts scientifiques et réglementaires des sujets abordés.

De 1976 à 2013, le texte législatif fondamental relatif aux produits cosmétiques était la directive 76/768/CEE du 27 juillet 1976 concernant le rapprochement des législations des États membres relatives aux produits cosmétiques (la « directive cosmétiques »).

L'instrument juridique choisi alors par les autorités européennes, la directive, s'est progressivement avéré insuffisant pour assurer la libre circulation de ses produits au sein du marché intérieur. En effet, une directive fixe un certain nombre d'objectifs précis d'atteindre, mais les États membres disposent d'une certaine marge de manœuvre dans le choix

des moyens permettant à atteindre cet objectif. A l'inverse, un règlement doit s'appliquer directement et de manière uniforme dans tous les Etats membres.

Le règlement n°1223/2009 du 30 novembre 2009 relatif aux produits cosmétiques (le « règlement cosmétique »), dont l'ensemble des dispositions sont entrées en vigueur le 11 juillet 2013, a été adopté en vue de simplifier la directive cosmétiques et de mettre fin aux disparités législatives liées aux différences de transposition d'un Etat membre à l'autre.

L'Oréal, à l'instar de l'ensemble des acteurs de l'industrie cosmétique (*Cosmetics Europe*, entreprises concurrentes, associations nationales) et d'un certain nombre d'ONG, avait répondu à l'appel à contribution émis par la Commission européenne au moment de l'élaboration de ce règlement ⁽¹⁾.

Le Groupe s'associe au communiqué officiel de *Cosmetics Europe* ⁽²⁾ et se réjouit de l'adoption de ce règlement, qui impose un cadre juridique harmonisé sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne, harmonisation depuis longtemps souhaitée par l'industrie cosmétique.

► POUR UNE PUBLICITÉ ET UNE COMMUNICATION RESPONSABLE, CONFORME AUX ENGAGEMENTS FORTS PRIS PAR LE BIAS DE LA CHARTE D'AUTORÉGULATION

Le Groupe L'Oréal reconnaît l'importance d'une publicité et d'une communication commerciale responsables comme moyens essentiels d'information des consommateurs sur les caractéristiques et les qualités des produits cosmétiques.

A ce titre, la Direction Internationale de l'Évaluation de la Communication Produit s'assure de la conformité des communications sur les produits avant leur mise sur le marché. La Charte Éthique du Groupe précise les principes fondamentaux d'une communication responsable et L'Oréal s'est engagé à mettre en œuvre le Code consolidé de la Chambre de Commerce Internationale sur les pratiques de Publicité et de Communication Commerciale.

De plus L'Oréal, en tant que membre de *Cosmetics Europe*, a signé en 2012 la charte commune sur la publicité et la communication commerciale des produits cosmétiques ⁽³⁾.

Le but de cette Charte est de fixer un cadre commun pour une publicité et une communication commerciale responsables des produits cosmétiques en Europe.

Cette Charte a été adoptée par les membres de *Cosmetics Europe*, car c'est une représentation juste et honnête de leur engagement. Les membres de *Cosmetics Europe* encouragent le respect de ces principes.

Cette Charte est complétée par un cadre comprenant la liste des critères communs de la Commission européenne et les principes de l'autorégulation pour une publicité et une communication commerciale responsables adoptés par *Cosmetics Europe*.

Cette charte permet de s'assurer que la publicité et la communication commerciale :

- sont conformes aux réglementations européennes et nationales pertinentes et au cadre d'autorégulation applicable ;
- sont sincères, véridiques et non trompeuses ;
- permettent des choix éclairés par le consommateur ;
- sont socialement responsables.

D'autre part L'Oréal est membre de l'*Union Des Annonceurs (UDA)* et a contribué à l'élaboration de la Charte de Communication Responsable. Le Groupe reporte chaque année ses actions en la matière. Depuis 2012, L'Oréal a mis en place une formation à destination des collaborateurs de la branche marketing pour les sensibiliser aux bonnes pratiques de communication. A fin 2014, ce sont 855 collaborateurs qui ont été exposés au sujet et à ses enjeux au cours d'une formation.

(1) Notre Groupe est en effet cité sur le site de la Commission européenne, aux côtés d'autres parties prenantes, parmi les organismes ayant répondu à la consultation publique relative au nouveau règlement cosmétique : http://ec.europa.eu/consumers/sectors/cosmetics/documents/revision/index_fr.htm

(2) Press release of *Cosmetics Europe*, *Cosmetics Europe welcomes application of EU Cosmetics Regulation*, 11 July 2013: <https://www.cosmeticseurope.eu/downloads/6447.html>

(3) Charte de *Cosmetics Europe* pour une publicité et une communication commerciale : http://www.febea.fr/uploads/media/2012_10_02_-_FEBEA_-_RECOMMANDATION_CHARTE_PUBLICITE_01.pdf

➤ *Comportement anticoncurrentiel*

Dans le cadre normal de ses activités, le Groupe est impliqué dans des actions judiciaires et est soumis à des contrôles fiscaux, douaniers et administratifs. Il fait également l'objet de procédures initiées par les autorités nationales de la concurrence, notamment dans des pays européens.

Afin de mieux prévenir ces risques, la Direction Juridique du Groupe a mis en place une formation sur le droit de la concurrence pour les collaborateurs concernés. Elle diffuse également depuis 2011 un guide éthique et juridique sur les conditions d'exercice d'une concurrence loyale, dénommé « La concurrence au quotidien ».

Une provision est constituée dans les comptes sociaux et consolidés chaque fois que le Groupe a une obligation vis-à-vis d'un tiers et devra faire face à une sortie de ressources probable dont le coût peut être estimé de manière fiable.

➤ *Conformité*

La Direction du Risk Management & Compliance, créée en 2012, a pour objectif d'identifier, d'évaluer et de prioriser les risques, avec tous les acteurs concernés, et de tenir à jour les cartographies des risques.

Elle vise à favoriser l'utilisation optimale des ressources pour minimiser et contrôler l'impact des événements négatifs et maximiser la réalisation des opportunités.



POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONSULTEZ LES RUBRIQUES 2.5.2.3. « GESTION DES RISQUES » PAGES 91 ET 92 ET 2.5.3. « ACTEURS », PARAGRAPHE « DIRECTION DU RISK MANAGEMENT & COMPLIANCE » PAGES 93 ET 94 DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

➤ *Évaluation des impacts des fournisseurs sur la société*

L'empreinte des fournisseurs sur l'environnement et sur la société fait partie de l'empreinte élargie du Groupe L'Oréal.

Le programme *Sharing Beauty With All*

Le programme *Sharing Beauty With All* prévoit notamment le partage de la croissance avec les fournisseurs. Ainsi, d'ici 2020, 100 % des fournisseurs stratégiques du Groupe participeront au programme de Développement Durable qui leur est destiné.

➤ *Mécanismes de règlement des griefs relatifs à l'impact sur la société*

L'Oréal attache une importance cruciale au dialogue avec ses parties prenantes. Si ce dialogue donne au Groupe l'occasion de partager sa stratégie, ses objectifs et ses réalisations, il est aussi avant tout un incubateur de progrès, L'Oréal étant soucieux de prendre en compte les attentes de la société civile dans la construction de sa politique de Développement Durable afin de toujours progresser.

Parce que l'importance et le traitement des enjeux liés à la responsabilité sociale et sociétale de l'entreprise diffèrent d'un pays à l'autre, L'Oréal a mis en place des forums avec ses parties prenantes dans le monde entier afin de promouvoir un dialogue à l'échelle locale tant sur les enjeux locaux que globaux.



PAR AILLEURS, L'ORÉAL A ÉGALEMENT MIS EN PLACE SUR SON SITE INTERNET LOREAL.COM UNE PAGE PERMETTANT À QUI LE SOUHAITE DE POSER DES QUESTIONS RELATIVES AU DÉVELOPPEMENT DURABLE : RENDEZ-VOUS SUR WWW.LOREAL.FR , RUBRIQUE « NOUS CONTACTER » SUR « ENVIRONNEMENT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE ».

C

ommunauté locale

SO₁

Pourcentage de sites ayant mis en place une participation des communautés locales, des évaluations des impacts et des programmes de développement

LES ACHATS SOLIDAIRES

Partout L'Oréal achète des biens et services : matières premières, emballages, matériel de promotion, PLV, immobilier, voyages, informatique, articles de conditionnement, etc. Par son programme *L'Oréal Buy & Care*, le Groupe s'attache depuis plusieurs années à développer ses achats responsables, à créer avec ses fournisseurs des relations durables basées sur le respect de l'environnement, le développement social et le progrès économique.

L'Oréal a voulu aller plus loin. Parce que la puissance d'achat d'une entreprise est un vecteur de développement économique et d'impact sociétal, L'Oréal a décidé de faire de ses achats un moyen original pour promouvoir l'inclusion sociale. Le Groupe a ainsi créé mi-2010 un programme mondial d'achats solidaires : le *Solidarity Sourcing*.

Sa vocation est d'aider des personnes issues de communautés économiquement vulnérables à trouver un accès pérenne au travail et au revenu. Cette initiative leur donne une opportunité de se réinsérer socialement. Avec *Solidarity Sourcing*, L'Oréal transforme en profondeur son processus d'achat en l'ouvrant à de nouvelles catégories de fournisseurs pour construire avec eux des partenariats commerciaux équitables, durables et créateurs de valeur économique et sociétale. Le programme a vocation à se développer dans tous les pays où le Groupe est implanté.

Le programme *Sharing Beauty With All*

Le programme *Solidarity Sourcing* répond à un des 5 piliers du programme *Sharing Beauty With All* (Partager la Croissance avec les Communautés) dont l'objectif à horizon 2020 est de permettre à plus de 100 000 personnes issues de communautés en difficultés sociales ou financières d'accéder à un emploi.

En 2014, ce programme comptant 250 projets a permis l'accès à l'emploi à plus de 27 000 personnes à travers le monde (hors *The Body Shop*). Le programme *Community Fair Trade* de *The Body Shop* a quant à lui donné accès à l'emploi à 25 000 personnes. Au total, ce sont plus de 52 000 bénéficiaires du programme répartis sur l'ensemble des zones géographiques.

En 2014, le déploiement du programme s'est accéléré aussi bien à l'initiative de L'Oréal qu'à celle de ses fournisseurs.

Au-delà des Achats, son champ d'action initial, le programme s'appuie désormais sur des relais dans toutes les zones et Divisions du Groupe qui travaillent en partenariat avec les représentants *Sharing Beauty With All* implantés dans chaque pays. La zone Asie-Pacifique a été pionnière dans cette initiative de sensibilisation et de co-construction de projets *Solidarity Sourcing*, qui sera prochainement étendue à d'autres zones.

Depuis 2012, les auditeurs internes incluent le *Solidarity Sourcing* dans leur périmètre d'audit dans une démarche d'amélioration continue. Des audits ont ainsi été menés en Chine, en Suisse, en Afrique du Sud, au Benelux et sur l'ensemble des achats indirects d'Europe.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LE SOLIDARITY SOURCING, CONSULTEZ LA RUBRIQUE « ÊTRE ACTEUR D'INCLUSION AU SEIN DES COMMUNAUTÉS » EN PAGE 25 DU CHAPITRE « PARTAGER NOTRE CROISSANCE » DU RAPPORT D'AVANCEMENT SHARING BEAUTY WITH ALL 2014.

LE COMMERCE ÉQUITABLE

Reconnu par le Groupe comme un puissant levier d'inclusion sociale, le commerce équitable via l'approvisionnement responsable en matières premières renouvelables est un pilier majeur du programme d'Achat *Solidarity Sourcing* lancé en 2010.

En 2014, ce sont plus de 50 matières premières issues du commerce équitable qui ont été incluses dans 10,5 % des produits fabriqués (hors *The Body Shop*).

Pour *The Body Shop*, ce sont plus de 90 % des produits commercialisés qui contiennent des ingrédients du programme de commerce équitable *Community Fair Trade (CFT)*.

En 2014, un total de 27 000 personnes a donc bénéficié des achats matières premières issues du commerce équitable (hors CFT).

A titre informatif en 2014 :

- 100 % des approvisionnements en beurre de karité sont issus du programme *Solidarity Sourcing*, grâce auquel les collectrices de karité au Burkina-Faso bénéficient en avril-mai, à la fin de la saison sèche, quand les réserves alimentaires sont quasiment épuisées, d'un préfinancement de leur récolte et d'un prix d'achat supérieur à celui du marché ;
- 100 % des approvisionnements en huile de soja proviennent d'une source équitable au Brésil ;
- 100 % des achats d'huile de sésame sont issus de commerce équitable et plus de 500 formules contenant de l'huile de sésame issue du commerce équitable ont été fabriquées ;
- Au Brésil, 4 matières premières ont été intégrées dans notre programme *Solidarity Sourcing* : l'huile de pracaxi et le beurre de muru muru entrant dans des produits capillaires, l'argile blanche dans des produits d'hygiène corporelle, et le beurre de cupuacu dans des produits de soin.

LE PROGRAMME COMMUNITY FAIR TRADE, THE BODY SHOP

L'année 2014 marque 27 ans d'actions à travers le programme *Community Fair Trade* mené par *The Body Shop*. La marque achète des ingrédients, cadeaux et accessoires supportant 26 fournisseurs, la vie de plus de 25 000 agriculteurs et travailleurs et bénéficiant à plus de 320 000 personnes. Ces projets sont implémentés dans la communauté élargie des fournisseurs et apportent des bénéfices simples mais qui changent la vie tels que de l'eau potable, du matériel éducatif, des infrastructures médicales et des revenus équitables.

Le programme *Community Fair Trade* est régi par les principes énoncés dans la charte *Community Fair Trade Charter* (disponible à l'adresse <http://thebodyshop.com/content/pdf/cftcharter.pdf>). Ces principes définissent la façon dont les fournisseurs sont sélectionnés, leurs engagements pour *The Body Shop* et les avantages qu'ils reçoivent en retour. Ce programme est certifié par l'IMO (Institute for Market Ecology). L'impact sur les fournisseurs et leurs communautés élargies est évalué de façon annuelle au travers d'auto-évaluations réalisées par les fournisseurs, de façon biannuelle par des visites d'évaluation sur place et de façon trisannuelle par des audits réalisés par IMO et qui sont soutenus par des évaluations d'impacts plus poussées si cela est nécessaire.

L'engagement de *The Body Shop* envers la Communauté du Commerce Équitable n'a cessé de croître : plus de 90 % de ses produits contiennent des ingrédients issus du commerce équitable, en hausse de 85 % en 2011. Depuis son acquisition en 2006 par L'Oréal, *The Body Shop* a travaillé en étroite collaboration avec d'autres marques du Groupe ; Depuis 2013, les autres marques de L'Oréal utilisent 8 ingrédients issus du commerce équitable dont le soja, le babassu, l'aloë vera, l'olive et le sésame.

Le programme *Community Fair Trade* de *The Body Shop* a été reconnu pour son esprit pionnier, en recevant, une nouvelle fois en 2014, le prestigieux prix *BITC International Responsible Business Award*. Depuis l'obtention du prix en 2013, *The Body Shop* compte un 26ème fournisseur à son programme.

● The Body Shop, membre fondateur de l'Ethical Trading Initiative

The Body Shop est l'un des membres fondateurs de l'ETI (*Ethical Trading Initiative*), une alliance de compagnies, d'ONG et de syndicats qui collaborent pour améliorer les conditions de travail des personnes pauvres et vulnérables à travers le monde.

A travers son adhésion à l'ETI, *The Body Shop* a développé son Programme de Commerce Éthique qui demande à ce que toute sa chaîne d'approvisionnement s'engage à travailler dans le cadre de son Code de Conduite Fournisseur. En engageant ainsi ses fournisseurs dans le programme, *The Body Shop* mesure les conditions de travail dans les usines et cherche activement des pistes d'amélioration durables. C'est ainsi qu'au moyen de formations dans les usines, de conférences avec les fournisseurs, d'experts terrain qui adressent des problématiques spécifiques, *The Body Shop* continue d'être reconnu par l'ETI, comme l'un de ses membres les plus actifs.

Le programme couvre l'ensemble des produits vendus dans son réseau de magasins à travers le monde.

Le programme de Commerce Éthique fait partie de la responsabilité de chaque collaborateur de *The Body Shop* et les équipes sont régulièrement formées aux différents process et aux conséquences que leurs pratiques d'achat peuvent avoir sur les conditions de travail dans la supply chain.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LE COMMERCE ÉTHIQUE,
CONSULTEZ LE SITE [HTTP://WWW.ETHICALTRADE.ORG/](http://www.ethicaltrade.org/)

● Une journée mondiale annuelle de solidarité à travers le monde : le CITIZEN DAY

Né en 2009, à l'occasion du centenaire de L'Oréal, le *Citizen Day* est la journée annuelle que l'ensemble des collaborateurs L'Oréal à travers le monde peuvent consacrer à des actions de volontariat auprès d'associations, sur des projets d'utilité publique et de soutien aux communautés qui les entourent, tout en restant rémunérés ce jour-là par l'entreprise. Le *Citizen Day* permet au Groupe L'Oréal d'associer l'ensemble de ses équipes à ses engagements en matière de citoyenneté, convaincu de la capacité de chacun à jouer un rôle, et de l'impact collectif de l'action menée ensemble. Un choix très large d'actions sociales ou environnementales menées avec des centaines d'associations partenaires à travers le monde, ou élaborées avec les municipalités et collectivités locales proches des sites du Groupe est proposé aux équipes.

A la clé, une multitude d'initiatives, articulées autour de six grands thèmes : la jeunesse, la lutte contre l'exclusion, l'environnement, le handicap, la réinsertion professionnelle et la solidarité intergénérationnelle. Au programme : nettoyer des plages, ramasser des déchets, rénover des écoles, donner son sang, visiter orphelinats et maisons de retraites, aller à la rencontre de personnes seules ou en situation de fragilité et de multiples initiatives encore.

Devenu un véritable rendez-vous interne fédérateur et porteur de sens pour les collaborateurs, lors de cette 6^{ème} édition, ce sont plus de 24 000 collaborateurs qui ont participé dans le monde en 2014, dans 62 pays avec 420 associations partenaires. Au total en 2014, cette action a pu profiter à 32 000 bénéficiaires.

Lutte contre la corruption

SO₃ *Nombre total et pourcentage des sites qui ont fait l'objet d'une évaluation des risques de corruption et risques substantiels identifiés*

Le risque corruption est intégré dans l'évaluation des risques au niveau du Groupe : un outil permet aux patrons de pays d'évaluer les risques éthiques éventuels (y compris la corruption) au niveau local et de prendre les mesures nécessaires pour y remédier.

L'engagement de L'Oréal est étayé par des procédures de Ressources Humaines. Ainsi la compétence « Obtient des résultats avec intégrité » est désormais incluse dans le système d'évaluation annuelle de tous les collaborateurs.

Dans le cadre de la démarche « Parlons-en-Ensemble » de L'Oréal, les collaborateurs sont encouragés à faire part de leurs préoccupations et un site Internet dédié et sécurisé leur permet de poser leurs questions ou de soumettre leurs préoccupations directement au Directeur Général de l'Éthique qui a accès à tous les documents et informations concernant l'activité du Groupe et peut s'appuyer sur toutes les équipes et ressources du Groupe pour mener à bien sa mission. Ce site est accessible en 26 langues.

Toute préoccupation exprimée de bonne foi est examinée en détail et les mesures appropriées sont prises le cas échéant. L'Oréal garantit l'absence de représailles aux collaborateurs ayant fait part, de bonne foi, de leurs préoccupations.

Le dispositif de Contrôle Interne du Groupe prévoit des procédures de contrôle des activités opérationnelles et notamment en matière de séparation des tâches.

Les équipes d'Audit Interne de L'Oréal sont particulièrement vigilantes à cet égard. Les risques de corruption font l'objet d'un examen systématique lors des missions d'audit, par le biais d'entretiens individuels portant sur l'Éthique.

Ces entretiens comportent des questions dédiées à la corruption et sont menés indépendamment avec le Patron de Pays et le Responsable Administratif et Financier. Ils font l'objet d'un compte rendu individuel revu et signé par ces derniers.

Dans le cadre des vérifications juridiques effectuées préalablement à des projets d'acquisitions, la Direction juridique du Groupe intègre un « questionnaire éthique » établi par la Direction Générale de l'Éthique. Les réponses à ce questionnaire sont destinées à identifier, dans le dispositif de contrôle interne existant au sein de la société cible, la prise en compte notamment de la prévention du risque de corruption.

L'Oréal souhaite partager son engagement en matière de lutte contre la corruption avec ses partenaires commerciaux et le respect de la loi fait partie des Conditions Générales d'Achat du Groupe.

L'Oréal se réserve le droit de cesser toutes relations avec des partenaires commerciaux qui ne respecteraient pas les lois anti-corruption.

En 2014, il a été décidé de ne pas travailler avec un fournisseur prospectif basé en Chine suite à des allégations de tentative de corruption des auditeurs externes responsables des audits sociaux.

SO₄ *Communication et formation sur les politiques et procédures en matière de lutte contre la corruption*

La Charte Éthique de L'Oréal énonce publiquement une politique de tolérance zéro en matière de corruption qui s'applique à tous les collaborateurs, mandataires sociaux et membres des Comités Exécutifs et de Direction du Groupe et de ses filiales dans le monde.

La Charte Éthique de L'Oréal a été mise à jour en 2014. Disponible en 45 langues et en Braille, en français et anglais, elle est distribuée à tous les collaborateurs dans le monde.

En 2013, un guide spécifique de prévention de la corruption a été déployé dans l'ensemble du Groupe.

Ce Guide pratique est destiné à préciser les standards du Groupe et à aider les collaborateurs à gérer des situations qu'ils pourraient rencontrer dans l'exercice de leurs fonctions. Il réaffirme la politique L'Oréal de prévention de la corruption qui a été approuvée par le Président-Directeur Général et le Comité Exécutif et présentée au Conseil d'Administration. Cette politique mise en ligne sur le site internet de L'Oréal (www.loreal.com).

Pour compléter le dispositif de prévention de la corruption, un guide collaborateur a été déployé en 2014 dans l'ensemble du groupe pour préciser les règles en matière de cadeaux et d'invitations.

L'engagement de L'Oréal est étayé par des procédures de Ressources Humaines. Ainsi, la compétence «Obtient des résultats avec intégrité» est désormais incluse dans le système d'évaluation annuelle de tous les collaborateurs.

Un e-learning obligatoire sur l'éthique, couvrant notamment le sujet de la lutte contre la corruption, est en cours de déploiement dans l'ensemble des pays. Au 31 décembre 2014, plus de 43000 collaborateurs l'avaient réalisé.

L'Oréal souhaite partager son engagement en matière de lutte contre la corruption avec ses partenaires commerciaux et le respect de la loi fait partie des Conditions Générales d'Achat du Groupe. La communication de cet engagement aux partenaires de L'Oréal constitue l'un des principes de la Politique de prévention précitée.

SO₅ *Cas avérés de corruption et mesures prises*

Dans le cadre de la démarche « Parlons-en-Ensemble » de L'Oréal, les collaborateurs sont encouragés à faire part de leurs préoccupations et un site Internet dédié et sécurisé leur permet de poser leurs questions ou de soumettre leurs préoccupations directement au Directeur Général de l'Éthique qui a accès à tous les documents et informations concernant l'activité du Groupe et peut s'appuyer sur toutes les équipes et ressources du Groupe pour mener à bien sa mission. Ce site est accessible en 26 langues.

Toute préoccupation exprimée de bonne foi est examinée en détail et les mesures appropriées sont prises le cas échéant. L'Oréal garantit l'absence de représailles aux collaborateurs ayant fait part, de bonne foi, de leurs préoccupations.

L'Oréal se réserve le droit de cesser toutes relations avec des partenaires commerciaux qui ne respecteraient pas les lois anti-corruption.

En 2014, il a été décidé de ne pas travailler avec un fournisseur prospectif basé en Chine suite à des allégations de tentative de corruption des auditeurs externes responsables des audits sociaux.

Politiques publiques

SO₆ *Valeur totale des contributions politiques par pays et par bénéficiaire*

L'Oréal s'interdit toute contribution à des partis ou acteurs de la vie politique ayant pour but d'obtenir un avantage commercial.

C

omportement anticoncurrentiel

SO7 *Nombre total d'actions en justice pour comportement anticoncurrentiel, pratiques antitrust et monopolistiques et leurs issues*

Le Groupe considère qu'il n'existe pas à ce jour de fait exceptionnel ni procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage risquant d'affecter ou ayant récemment affecté significativement et avec une probabilité sérieuse la situation financière, le patrimoine ou l'activité de la Société et du Groupe L'Oréal.

<i>En millions d'euros</i>	<i>31/12/2014</i>	<i>31/12/2013</i>	<i>31/12/2012</i>
Provisions pour risques et charges non courantes	193,6	174,5	181,9
Autres provisions non courantes ⁽¹⁾	193,6	174,5	181,9
Provisions pour risques et charges courantes	722,0	528,8	533,8
Provisions pour restructurations	65,5	98,2	129,4
Provisions pour retour de produits	244,4	226,6	211,3
Autres provisions courantes ⁽¹⁾	412,1	204,0	193,1
TOTAL	915,6	703,3	715,8

⁽¹⁾ Ces rubriques comprennent notamment des provisions destinées à faire face à des risques et litiges de nature fiscale, des risques industriels, environnementaux et commerciaux liés à l'exploitation (ruptures de contrats), des coûts liés au personnel, ainsi que les risques liés aux enquêtes des autorités de contrôle de la concurrence.

Les provisions relatives aux enquêtes des Autorités de la concurrence s'élèvent au 31 décembre 2014 à 239,4 millions d'euros contre 43,0 millions d'euros au 31 décembre 2013 et 45,0 millions d'euros au 31 décembre 2012 (voir note 29.2. du Document de Référence 2014).

Cette rubrique inclut également les titres mis en équivalence lorsque la quote-part de l'actif net est négative (voir note 17 du Document de Référence 2014).

RETROUVEZ CES INFORMATIONS DANS LA NOTE 24 « PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES »
PAGE 162 DU CHAPITRE 4 « COMPTES CONSOLIDÉS » DU DOCUMENT DE RÉFÉRENCE 2014.

C

onformité

SO₈ *Montant des amendes substantielles et nombre total de sanctions non pécuniaires pour non-respect des législations et réglementations*

Concernant le montant des amendes substantielles pour non – respect des législations et réglementations, consultez la réponse SO7 au sein de cette fiche.

É

valuation des impacts des fournisseurs sur la société

SO₉ *Pourcentage de nouveaux fournisseurs contrôlés à l'aide de critères relatifs aux impacts sur la société*

SO₁₀ *Impacts négatifs substantiels, réels et potentiels, sur la société dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises*

➤ RÉPONSE GLOBALE

Dans le cadre de ses Engagements *Sharing Beauty With All* pour 2020, L'Oréal s'est engagé à ce que tous les fournisseurs stratégiques aient procédé à horizon 2020, avec le soutien du Groupe, à une auto-évaluation de leur politique en matière de Développement Durable.

L'Oréal ne mesure pas directement les impacts négatifs de ses fournisseurs sur la société.

Néanmoins, pour s'assurer du respect de ces engagements sur l'ensemble de la chaîne de responsabilités, L'Oréal a initié un programme d'évaluation des fournisseurs stratégiques de leur politique en matière de Développement Durable. Cette évaluation, réalisée en partenariat avec le prestataire externe *Ecovadis* est intégrée dans l'axe RSE de la « fiche d'évaluation ». A fin 2014, 92 fournisseurs ont ainsi fait évaluer par *Ecovadis* leurs politiques sociales, environnementales, éthiques, ainsi que leur déploiement chez leurs propres fournisseurs. Cela représente plus de 50 % des fournisseurs stratégiques du Groupe.

En outre, le Groupe a mis en place des programmes pour que ces derniers puissent avoir un impact positif sur la société. C'est par exemple le cas du programme de *Solidarity Sourcing* décrit en SO1.

Mécanismes de règlement des griefs relatifs à l'impact sur la société

SO
11

Nombre de griefs concernant les impacts sur la société déposés, examinés et réglés via des mécanismes officiels de règlement des griefs

Aucun grief n'a été remonté sur la plateforme dédiée aux parties prenantes (Stakeholder Platform) ; les échanges portaient essentiellement sur la stratégie de L'Oréal en matière de développement durable.

R Responsabilité liée aux produits

APPROCHE MANAGÉRIALE	p. 2
SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS	p. 5
PR1 - Pourcentage des catégories importantes de produits et de services pour lesquelles les impacts sur la santé et la sécurité sont évalués aux fins d'amélioration	p. 5
PR2 - Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant les impacts sur la santé et la sécurité des produits et des services pendant leur cycle de vie, par type de résultat	p. 8
ÉTIQUETAGE DES PRODUITS ET SERVICES	p. 9
PR3 - Type d'information sur les produits et services et leur étiquetage par les procédures de l'organisation et pourcentage des catégories importantes de produits et de services soumises à ces exigences en matière d'information	p. 9
PR4 - Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant l'information sur les produits et services et leur étiquetage, par type de résultat	p. 10
COMMUNICATION MARKETING	p. 10
PR6 - Vente de produits interdits ou controversés	p. 10
PR7 - Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires relatifs à la communication marketing, y compris la publicité, la promotion et les parrainages, par type de résultat	p. 10
VIE PRIVÉE DES CLIENTS	p. 11
PR8 - Nombre total de plaintes fondées pour atteinte à la vie privée et pour la perte de données clients	p. 11
CONFORMITÉ	p. 11
PR9 - Montant des amendes substantielles reçues pour non-respect des lois et réglementations concernant la mise à disposition et l'utilisation de produits et de services	p. 11

➤ *Santé et sécurité des consommateurs*

La sécurité des consommateurs est une priorité absolue pour L'Oréal : Le Groupe considère que fournir à tout consommateur des produits cosmétiques sûrs partout dans le monde est un engagement d'entreprise responsable. Par ailleurs cet engagement répond à des exigences réglementaires dans la plupart des régions du monde ; enfin la sécurité des produits cosmétiques destinés aux consommateurs est un sujet sensible à fort impact médiatique, et constitue un enjeu en matière d'image d'entreprise.

L'évaluation de la sécurité est donc au cœur du développement des nouveaux produits et un prérequis à la mise sur le marché de tout produit.

Pour ce faire, le Groupe a mis en place au sein de la Direction Internationale de la Recherche et Innovation une Direction Internationale responsable de l'évaluation de la sécurité des produits (WSE, Worldwide Safety Evaluation) composée d'une équipe de près de 100 collaborateurs répartie sur 3 continents.

Le Groupe L'Oréal a instauré un processus qui jalonne les étapes de la conception jusqu'à la mise sur le marché, afin que tous les produits développés, quelle que soit la localisation géographique du laboratoire maître - d'œuvre, soient soumis à une évaluation rigoureuse de leur sécurité. Cette approche permet également à L'Oréal de répondre aux exigences de sécurité des réglementations nationales de l'ensemble des pays où les produits du Groupe sont commercialisés.

La valeur ajoutée de L'Oréal en matière d'évaluation de la sécurité des ingrédients et des produits finis repose sur l'investissement réalisé depuis plus de 20 ans dans le développement de méthodes prédictives et dans l'ingénierie tissulaire. Ainsi, le Groupe investit depuis de très nombreuses années dans la science et la technologie pour créer de nouveaux outils d'évaluation qui sont utilisés quotidiennement par les évaluateurs de la sécurité.

L'Oréal collabore également avec l'ensemble des acteurs internationaux impliqués dans ces domaines afin de travailler au développement de solutions alternatives transversales dans le domaine de l'évaluation de la sécurité.

Cet engagement historique a permis au groupe de répondre aux exigences réglementaires qui interdisent la commercialisation en Europe des produits cosmétiques contenant des ingrédients testés sur l'animal de laboratoire depuis le 11 Mars 2013. L'Oréal ne teste plus aucun de ses produits ou ingrédients sur les animaux, et ce partout dans le monde. Nous ne déléguons pas non plus cette tâche à d'autres. Une exception pourrait être tolérée si une autorité l'exigeait à des fins sécuritaires ou réglementaires.

La fabrication de tout nouveau produit est conditionnée par l'acceptation de l'évaluateur de la sécurité. Les matières premières utilisées dans la fabrication des produits cosmétiques doivent répondre à un cahier des charges strict défini en collaboration avec les évaluateurs de la sécurité. Ainsi la qualité de ces matières premières doit-elle, au-delà du respect des réglementations en vigueur, satisfaire les exigences définies par l'évaluateur afin de garantir la sécurité du produit qui sera fabriqué. Lorsque l'évaluateur de la sécurité le juge nécessaire, des conditions d'utilisation et/ou mises en garde spécifiques peuvent être demandées. Ces informations devront être rendues accessibles au consommateur et figurer sur l'emballage.

L'Oréal a mis en place des services consommateurs qui prennent en charge les questions inhérentes aux produits pendant leur commercialisation. Les incidents éventuels sont ainsi identifiés et traités. La détection et le traitement des incidents qualité font l'objet de procédures internes afin que les mesures appropriées soient mises en place de manière à préserver la sécurité des produits auprès des consommateurs. En cas d'impact d'un des produits sur la santé d'un consommateur, le service consommateur fait appel au réseau de cosmétovigilance qui prend en charge le dossier dans le but d'identifier la nature du problème. Les données collectées sont analysées pour permettre de prendre les mesures nécessaires éventuelles. Enfin l'ensemble des informations issues de ces incidents est utilisé pour actualiser les connaissances du Groupe sur les produits et les substances constitutives à des fins d'amélioration des produits et/ou processus.

Par ailleurs, les valeurs éthiques de L'Oréal, ancrées à la fois dans la rigueur scientifique et la prise en compte des enjeux sociétaux, conduisent à une logique d'anticipation qui fait évoluer les formulations en retirant et/ou substituant les substances mises en cause.

Au final, les produits L'Oréal évoluent continuellement au rythme des innovations technologiques, mais avec le souci constant de garantir le plus haut niveau de sécurité aux consommateurs et aux professionnels.

➤ *Étiquetage des produits et services*

L'Oréal a mis en place une Direction Internationale des Affaires Réglementaires (WRA, Worldwide Regulatory Affairs) responsable de la conformité réglementaire des produits au niveau mondial. Cette organisation répond à un double enjeu. D'une part, la complexification des enjeux internationaux relatifs à la réglementation demande une meilleure prise en charge et une plus grande anticipation dans une vision cohérente et structurée. D'autre part, l'internationalisation de la recherche nécessite de rendre les organisations fonctionnelles au niveau corporate plus lisibles et plus efficaces.

Les collaborateurs de la WRA ont, entre autres, la responsabilité de vérifier la conformité des ingrédients, matières premières et produits finis aux réglementations locales. De plus, les collaborateurs qui travaillent dans les pays où L'Oréal a des centres de recherche accompagnent les produits dès leur conception. L'Oréal respecte ainsi les réglementations nationales dans tous les pays où ses produits sont commercialisés.

Pour favoriser la mise sur le marché de produits conformes aux diverses réglementations, le Groupe a développé en interne des systèmes experts concernant les ingrédients cosmétiques, actualisés en fonction des évolutions réglementaires mondiales ; ces systèmes accessibles au niveau des laboratoires de formulation sont utilisés dès la conception des nouveaux produits afin de vérifier leur conformité réglementaire vis-à-vis des pays où la commercialisation est envisagée.

En intégrant les aspects réglementaires dès la genèse des projets de développement, le Groupe L'Oréal s'est ainsi doté des moyens nécessaires pour assurer que les produits qui seront mis sur le marché seront conformes aux réglementations y compris en matière d'étiquetage réglementaire. Cette conformité est vérifiée dans chaque pays en amont de la commercialisation par les équipes réglementaires locales réparties dans plus de 50 pays.

➤ *Communication marketing*

Le Groupe L'Oréal reconnaît l'importance d'une publicité et d'une communication commerciale responsables comme moyens essentiels d'information des consommateurs sur les caractéristiques et les qualités des produits cosmétiques.

L'Oréal a mis en place au niveau corporate depuis une dizaine d'années déjà une direction responsable de la pré - approbation des messages publicitaires pour l'ensemble des produits que le Groupe commercialise dans le monde. Cette entité centrale est composée d'experts qui ont à la fois une connaissance extrêmement précise des performances des produits et des réglementations publicitaires de L'Oréal. Ces experts examinent en amont les messages publicitaires qui leur sont soumis par les diverses entités marketing du Groupe à la lumière de leur connaissance des textes réglementaires, des textes de Loi et d'auto - discipline. Cette organisation est relayée mondialement dans les différentes filiales du Groupe qui sont dotées d'une direction scientifique et, dans certains cas, de spécialistes des allégations publicitaires, dont la fonction est de s'assurer que les messages publicitaires diffusés dans les pays respectent les législations applicables localement afin d'assurer auprès des consommateurs non seulement la délivrance systématique de messages véridiques et sincères mais également la diffusion de messages qui soient conformes aux règles d'autodiscipline locales.

Ainsi, la Direction Internationale de l'Évaluation de la Communication Produit s'assure de la conformité des communications sur les produits avant leur mise sur le marché. La Charte Éthique du Groupe précise les principes fondamentaux d'une communication responsable et L'Oréal s'est engagé à mettre en œuvre le Code consolidé de la Chambre de Commerce Internationale sur les pratiques de Publicité et de Communication Commerciale.

De plus, L'Oréal, en tant que membre de *Cosmetics Europe*, a signé en 2012 la charte commune sur la publicité et la communication commerciale des produits cosmétiques.

Le but de cette Charte est de fixer un cadre commun pour une publicité et une communication commerciale responsables des produits cosmétiques en Europe. Cette Charte a été adoptée par les membres de *Cosmetics Europe*, car c'est une représentation juste et honnête de leur engagement. Les membres de *Cosmetics Europe* encouragent le respect de ces principes. Elle est complétée par un cadre comprenant la liste des critères communs de la Commission européenne et les principes de l'autorégulation pour une publicité et une communication commerciale responsables adoptés par *Cosmetics Europe*.

Elle permet de s'assurer que la publicité et la communication commerciale :

- sont conformes aux réglementations européennes et nationales pertinentes et au cadre d'autorégulation applicable ;
- sont sincères, véridiques et non trompeuses ;
- permettent des choix éclairés par le consommateur ;
- sont socialement responsables.

D'autre part L'Oréal est membre de l'UDA (Union des Annonceurs) en France et a contribué à l'élaboration de la Charte de Communication Responsable. Le Groupe reporte chaque année ses actions en la matière. Depuis 2012, L'Oréal sensibilise les équipes marketing aux bonnes pratiques de communication. A fin 2014, ce sont 855 collaborateurs qui ont été exposés au sujet et à ses enjeux au cours d'une formation.

➤ Vie privée des clients

La mise au point de produits innovants et leur adaptation aux besoins du marché constituent une priorité permanente pour le Groupe.

Si le Groupe ne parvenait pas à anticiper et interpréter l'évolution des attentes des consommateurs et des nouvelles tendances, ses ventes pourraient être affectées.

Le développement de la communication digitale et du e-commerce crée une proximité renforcée entre L'Oréal et ses consommateurs, par la mise en place de services d'aide à la décision d'achat des produits et à leur utilisation.

➤ Conformité

L'Oréal a mis en place une Direction Internationale des Affaires Réglementaires (WRA, Worldwide Regulatory Affairs) responsable de la conformité réglementaire des produits au niveau mondial. Cette organisation répond à un double enjeu. D'une part, la complexification des enjeux internationaux relatifs à la réglementation demande une meilleure prise en charge et une plus grande anticipation dans une vision cohérente et structurée. D'autre part, l'internationalisation de la recherche nécessite de rendre les organisations fonctionnelles au niveau corporate plus lisibles et plus efficaces.

Les collaborateurs de la WRA ont entre autres, la responsabilité de vérifier la conformité des ingrédients, matières premières et produits finis aux réglementations locales. De plus, les collaborateurs qui travaillent dans les pays où L'Oréal a des centres de recherche accompagnent les produits dès leur conception. L'Oréal respecte ainsi les réglementations nationales dans tous les pays où ses produits sont commercialisés.

Pour favoriser la mise sur le marché de produits conformes aux diverses réglementations, le Groupe a développé en interne des systèmes experts concernant les ingrédients cosmétiques, actualisés en fonction des évolutions réglementaires mondiales ; ces systèmes accessibles au niveau des laboratoires de formulation sont utilisés dès la conception des nouveaux produits afin de vérifier leur conformité réglementaire vis-à-vis des pays où la commercialisation est envisagée.

En intégrant les aspects réglementaires dès la genèse des projets de développement, le Groupe L'Oréal s'est ainsi doté des moyens nécessaires pour s'assurer que les produits qui seront mis sur le marché seront conformes aux réglementations. Cette conformité est vérifiée dans chaque pays en amont de la commercialisation par les équipes réglementaires locales réparties dans plus de 50 pays.

Santé et sécurité des consommateurs

PR₁

Pourcentage des catégories importantes de produits et de services pour lesquelles les impacts sur la santé et la sécurité sont évalués aux fins d'amélioration

Le Groupe L'Oréal est totalement engagé dans le respect des réglementations internationales relatives à l'évaluation de la sécurité des produits cosmétiques et de leurs ingrédients constitutifs. Par exemple au niveau européen, il respecte les exigences du règlement européen (CE) n° 1223/2009 et du règlement européen REACH (règlement EC n° 1907/2006). Au-delà de ces exigences, le Groupe a mis en place depuis plus de 10 ans une démarche d'évaluation systématique de tous les produits mis sur le marché au niveau mondial, y compris dans des régions du monde où les exigences réglementaires sont faibles voire inexistantes.

1. L'ÉVALUATION DE LA SÉCURITÉ, AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT DES NOUVEAUX PRODUITS

L'évaluation de la sécurité des produits destinés aux consommateurs est un prérequis à la mise sur le marché de tout produit par le Groupe L'Oréal.

Cette évaluation n'est pas réalisée en une fois mais accompagne le développement des produits depuis leur conception jusqu'à leur vie sur le marché. Elle fait appel à l'évaluation de la sécurité des substances constitutives des produits et à l'évaluation de la sécurité du produit fini.

Évaluation de la sécurité des substances entrant dans la composition des produits de la conception à la mise sur le marché des produits

L'évaluateur de la sécurité est partie prenante dans la décision d'introduire de nouvelles matières premières dans la fabrication des produits cosmétiques. Il peut imposer des normes de qualité par exemple dans la teneur en traces inévitables- qui s'imposeront ensuite dans les usines lors de l'approvisionnement de la matière première concernée.

Chaque substance introduite dans un produit cosmétique (100 % des substances) fait l'objet d'une évaluation de la sécurité.

L'évaluateur de la sécurité va, dans un premier temps, analyser toutes les informations disponibles se rapportant à cette substance (caractéristiques physico-chimiques, données bibliographiques et expérimentales), afin de déterminer son profil toxicologique. Si nécessaire, le toxicologue décide de générer de nouvelles données afin de compléter le dossier existant (cf. § « l'engagement de L'Oréal dans le domaine des méthodes prédictives »).

L'évaluateur de la sécurité prend en compte l'exposition potentielle des consommateurs. Cette exposition est liée au pourcentage d'introduction des substances dans les produits cosmétiques et au type de produit cosmétique concerné (qui va déterminer des paramètres tels que la surface exposée, le temps de contact sur la peau, l'exposition au soleil, etc.).

Ainsi la sécurité des substances est évaluée pour chaque usage spécifique d'une substance intégrée dans un produit fini. L'utilisation, à la même concentration, d'un ingrédient dans un mascara ou dans un produit solaire résulte par exemple en des expositions humaines très différentes. Les équipes évaluant la sécurité considèrent également d'autres aspects du cycle de vie du produit : le temps durant lequel l'ingrédient reste sur la peau, son exposition au soleil, les risques de réactions cutanées, les possibles utilisations abusives, etc.

A partir de ces informations, la concentration permettant d'utiliser une substance donnée en toute sécurité est déterminée. Cette concentration correspond à un niveau d'utilisation de l'ingrédient qui est en général au moins 100 fois inférieur à celui considéré comme sûr dans les conditions expérimentales, en prenant en compte le profil toxicologique et l'exposition à la substance. Toutes ces informations font partie intégrante du dossier réglementaire de toute substance.

Cette évaluation accompagne le développement des produits. En effet, l'évaluation de la sécurité des substances débute dès que leur introduction dans un futur produit est envisagée. A ce stade, le formulateur (celui qui fabrique les futurs produits cosmétiques) demande à son « évaluateur de la sécurité référent » si cette introduction est possible d'un point de vue sécurité du produit pour le consommateur final. La même vérification est réalisée aux diverses étapes de développement qui peuvent occasionner des modifications de compositions des formulations.

Évaluation de la sécurité des produits cosmétiques finis en amont de leur mise sur le marché

Les évaluateurs de la sécurité apprécient également la tolérance pour le consommateur du produit cosmétique fini. Cette évaluation intervient dès la conception de la formulation. En effet ils ont acquis l'expertise nécessaire afin d'identifier, dès la définition de la formule sur le papier, d'éventuelles interactions ou potentialisations entre les substances.

Cette évaluation fait appel à la fois aux données existantes bibliographiques et expérimentales et à la mise en place de nouvelles études si nécessaire. Ces nouvelles études peuvent être des tests in vitro ou des essais cliniques avec des sujets volontaires. Les essais cliniques sur des sujets volontaires ne sont réalisés que lorsqu'il a été déterminé préalablement que le produit présentait une innocuité satisfaisante pour les volontaires, ces essais ayant comme objectif de vérifier la bonne tolérance sur la population cible avant mise sur le marché.

Chaque produit mis sur le marché fait l'objet de l'émission d'une attestation de sécurité, signée par un évaluateur de la sécurité. Depuis le 11 Juillet 2013, date d'entrée en application totale du règlement européen (CE) n° 1223/2009, cette attestation de sécurité a été remplacée, pour les produits mis sur le marché européen, par un rapport très détaillé sur la sécurité du produit cosmétique ; ce rapport rassemble l'ensemble des éléments ainsi que la démarche mise en place pour assurer la sécurité des produits mis sur le marché, et est signée par un évaluateur de la sécurité.

Cosmétovigilance et impact sur l'évaluation de la sécurité

Enfin, après la mise sur le marché, L'Oréal continue à évaluer l'utilisation et la tolérance de ses produits vendus à travers le monde via le réseau international de cosmétovigilance. Ce réseau collecte, valide et analyse, par des méthodologies rigoureuses et reconnues, les effets indésirables liés à l'utilisation d'un produit.

Cet outil permet d'identifier d'éventuelles intolérances exceptionnellement « anormales » sur le marché. Dans de tels cas, des investigations complémentaires peuvent être proposées aux consommateurs concernés. Le dossier du produit est ensuite réexaminé afin d'identifier la cause de cette intolérance et de prendre si nécessaire des mesures appropriées, telles qu'une réémission de l'étiquetage si il est inapproprié, l'apposition d'une mise en garde ou une modification de la composition de la formule si nécessaire.

Ces informations sont utilisées pour actualiser les dossiers des substances éventuellement incriminées et des produits cosmétiques correspondant.



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA COSMÉTOVIGILANCE CHEZ L'ORÉAL, CONSULTEZ LE CHAPITRE PR2 DE LA PRÉSENTE FICHE.

2. L'ENGAGEMENT DE L'OREAL DANS LE DOMAINE DES MÉTHODES PRÉDICTIVES

Le Groupe L'Oréal a investi depuis plus de 30 ans dans le développement de nouvelles approches d'évaluation de la sécurité des ingrédients et des produits cosmétiques sans recours à l'animal, les « méthodes prédictives ». Ces méthodes sont utilisées très tôt comme outil de sélection de nouveaux ingrédients cosmétiques qui sont ainsi choisis initialement pour leur absence d'impact sur la santé et sur l'environnement.

Les méthodes prédictives combinent données et outils pour prédire la sécurité des ingrédients et des formules.

La valeur ajoutée de L'Oréal en matière d'évaluation de la sécurité de ses ingrédients et produits finis repose sur l'investissement réalisé dans l'ingénierie tissulaire, couplée à un panel de diverses méthodes prédictives dont les modèles statistiques et mathématiques, la méthodologie in silico et le QSAR, développées en interne ou dans le cadre de collaborations externes. Elles sont utilisées de manière combinée afin d'optimiser leurs capacités prédictives.

Cet engagement historique a permis au groupe de répondre aux dernières exigences réglementaires qui interdisent la commercialisation sur le marché européen des produits cosmétiques contenant des ingrédients testés sur l'animal de laboratoire depuis le 11 Mars 2013.

Principales étapes dans la construction de l'expertise du groupe L'Oréal d'une évaluation de la sécurité basée sur des méthodes prédictives :

- **1995** : Étude de validation de la phototoxicité in vitro ECVAM/COLIPA. Prix Amalthée des méthodes alternatives (OPAL).
- **1997** : Acquisition d'Episkin SNC, centre industriel d'ingénierie cutanée. Introduction de cellules Langerhans dans de la peau reconstruite (4^e programme-cadre européen).
- **1998** : Le modèle EpiSkin est validé pour l'évaluation de la corrosion cutanée.
- **2005** : Participation à l'évaluation de méthodes alternatives pour les allergènes SENS-IT-IV (6^e programme-cadre européen). Membre fondateur de l'EPAA (European Partnership for Alternative Approaches to Animal Testing).
- **2006** : Le modèle SkinEthic RHE est validé pour l'évaluation de la corrosion cutanée.
- **2006** : Acquisition de SkinEthic leader dans la production et commercialisation de peaux reconstruites.
- **2007** : Le modèle Episkin est validé pour l'irritation cutanée.
- **2008** : Le modèle SkinEthic RHE est validé pour l'irritation cutanée.
- **2010** : Les méthodes SkinEthic RHE et EpiSkin pour l'irritation cutanée sont implémentées dans la nouvelle ligne directrice OCDE TG 439.
- **Depuis 2011** : Plus de 100 000 unités de tissus reconstruits sont produits industriellement chaque année à Lyon (EPISKIN SA Gerland)



POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT L'ÉVALUATION PRÉDICTIVE CHEZ L'ORÉAL, CONSULTEZ :
<http://www.lorealpredictive.com/fr/>

La capacité de prédiction de ces outils s'alimente de l'apport de nouvelles technologies issues de l'ingénierie tissulaire, de la biologie moderne, de la modélisation mathématique, de la puissance de calcul informatique et de la valorisation du patrimoine de données de sécurité ainsi constitué.

Le groupe construit des stratégies intégrées d'évaluation de la sécurité et participe aux groupes de travail Européens avec *Cosmetics Europe*, collabore et partage les avancées scientifiques avec les structures ECVAM, OCDE, EPAA dans le but de développer des outils prédictifs validés et partagés. En 2014, cette stratégie et certains développements ont été communiqués au travers de différents congrès. Le Groupe a ainsi participé en tant que sponsor et co-organisateur (membre du steering committee) au congrès mondial des méthodes alternatives (WC9-Pragues), à l'ERGCEd (Paris) et à la Chinese SOT-Beijing et au Workshop of Cosmetic Alternative Methods (Guangzhou). Pour soutenir ces travaux et approches, le Groupe a publié seul et/ou en collaboration 11 articles scientifiques dans des revues à portée internationale (ie. *Altex*, *Dermatitis*, *toxicology In Vitro*, *archives of Toxicology*, *Environmental Toxicology and Chemistry*, *artificial Intelligence Research*).

Les tissus reconstruits

La Recherche de L'Oréal développe depuis plus de 30 ans des recherches en biologie cellulaire et en ingénierie tissulaire visant à reconstruire divers modèles de peau et d'épithélia humains.

Ces modèles ont comme objectifs principaux :

- développement de connaissances sur la peau sans recourir à des essais cliniques invasifs ;
- développement de méthodes prédictives et évaluation de l'efficacité des nouveaux actifs (ex : filtration solaire, photo protection) ;
- création, standardisation et validation de nouveaux tests alternatifs prédictifs pour évaluer et garantir la sécurité des produits ;
- contribution à l'évaluation de la sécurité des matières premières et des produits finis ;
- mise à disposition d'outils validés pour les acteurs de la cosmétique et training sur ces méthodes.

En 2014, la commercialisation des modèles de tissus reconstruits utilisés à des fins d'évaluation de la sécurité des ingrédients et formules s'est poursuivie au niveau national et international.

Évaluation de l'irritation cutanée

La R&I a mis au point, pour évaluer l'irritation cutanée et la corrosion, 4 méthodes validées, développées avec des modèles de peaux (modèles EpiSkin et SkinEthic-RHE). Ces méthodes font partie des architectures d'évaluation en place et permettent d'enrichir la connaissance des ingrédients et leur patrimoine de données, ainsi que leur dossier réglementaire.

Évaluation de l'irritation oculaire

Concernant l'irritation oculaire, le modèle SkinEthic-HCE de cornée reconstruite est en cours de validation scientifique. En 2010, une étude publiée a montré la fiabilité du protocole développé par L'Oréal, éprouvé sur plus de 400 ingrédients. Les travaux en vue d'une validation scientifique se sont poursuivis en 2014.

Les nouveaux ingrédients sont testés lorsque nécessaire sur des combinaisons de modèles in vitro/in silico complémentaires (stratégies intégrées d'évaluation).

PR₂

Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant les impacts sur la santé et la sécurité des produits et des services pendant leur cycle de vie, par type de résultat

En matière de contrôle de conformité aux réglementations et codes volontaires traitant des impacts sur la santé et la sécurité de ses produits, le Groupe n'a pas eu connaissance de cas d'incidents de non-conformité.

L'Oréal dispose d'un réseau de cosmétovigilance, avec des équipes implantées dans la plupart de ses marchés, y compris ceux où il n'existe pas d'exigence en matière de cosmétovigilance ; ce réseau a pour mission de recueillir et d'analyser tous les cas d'effets indésirables liés à l'utilisation des produits mis sur le marché par le groupe L'Oréal.

En 2014, ce réseau n'a relevé aucun cas qui représenterait une non-conformité à la réglementation, en ce qui concerne la sécurité des produits et la santé des consommateurs.

La cosmétovigilance a été mise en place il y a plus de 25 ans dans le groupe L'Oréal. Cette surveillance fait partie intégrante de la politique du Groupe. Cette activité stratégique est prise en charge par des équipes dédiées, le département international de surveillance post-marketing au niveau central, et au niveau local par un réseau international pluridisciplinaire; ces équipes regroupent 85 collaborateurs incluant une vingtaine de médecins, et couvrent 95 pays.

L'ambition de cette organisation est d'analyser et d'exploiter les données de surveillance post-marketing de tous les produits L'Oréal mis sur le marché afin d'optimiser leur profil d'innocuité et leur bon usage, tant pour les bénéfices permanents vis-à-vis des consommateurs que pour la conformité aux réglementations en vigueur.

En plus d'une collaboration étroite avec le service Relations consommateurs à l'international et dans les pays, les principales missions de l'organisation de surveillance post-marketing regroupent le recueil et l'analyse des événements indésirables rapportés spontanément par les consommateurs, l'évaluation de chaque cas signalé et la détermination de la causalité du produit impliqué. L'exploitation des données de surveillance post-marketing permet la détection de signaux ainsi que l'anticipation et la prévention des risques. Elle fournit également une ligne directrice aux équipes chargées de l'innocuité pré-marketing.

Étiquetage des produits et services

PR₃ *Type d'information sur les produits et services et leur étiquetage par les procédures de l'organisation et pourcentage des catégories importantes de produits et de services soumises à ces exigences en matière d'information*

Les informations figurant sur l'étiquette des produits cosmétiques commercialisés par le Groupe L'Oréal répondent aux exigences réglementaires. Celles-ci incluent (liste non exhaustive) la liste des ingrédients présents dans le produit commercialisé, le contenu, les éléments nécessaires à une utilisation correcte du produit (en particulier les précautions d'emploi...), la nature du matériau d'emballage.

Dans un certain nombre de pays, les emballages affichent également le point vert qui signifie que L'Oréal verse une contribution à des éco-organismes qui financent la collecte des emballages ménagers, conformément au principe de Responsabilité Élargie du Producteur.

Tous les produits mis sur le marché par le Groupe L'Oréal disposent d'un étiquetage informatif répondant aux obligations réglementaires imposées dans les divers pays du monde comme défini ci-dessus. Seuls les produits pour lesquels cela est pertinent nécessitent la mise en avant de précautions d'emploi.

Par ailleurs L'Oréal a la volonté de répondre aux attentes du plus grand nombre de consommateurs et pour cela développe des produits spécifiques, dont les caractéristiques recherchées par ces consommateurs sont indiquées sur le packaging. C'est ainsi que L'Oréal indique sur certains de ses produits l'absence de substances, (parabènes, ...) ou la certification par un tiers (par exemple Ecocert pour les produits biologiques, développés par Mixa Bio, Sanoflore, Ushuaia Bio, etc.)

De plus L'Oréal met en avant sur certains de ses produits des actions d'éco-conception.

Garnier indique sur la quasi-totalité des emballages carton de ses produits le fait que ce carton est certifié FSC (Forest Stewardship Council), accompagné d'une phrase explicative, pour permettre aux consommateurs de comprendre ce qu'est le FSC.

D'autres marques, telles que Kiehl's, Fructis aux USA, Lancôme Arôme Blue, etc. indiquent sur leurs emballages que ces derniers contiennent tout ou partie de matériaux recyclés.

Enfin certaines marques incitent le consommateur au geste de tri dans la salle de bain afin que les emballages dits « recyclables » soient triés pour être ensuite recyclés. C'est le cas de Fructis en France et d'Ushuaia.

Enfin, les marques du Groupe L'Oréal disposent de sites internet sur lesquels les consommateurs peuvent trouver les informations supplémentaires sur les propriétés des produits et leur qualité.

En 2012, L'Oréal a participé à l'expérimentation sur l'affichage environnemental dans le cadre de la loi Grenelle en France. La marque Garnier a ainsi évalué l'impact environnemental de 12 shampoings de sa franchise Ultra-Doux sur 3 indicateurs d'impact : l'émission de CO₂, la consommation d'eau, la pollution aquatique. Conformément aux conditions de cette expérimentation les données devaient être mises à disposition des consommateurs. C'est ainsi que ces informations ont été publiées sur le site de Garnier, et sur le site de Carrefour pour 6 d'entre eux.

PR4 *Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires concernant l'information sur les produits et services et leur étiquetage, par type de résultat*

En ce qui concerne les informations mises à disposition des consommateurs figurant sur les étiquetages des produits commercialisés, les autorités de plusieurs pays ont posé des questions (Inde, Indonésie, Allemagne, Italie, Liban, Suisse, France, Brésil...). Ces questions ont concerné la taille des caractères de l'étiquette, la cohérence entre les informations figurant sur les emballages, la langue utilisée, les dates figurant sur les packagings, l'absence de mentions réglementaires, l'absence ou la non-complétude de la Liste Des Ingrédients, le caractère non indélébile du numéro de lot.... Des réponses ont été systématiquement apportées par les équipes réglementaires locales et les modifications de l'étiquetage qui étaient justifiées ont été apportées.

Dans 3 cas, des incidents relatifs à ces informations ont été sanctionnés par des amendes.

Par ailleurs les autorités de certains pays (Costa-Rica, Paraguay...) ont bloqué des produits à l'entrée parce que les étiquetages n'étaient pas conformes (absence de traduction) ce qui a conduit à des corrections de ces étiquetages.

En Italie, certains distributeurs ont posé des questions au sujet de l'étiquetage de certains produits. Des réponses ont systématiquement été apportées et les modifications d'étiquetage qui étaient justifiées ont été réalisées.

Enfin dans le cadre de l'autorégulation mise en place par L'Oréal, aux États-Unis et au Kurdistan des produits dont l'étiquetage n'était pas conforme (au niveau de la liste des ingrédients) ont été volontairement retirés du marché.

C

ommunication marketing

PR6 *Vente de produits interdits ou controversés*

L'Oréal a mis en place au niveau corporate depuis une dizaine d'années déjà une direction responsable de la pré-approbation des messages publicitaires pour l'ensemble des produits que le groupe commercialise de par le monde. Cette entité centrale est composée d'experts, qui ont à la fois une connaissance extrêmement précise des performances de nos produits et des réglementations publicitaires. Ces experts examinent en amont les messages publicitaires qui leur sont soumis par les diverses entités marketing du groupe à la lumière de leur connaissance des textes réglementaires, des textes de Loi et d'auto discipline. Cette organisation est relayée mondialement dans les différentes filiales du groupe qui sont dotées d'une direction scientifique et, dans certains cas, de spécialistes des allégations publicitaires dont la fonction est de s'assurer que les messages publicitaires diffusés dans les pays respectent les législations applicables localement afin d'assurer auprès de nos consommateurs non seulement la délivrance systématique de messages véridiques et sincères mais également la diffusion de messages qui soient conformes aux règles d'autodiscipline locales.

PR7 *Nombre total d'incidents de non-respect des réglementations et codes volontaires relatifs à la communication marketing, y compris la publicité, la promotion et les parrainages, par type de résultat*

En 2014, après instruction de 123 dossiers par des autorités en charge du contrôle de la publicité, qu'elles soient judiciaires ou auto disciplinaires, L'Oréal a été amené à modifier ou à retirer les publicités sur lesquelles elle était interrogée 51 fois seulement. Ce chiffre est à mettre en regard avec le nombre de nouvelles formulations mises sur le marché en 2014.

Vie privée des clients

PR₈ *Nombre total de plaintes fondées pour atteinte à la vie privée et pour la perte de données des clients*

À sa connaissance, le Groupe n'a pas connu de telles plaintes ou incidents.

Conformité

PR₉ *Montant des amendes substantielles reçues pour non-respect des lois et réglementations concernant la mise à disposition et l'utilisation de produits et de services*

L'Oréal ne vend pas de produit interdit sur le marché; le Groupe n'enfreint jamais la loi où ses produits sont vendus. Les produits L'Oréal peuvent parfois faire objet de discussions de la part des parties prenantes (innocuité des produits et ingrédients, revendications publicitaires...). Ces sujets sont traités dans les réponses PR1, PR2, PR3. Pour ce qui concerne les réclamations de la part des consommateurs, chacun des produits du Groupe possède généralement un numéro de téléphone dédié, indiqué sur l'emballage, et qui renvoie vers un service consommateur. Ce dernier est en mesure d'apporter au consommateur une réponse et une assistance si nécessaire. En matière de contrôle de conformité aux réglementations et codes volontaires traitant des impacts sur la santé et la sécurité de ses produits, le Groupe n'a pas eu connaissance de tels cas d'incidents de non-conformité.

POUR PLUS D'INFORMATIONS CONCERNANT LA CONFORMITÉ DES PRODUITS, CONSULTEZ PR 2 « NOMBRE TOTAL D'INCIDENTS DE NON-RESPECT DES RÉGLEMENTATIONS ET CODES VOLONTAIRES CONCERNANT LES IMPACTS SUR LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ DES PRODUITS ET DES SERVICES PENDANT LEUR CYCLE DE VIE, PAR TYPE DE RÉSULTAT », PR6 « VENTE DE PRODUITS INTERDITS OU CONTROVERSÉ » ET ÉGALEMENT PR4 « NOMBRE TOTAL D'INCIDENTS DE NON-RESPECT DES RÉGLEMENTATIONS ET CODES VOLONTAIRES CONCERNANT L'INFORMATION SUR LES PRODUITS ET SERVICES ET LEUR ÉTIQUETAGE, PAR TYPE DE RÉSULTAT » AU SEIN DE CETTE FICHE.