

**RAPPORT
D'AVANCEMENT
2018**



***SHARING
BEAUTY***
WITH ALL

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

L'ORÉAL

**SHARING
BEAUTY**
WITH ALL

Partager la beauté avec tous



ALLER PLUS LOIN SUR LE WEB

Retrouver plus en détail la stratégie, les engagements et les actions de L'Oréal en matière de développement durable sur www.loreal.fr/sharing-beauty-with-all



e-accessibility

La version PDF du rapport d'avancement est conforme aux normes ISO 14289-1 pour l'accessibilité des contenus du web, elle est adaptée aux personnes déficientes visuelles ou en situation de handicap moteur.

SOMMAIRE

| | |
|---|----|
| SHARING BEAUTY WITH ALL : L'ENGAGEMENT DE L'ORÉAL EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE | 04 |
| CROISSANCE BAS CARBONE : UNE NOUVELLE AMBITION L'ANNÉE 2018 EN CINQ CHIFFRES CLÉS | 05 |
| ÉDITORIAL DE JEAN-PAUL AGON, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL | 06 |
| ENGAGEMENTS À 2020, RÉSULTATS 2018 | 08 |



Innover DURABLEMENT

| | |
|---|----|
| RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DES FORMULES | 11 |
| VEILLER AU RESPECT DE LA BIODIVERSITÉ | 12 |
| OPTIMISER LES EMBALLAGES | 13 |
| ATTEINDRE « ZÉRO DÉFORESTATION » | 14 |



Produire DURABLEMENT

| | |
|---|----|
| RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE | 16 |
| RÉDUIRE LA CONSOMMATION D'EAU | 17 |
| RÉDUIRE LA GÉNÉRATION DE DÉCHETS | 18 |



Consommer DURABLEMENT

| | |
|--|----|
| ÉVALUER L'EMPREINTE DES PRODUITS | 20 |
| SENSIBILISER À LA CONSOMMATION DURABLE | 21 |



Partager LA CROISSANCE

| | |
|--|----|
| FAVORISER L'ACCÈS À L'EMPLOI ET L'INCLUSION SOCIALE | 23 |
| ASSOCIER LES FOURNISSEURS AUX ENGAGEMENTS DU GROUPE | 24 |
| PLACER LES COLLABORATEURS AU CŒUR DES ENGAGEMENTS | 25 |
| MEXIQUE : L'ORÉAL ACCÉLÈRE SA TRANSFORMATION VERS UN MODÈLE DURABLE | 26 |
| REPORTING : UNE PERFORMANCE RECONNUE | 27 |

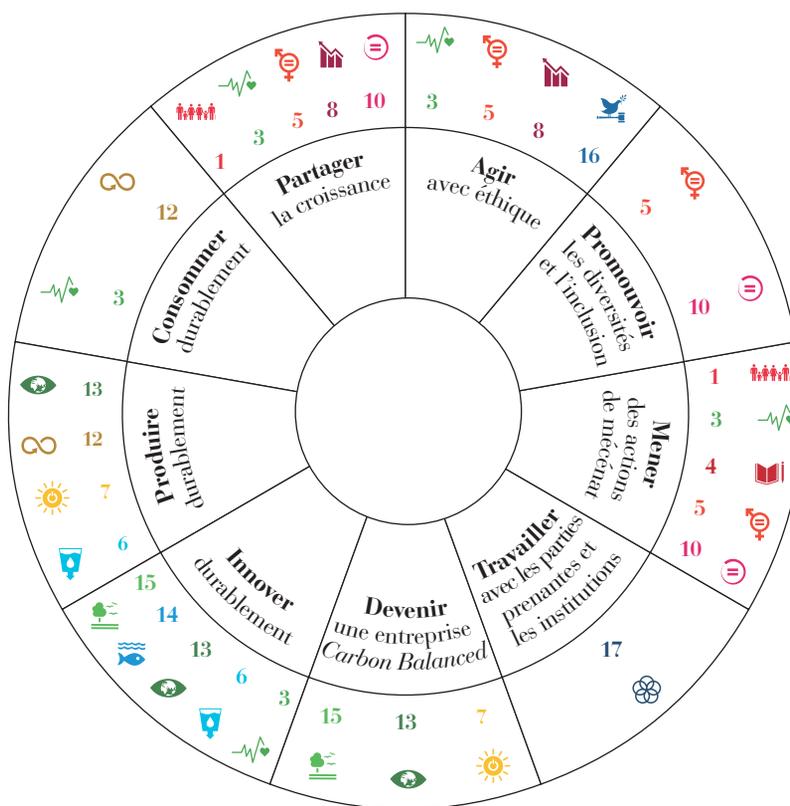
Sharing Beauty With All : l'engagement de L'Oréal en matière de développement durable

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

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

durable et co-construire ses projets. Ce programme de développement durable, tout comme l'engagement fort en matière d'éthique, la politique de promotion des diversités ou encore les actions de mécénat menées avec le soutien de la Fondation L'Oréal et par les marques, permet au Groupe de contribuer à 14 des 17 grands Objectifs de développement durable mondiaux déterminés en 2015 par les Nations Unies.

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



1 PAS DE PAUVRETÉ



3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE



4 ÉDUCATION DE QUALITÉ



5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES



6 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT



7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN CÔTÉ ABORDABLE



8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



10 INÉGALITÉS RÉDUITES



12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



14 VIE AQUATIQUE



15 VIE TERRESTRE



16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES



17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS



Croissance bas carbone : une nouvelle ambition

Le changement climatique est un enjeu majeur pour le monde, et ses conséquences invitent à agir urgemment. Engagé dans la voie d'une transformation vers un modèle d'entreprise bas carbone, le Groupe L'Oréal veut jouer un rôle moteur pour contribuer activement à relever ce défi.

Réduction des émissions de CO₂ : une stratégie globale

Pour réduire son empreinte carbone, L'Oréal met en œuvre une double approche sur l'ensemble de ses sites : l'amélioration de l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables (voir le détail page 16). Ainsi, pour l'ensemble de ses sites industriels, les émissions de gaz à effet de serre ont été réduites de 77 % en 2018 par rapport à 2005, alors que la production a augmenté de 38 % pendant la même période ; et pour ses sites administratifs et ses centres de recherche, cette réduction a atteint 18 % par rapport à 2016. Enfin, 38 sites ont atteint la neutralité carbone en 2018.

Pour équilibrer les émissions résiduelles liées à ses activités industrielles et logistiques et à ses sites opérés en propre, à fin 2020, le Groupe continue de développer des projets à travers la mise en œuvre de son ambition *Carbon Balanced*, qui consiste à générer des gains carbone au sein de ses filières d'approvisionnement durable. Initié en 2015, ce programme a permis, en 2018, d'éviter l'émission de 59 341 tonnes équivalent CO₂ (teq CO₂), contre 45 291 teq CO₂ en 2017.

Les efforts du Groupe en matière de protection du climat sont reconnus : en 2018, et pour la sixième année consécutive, le Groupe obtient la note de « A » de la part du CDP (voir page 27) pour son engagement et ses actions en matière de protection du climat.

Déploiement des engagements validés Science Based Targets

Créée à l'initiative du CDP, du *Global Compact* des Nations Unies, du *World Resources Institute* (WRI) et de l'ONG WWF, l'initiative *Science Based Targets* a pour objectif d'inciter les entreprises à s'inscrire dans une démarche volontaire de transition vers une économie bas carbone, alignée avec les accords de Paris. L'initiative SBT fixe un cadre engageant l'ensemble de la chaîne de valeur, sur un horizon long, et évalue les propositions des entreprises. En 2018, L'Oréal a commencé à mettre en œuvre ses nouveaux engagements à horizon 2030, validés par *Science Based Targets* fin 2017 et donc alignés avec la trajectoire permettant de maintenir le réchauffement climatique sous la barre des 2 °C, conformément aux accords de Paris sur le climat. L'Oréal s'est ainsi engagé à réduire de 25 % en valeur absolue, par rapport à 2016, l'ensemble de ses émissions de gaz à effet de serre (scopes 1, 2 et 3), c'est-à-dire celles qui sont produites directement par le Groupe comme celles générées de façon indirecte, par exemple par l'activité de ses fournisseurs ou l'utilisation de ses produits par ses consommateurs.

Et, dès 2025, l'ensemble des sites industriels, administratifs et de recherche de L'Oréal aura atteint la neutralité carbone.

L'année 2018 en cinq chiffres clés

- 77 % 

L'Oréal a réduit de 77 % les émissions de CO₂ de ses usines et centrales de distribution en valeur absolue depuis 2005, avec un volume de production qui augmente de 38 % sur la même période.

79 % 

79 % des produits lancés en 2018 présentent un profil environnemental ou social amélioré. À chaque fois qu'un produit est créé ou renouvelé, sa contribution au développement durable est désormais prise en compte, en plus de sa performance et de sa rentabilité.

63 584 

C'est le nombre de personnes issues de communautés en difficulté qui ont été accompagnées vers l'emploi grâce aux programmes menés par L'Oréal. Objectif à 2020 : 100 000 personnes.

88 % 

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

3

En 2018, pour la troisième année consécutive, L'Oréal s'est vu décerner trois « A », c'est-à-dire le meilleur score, à chacun des classements réalisés par le CDP sur trois sujets clés : la protection du climat, la gestion durable de l'eau et la lutte contre la déforestation. L'Oréal est la seule entreprise au monde à avoir obtenu 3 « A » du CDP, trois ans de suite.

Éditorial

En 2018, nous avons poursuivi la transformation en profondeur de notre entreprise vers un *business model* toujours plus responsable et durable. Notre mobilisation est totale en vue d'atteindre les objectifs extrêmement ambitieux à fin 2020 de notre programme *Sharing Beauty With All*. Lancé en 2013, il traite l'ensemble de nos impacts sur la totalité de notre chaîne de valeur.

Nos progrès les plus rapides ont porté sur notre transition vers un modèle d'entreprise bas carbone. Avec une réduction des émissions de CO₂ de nos usines et centrales de 77 % entre 2005 et 2018. Dans le même temps, notre production a, elle, augmenté de 38 %. Nous prouvons ainsi, année après année, qu'il est possible d'allier croissance et réduction de notre impact environnemental. Et pour réaffirmer notre volonté indéfectible d'agir pour le climat, nous nous sommes fixé de nouveaux objectifs, encore plus ambitieux, à horizon 2030, dans le cadre de l'initiative *Science Based Targets* (voir page 5). Ces engagements sont alignés sur la trajectoire des 2 °C prévue par les accords de Paris. En parallèle, notre ambition est de nous inscrire dans une économie circulaire. Là aussi, nous avançons pour préserver les ressources naturelles. Comme l'eau, par exemple. En 2018, trois de nos usines sont devenues « usines sèches », c'est-à-dire que 100 % de l'eau utilisée à des fins industrielles est recyclée et réutilisée en boucle. Au-delà d'une production toujours plus durable, nous continuons d'améliorer le profil de nos produits, pour que le consommateur ne soit pas obligé de choisir entre le beau et le bon. En 2018, 79 % de nos produits nouveaux ou renouvelés présentent un profil social ou environnemental amélioré. Ainsi, nous continuons d'améliorer la biodégradabilité de nos formules et de sourcer durablement les ingrédients d'origine naturelle. L'optimisation des emballages est clairement une priorité. Et d'ici à 2025, 100 % des emballages



“ Si le geste final revient aux consommateurs, les entreprises ont un rôle à jouer pour les mobiliser et les accompagner. Nos marques doivent donner vie à notre vision d'un monde plus beau. ”

Jean-Paul Agon
Président-Directeur Général

en plastique du Groupe seront rechargeables, réutilisables, recyclables ou compostables. Par ailleurs, nous couvrons de plus en plus d'aspects de notre chaîne de valeur. Nous avons aussi choisi d'étendre nos actions jusque dans la conception de nos boutiques et PLV (publicité sur le lieu de vente), avec notre nouvelle ambition « *Retailing Sustainably* ».

Au-delà de ces avancées concrètes, la responsabilité d'entreprise est désormais un élément clé de mesure et d'évaluation de la performance, non seulement de l'ensemble du Groupe L'Oréal, mais aussi de ses dirigeants. C'est une évolution structurelle majeure. Certes, le développement durable était déjà totalement intégré à la stratégie du Groupe. Désormais, la transformation de notre entreprise devient l'affaire de chacun. Notre degré d'exigence est exactement le même en matière de performance environnementale, sociale ou sociétale qu'en termes de résultat économique et financier. Pour preuve : une partie de mon bonus, ainsi qu'une partie de celui du *top management*, est conditionnée à l'atteinte de ces objectifs.

L'ensemble de nos progrès a une nouvelle fois été reconnu. Nous sommes la seule entreprise dans le monde à avoir obtenu pour la troisième année consécutive un triple A, soit la note la plus élevée, du CDP, l'organisation indépendante internationale de référence.

En matière de parité femmes/hommes, nous avons été classés entreprise la plus paritaire en Europe par Equileap, et nous sommes n° 2 au niveau mondial, parmi plus de 3 000 entreprises.

Enfin, pour la première fois, nous avons atteint la première place de l'indice de réputation éthique Covalence EthicalQuote, tous secteurs d'activité confondus ; un classement qui concerne les 581 plus grandes entreprises cotées du monde.

Ces reconnaissances sont le fruit de la détermination de toutes nos équipes. Elles nous motivent à aller toujours plus loin et plus vite.

“

La volonté déterminée d'atteindre nos objectifs nous a amenés à totalement réinventer notre façon d'exercer notre métier. ”

C'est cette philosophie qui nous a toujours guidés. Dès l'origine de notre programme, nous avons établi des objectifs extrêmement ambitieux pour 2020. Et ce sans même toujours savoir à l'avance comment les atteindre.

Mais nous étions convaincus que cela nous obligerait à imaginer les solutions les plus innovantes, les plus disruptives. Nous serons au rendez-vous pour la grande majorité de nos objectifs ; pour d'autres, le chemin sera un peu plus long. La volonté déterminée de les atteindre nous a amenés à totalement réinventer notre façon d'exercer notre métier, de la conception des produits à leur distribution, en passant par leur production et le sourcing des ingrédients. Ces avancées se sont accompagnées d'un changement de structure pour que les actions menées dans le cadre de notre programme *Sharing Beauty With All* et celles de la Fondation L'Oréal soient assurées par une seule et unique Direction qui m'est directement rattachée. Ces synergies garantissent la cohérence entre l'exemplarité en termes de business et la contribution positive envers la société. L'une ne pouvant aller sans l'autre dans notre vision de la responsabilité globale de l'entreprise.

Mais, pour vraiment faire la différence, nous savons que la seule transformation de notre entreprise ne suffit pas. Notre responsabilité passe aussi par une communication plus forte sur le développement durable à l'égard des consommateurs. Nous multiplions les initiatives, comme, par exemple, avec la campagne « *Trions en Beauté* » lancée en France, portée par nos diverses marques et qui vise

à expliquer comment trier les produits d'hygiène et de beauté. Car, si le geste final revient aux consommateurs, les entreprises ont un rôle à jouer pour les mobiliser et les accompagner. Nos marques doivent donner vie à notre vision d'un monde plus beau.

Nos actions s'inscrivent depuis bientôt 20 ans dans le cadre des 10 principes du Pacte mondial des Nations Unies, et contribuent depuis 2015 aux Objectifs de développement durable des Nations Unies. Nous sommes conscients que nous ne pouvons agir seuls pour répondre à l'ampleur des défis actuels. C'est pourquoi nous unissons nos forces pour participer à la transformation de notre secteur et nouons des partenariats externes avec de nombreuses autres parties prenantes : ONG, start-up, grandes entreprises, fournisseurs. Car plus nous sommes nombreux à agir, plus toutes nos actions, mises bout à bout, contribuent réellement à faire bouger les lignes. Faire tout ce qui est en notre pouvoir pour être un *leader* exemplaire : telle est notre obsession. Car L'Oréal continuera d'être une entreprise performante si et seulement si elle génère de la croissance durable tout en créant de la valeur partagée. Nous avons entrepris et accompli de nombreuses actions, mais il nous faut collectivement accélérer face à l'urgence climatique. C'est un impératif moral : nous avons l'obligation d'agir. Nous sommes résolus à relever ces défis à l'échelle mondiale. C'est la condition *sine qua non* de la pérennité de l'entreprise à long terme et de la sauvegarde de notre planète. Notre avenir en tant que citoyens du monde se joue maintenant.

Engagements à 2020, résultats 2018

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

Innovier durablement

| OBJECTIFS 2020 | RÉSULTATS 2018 | RAPPEL 2017 |
|--|---|-------------|
|  <p>100 % des produits L'Oréal présenteront un bénéfice environnemental ou social.</p> <p>À chaque fois qu'un produit est inventé ou renouvelé, son profil environnemental ou social est amélioré sur au moins l'un des quatre critères suivants :</p> | <p>79 % ☺ des produits nouveaux ou renouvelés présentent un profil environnemental ou social amélioré.</p> | 76 % |
|  <ul style="list-style-type: none"> la nouvelle formule réduit son empreinte environnementale, notamment son empreinte eau ; | <p>48 % ☺ des produits nouveaux ou renouvelés présentent un profil environnemental amélioré grâce à une nouvelle formule dont l'empreinte environnementale a été réduite.</p> | |
|  <ul style="list-style-type: none"> la nouvelle formule utilise des matières premières renouvelables, issues de sources durables ou de la chimie verte ; | <p>43 % ☺ des produits nouveaux ou renouvelés présentent une amélioration de leur profil environnemental grâce à une nouvelle formule intégrant des matières premières d'origine renouvelable, sourcées de façon responsable ou respectant les principes de la chimie verte.</p> | |
|  <ul style="list-style-type: none"> le nouveau produit a un impact social positif ; | <p>31 % ☺ des produits nouveaux ou renouvelés présentent un profil social amélioré, car ils intègrent notamment des matières premières issues de programmes de <i>Solidarity Sourcing</i>.</p> | |
|  <ul style="list-style-type: none"> le profil environnemental du nouveau packaging est amélioré. | <p>58 % ☺ des produits nouveaux ou renouvelés présentent un profil environnemental amélioré grâce à un emballage dont l'empreinte environnementale a été réduite.</p> | |

Produire durablement

| OBJECTIFS 2020 | RÉSULTATS 2018 | RAPPEL 2017 |
|--|---|-------------|
|  <p>L'Oréal aura réduit de 60 % les émissions de CO₂ des usines et centrales de distribution en valeur absolue, par rapport à 2005.</p> | <p>- 77 % d'émissions de CO₂ par les usines et centrales de distribution depuis 2005 en valeur absolue.</p> | - 73 % |
|  <p>L'Oréal aura réduit de 20 % les émissions de CO₂ générées par le transport des produits (en grammes de CO₂ par unité de vente et par km), par rapport à 2011.</p> | <p>- 8 % d'émissions de CO₂ par le transport des produits (en grammes de CO₂/unité de vente/km) depuis 2011 avec 413 568 tonnes ☺ de CO₂ émises en 2018.</p> | - 18 % |
|  <p>L'Oréal aura réduit de 60 % sa consommation d'eau par unité de produit fini, par rapport à 2005.</p> | <p>- 48 % de consommation d'eau dans les usines et centrales de distribution depuis 2005 (en litre/produit fini).</p> | - 48 % |
|  <p>L'Oréal aura réduit de 60 % la génération de déchets par unité de produit fini, par rapport à 2005.</p> | <p>- 37 % de génération de déchets dans les usines et centrales de distribution depuis 2005 (en grammes/produit fini).</p> | - 37 % |
|  <p>L'Oréal aura atteint le zéro déchet en décharge.</p> | <p>ZÉRO ☺ déchet provenant des usines et des centrales a été envoyé en décharge. Toutes les usines et centrales du Groupe ont atteint l'objectif de zéro mise en décharge (hors obligations réglementaires).</p> | 0,1 % |

* Hors acquisitions et sous-traitance.

** Les informations sociales, sociétales, environnementales et santé/sécurité identifiées dans ce rapport par les signes ☺ (pour « audit en assurance modérée ») et ☺ (pour « audit en assurance raisonnable ») ont été vérifiées par Deloitte & Associés et PricewaterhouseCoopers Audit. Voir la note méthodologique et le rapport d'assurance 2018 sur www.loreal.fr/sharing-beauty-with-all-resources, rubrique « Publications ».

Consommer durablement

| OBJECTIFS 2020 | RÉSULTATS 2018 | RAPPEL 2017 |
|--|--|-------------|
|  <p>Un outil d'évaluation établira le profil environnemental et social de tous les produits. Les marques rendront ces informations disponibles pour permettre au consommateur de faire des choix de consommation durable.</p> | <p>100 % des produits nouveaux ou rénovés en 2018 sont évalués à travers l'outil d'évaluation des produits.*</p> <p>% de marques communiquant aux consommateurs une information issue de l'outil d'évaluation des produits.**</p> | 100 % |
|  <p>Chaque marque aura évalué son empreinte environnementale et sociale et aura pris des engagements pour l'améliorer.</p> | <p>88 % ✓ des marques ont évalué leur impact environnemental et social.</p> | 91 % |
|  <p>Chaque marque rendra compte de ses progrès et associera le consommateur à ses engagements.</p> | <p>57 % ✓ des marques ont effectué une action de sensibilisation auprès des consommateurs.</p> | 46 % |
|  <p>Les consommateurs pourront influencer les actions de L'Oréal en matière de développement durable, à travers un comité consultatif de consommateurs.</p> | <p>Les actions entreprises par le Groupe prennent en compte les attentes des consommateurs exprimées au travers d'une série d'études menées en 2018 par le Groupe sur les enjeux de développement durable.</p> | |

Partager la croissance...

| OBJECTIFS 2020 | RÉSULTATS 2018 | RAPPEL 2017 |
|---|--|------------------|
| ... avec les communautés | | |
|  <p>En 2020, L'Oréal aura permis à plus de 100 000 personnes issues de communautés en difficulté d'accéder à un emploi grâce aux programmes suivants :</p> | <p>63 584 ✓ personnes issues de communautés en difficulté ont pu accéder à un emploi.</p> | 53 505 personnes |
|  <p>• <i>Solidarity Sourcing</i> ;</p> | <p>56 842 ✓ personnes ont accédé à un emploi grâce au programme <i>Solidarity Sourcing</i>.</p> | 48 692 personnes |
|  <p>• formation professionnelle aux métiers de la beauté ;</p> | <p>5 565 ✓ personnes en situation de grande précarité ont été formées gratuitement aux métiers de la beauté dans le cadre du programme <i>Beauty For a Better Life</i>, soutenu par la Fondation L'Oréal.</p> | 3 771 personnes |
|  <p>• emploi de personnes en situation de handicap.</p> | <p>1 177 ✓ personnes en situation de handicap travaillent pour L'Oréal.</p> | 1 042 personnes |
| ... avec les fournisseurs | | |
|  <p>Tous les fournisseurs stratégiques seront évalués et sélectionnés sur la base de leurs performances environnementales et sociales.</p> | <p>83 % ✓ des fournisseurs stratégiques du Groupe sont évalués et sélectionnés à date sur la base de leurs performances environnementales et sociales.</p> | 82 % |
|  <p>Tous les fournisseurs stratégiques auront procédé, avec le soutien de L'Oréal, à une autoévaluation de leur politique en matière de développement durable.</p> | <p>93 % ✓ des fournisseurs stratégiques ont procédé, avec le soutien de L'Oréal, à une autoévaluation de leur politique en matière de développement durable.</p> | 87 % |
|  <p>Tous les fournisseurs auront accès aux outils de formation L'Oréal, destinés à optimiser leur politique en matière de développement durable.</p> | <p>La plateforme de formation en ligne dédiée a été lancée fin octobre 2016. Dans un premier temps accessible aux seuls fournisseurs stratégiques, elle est progressivement déployée plus largement.</p> | |
|  <p>20 % des fournisseurs stratégiques seront associés au programme <i>Solidarity Sourcing</i>.</p> | <p>13 % ✓ des fournisseurs stratégiques sont associés au programme <i>Solidarity Sourcing</i>.</p> | 9 % |
| ... avec les salariés | | |
|  <p>Les salariés bénéficieront d'une couverture santé alignée sur les meilleures pratiques de leur pays de résidence.</p> | <p>96 % ✓ des employés permanents du Groupe bénéficient d'une couverture santé alignée sur les meilleures pratiques de leur pays de résidence.</p> | 96 % |
|  <p>Les salariés bénéficieront d'une protection financière en cas d'accident de la vie.</p> | <p>93 % ✓ des employés permanents du Groupe ont accès à une protection financière en cas d'accident de la vie (décès, invalidité permanente).</p> | 92 % |
|  <p>Les salariés auront accès à une formation, où qu'ils se trouvent dans le monde.</p> | <p>88 % ✓ des employés du Groupe ont bénéficié d'au moins une formation au cours de l'année 2018.</p> | 78 % |

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

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



INNOVER DURABLEMENT

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



Réduire l'empreinte environnementale des formules / 11

Veiller au respect de la biodiversité / 12

Optimiser les emballages / 13

Atteindre « zéro déforestation » / 14

Réduire l'empreinte environnementale des formules

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

AMÉLIORATION DES PRODUITS



79 %

des produits nouveaux ou renouvelés en 2018 présentent un profil environnemental ou social amélioré.*

EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DES FORMULES



48 %

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

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

Amélioration de la biodégradabilité des formules

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

Les équipes de L'Oréal travaillent donc à améliorer le profil environnemental des formules sur deux axes :

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

Un outil d'écoconception des formules

Tous les produits fabriqués par le Groupe L'Oréal (shampoings, soins du cheveu, *styling*, colorations, gels douche, soins de la peau, déodorants, solaires, maquillage, parfums, etc.) ont été classés en fonction des bénéfices offerts au consommateur. 145 catégories de produits ont été définies et plus de 40 000 formules ont été passées au crible. Un outil d'écoconception a été créé dans le but d'améliorer le profil environnemental des formules, à bénéfice consommateur équivalent.

Intégré à SPOT, l'outil d'évaluation des produits du Groupe (voir page 20), ce dispositif est utilisé par toutes les équipes de formulateurs.

Parmi les nouveautés lancées en 2018 se trouvent des produits dont la formule présente un niveau de biodégradabilité supérieur à 98 % au sein des différentes marques du Groupe, comme, par exemple, le soin Color Herbalia chez Garnier, le masque Dercos Nutrients Nutri Protein de Vichy, le soin rééquilibrant Biolage R.A.W. de Matrix, ou encore le masque pré-maquillage instantané de Shu Uemura.

Au total, le taux de biodégradabilité moyen de tous les shampoings vendus en 2017 s'élève à 91 %, et celui des gels douche a été porté à 89 % (contre 87 % en 2016).

Des résultats reconnus



Ces améliorations en matière d'empreinte des formules, combinées à la réduction de la consommation d'eau réalisée au niveau de la production (voir page 17), ont valu à L'Oréal d'obtenir en 2018, pour la troisième année consécutive, un score de « A » (le plus haut niveau de performance), dans le classement des entreprises en matière de gestion durable de l'eau réalisé par le CDP (voir page 27).

L'ORÉAL PARIS



UNE BRUME COIFFANTE RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT

En 2018, L'Oréal Paris a lancé la brume effet plage Stylista. Les recherches menées ont permis d'aboutir à une texture brume ultralégère qui réunit deux exigences : l'efficacité et le respect de l'environnement. Non seulement la

brume effet plage est performante, avec de très bons effets de mise en forme du cheveu, mais sa formule est biodégradable à plus de 99 % et son empreinte eau minimale est réduite de 98 % par rapport à la moyenne de la catégorie. ●

* Il s'agit des produits nouveaux, c'est-à-dire pour lesquels de nouvelles formules ont été développées et sont produites pour la première fois dans les usines du Groupe, ou des produits pour lesquels l'emballage a été renouvelé ou créé en 2018.

Veiller au respect de la biodiversité

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

AMÉLIORATION DES PRODUITS



79 % ✓

des produits nouveaux ou rénovés présentent un profil environnemental ou social amélioré en 2018.*

MATIÈRES PREMIÈRES ET BIODIVERSITÉ



43 % ✓

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

IMPACT SOCIAL DES PRODUITS



31 % ✓

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

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

Privilégier l'utilisation de matières premières renouvelables

Aujourd'hui, 59 % (en volume) des matières premières utilisées par L'Oréal sont renouvelables, c'est-à-dire qu'elles sont majoritairement d'origine végétale. Cela représente environ 1 600 matières premières issues de près de 340 espèces végétales provenant d'une centaine de pays. Certains produits commercialisés en 2018 présentent un taux de matières premières renouvelables qui dépasse 97 %, comme l'huile de beauté La Provençale Bio, le gel purifiant mains et ongles fleur de figuier Roger&Gallet, le démaquillant huile en gel nourrissant illuminateur de Lancôme ou le baume miracle Aura Botanica de Kérastase.

L'utilisation de ces ingrédients est fortement encouragée auprès des formulateurs de L'Oréal, qu'ils soient :

- issus de sources durables ;
- ou élaborés selon les principes de la chimie verte, c'est-à-dire via des processus qui réduisent notamment au minimum le nombre d'étapes de synthèse et la consommation de solvants et d'énergie. En 2018, 27 % (en volume) des ingrédients utilisés par L'Oréal dans ses formules ont été élaborés selon les principes de la chimie verte.

Renforcer la méthodologie de sourcing durable

En 2018, L'Oréal a continué à déployer sa politique d'approvisionnement durable des ingrédients renouvelables, renforcée avec l'appui de l'ONG *Rainforest Alliance* et qui repose sur les principes suivants :

- garantir la traçabilité des matières premières, c'est-à-dire connaître la plante d'origine et son pays de production ;

- évaluer les enjeux environnementaux et sociaux avec les fournisseurs sur chaque filière ;
- vérifier le respect des critères suivants :
 - les conditions de travail doivent être décentes et sûres, dans le respect des droits humains, selon les principes édictés par l'Organisation internationale du travail, tout au long de la chaîne de production,
 - l'égalité au travail et l'absence de discrimination entre les producteurs sont vérifiées, et la promotion des femmes est encouragée,
 - la culture et la récolte des plantes doivent contribuer au développement économique des producteurs, dans le respect des savoirs traditionnels issus de la biodiversité, conformément aux principes du protocole de Nagoya,
 - la culture et les récoltes préservent la biodiversité, notamment les forêts,
 - Les pratiques agricoles durables et bas carbone sont mises en œuvre ;
- faire vérifier l'ensemble de cette démarche par une tierce partie indépendante, pour mesurer l'impact positif des programmes sur les filières.

MADAGASCAR



LE SOURCING DURABLE DE LA VANILLE

En collaboration avec son fournisseur, une ONG locale et les communautés de producteurs, L'Oréal a lancé un nouveau projet de *Solidarity Sourcing* pour ses achats de vanille à Madagascar.

L'objectif : développer une chaîne d'approvisionnement durable, traçable et

de haute qualité, qui respecte l'intégrité des écosystèmes naturels et contribue à améliorer les conditions de vie des communautés productrices établies dans l'aire protégée de Loky Manambato. En 2018, le projet compte 154 producteurs répartis en deux associations, qui ont pu bénéficier de formations aux pratiques agricoles responsables et d'une juste rémunération. D'ici à 2020, le but est d'accroître les récoltes et la qualité de la vanille, en impliquant deux fois plus de producteurs dans le projet, tout en conduisant des actions de reforestation dans la zone de production. ●

* Il s'agit des produits nouveaux, c'est-à-dire pour lesquels de nouvelles formules ont été développées et sont produites pour la première fois dans les usines du Groupe, ou des produits pour lesquels l'emballage a été rénové en 2018.

Optimiser les emballages

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

AMÉLIORATION DES PRODUITS



EMBALLAGES



MATÉRIAUX



CARTON ET PAPIER CERTIFIÉS



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

Dès 2007, L'Oréal a engagé une politique de packaging responsable fondée sur trois piliers, appelés les « 3 R » : Respecter, Réduire et Remplacer. Un processus global et systématique d'écoconception a été mis en place en amont de la conception des produits pour les packagings des produits finis et les emballages de transport. Cette démarche est étendue aux matériels de publicité sur le lieu de vente (PLV) depuis 2015. Une analyse du profil environnemental des emballages est réalisée systématiquement, au travers de SPOT, l'outil d'évaluation des produits de L'Oréal (voir page 20).

Respecter l'environnement

Pour ses emballages en papier, carton ou bois, le Groupe s'est fixé comme objectif d'utiliser uniquement des matières provenant de forêts gérées de façon responsable et respectueuse de la biodiversité (FSC ou PEFC). En 2018, 100 % ✓ du papier utilisé pour les notices et 99,9 % ✓ du carton utilisé pour les étuis étaient certifiés. Pour la PLV, 93 % du papier/carton utilisé était certifié. Depuis le 1^{er} janvier 2018, plus aucun article en PVC n'a été utilisé pour la production de produits finis.

Réduire et optimiser les ressources

Concevoir des emballages aux dimensions et aux poids optimisés, des grands formats ou des rechargeables, qui nécessitent moins de ressources, est un autre levier majeur d'amélioration. Ainsi, en 2018, le poids des bouteilles de l'eau micellaire Garnier a été diminué de 22 % en Asie, ce qui représente une économie de 35 tonnes de plastique PET.

Remplacer certains matériaux

L'Oréal remplace les matériaux couramment utilisés par des alternatives issues de sources recyclées ou renouvelables (matériaux recyclés ou biosourcés), à chaque fois que c'est

possible. En 2018, 8 705 ✓ tonnes de matériaux recyclés (PCR) ont remplacé des matériaux vierges (+ 19 % par rapport à 2017). Cette progression est en particulier le fruit des efforts produits sur l'intégration de recyclé dans le plastique des packagings (+ 38 % par rapport à 2017).

Nouer des partenariats stratégiques

Déterminé à promouvoir le développement de solutions innovantes de recyclage des plastiques, L'Oréal s'est engagé en juillet 2018 avec la société LOOP® pour augmenter ses approvisionnements en plastique PET recyclé de qualité alimentaire. Ce partenariat vient s'ajouter à la co-création, en 2017, d'un consortium avec la société Carbios, pour développer et industrialiser la technologie de biorecyclage enzymatique.

En 2018, L'Oréal a partagé sa méthodologie d'optimisation des packagings telle que conçue dans SPOT dans le cadre de l'initiative SPICE**. Et le Groupe participe aux réflexions menées par la Fondation Ellen MacArthur au sein de l'initiative *New Plastic Economy*. En janvier 2018, L'Oréal a annoncé un nouvel engagement : d'ici à 2025, 100 % de ses emballages plastiques seront rechargeables, réutilisables, recyclables ou compostables.

L'ORÉAL PROFESSIONNEL



SOURCE ESSENTIELLE, UNE INNOVATION DURABLE

En 2018, L'Oréal Professionnel a lancé la gamme Source essentielle. La forme carrée des flacons de shampooing permet de limiter l'utilisation de matière plastique. Ces flacons s'empilent parfaitement les uns sur les autres et peuvent ainsi être exposés en salon sans qu'aucun meuble de PLV ne soit nécessaire. Enfin, les bars à shampoings permettent aux consommatrices de venir recharger leurs flacons chez leur coiffeur. À chaque recharge, c'est l'équivalent de 40 % du poids d'un flacon qui est économisé. ●

* Il s'agit des produits nouveaux, c'est-à-dire pour lesquels de nouvelles formules ont été développées et sont produites pour la première fois dans les usines du Groupe, ou des produits pour lesquels l'emballage a été renouvelé en 2018.

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

Atteindre « zéro déforestation »

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

HUILE DE PALME



100 % ✓

des approvisionnements en huile de palme et en dérivés d'huile de palme ou de palmiste sont certifiés durables selon les critères de la RSPO depuis 2012.

HUILE DE SOJA



98 %

de l'huile de soja du Brésil est certifiée durable.

CARTON ET PAPIER CERTIFIÉS



100 % ✓

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

99,9 % ✓

du carton utilisé pour les étuis des produits est certifié.

Dans le cadre de sa politique « zéro déforestation », publiée en 2014, L'Oréal s'est engagé à ce qu'en 2020, au plus tard, aucun des ingrédients et matières premières utilisés dans ses produits ne soit lié à la déforestation.

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

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

L'Oréal achète moins de 370 tonnes d'huile de palme chaque année, et utilise néanmoins des dérivés d'huile de palme (qui proviennent de la pulpe du fruit du palmier) et d'huile de palmiste (extraits de l'amande de ce fruit) dans une quantité équivalente à 71 000 tonnes d'huile de palme. Depuis 2010, 100 % ✓ de cette huile de palme répond aux normes de la *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO), via le modèle *Segregated* (SG). Concernant les dérivés, également 100 % ✓ certifiés depuis 2012, L'Oréal a augmenté la part de ses achats *Mass Balance* pour atteindre 54 % ✓ à fin 2018 (contre 51 % en 2017), le complément restant couvert par le modèle *RSPO Book & Claim*. Par ailleurs, le Groupe a entrepris en 2014 de tracer les dérivés jusqu'à leur origine. À date, 95 % des volumes ont été tracés jusqu'aux raffineries, 85 % jusqu'aux moulins et 25 % jusqu'aux plantations. L'Oréal a aussi publié la liste des 1 300 moulins indirectement connectés à sa chaîne d'approvisionnement.

L'Oréal s'appuie sur l'outil d'évaluation des risques de déforestation établi par l'ONG *Global Forest Watch*. Tous les fournisseurs directs du Groupe sont évalués selon le *Sustainable Palm Index*, un outil également mis à disposition des acteurs du secteur.

Pour aller plus loin, L'Oréal a initié en 2018 le développement d'un nouvel outil pour évaluer les raffineries et les *crushers* (qui extraient l'huile des noyaux) sur la base de leur reporting, de leurs politiques et de leurs procédures. Cet outil sera disponible et publié fin 2019.

Huile de soja et ses dérivés

En 2018, 98 % de l'huile de soja utilisée par L'Oréal et provenant du Brésil (265 tonnes/an) est certifiée durable (bio ou IP-*Identity Preserved*). Quant aux dérivés, ils proviennent majoritairement de zones classées sans risque de déforestation.

Produits à base de fibre de bois

Concernant les matériaux utilisés par L'Oréal pour ses packagings, 100 % ✓ du papier utilisé pour les notices et 99,9 % ✓ du carton des étuis sont issus de forêts gérées de façon durable (certification FSC ou PEFC). Et 93 % ✓ du papier/carton de PLV est certifié. L'Oréal utilise aussi dans ses produits certains ingrédients issus du bois (dérivés de cellulose, ingrédients de parfumerie). Une étude réalisée avec l'ONG *Rainforest Alliance* a permis à L'Oréal de lever le risque déforestation sur ses principaux approvisionnements.



Pour la troisième année consécutive, L'Oréal s'est vu décerner en 2018 un « A » (le plus haut niveau de performance) dans le classement du CDP.

En 2018, 32 fournisseurs de papier, d'huile de palme et de soja du Groupe ont participé à la deuxième édition du *Forest Disclosure Project Supply Chain* (voir page 24).

INDONÉSIE



AMÉLIORER LES TECHNIQUES DE PRODUCTION POUR PRÉVENIR LA DÉFORESTATION

En 2018, L'Oréal, en collaboration avec l'organisation non gouvernementale SNV (*Netherlands Development Organisation*), a mis en place un projet de sourcing durable de dérivés d'huile de palme dans la région de Berbak, à Jambi, sur l'île indonésienne de Sumatra. Le projet, dans lequel sont impliqués tous les acteurs, depuis le moulin jusqu'au fabricant de dérivés, vise à accompagner en cinq ans 12 500 petits producteurs indépendants pour améliorer les pratiques de production du palme, avec un double objectif : éviter toute déforestation et améliorer leur niveau de vie (augmentation et sécurisation de leurs revenus). ●



PRODUIRE DURABLEMENT

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



Réduire les émissions de gaz à effet de serre / 16

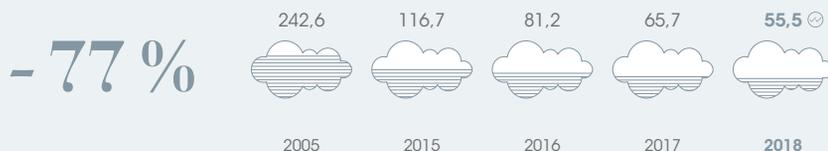
Réduire la consommation d'eau / 17

Réduire la génération de déchets / 18

Réduire les émissions de gaz à effet de serre

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

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



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



En 2018, le Groupe L'Oréal a réduit de 77 % en valeur absolue les émissions de gaz à effet de serre (GES) de ses usines et de ses centrales de distribution par rapport à 2005, dépassant l'objectif de - 60 % qu'il s'était fixé à fin 2020.

Entre 2005 et 2018, L'Oréal a réduit de 77 % ses émissions de GES en valeur absolue. Ce résultat exceptionnel est salué pour la sixième année consécutive par le CDP, qui a décerné à L'Oréal un « A » en matière de lutte contre le changement climatique.

L'Oréal poursuit ses actions avec une ambition plus grande encore : les nouveaux objectifs de réduction d'émissions proposés par le Groupe à horizon 2030 ont été validés par l'initiative *Science Based Targets* et couvrent l'ensemble de sa chaîne de valeur et de ses impacts directs et indirects.

Améliorer l'efficacité énergétique

Depuis plus de vingt ans, la conception et l'isolation des bâtiments, l'optimisation des processus industriels et le recours à des technologies moins énergivores ont permis au Groupe de réduire la consommation d'énergie de ses sites industriels. Entre 2005 et 2018, elle a ainsi diminué de 36 % (en kWh par produit fini). Le Groupe a aussi engagé une démarche de certification ISO 50001 (management de l'énergie) de toutes ses usines. À fin 2018, 60 % des usines (soit 24 usines) sont certifiées. Enfin, L'Oréal a poursuivi le déploiement de son nouvel outil, *l'Energyscan*, qui catégorise l'ensemble des consommations d'énergie d'un site. Les meilleures performances deviennent ensuite les standards pour l'ensemble des usines du Groupe.

Accroître le recours aux énergies renouvelables

Grâce à de grands projets utilisant des technologies adaptées à la situation géographique des sites (biomasse, biométhanisation, panneaux solaires, etc.), et à l'achat d'électricité et de gaz verts, l'approvisionnement renouvelable satisfait

66 % des besoins des usines et des centrales de distribution de L'Oréal en 2018. Fin 2018, le Groupe compte 38 sites industriels ayant atteint la neutralité carbone, dont 12 usines.***

Réduire les émissions liées au transport des produits

Quant aux émissions liées au transport de ses produits depuis les usines jusqu'aux distributeurs, elles ont diminué de 8 % (par unité de vente par km) par rapport à 2011.**** Pour appuyer la stratégie transport durable, sept actions prioritaires ont été demandées aux équipes transport des filiales. Exemple : la réduction à la source, notamment avec l'étude du réseau afin de réduire les distances parcourues et le nombre de livraisons, ainsi que l'optimisation du taux de remplissage. Les gains économiques qui seront dégagés pourront être investis dans des solutions de transport durable.

Mobiliser les fournisseurs

Depuis 2009, L'Oréal incite ses fournisseurs à travailler avec le CDP, dans le cadre du programme CDP *Supply Chain*. En 2018, 437 d'entre eux ont engagé une telle démarche, contre 355 en 2017 (voir page 24).

FRANCE



COSMÉTIQUES ACTIVE PRODUCTION : DEUX USINES NEUTRES EN CARBONE

Le centre de production Cosmétiques Active Production, spécialisé dans la fabrication de produits de soin et de dermocosmétique, est composé de l'usine de Vichy, qui a atteint la neutralité carbone en 2017, et de l'usine de La Roche-Posay. Sur ce deuxième site, des démarches d'efficacité énergétique et de recherche de sources d'énergie renouvelable ont été menées et une solution innovante fondée sur du biopropane a été testée début 2018. Le biopropane est un gaz 100 % biosourcé, fabriqué aux Pays-Bas à partir d'huiles végétales certifiées durables et de déchets industriels recyclés. L'utilisation de cette nouvelle énergie a démarré mi-2018, une première industrielle en France. Le mix énergétique de l'usine de La Roche-Posay est désormais à 100 % d'origine renouvelable. ●

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

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

*** Les 12 usines ayant atteint la neutralité carbone en 2018 sont les suivantes : Libramont en Belgique, Settimo en Italie, Alcalá de Henares et Burgos en Espagne, Gauchy, Omes, Rambouillet, Tours, Vichy et La Roche-Posay en France, Karlsruhe en Allemagne et Yichang en Chine.

**** Cette détérioration de l'indicateur (- 18 % en 2017) est liée à une forte hausse du transport aérien en Asie. En revanche, les émissions du transport routier n'ont pas augmenté en 2018, malgré une augmentation de 3 % du tonnage expédié. Sur la période 2011-2018, les émissions du transport routier augmentent 4 fois moins rapidement que les tonnages expédiés.

Réduire la consommation d'eau

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

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



L'Oréal s'est engagé à réduire de 60 % sa consommation d'eau par unité de produit fini d'ici à 2020, par rapport à 2005. Le Groupe mène de nombreuses actions : optimisation des consommations, développement de projets de retraitement, de recyclage et de réutilisation des eaux sur les sites de production.

L'Oréal déploie ses projets industriels avec le souci d'une utilisation respectueuse de l'eau, en réduisant au minimum les besoins et en prenant en compte la disponibilité locale de cette ressource vitale. Durant l'année 2018, le Groupe a effectué une série d'investissements dans les usines pour développer notamment des installations de recyclage qui délivreront leur performance à partir de 2019. L'ensemble des projets déjà en fonctionnement en 2018 a permis au Groupe de diminuer de 48 % la consommation d'eau en litre par produit fini de ses usines et de ses centrales de distribution depuis 2005. Cela représente une réduction de 28 % de sa consommation en valeur absolue, alors que la production a augmenté de 38 % sur la même période.

 Ces programmes, ajoutés aux efforts réalisés sur l'empreinte eau des formules (voir page 11), ont valu à L'Oréal d'obtenir de la part du CDP un « A », soit le plus haut niveau de performance en matière de gestion durable de l'eau, pour la troisième année consécutive (voir page 27).

Optimiser les consommations

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

Réutiliser, retraiter et recycler

L'installation de stations d'épuration sur les sites du Groupe se poursuit. L'objectif de L'Oréal est de réutiliser les eaux industrielles en l'état pour un nouvel usage, chaque fois que

c'est possible, puis de retraiter les effluents à la sortie des stations d'épuration des usines, à l'aide de différentes technologies (ultrafiltration, osmose inverse, etc.), afin d'en extraire une eau de très haute qualité. Celle-ci est ensuite réutilisée pour le lavage des outils de production ou les processus de refroidissement. À fin 2018, 12 usines* du Groupe possèdent de telles installations, pionnières dans l'industrie cosmétique.

Objectif « usines sèches »

Plus globalement, L'Oréal continue de développer des « usines sèches » (voir encadré). Ce concept consiste à ce que l'intégralité de l'eau nécessaire aux utilités (nettoyage des équipements, production de vapeur, etc.) ne provienne plus du réseau extérieur mais soit totalement issue d'eau recyclée en boucle sur le site. Ces optimisations de process industriels ont contribué à une réduction pouvant atteindre 80 % des besoins pour certains sites par rapport à l'année 2005.

Mobiliser les fournisseurs

Depuis 2013, L'Oréal invite ses fournisseurs à participer au *Water Disclosure Project Supply Chain*. En 2018, 91 d'entre eux ont accepté de participer à ce programme mené par le CDP (voir page 24).

RUSSIE



USINE DE VORSINO : LE DÉPLOIEMENT DES USINES SÈCHES SE POURSUIT

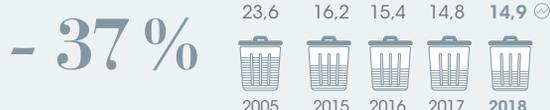
Après l'usine de Burgos en Espagne en 2017 et l'usine de Settimo en Italie début 2018, l'usine de Vorsino, en Russie, est devenue la troisième usine sèche du Groupe, grâce à un important programme de modernisation et d'extension de sa station de traitement d'eau. Le projet a permis de traiter une plus grande quantité d'eau industrielle et d'atteindre un très haut niveau de qualité. Les capacités de traitement physico-chimique et biologique ont été augmentées et un équipement de cristallisation a été ajouté afin de réduire au minimum les résidus. L'ensemble de ces modifications permet aujourd'hui à l'usine de Vorsino de réutiliser en boucle plus de 99 % de ses effluents. ●

* À Karlsruhe (Allemagne), Libramont (Belgique), Montréal (Canada), Suzhou (Chine), Burgos (Espagne), Aulnay et Rambouillet (France), Pune (Inde), Settimo (Italie), Istanbul (Turquie), Vorsino (Russie) et Migdal (Israël).

Réduire la génération de déchets

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

GÉNÉRATION DE DÉCHETS DANS LES USINES ET LES CENTRALES DE DISTRIBUTION DEPUIS 2005 (en grammes/produit fini)



DÉCHETS VALORISÉS



DÉCHETS ENVOYÉS EN DÉCHARGE*



D'ici à 2020, L'Oréal aura réduit de 60 % les déchets générés par ses usines et ses centrales de distribution par rapport à 2005. Le Groupe met en place des actions ambitieuses de réduction des déchets à la source, tout en assurant en parallèle la valorisation des déchets résiduels.

Une politique très ambitieuse

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

En 2018, le Groupe a réduit de 37 % la quantité de déchets générés par produit fini dans les usines et centrales de distribution par rapport à 2005. Cela représente une réduction de 12 % en valeur absolue, alors que la production a augmenté de 38 % sur la même période.

Réduire la génération de déchets à la source

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

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

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

Valoriser les déchets résiduels

L'Oréal souhaite aller plus loin en assurant la meilleure valorisation possible des déchets qui n'auront pu être évités à la source. En 2018, 97 % ☺ des déchets industriels sont valorisés – c'est-à-dire réutilisés, recyclés ou valorisés énergétiquement. 61 % ☺ d'entre eux sont « valorisés matière » (réutilisés ou recyclés).

Promouvoir l'économie circulaire

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

CHINE



LA CAMPAGNE DE RÉDUCTION DES DÉCHETS DE L'USINE DE SUZHOU

Depuis 2016, l'usine de Suzhou déploie une campagne qui a pour but de réduire la génération de déchets mais aussi de sensibiliser ses employés à la préservation des ressources naturelles. En 2018, l'usine a ainsi réduit de 21 % la génération des déchets (par produits finis). Grâce à l'effort conjoint de l'ensemble de ses employés, des actions concrètes ont été mises en place : réduction des pertes dans les cuves de fabrication ou optimisation des principaux emballages de transport utilisés lors de la livraison des articles de conditionnement. En 2018, les pertes de production ont diminué de 47 % et plus de 300 tonnes de pertes matière ont été évitées. En parallèle, les déchets liés aux emballages ont également été réduits de 1,5 %.

* Hors contraintes réglementaires locales.



CONSOMMIEUR DURABLEMENT

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



Évaluer l'empreinte des produits / 20

Sensibiliser à la consommation durable / 21

Évaluer l'empreinte des produits

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

PRODUITS ÉVALUÉS



100 %

des produits nouveaux ou renouvelés en 2018 sont évalués à travers l'outil d'évaluation des produits.*

INFORMATION CONSOMMATEURS**



% de marques qui communiquent aux consommateurs une information issue de l'outil d'évaluation des produits, afin d'éclairer leurs choix de consommation.

En 2020, L'Oréal mettra les informations relatives au profil environnemental et social de ses produits à la disposition des consommateurs pour les aider à faire des choix de consommation durable.

SPOT : un outil d'évaluation sans équivalent

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

Une méthodologie robuste, co-construite avec des experts

L'Oréal a fait appel à un panel de 12 experts internationaux, qui ont contribué à l'élaboration de la méthodologie – alignée sur les standards européens (PEF - *Product Environmental Footprint*) – afin de garantir la pertinence et la robustesse d'évaluation des impacts de la méthodologie finale.

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

Un dispositif pour améliorer le profil environnemental et social des produits

100 % des produits créés ou renouvelés en 2018* – soit 2 195 produits – ont été évalués grâce à SPOT, qui est désormais complètement intégré au processus de conception et de lancement des nouveaux produits et permet de :

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

Information des consommateurs

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

KIEHL'S



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

En 2018, Kiehl's a lancé son gel douche Made for All, un gel nettoyant corps et cheveux conçu pour toute la famille. Grâce à l'outil SPOT, la performance exceptionnelle de ce produit est précisément calculée sur les quatre axes d'amélioration possible :

- Packaging : le flacon est composé à 100 % de plastique issu du recyclage des emballages de produit de consommation ;
- Empreinte environnementale de la formule : la formule affiche un taux de biodégradabilité de 100 % ;
- Ingrédients d'origine naturelle sourcés de façon durable : 95 % ;
- Impact social : utilisation d'aloë vera provenant d'un programme d'approvisionnement durable mené au Mexique. ●

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

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

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

Sensibiliser à la consommation durable

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

ÉVALUATION ET REPORTING



88 % ✓

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

SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS



57 % ✓

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

En 2020, L'Oréal aura amélioré le profil environnemental et social de 100 % de ses nouveaux produits et communiquera ces performances aux consommateurs, pour les encourager à faire des choix de consommation durable.

Des plans d'amélioration continue au sein des marques

Depuis le lancement du programme *Sharing Beauty With All*, en 2013, chaque marque du Groupe évalue son empreinte environnementale, en réalisant des analyses de son portefeuille de formules et de ses emballages, dans l'objectif de définir un plan d'innovation durable, qui identifie des leviers d'amélioration sur chaque gamme et produit, et prévoit un plan d'action. En 2018, ce travail a été mené par 88 % ✓ des marques du Groupe.*

Des campagnes engagées et engageantes

Conscient de la capacité d'influence de ses marques, L'Oréal les encourage à sensibiliser et à mobiliser leurs partenaires, clients et consommateurs sur les grands sujets environnementaux et sociaux d'aujourd'hui. Chaque marque doit ainsi identifier une cause qui lui soit propre et mener des campagnes de sensibilisation. En 2018, 57 % ✓ des marques ont mené ce type d'actions.*

Les marques déjà engagées ont poursuivi leur action. Associé à l'Unicef depuis 2017 pour soutenir les enfants en situation d'urgence humanitaire, Garnier a renouvelé son partenariat en 2018 et a contribué au financement de programmes d'urgences en Jordanie, en Inde et au Yémen. Ainsi, au Yémen, plus de 195 000 enfants souffrant de malnutrition ont pu être pris en charge. Armani continue *Acqua for Life*, son initiative en faveur de l'accès à l'eau potable. Biotherm reste engagé en faveur de la protection des océans aux côtés des organisations *Mission Blue* et *Tara Expéditions*. La Roche-Posay poursuit sa campagne *Skin Checker*, lancée en 2014, pour prévenir le cancer de la peau. En partenariat avec l'ONG *ReSurge International* et la marque *SkinCeuticals*, 6 chirurgiennes

ont effectué leur deuxième année de formation au Bangladesh, en Équateur, au Népal et au Zimbabwe. L'Oréal Professionnel continue de sensibiliser des coiffeurs aux troubles musculo-squelettiques et a formé plus de 330 000 personnes.

Parmi les nouvelles campagnes lancées en 2018, Biologie s'est associé à l'ONG *Conservation International* pour soutenir la préservation des écosystèmes d'eau douce, et Ralph Lauren Fragrances s'est engagé au côté de l'association *Women in Film*, qui lutte pour la parité dans l'industrie du cinéma.

En août 2018, L'Oréal a lancé en France la campagne « Trions en beauté », qui a pour but d'accompagner les consommateurs dans le tri de leurs emballages de produits cosmétiques. Ainsi, les 54 marques de L'Oréal en France relaient l'initiative en affichant un bandeau de sensibilisation « Prenons le soin de trier » ainsi que l'adresse du site dédié trionsenbeaute.fr sur chacun de leurs supports de communication, de la presse aux réseaux sociaux.

LANCÔME



LANCÔME S'ENGAGE CONTRE L'ILLETTRISME

76 millions de jeunes femmes dans le monde sont concernées par l'illettrisme. Ce fléau méconnu les expose bien souvent à l'exclusion, à la dépendance et aux inégalités. Pour donner à ces jeunes femmes une voix et des clés pour construire leur avenir, Lancôme a créé l'initiative *Write Her Future*. En partenariat avec l'ONG internationale CARE, trois programmes d'alphabétisation ont été lancés au Maroc, au Guatemala et en Thaïlande et ont bénéficié à 2 047 personnes en 2018. Objectif à terme : permettre l'alphabétisation de 8 000 jeunes femmes, impactant ainsi positivement leurs conditions de vie, mais également celles de leur famille et de leur entourage (environ 40 000 personnes). L'illettrisme concernant aussi bien les pays en développement que les pays développés, des partenariats entre des ONG locales et *Write Her Future* ont été lancés en 2018 en France, en Allemagne, au Royaume-Uni et en Espagne. Suivront début 2019 le Brésil et les États-Unis. ●

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



PARTAGER LA CROISSANCE

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



Favoriser l'accès à l'emploi et l'inclusion sociale / 23

Associer les fournisseurs aux engagements du Groupe / 24

Placer les collaborateurs au cœur des engagements / 25

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

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

TOTAL DES BÉNÉFICIAIRES



63 584 ✓

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

SOLIDARITY SOURCING



56 842 ✓

personnes ont accédé à un emploi.

FORMATION PROFESSIONNELLE AUX MÉTIERS DE LA BEAUTÉ



5 565 ✓

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

EMPLOI DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP*



1 177 ✓

personnes en situation de handicap travaillent pour L'Oréal.

D'ici à 2020, L'Oréal aura permis à plus de 100 000 personnes issues de communautés en difficulté d'accéder à un emploi. Pour parvenir à ce résultat, le Groupe développe différents programmes : projets d'achats solidaires, formation professionnelle, inclusion de personnes en situation de handicap au sein de ses équipes.

Les achats, levier d'inclusion sociale

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

Le programme *Solidarity Sourcing* est déployé dans toutes les zones géographiques où L'Oréal est présent et concerne tous les domaines d'achats du Groupe (matières premières, sous-traitance, objets promotionnels, etc.). En 2018, il a permis à 56 842 ✓ personnes issues de communautés en difficulté sociale ou financière d'accéder ou de conserver un emploi et un revenu décent. Ce chiffre représente une hausse de 16,7 %, soit 8 150 bénéficiaires de plus qu'en 2017.

Le programme Beauty For a Better Life

La Fondation L'Oréal développe *Beauty For a Better Life*, un programme gratuit de formation professionnelle aux métiers de la beauté s'appuyant sur les savoir-faire du Groupe, tels que la coiffure et le maquillage. Il s'adresse à des personnes en situation de fragilité et particulièrement à des femmes vulnérables socialement ou économiquement, victimes de conflits ou de violences, en rupture familiale ou scolaire. Déployé dans 25 pays, en partenariat avec des ONG locales, le programme *Beauty For a Better Life* a favorisé l'accès à l'emploi de 5 565 ✓ personnes en 2018.

Inclusion des personnes en situation de handicap

En étroite collaboration avec des experts internationaux et locaux (associations, ONG), L'Oréal développe depuis les années 1990 une politique mondiale en faveur de l'insertion des personnes en situation de handicap. Depuis 2015, le Groupe est membre actif du *ILO Global Business and Disability Network*, une initiative de l'Organisation internationale du travail (OIT) dédiée aux questions de handicap, et partage ses bonnes pratiques. En septembre 2018, Thomson Reuters a classé L'Oréal dans les 10 meilleures entreprises en matière de diversité et d'inclusion, parmi plus de 7 000 sociétés évaluées.

En 2018, L'Oréal compte parmi ses collaborateurs 1 177 ✓ personnes en situation de handicap. Le Groupe a aussi célébré la 10^e édition des *DisAbility Awards*, qui a mis à l'honneur des initiatives internes destinées non seulement aux collaborateurs, mais également aux consommateurs ainsi qu'aux communautés les plus vulnérables.

COLOMBIE



UNE USINE AU TOP EN MATIÈRE D'INTÉGRATION DU HANDICAP

En Colombie, 3 millions de personnes sont en situation de handicap. Face à ce défi, le programme *Breaking Barriers* mené par L'Oréal vise à améliorer le quotidien des personnes en situation de handicap par l'achat d'équipements et des actions de sensibilisation des collaborateurs. À Bogotá,

l'usine du Groupe s'est ainsi déjà dotée des derniers équipements en termes d'accessibilité et a formé une partie des collaborateurs à la langue des signes. Les initiatives se sont amplifiées en 2018 : ascenseurs dédiés, rampes d'accès, sous-titrage des réunions, signalétique en braille... Un partenariat avec le gouvernement a permis la création d'une application dédiée aux collaborateurs sourds et malentendants. Désormais, ces derniers peuvent téléphoner grâce à un appel vidéo les reliant à un interprète en langue des signes. 50 000 pesos sont versés chaque mois à ces collaborateurs pour régler leurs dépenses Internet et leur permettre des appels gratuits à travers cette application. ●

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

Associer les fournisseurs aux engagements du Groupe

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

SÉLECTION



83 % ✓

des fournisseurs stratégiques* du Groupe sont évalués et sélectionnés, à date, sur la base de leurs performances environnementales et sociales. Ils représentent 73 % des achats directs (matières premières, emballages et sous-traitance).

AUTO-ÉVALUATION



93 % ✓

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

En 2020, 100 % des fournisseurs stratégiques de L'Oréal participeront à son programme de développement durable. Le Groupe développe une double approche : sélectionner ses fournisseurs en tenant compte de leurs performances environnementales et sociales, et mettre à leur disposition des outils de formation.

Évaluer les performances environnementales et sociales

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

- le résultat des audits sociaux : en 2018, 1 369 ✓ audits sociaux ont été réalisés, soit plus de 10 800 audits sociaux depuis 2006 ; la procédure des audits a été renforcée, la base du questionnaire prenant désormais en compte des risques additionnels sur la santé, la sécurité et l'environnement comme sur les sites L'Oréal ;
- l'évaluation de leur politique RSE par EcoVadis : plus de 620 fournisseurs, dont 161 stratégiques, ont été évalués en 2017-2018 (contre 480, dont 153 stratégiques, en 2016-2017), ce qui représente 93 % ✓ des fournisseurs stratégiques du Groupe ;
- la capacité à proposer des produits et services responsables (chimie verte, PLV ou emballages écoconçus, etc.) ;
- la notation aux programmes du CDP ;
- l'intégration dans leurs pratiques de projets de type *Solidarity Sourcing*.

Accompagner la construction de stratégies environnementales

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

environnementale et sociale. Près de 28 % de l'empreinte carbone du Groupe provenant de l'activité de ses fournisseurs, L'Oréal incite ces derniers, depuis 2009, à travailler avec le CDP, dans le cadre du programme *Carbon Disclosure Project Supply Chain*, et à se donner ainsi des objectifs de réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre et à communiquer leurs plans d'action à fin 2020 (voir page 16). En 2018, 437 fournisseurs de L'Oréal ont engagé une telle démarche (contre 355 en 2017), ce qui représente 82 % des achats directs du Groupe.

Le Groupe a également encouragé ses fournisseurs à rejoindre le *Water Disclosure Project Supply Chain* dès son lancement, en 2013. En 2018, 91 fournisseurs y ont participé (voir page 17). Par ailleurs, en 2018, les 32 fournisseurs de papier, d'huile de palme et de soja du Groupe ont participé à la deuxième édition du *Forest Disclosure Project Supply Chain* (voir page 14).

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

PAKISTAN



DES FOURNISSEURS DE MATÉRIEL MARKETING IMPLIQUÉS DANS L'ÉCOCONCEPTION

L'Oréal a développé une méthodologie d'écoconception dans le but d'améliorer l'impact environnemental de ses matériels de publicité sur le lieu de vente (PLV). En 2018, cette approche a été partagée avec les fournisseurs de PLV du Groupe

dans un grand nombre de pays. Au Pakistan par exemple, la révision des matériels de PLV à l'aide de cette méthodologie a permis de passer d'une conception multimatériaux à une conception en matériaux 100 % recyclés ou en carton certifié FSC sur la gamme Garnier Colour Naturals. Résultat : le poids des PLV est divisé par trois, leur volume est réduit pour leur transport. Il est prévu que cette démarche s'étende à l'ensemble des PLV des marques Garnier et L'Oréal Paris en 2019 au Pakistan. ●

* Les « fournisseurs stratégiques » sont les fournisseurs dont la valeur ajoutée est significative pour le Groupe en contribuant par leur poids, leurs innovations, leur alignement stratégique et leur déploiement géographique à accompagner durablement la stratégie de L'Oréal. À terme, 80 % du montant des achats directs seront couverts par cette démarche.

Placer les collaborateurs au cœur des engagements

INDICATEURS DE SUIVI JUSQU'À 2020

COUVERTURE SANTÉ*



96%** ✓

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

PROTECTION FINANCIÈRE*



93%** ✓

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

FORMATION*



88% ✓

des employés du Groupe ont bénéficié d'au moins une formation au cours de l'année 2018.

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

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

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

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

En 2018, le déploiement de la deuxième phase du programme, initiée en 2017, s'est poursuivi, avec de nouveaux objectifs mondiaux à fin 2020, comme le congé de paternité minimum de dix jours rémunérés à 100 %, ou l'élargissement des dispositifs de prévoyance.

Priorité à la formation

Pour L'Oréal, le développement de ses collaborateurs est un levier majeur de performance autant qu'une question de responsabilité. Le Groupe a pris l'engagement que 100 % des collaborateurs bénéficient chaque année d'au moins une formation d'ici à 2020. En 2018, cette proportion s'élève à 88 % ✓. Le portail de formation en ligne, *My Learning*, permet d'accélérer cette ambition. Décliné en 27 langues, il compte en 2018 plus de 54 100 utilisateurs réguliers. Près de 750 000 modules ont été suivis, ce qui représente environ 185 000 heures de formation *online*. Depuis 2017, les collaborateurs peuvent suivre

les MOOC de plus de 150 universités dans le monde. Bilan : 3 200 inscriptions et 18 000 heures de formation délivrées.

Des dispositifs favorisant l'engagement des collaborateurs

Depuis 2009, L'Oréal mobilise ses collaborateurs lors d'une journée d'action citoyenne intitulée *Citizen Day*. En 2018, impliquant quelque 27 600 participants et représentant 170 000 heures de volontariat, cet événement, organisé dans 63 pays, a permis de soutenir 855 associations. Sur le volet environnemental, L'Oréal poursuit le déploiement du programme *Working Sustainably* (« travailler durablement »), qui vise à réduire l'empreinte environnementale des sites administratifs et des centres de recherche et à engager les collaborateurs à adopter des comportements écoresponsables sur le lieu de travail. 46 filiales ont participé à la deuxième édition de la *Sustainability Week* (« Semaine du développement durable »), qui a eu lieu en septembre 2018, sur le thème de la mobilité durable et lors de laquelle 40 tonnes d'émissions de CO₂ ont été « évitées », soit l'équivalent de 800 allers-retours Paris-Londres en avion.

ÉGYPTE



SHARE & CARE : DES PROGRÈS RAPIDES ET TRANSVERSES

Lancé en 2013 en Égypte, le programme L'Oréal Share & Care se poursuit. En 2018, la totalité des mesures proposées en faveur de la santé et de la prévoyance ont été déployées. Après avoir permis à ses collaborateurs d'accéder à une couverture médicale complète ou à des bilans de santé, L'Oréal

Égypte a organisé de nombreuses actions de prévention sur des sujets aussi variés et importants pour les collaborateurs que le stress au travail et le cancer du sein. Concernant la parentalité, le congé maternité rémunéré est passé de 13 à 14 semaines, et l'accès à des crèches a été facilité. Bassant Zeitoun travaille chez L'Oréal Égypte depuis 2010, à la Division des Produits Professionnels : « Au retour de mes deux congés maternité, j'ai bénéficié d'un vrai soutien et j'ai été accompagnée pour pouvoir poursuivre le développement de ma carrière tout en équilibrant ma vie professionnelle et ma vie de mère de famille. » ●

* Indicateur calculé sur l'effectif total du Groupe, hors filiale au Venezuela et certaines acquisitions/filiales récentes (Luxembourg, Côte d'Ivoire, Bangladesh, Modiface, Stylenanda, Logocos Naturkosmetik, la Société des Thèmes de la Roche-Posay).

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

Mexique : L'Oréal accélère sa transformation vers un modèle durable

Pour L'Oréal Mexique, siège de L'Oréal en Amérique latine, l'année 2018 a été marquée par d'importants progrès réalisés en matière d'amélioration de son impact environnemental et sociétal.

Le développement durable au cœur des activités de production

L'investissement dans les énergies renouvelables et l'installation de panneaux solaires ont permis de réduire de 26 % les émissions de CO₂ des sites industriels de L'Oréal Mexique par rapport à 2017. Cela concerne les deux usines du Groupe, l'une à Mexico et l'autre à San Luis Potosi, ainsi que la centrale de distribution de Mexico, qui est un site carbone neutre depuis 2017. Par ailleurs, la filiale a atteint l'objectif « zéro déchet en décharge » sur l'ensemble de ses activités de production en 2018. Ces efforts ont valu à L'Oréal Mexique d'obtenir la deuxième place au classement des entreprises de biens de consommation les plus responsables réalisé en 2018 par Grupo Expansión, un important groupe de presse mexicain.

La construction de supply chains robustes

Le développement de partenariats à long terme avec les fournisseurs et l'investissement dans des projets de *sourcing* durable permettent une meilleure prise en compte d'enjeux majeurs comme le changement climatique et la raréfaction des ressources. En 2018, l'équipe *Solidarity Sourcing* de L'Oréal a rassemblé 48 fournisseurs stratégiques du Mexique, de Colombie et d'Argentine pour travailler avec



L'Oréal et son fournisseur de cire de candelilla mènent depuis 2016 un programme qui permet d'améliorer les conditions de travail de 165 candelilleros – les producteurs locaux de cire de candelilla – tout en préservant la ressource et l'écosystème fragile du désert de Chihuahua.

eux à l'amélioration de la qualité de vie des communautés impliquées dans les projets et à l'augmentation du nombre de bénéficiaires, qui est passé de 259 à 375 au Mexique. L'Oréal et Multiceras, son fournisseur de cire de candelilla basé à Monterrey, mènent par exemple, depuis 2016, un programme qui permet d'améliorer les conditions de travail de 165 *candelilleros* – les producteurs locaux de cire de candelilla – tout en préservant la ressource et l'écosystème fragile du désert de Chihuahua.

Des engagements plus ambitieux au service de grandes causes

En 2018, dans le cadre du partenariat entre Garnier et l'Unicef, des fonds ont été levés grâce à la vente de produits, qui ont permis d'améliorer l'accès à une éducation de haut niveau pour plus de 22 000 enfants et adolescents du Mexique, et d'apporter un soutien à des actions humanitaires mises

en œuvre dans le monde entier. La filiale est aussi engagée en faveur de l'*empowerment* des femmes, un sujet qui est au cœur de l'ADN du Groupe L'Oréal. L'Oréal Mexique a ainsi accompagné et mis en lumière six femmes scientifiques dans le cadre du programme *Pour les Femmes et la Science*, mené par la Fondation L'Oréal en partenariat avec l'UNESCO. La filiale a aussi aidé 49 coiffeurs d'Acapulco, issus de milieux défavorisés, à améliorer leurs compétences professionnelles grâce au programme *Beauty For a Better Life*. D'autre part, 721 bénévoles de L'Oréal Mexique se sont associés à des ONG locales pour apporter leur soutien à des femmes en situation de vulnérabilité. L'Oréal a aussi participé à la deuxième conférence annuelle *Women4Climate*, qui a eu lieu dans la ville de Mexico en février 2018. Le Groupe est partenaire fondateur de cette initiative.

Reporting : une performance reconnue

Chaque année, L'Oréal communique de manière chiffrée et transparente sur sa stratégie, ses enjeux et ses résultats en matière de responsabilité sociétale et environnementale au travers de trois rapports : le document de référence, le rapport annuel de L'Oréal au Pacte mondial des Nations unies (*UN Global Compact*), et le rapport d'avancement développement durable *Sharing Beauty With All*. Plus que jamais, en 2018, la performance RSE de L'Oréal et son reporting via des indicateurs robustes et fiables, audités par les Commissaires aux comptes, ont valu au Groupe d'être distingué par les organismes les plus exigeants en la matière.



En 2018, pour la troisième année consécutive, L'Oréal a obtenu un « A » à chacun des trois classements réalisés par le CDP (protection du climat, gestion durable de l'eau et lutte contre la déforestation). L'Oréal est la seule entreprise au monde à s'être vu décerner le plus haut niveau de performance trois ans de suite. Le CDP est une organisation internationale indépendante qui évalue la performance environnementale des entreprises.



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



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



En septembre 2018, L'Oréal a été reconduit dans les deux indices *Ethisphere Sustainability Index (ESI)* : Excellence Europe et Excellence Global.



En décembre 2018, l'agence de notation extra-financière Vigeo Eiris a maintenu L'Oréal dans plusieurs indices Euronext Vigeo Eiris. Le Groupe y est classé n° 1 tous secteurs confondus.



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



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

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

Crédits photos : @Garnier (couverture) @Thomas Laisné / La Company / L'Oréal (p. 6-7), @Sarah Amould pour L'Oréal (p. 10), @François Kalife (p. 11), @Louis Bonnans pour L'Oréal (p. 12), @L'Oréal Professionnel (p. 13), @Dossy Omar (p. 14), @Paolo Verzzone / VU' (p. 5), @L'Oréal / Tous droits réservés (p. 16), @Vincent Breuq pour L'Oréal (p. 17), @L'Oréal / Tous droits réservés (p. 18), @Paolo Verzzone / VU' (p. 19), @L'Oréal US (p. 20), @CARE (p. 21), @Arthur Croizier pour L'Oréal (p. 22), @Paola Ibanez pour L'Oréal (p. 23), @L'Oréal Pakistan (p. 24), @Emma ElHawary - Falcon Production (p. 25), @Marine-Elise Clavet pour L'Oréal (p. 26).

Création et réalisation : **Agile** (LODD018). Version e-accessible par : ipod.fr

Le papier Lys Altitude sur lequel est imprimé le Rapport d'avancement 2018 est 100 % recyclable et certifié FSC® (Forest Stewardship Council).

