SHARING BEAUTY WITH ALL

L'ORÉAL FRANCE, UN ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL ET SOCIAL AU SERVICE DE LA BEAUTÉ





















DOSSIER DE PRESSE

_____ MAI 2017 ____

L'ORÉAL FRANCE

CHIFFRES CLÉS L'ORÉAL FRANCE

LES CONSOMMATEURS FRANÇAIS
DE PLUS EN PLUS SENSIBLES
À L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL
ET SOCIAL DES PRODUITS
QU'ILS ACHÈTENT*:

Pour 72 % DES FRANÇAIS, le développement durable est une nécessité.

65 % DES FRANÇAIS souhaitent des informations sur l'impact environnemental des produits.

Pour 76 % DES FRANÇAIS, consommer responsable est une façon de s'impliquer.

* Étude GreenFlex / Kantar Médias - Septembre 2016

UN CHEMIN PARCOURU, AUSSI IMPORTANT QUE LES OBJECTIFS FIXÉS POUR 2020 :

OBJECTIFS 2020	RÉSULTATS 2016
100 % des produits L'Oréal auront amélioré	82 % des produits lancés en 2016 présentent
leur profil environnemental ou social.	un profil environnemental ou social amélioré.
0 déforestation	100 % de l'huile de palme utilisée dans nos produits est certifiée RSPO.
Diminuer de 60 % l'empreinte environnementale des usines et centrales de distribution (par rapport à 2005).	Réduction des émissions de CO ₂ . consommation en eau et génération de déchets de 52 %,55 % et 34 % depuis 2005 dans 10 usines et 8 centrales en France. 1 usine carbone neutre à Rambouillet.
Réduire de 20 % (par rapport à 2011) les émissions de ${\rm CO_2}$ générées par le transport, par unité de produit fini.	Réduction de 35% des émissions de ${\rm CO_2}$ liées aux modes de distribution depuis 2011.
100 % des PLV de nos marques éco-conçues.	80 % des PLV de nos marques éco-conçues.
Entre 2016 et 2020 sur le campus L'Oréal France : réduire de 15 % les consommations en électricité et en eau. Réduire de 20 % la génération de déchets et la consommation de papier.	1 nouveau Campus à Levallois pour L'Oréal France en 2016 : Haute Qualité Environnementale niveau excellent et Haute Performance Energétique. 100% des déchets valorisés.
Donner à 100 % des consommateurs la possibilité de faire des choix de consommation durables.	46 % des marques ont effectué une action de sensibilisation auprès des consommateurs.
Participation de 100 % des fournisseurs stratégiques de L'Oréal à son programme de développement durable destiné à ceux-ci.	83 % des fournisseurs stratégiques évalués et sélectionnés sur la base de leurs performances environnementales et sociales.
5000 personnes issues de communautés en difficulté accompagnées en France pour accéder à un emploi.	963 personnes en difficulté sociale ou financière ont bénéficié de notre programme « accès à l'emploi » en 2016 : Solidarity Sourcing, personnes en situation de handicap et programmes de professionnalisation aux métiers de la Beauté.

QUESTIONS à Hervé NAVELLOU, Directeur Général de L'Oréal France

QUELS SONT LES ENJEUX POUR L'ORÉAL FRANCE EN MATIÈRE D'ENGAGEMENT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL ?

Nous sommes dans une société française extrêmement dynamique et en plein bouleversement. Nos consommatrices sont de plus en plus sensibles, curieuses, intéressées à la fois pour comprendre comment sont élaborées nos formules, avec quels ingrédients mais aussi comment nous progressons sur l'éco-conception de nos produits et de nos emballages.

Les progrès que nous réalisons sont une formidable impulsion dans le déploiement du programme mondial « Sharing Beauty With All » lancé en 2013, qui concerne toute notre chaîne de la valeur, tous nos métiers. Ils représentent aussi un levier de transformation pour l'ensemble de notre secteur. Repenser nos produits et nos processus, du sourcing des ingrédients à la distribution des produits, en passant par le processus de production, nécessite d'adopter un état d'esprit de transformation pour permettre à l'ensemble de nos collaborateurs de libérer leur capacité – et leur envie - d'innovation.

À MI-CHEMIN DES ENGAGEMENTS DE L'ORÉAL À HORIZON 2020, QUELS SONT LES RÉSULTATS DE VOTRE POLITIQUE EN FRANCE ?

Nos objectifs 2020 sont ambitieux mais le chemin parcouru est déjà significatif avec des actions exemplaires allant de la protection de la biodiversité, la réduction de nos émissions et de nos déchets, à nos engagements sociétaux.

Côté produits, 82 % d'entre eux ont été améliorés en 2016, les équipes marketing sont en relation directe avec les laboratoires pour évaluer l'impact environnemental et social de chaque produit et définir avec eux les critères d'amélioration tant au niveau de l'efficacité que de leur contribution au développement durable.

Une intégration partagée par la majorité de nos marques.

Notre siège HQE (Haute Qualité Environnementale), nos usines et nos centrales de distribution déploient des efforts très importants et soutenus, pour réduire leurs déchets, leurs émissions CO₂, leur consommation d'eau et d'énergie.

Sur le plan social, nous sommes engagés depuis une dizaine d'années dans le soutien des communautés qui nous entourent. Grâce au Solidarity Sourcing, nous faisons travailler des personnes en situation de handicap ou éloignées de l'emploi et nous faisons participer des personnes en difficulté sociale à nos actions de professionnalisation aux métiers de la beauté. Ce sont ainsi 963 personnes en difficulté sociale ou financière qui ont bénéficié de notre programme « accès à l'emploi » en 2016.

QUESTION à Geneviève DUPONT, Directrice RSE et Développement Durable L'Oréal France

POUVEZ-NOUS PRÉCISER QUELS SONT LES OBJECTIFS EN TERMES D'IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET SOCIAL POUR LES MARQUES, SONT-ELLES TOUTES CONCERNÉES ?

Les objectifs fixés par le programme «Sharing Beauty With All» se traduisent par des changements profonds dans nos produits et dans la façon dont les marques travaillent. Lorsque le Groupe L'Oréal définit que 100 % de nos produits devront avoir amélioré leur profil environnemental et social en 2020, ce sont toutes nos marques qui sont concernées. Et pour cela, toutes bénéficient de la priorité accordée par nos laboratoires à l'éco-conception de nos formules, leur biodégradabilité, le choix de matières premières renouvelables ou encore l'éco-conception du packaging. Mais chaque marque a également pour mission de développer ses spécificités RSE en fonction de sa propre histoire et de son ADN. Certaines se mobilisent sur la naturalité comme KERASTASE avec sa gamme Aura Botanica ou encore GARNIER avec sa gamme végétale Garnier SkinActive qui contiennent plus de 96 % d'ingrédients d'origine naturelle. La marque USHUAIA, elle, s'engage de façon plus globale pour préserver la biodiversité, via un partenariat noué avec l'ONG Pur Projet depuis 2015. Certaines travaillent au mieux-être comme LA ROCHE-POSAY qui s'engage en oncologie, pour améliorer la qualité de vie des patients. D'autres ont des actions de sensibilisation de leurs clients à la consommation responsable. Je pense à KIEHL'S et à son formidable programme de recyclage, appelant à ramener les bouteilles ou encore à BIOTHERM, qui a fait un travail très important en termes d'empreinte environnementale, avec un focus sur la juste utilisation de l'eau.

Pour nos marques, le développement durable est une réelle opportunité de valoriser leur histoire et d'enrichir leur offre de produits pour gagner en attractivité vis-à-vis du consommateur.

Responsable du Sourcing Durable de L'Oréal, RACHEL BARRÉ



L'Oréal conduit des projets de sourcing durable dans plus d'une vingtaine de pays. Soucieux des conditions dans lesquelles sont produits ces ingrédients, nous voulons ainsi contribuer au développement local et à l'amélioration des conditions de vie des communautés de producteurs, en particulier des femmes souvent marginalisées en milieu rural. Ces projets promeuvent les principes d'une agriculture productive et respectueuse de l'environnement. Certains peuvent également contribuer à lutter contre le changement climatique et à limiter ses effets sur les populations les plus vulnérables.



DOUCEUR PUJAPON

DES INGRÉDIENTS SOURCÉS DE MANIÈRE DURABLE

USHUAÏA DOUCEUR DU JAPON S 'ENGAGE POUR L'AGROFORESTERIE ET LE SOURCING DURABI F DU LAIT DE RIZ



Engagée dans une démarche de progrès au quotidien, Ushuaïa s'engage pour préserver la biodiversité, via un partenariat noué avec l'entreprise sociale Pur Projet depuis 2015.

Après avoir contribué de forêt naturelle aux abords du fleuve Sao Francisco au Brésil (23 750 arbres plantés), nous nous engageons aujourd'hui à garantir un sourcing durable de l'huile de son de riz utilisée da<u>ns notre</u> gamme DOUCEUR DU JAPON, soutenant ainsi une coopérative d'environ 700 riziculteurs en Thaïlande. Outre la promotion de méthodes ancestrales japonaises pour la production durable du riz, le programme contribuera via l'agroforesterie à la plantation de plus de 410 000 arbres d'ici à 2020.

ET EN 🕕

- Plus de 80 % des matières premières de notre gamme sont d'origine naturelle.
- Les formules de gels douche sont biodégradables à plus de 90 %.
- Les flacons de gels douche et de déodorants bille sont 100 % recyclables. Ushuaïa invite au recyclage via l'info-tri point vert sur ses emballages.

Sanoflore 100% made in Vercors

L'agriculture biologique est pratiquée dans le Vercors depuis les années 1970. La Drôme possède aujourd'hui le plus grand espace Bio contrôlé de France.

Sanoflore y est née, à Gigors-et-Lozeron, au cœur du Parc National Régional du Vercors, en créant un jardin botanique Bio de 350 variétés de plantes officinales, une ferme expérimentale de 14 ha, une distillerie traditionnelle respectueuse de ce milieu d'exception, puis un centre de recherche et un site de production.

Sanoflore privilégie les matières premières issues de la production agricole locale, afin de soutenir et de pérenniser l'activité des agriculteurs locaux.

ET EN 🔂

Sanoflore utilise
jusqu'à 25 % de matières
recyclées (plastique
ou verre) dans ses flacons
et ses pots.

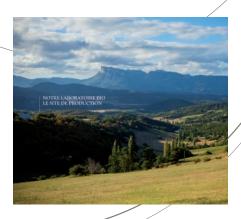






SANOFLORE, PIONNIER DE LA COSMETIQUE BIO EN FRANCE

UNE ALTERNATIVE
NATURELLE ET BIO
À LA COSMÉTIQUE
CONVENTIONNELLE



BIOTHERM

WATERLOVER SUN MILK

DES MARQUES RESPECTUEUSES DES ECOSYSTÈMES

INNOVATION RESPONSABLE
MAJEURE: ENFIN UNE
PROTECTION SOLAIRE QUI
PROTÈGE LA PEAU
ET RESPECTE L'OCÉAN



WATERLOVER SUN MILK

7 années de recherche auront été nécessaires aux laboratoires Biotherm pour mettre au point leur première protection solaire éco-responsable et respectueuse de la biodiversité aquatique grâce à une formule de base biodégradable à 96 % et des filtres SPF certifiés éco-responsables.

Afin d'optimiser le profil
environnemental de ses soins
solaires tout en préservant leur
efficacité et leur texture
sensorielle iconique, Biotherm
a élaboré un processus
de formulation rigoureux ainsi
qu'un nouveau protocole de test
environnemental. Ocean 5 Testing
Platform™ est ainsi la première
plateforme de tests qui associe
différents organismes aquatiques
représentatifs des milieux d'eaux
douce et salée.



L'emballage de WATERLOVER SUN MILK a lui aussi été éco-conçu : son flacon a été allégé et est entièrement recyclable. Directeur de l'Innovation Durable de L'Oréal, LAURENT GILBERT



D'ici à 2020, 100 % des produits L'Oréal présenteront un profil environnemental ou social amélioré. Pour y parvenir, nous travaillons avec de plus en plus de matières premières d'origine végétale, qui constituent déjà 54 % de notre portefeuille. Dans le choix des ingrédients, nous prenons en compte leur performance, leurs conditions de production, mais aussi leur impact après usage du produit. Nous cherchons en particulier à améliorer la biodégradabilité de nos formules, c'est-à-dire leur capacité à être dégradées par la nature. Aujourd'hui, au sein de nos différentes marques, de nombreux produits ont une formule biodégradable à plus de 90 %. ils sont emblématiques de nos efforts en matière d'innovation durable.





PLUS DE TRANSPARENCE

96 % D'INGRÉDIENTS D'ORIGINE NATURELLE. UNE GAMME ENGAGÉE PAR NATURE



À travers sa nouvelle gamme, Garnier SkinActive s'engage pour plus de transparence vis-à-vis de la consommatrice :

- Des explications claires vous indiquent pourquoi ce produit est bon pour vous.
 - Nous signalons en quoi le produit est différent.
- L'origine des ingrédients est clarifiée et environ 96 % d'entre eux sont d'origine naturelle.
- Les instructions de recyclage sont détaillées.

ET EN 🕕

- Sans silicone sans paraben sans colorant synthétique.
- Les flacons sont 100 % recyclables, les cartons sont certifiés FSC.

77

KÉRASTASE

AURA BOTANICA

La première ligne de soins capillaires Kérastase avec 98 % d'ingrédients d'origine naturelle.

De l'huile d'argan du Maroc et de l'huile de coco des îles Samoa, deux ingrédients issus du commerce équitable, dont la production bénéficie à près de 300 personnes, principalement des femmes.

ET EN 🕕

- Des formules à 97 % biodégradables.
- Sans silicone sans sulfate
 sans paraben.
- Packagings
 éco-responsables :
 des flacons en plastique
 100 % recyclé (PCR).
- Packagings allégés : une économie de 45 tonnes de plastique par an.
- Production dans l'usine de Burgos (Espagne) qui a atteint la neutralité carbone.

PLUS D'INGRÉDIENTS D'ORIGINE NATURELLE

98 % D'INGRÉDIENTS D'ORIGINE NATURELLE. HUILES D'ARGAN ET DE COCO ISSUES DU COMMERCE ÉQUITABLE





DES FORMULES PLUS BIODÉGRADABLES

R.A.W: LES PREMIERS SOINS CAPILLAIRES BIOLAGE JUSQU'À 100 % D'INGRÉDIENTS D'ORIGINE NATURELLE



RAW, des formules biodégradables jusqu'à 99 %!

 Des soins capillaires contenant jusqu'à
 100 % d'ingrédients d'origine naturelle : quinoa, miel, argile de kaolin, baies de goji, pamplemousse, kiwi

• Sans colorants artificiels, sans sulfate, sans silicone, sans paraben.

ET EN 🕕

- Les flacons sont faits à partir de plastique recyclé et sont 100 % recyclables.
- En effet pour aller plus loin dans son engagement, Biolage a développé un plan d'action pour recycler 100 % de ses emballages avec Eco-Emballages et TerraCycle en proposant à ses coiffeurs de s'engager dans une démarche éco-responsable en installant une « eco-box » dans leur salon.

Directeur International du Packaging Responsable de L'Oréal, PHILIPPE BONNINGUE

Depuis 2007, L'Oréal met en œuvre une politique d'éco-conception pour réduire l'empreinte environnementale de ses emballages, notamment en optimisant le poids et le volume des packagings ou en utilisant des matériaux issus de source recyclée ou renouvelable et du carton ou papier provenant de forêts gérées de façon responsable et respectueuse de la biodiversité. Aujourd'hui, les flacons plastiques de nombreuses marques, de shampoing par exemple, sont composés de 100 % de matière recyclée.

L'ORÉAL PARIS

BOTANICALS

PLUS DE RECYCLE

UNE CHARTE EXIGEANTE, DE L'EXTRACTION DES MATIÈRES PREMIÈRES À LA CONCEPTION DES EMBALLAGES



Le premier flacon 100 % PCR de la marque!

Qu'est-ce que le PCR?
Le PCR (Post-Consumer
Recycled ou Recyclé) désigne
des matériaux recyclés après
usage par des consommateurs.
Tous les flacons de shampoing*
sont en plastique 100 % recyclé
(PCR) et recyclable**.

Botanicals Fresh Care participe ainsi à l'économie circulaire en économisant les ressources naturelles. Leur unique format en 400 mL est aussi volontairement généreux, optimisant ainsi le grammage de plastique du flacon par dose de produit utilisée.

> hors pompe** en dissociant la pompe du flacor**



Nous collectons près de 10 000 emballages vides par an en France et les donnons depuis 2014 à l'association **BOUCHONS D'AMOUR qui les** vend à l'industrie du recyclage, et utilise les bénéfices pour acheter des fauteuils pour des enfants handicapés. Dans le monde, nous avons collecté plus de 2 millions d'emballages vides depuis 2009. Tout au long de l'année, nous réalisons des éditions limitées artistes issus de la pop culture. Les bénéfices liés à la vente de ces éditions limitées sont reversés, depuis plus de 6 ans, à l'association ENFANCE ET PARTAGE, qui lutte contre de maltraitance faite aux enfants.

ET EN 🕕

- Nous favorisons l'utilisation d'ingrédients respectant les pratiques de l'approvisionnement durable et du commerce équitable.
- Nos formules sont élaborées selon les principes de la chimie verte : taux de matières premières renouvelables supérieur à 93 % dans l'huile démaquillante aux plantes *Midnight Recovery*.
- Nous favorisons l'utilisation de matériaux recyclés dans nos packagings.
- Nous réduisons la part de nos packagings dans nos produits.





DES MARQUES ENGAGEES POUR DES CAUSES SOCIÉTALES

«UNE ENTREPRISE DOIT PARTICIPER AU BIEN-ÊTRE DE LA COMMUNAUTÉ ENVERS LAQUELLE ELLE S'EST ENGAGÉE.» AARON MORSE







DES MARQUES ENGAGEES POUR DES CAUSES SOCIÉTALES

POUR CHANGER LA VIE DES PEAUX SENSIBLES



La Roche-Posay s'engage en oncologie pour améliorer la qualité de vie des patients Les 2/3 des traitements contre le cancer ont des effets secondaires sur la peau pouvant affecter la qualité de vie au quotidien. Dans le souci d'accompagner, de soulager, et en collaboration avec des dermatologues et oncologues, la Roche-Posay a créé un guide beauté et un site « Ma peau pendant le cancer » qui réunit conseils d'experts et tutoriels. Initiées par La Roche-Posay, 2 études multicentriques en milieu hospitalier ont démontré pour la première fois l'intérêt de produits dermo-cosmétiques pour minimiser les effets secondaires cutanés de la chimiothérapie et de la radiothérapie.

ET EN 🕕

- Depuis 1995, la Fondation
 La Roche-Posay, soutient
 activement la recherche
 en dermatologie dans les
 domaines clinique, biologique
 et pharmacologique,
 et encourage les initiatives
 généreuses
 des dermatologues.
- My UV Patch est le 1^{er} Patch UV connecté qui aide à adopter les bons réflexes pour protéger le capital solaire de toute la famille.

L'Oréal Professionnel, la marque partenaire des coiffeurs depuis plus de 100 ans s'engage à leurs côtés, en créant un programme pour lutter contre les troubles musculo-squelettiques (TMS).

Ce programme développé en partenariat avec l'ONG Global Alliance for Musculoskeletal Health vise à aider les coiffeurs à réduire l'apparition et le développement de ces troubles, qui représentent un enjeu majeur au sein de la profession.

Pour prolonger son engagement, L'Oréal Professionnel a lancé l'application mobile gratuite «15' COACH», pour aider à prévenir les TMS et améliorer les conditions de travail des coiffeurs.

ET EN 🕀

Chiffres clés :

- Dans le monde
 430 000 coiffeurs formés
 (fin 2016) et
 9761 téléchargements
 (avril 2017).
- En France 15 500 coiffeurs formés (fin 2016) et 2374 téléchargements (avril 2017).





DES MARQUES ENGAGEES POUR DES CAUSES SOCIÉTALES

TOUS ENSEMBLE
CONTRE LES TROUBLES
MUSCULOSQUELETTIQUES
(TMS)







UN ANCRAGE LOCAL

DOP S'ENGAGE POUR UNE PRODUCTION LOCALE ET RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT



Les produits DOP : une fabrication locale respectueuse

Nos shampoings et gels douche sont fabriqués en France à Rambouillet (Yvelines) dans une usine ayant atteint la neutralité carbone.

> 6 shampoings et toute la gamme douches ont obtenu le label Origine France Garantie

C'est le label le plus exigeant sur le « fabriqué en France » :

- 50 % à 100 % du prix de revient unitaire du produit doit être réalisé en France.
- Le produit prend ses caractéristiques essentielles en France donc la richesse créée est redistribuée en France.

ET EN 🗗

- Les formules de nos shampoings ont un taux de biodégradabilité entre 91 % et 96 %.
- Nos flacons sont
 100% recyclables et à trier.

À PROPOS DE L'ORÉAL FRANCE.

À travers ses 54 marques, L'Oréal France - 3^{eme} filiale du groupe qui compte 2800 collaborateurs et 42 millions de consommateurs est présent dans tous les circuits de distribution : le marché de grande consommation, les grands magasins, les parfumeries, pharmacies, salons de coiffure et boutiques en propre. Ses marques bénéficient de l'excellence de la Recherche et Innovation de L'Oréal pour répondre à toutes les aspirations de beauté en France, afin d'offrir le meilleur de la beauté à tous et rendre la vie plus belle.

CONTACTS PRESSE

RSE & Développement Durable L'Oréal France Geneviève DUPONT +33 (0)1 57 77 18 92 genevieve.dupont@loreal.com

Grand Public Delphine BUCHOTTE +33 (0) 1 57 77 21 15 delphine.buchotte@loreal.com

Luxe Nathalie DEBRAS +33 (0)1 57 77 17 24 nathalie.debras@loreal.com

Produits Professionnels Charlotte WALHAIN +33 (0)1 57 77 20 94 charlotte.walhain@loreal.com

Cosmétique Active Olivia COUTURIER +33 (0)1 57 77 08 54 olivia.couturier@loreal.com



LE DÉVELOPPEMENT DURABLE PAR L'ORÈAL

