



**SHARING
BEAUTY**
WITH ALL

PARTAGER LA BEAUTÉ AVEC TOUS

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

L'ORÉAL

NOUS NOUS ENGAGEONS POUR UNE BEAUTÉ DURABLE

Nous voulons partager la beauté avec tous.

La beauté s'exprime de multiples manières.

La beauté de l'environnement.

La beauté de la biodiversité.

La beauté de partager avec les communautés
qui nous entourent.

La beauté de prendre soin de nos employés.

La beauté de proposer des produits à la fois aspirationnels et
durables aux femmes et aux hommes qui nous font confiance.

INTRODUCTION



— NOTRE ENGAGEMENT À HORIZON 2020

L'Oréal dispose d'un héritage solide en matière de responsabilité sociétale et environnementale. Trouver l'équilibre entre notre succès en tant qu'entreprise et les besoins de la société dans son ensemble a toujours fait partie de notre manière d'exercer notre activité. Ces dernières années, nous avons tiré parti de cet héritage pour intégrer les principes du développement durable dans notre modèle économique et préparer notre entreprise à répondre aux défis sociaux, environnementaux et économiques du monde actuel.

Je suis fier de ce que nous avons déjà réalisé, mais je suis également convaincu qu'il nous reste encore beaucoup à faire.

A l'image des projets ambitieux que nous avons pour la croissance de notre entreprise, le moment est venu d'accélérer nos progrès en matière de développement durable, pour l'ensemble du groupe L'Oréal, et tout au long de notre chaîne de valeur.

Dans cette optique, nous sommes fiers d'annoncer le lancement de *Sharing beauty with all*, notre nouvel engagement en matière de développement durable à horizon 2020. Ce projet est une vision claire de là où nous voulons être en 2020, ainsi que des engagements que nous prenons pour y arriver. Après les objectifs environnementaux que nous nous sommes fixés pour 2015, ces nouveaux engagements ambitieux constituent une étape importante pour L'Oréal.

Nous sommes convaincus que les consommateurs doivent être au cœur de nos efforts. En accélérant nos engagements en matière d'innovation durable en capitalisant sur nos marques pour informer les consommateurs, nous les sensibiliserons aux impacts environnementaux et encouragerons ainsi une consommation plus durable.

Depuis le début, le succès de L'Oréal s'est construit sur sa relation étroite avec ses consommateurs. Nous voulons utiliser nos connaissances et compétences comme un levier d'action. Nous atteindrons notre prochain milliard de consommateurs tout en ayant un impact positif sur le monde et en partageant notre croissance avec ceux qui nous entourent.

JEAN-PAUL AGON

Président Directeur Général
Groupe L'Oréal

NOTRE DÉFI EN MATIÈRE *DE DÉVELOPPEMENT DURABLE*

— NOTRE DÉFI

En se donnant comme ambition d'atteindre encore un milliard de consommateurs dans les années à venir, notre défi est de produire plus, avec moins d'impact. Cela signifie améliorer l'empreinte de nos activités, en particulier celle de nos produits. Cela signifie également associer les consommateurs. 65% des consommateurs déclarent : « Il en va de ma responsabilité d'acheter des produits qui sont bons pour l'environnement et la société. »* Cependant, les études montrent que ces propos ne sont pas encore toujours relayés par des actions. Comment pouvons-nous combler le fossé entre ce que les consommateurs déclarent et ce qu'ils achètent en réalité ?

— NOTRE RÉPONSE

Nous sommes convaincus que leur proposer des produits à la fois durables et aspirationnels est la réponse. Pour surmonter les obstacles à la consommation durable, nous travaillons sur trois domaines. Nous investissons dans l'innovation durable, veillant à ce que tous nos produits aient des bénéfices environnementaux ou sociaux. Nous permettrons aux consommateurs de faire des choix éclairés en leur donnant les informations environnementales et sociales dont ils ont besoin. Nous utiliserons l'influence de nos marques pour promouvoir la dimension aspirationnelle des produits durables.

65%

65% DES CONSOMMATEURS DÉCLARENT :
« IL EN VA DE MA RESPONSABILITÉ D'ACHETER
DES PRODUITS QUI SONT BONS POUR
L'ENVIRONNEMENT ET LA SOCIÉTÉ. »

* REGENERATION ROADMAP SURVEY 2012

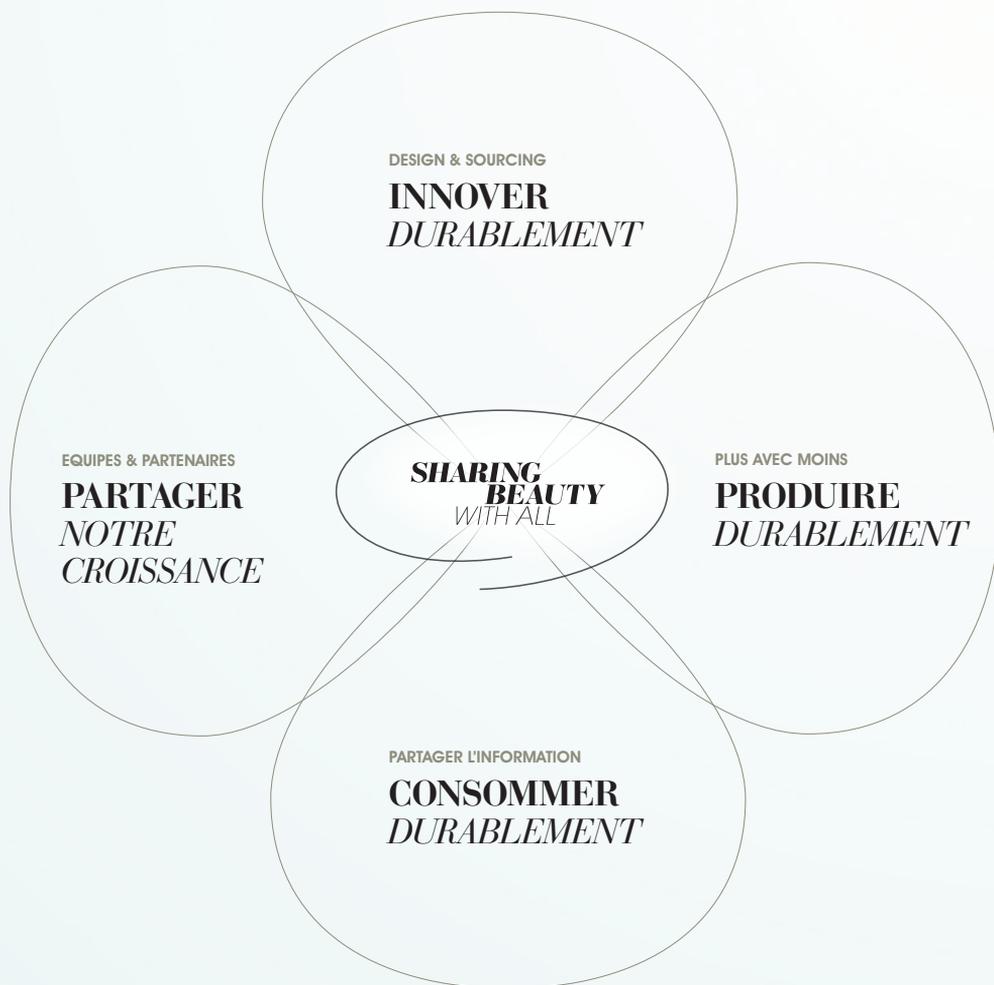




NOTRE VISION EN MATIÈRE *DE DÉVELOPPEMENT DURABLE*

— NOTRE VISION

Notre ambition est de construire une beauté durable, et de réenchanter la consommation durable. Tout au long de notre chaîne de valeur, nous nous engageons à améliorer nos pratiques, de la recherche à la production, du marketing à la communication avec le consommateur. En parallèle, nous partagerons notre croissance avec nos fournisseurs, nos employés et les communautés qui nous entourent.



DES ENGAGEMENTS *CO-CONSTRUITS*

— EN INTERNE ET EN EXTERNE

Nous avons passé plus de deux ans à explorer en profondeur nos impacts environnementaux, sociaux et sociétaux. Avec nos experts internes, nous les avons analysés et hiérarchisés. Nous avons ensuite dialogué avec nos parties prenantes dans le cadre de forums organisés aux Etats-Unis, en Afrique du Sud, en Inde, au Brésil, en France, en Chine ou encore en Europe du Nord.

Nous avons contacté plus de 630 organisations (ONG, associations, experts) et nous sommes entretenus avec plus de 250 d'entre elles pour discuter de nos défis en matière de développement durable et de leurs attentes vis-à-vis d'un groupe comme le nôtre. Nos objectifs sont le résultat de cette concertation et le fruit d'une co-création avec nos parties prenantes internes et externes.

ENGAGEMENTS *ET OBJECTIFS*

Pour transformer notre vision en action, nous avons défini quatre domaines d'engagements. Au sein de chaque domaine, des objectifs précis nous aideront à mesurer nos progrès d'ici 2020.

INNOVER *DURABLEMENT*

En 2020, 100% de nos produits démontreront un impact environnemental ou social positif.

À chaque fois que nous inventerons ou rénoverons un produit, nous améliorerons son profil environnemental ou sociétal sur au moins l'un des critères suivants :

- la nouvelle formule réduit son empreinte environnementale, notamment son empreinte eau,
- la nouvelle formule utilise des matières premières renouvelables, issues de ressources durables ou de la chimie verte,
- le profil environnemental du nouveau packaging est amélioré,
- le nouveau produit a un impact sociétal positif.

PRODUIRE *DURABLEMENT*

En 2020, nous aurons réduit notre empreinte environnementale de 60%, tout en apportant la beauté à un milliard de nouveaux consommateurs.

- nous réduirons de 60% les émissions de CO₂ de nos usines et centrales de distribution en absolu, par rapport à 2005,
- nous réduirons de 60% notre consommation d'eau par unité de produit fini, par rapport à 2005,
- nous réduirons de 60% notre génération de déchets par unité de produit fini, par rapport à 2005,
- nous aurons atteint le zéro déchet en décharge,
- nous réduirons les émissions de CO₂, générées par le transport de produits de 20% par unité de produit fini par rapport à 2011.

CONSOMMER *DURABLEMENT*

En 2020, nous donnerons à tous les consommateurs de produits L'Oréal la possibilité de faire des choix de consommation durables.

- un outil d'évaluation établira le profil environnemental et sociétal de tous les nouveaux produits. Toutes les marques rendront ces informations disponibles, pour permettre au consommateur de faire des choix de consommation durables,
- chaque marque aura évalué son empreinte environnementale et sociétale et aura pris des engagements pour l'améliorer. Chaque marque rendra compte de ses progrès et associera le consommateur à ses engagements,
- nos consommateurs pourront influencer nos actions en matière de développement durable, à travers un comité consultatif de consommateurs.

PARTAGER NOTRE CROISSANCE

AVEC NOS SALARIÉS, NOS FOURNISSEURS ET LES COMMUNAUTÉS QUI NOUS ENTOURENT

En 2020, les salariés de L'Oréal auront accès, où qu'ils se trouvent dans le monde, à la couverture santé, à la protection sociale et à la formation.

- nos salariés bénéficieront d'une couverture santé alignée sur les meilleures pratiques de leur pays de résidence,
- nos salariés bénéficieront d'une protection financière en cas d'accident de la vie, tels qu'une incapacité ou une invalidité permanente,
- nos salariés auront accès à une formation, ou qu'ils se trouvent dans le monde.

En 2020, 100% de nos fournisseurs stratégiques participeront à notre programme de développement durable destiné aux fournisseurs.

- tous les fournisseurs stratégiques seront évalués et sélectionnés sur la base de leurs performances sur le plan sociétal et environnemental,
- tous nos fournisseurs stratégiques auront procédé, avec notre soutien, à une auto-évaluation de leur politique en matière de développement durable,
- tous nos fournisseurs auront accès aux outils de formation L'Oréal, destinés à optimiser leurs politiques en matière de développement durable,
- 20% de nos fournisseurs stratégiques seront associés à notre programme Solidarity sourcing.

En 2020, nous aurons permis à plus de 100 000 personnes issues de communautés en difficultés sociales ou financières, d'accéder à un emploi.

Nous atteindrons notre objectif grâce aux programmes suivants :

- Solidarity sourcing,
- distribution inclusive,
- professionnalisation aux métiers de la beauté,
- mentorat et éducation au sein des communautés,
- emploi de personnes en situation de handicap, ou issues de groupes sociaux-ethniques sous-représentés.

EN 2020, 100% DE NOS PRODUITS DÉMONTRERONT UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL OU SOCIAL POSITIF.

INNOVER *DURABLEMENT*

— CE QUE NOUS FAISONS DÉJÀ

Nous travaillons déjà sur des manières nouvelles d'améliorer le profil social et environnemental de nos produits, au travers de l'eco-conception. Nous nous assurons que les matières premières renouvelables utilisées dans nos produits soient issues de filières responsables. Nous utilisons par exemple de l'huile d'argan issu de six coopératives de production au Maroc qui garantissent un revenu stable à environ 300 femmes tout en protégeant la biodiversité. Nous avons travaillé à l'amélioration de la biodégradabilité de nos produits rincés: depuis 2011, nos shampoings et nos gels douche sont en moyenne biodégradables à 88% et 85%.

— CE QUE NOUS ALLONS FAIRE

En 2020, 100% de nos produits auront amélioré leur profil environnemental ou social. Nous travaillerons à la réduction de l'empreinte environnementale de nos formules, notamment leur empreinte sur l'eau. Nous augmenterons notre utilisation de matières premières renouvelables issues de filières responsables et de matières premières issues des principes de la chimie verte. Nous améliorerons le profil environnemental de nos emballages tout en trouvant de nouveaux moyens de renforcer l'impact social positif de nos produits.





ENGAGEMENT

EN 2020, NOUS AURONS RÉDUIT NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DE 60%, TOUT EN APPORTANT LA BEAUTÉ À UN MILLIARD DE NOUVEAUX CONSOMMATEURS.

PRODUIRE *DURABLEMENT*

— CE QUE NOUS FAISONS DÉJÀ

Nous avons pris des engagements ambitieux pour réduire de 50% les émissions de CO₂, la consommation d'eau et les déchets de nos usines et centres de distribution d'ici 2015, par rapport à 2005. A la fin 2012, nous avons réduit la quantité de CO₂ émise de 39%. Pendant la même période, la quantité d'eau nécessaire pour fabriquer un produit fini a diminué de 23% et les déchets générés de 20%.

C'est un défi permanent, relevé par l'ensemble de nos équipes industrielles. Par exemple, notre usine de Burgos en Espagne va atteindre un bilan carbone neutre, grâce à la centrale biomasse que nous avons construite juste à côté. La centrale, qui fournit l'électricité, toute la chaleur et le froid nécessaire à l'usine, sera entièrement alimentée par des déchets de bois issus de l'entretien des forêts.

— CE QUE NOUS ALLONS FAIRE

Alors que nous visons un milliard de nouveaux consommateurs, nous revoyons à la hausse notre engagement environnemental. Nous voulons réduire nos émissions de CO₂ en termes absolus de 60% d'ici 2020, ainsi que notre consommation d'eau par unité de produit fini et nos déchets par unité de produit fini de 60% par rapport à 2005. Nous nous engageons à envoyer zéro déchet en décharge et à réduire les émissions de CO₂ de nos transports de 20% par unité de produit fini par rapport à 2011.



ENGAGEMENT

EN 2020, NOUS DONNERONS À TOUS LES CONSOMMATEURS DE PRODUITS L'ORÉAL LA POSSIBILITÉ DE FAIRE DES CHOIX DE CONSOMMATION DURABLES.

CONSOMMER *DURABLEMENT*

— CE QUE NOUS FAISONS DÉJÀ

Certaines de nos marques ont déjà mis en place différentes initiatives. Biotherm, par exemple, par le biais de sa plateforme Water Lovers, conçoit des produits plus économes en eau et sensibilise les consommateurs à la préservation de l'eau. Garnier a participé à l'expérience d'affichage environnemental en France et encouragé les consommateurs partout dans le monde à recycler dans leurs salles de bains. Kiehl's et The Body Shop ont également sensibilisé les consommateurs à leurs impacts sur l'environnement.

— CE QUE NOUS ALLONS FAIRE

Nous allons mettre en place un outil d'évaluation de tous les nouveaux produits permettant de mesurer leur profil environnemental et social. Nos marques rendront ces informations publiques et accessibles afin que nos consommateurs puissent faire des choix durables éclairés. Toutes les marques s'engageront à améliorer leur empreinte et à communiquer sur les progrès réalisés. Nous créons également un comité consultatif de consommateurs, pour leur donner l'opportunité de s'exprimer sur nos initiatives en matière de développement durable.

PARTAGER *NOTRE CROISSANCE*

EN 2020, LES SALARIÉS DE L'ORÉAL AURONT ACCÈS, OÙ QU'ILS SE TROUVENT DANS LE MONDE, À LA COUVERTURE SANTÉ, À LA PROTECTION SOCIALE ET À LA FORMATION.

— **CE QUE NOUS FAISONS DÉJÀ**

L'Oréal a toujours placé les collaborateurs au cœur de sa stratégie d'entreprise. Nous avons un modèle attractif et reconnu de partage de notre croissance avec nos salariés, complété par une politique ambitieuse en matière d'avantages collectifs.

— **CE QUE NOUS ALLONS FAIRE**

Nous voulons que notre développement géographique s'accompagne de la mise en place de la protection sociale pour les employés de L'Oréal partout dans le monde. Nos salariés bénéficieront d'une couverture santé alignée sur les meilleures pratiques de leur pays de résidence. Une protection financière sera mise en place pour tous nos employés si des événements imprévus de la vie tels qu'une invalidité permanente se produisaient. Chaque employé de L'Oréal aura accès à au moins une formation par an, où qu'il soit dans le monde.



ENGAGEMENT

EN 2020, 100% DE NOS FOURNISSEURS STRATÉGIQUES PARTICIPERONT À NOTRE PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DESTINÉ AUX FOURNISSEURS.

— CE QUE NOUS FAISONS DÉJÀ

Comme d'autres, nous avons une stratégie de vérification importante de notre chaîne d'approvisionnement. Nous avons réalisé plus de 4400 audits sociaux dans le monde depuis 2006. Nous avons établi des relations partenariales avec nos fournisseurs. Par exemple, en associant 133 d'entre eux en 2012 au Carbon Disclosure Project.

— CE QUE NOUS ALLONS FAIRE

Nous voulons associer nos fournisseurs à nos engagements et nous voulons nous améliorer tout en les aidant aussi à s'améliorer. Nous partagerons nos outils de formation avec eux. Tous nos fournisseurs stratégiques seront évalués et sélectionnés sur leurs performances sociales et environnementales. Nous les aiderons à effectuer une autoévaluation de leurs politiques de développement durable. En outre, 20% de nos fournisseurs stratégiques seront associés à notre programme de Solidarity sourcing.

ENGAGEMENT

EN 2020, NOUS AURONS PERMIS À PLUS DE 100 000 PERSONNES ISSUES DE COMMUNAUTÉS EN DIFFICULTÉS SOCIALES OU FINANCIÈRES, D'ACCÉDER À UN EMPLOI.

— CE QUE NOUS FAISONS DÉJÀ

Partager notre succès et notre croissance avec les communautés qui nous entourent a depuis toujours fait partie de notre ADN. Nous avons établi des relations solides avec les communautés qui nous entourent, autour de nos usines et bâtiments administratifs. Nous avons mis en place de nombreuses initiatives : des programmes de commerce équitable, des programmes de mécénat notamment liés à la confiance en soi que peut procurer la beauté, des actions de coaching ou d'éducation au sein des communautés.

— CE QUE NOUS ALLONS FAIRE

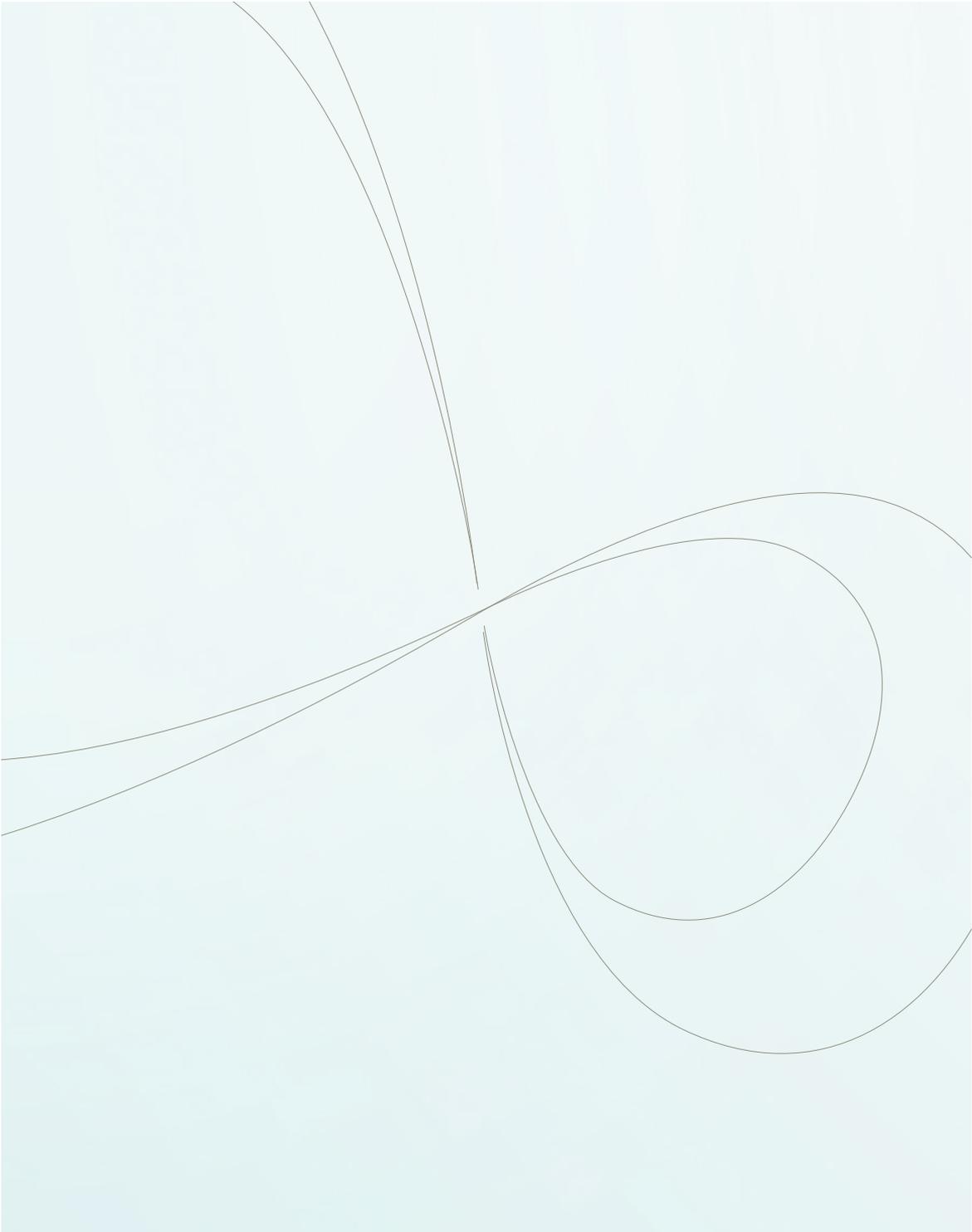
Pour accélérer le développement de nos différents projets, nous nous engageons à permettre à 100 000 personnes en difficulté d'accéder à l'emploi d'ici 2020. Nous le ferons grâce à notre programme Solidarity sourcing, qui promeut l'inclusion en favorisant des achats responsables, grâce à des modèles de distribution inclusifs que nous mettrons en place à travers le monde, grâce à nos initiatives en matière de professionnalisation de la beauté, grâce à nos actions de coaching et d'éducation, et grâce à l'emploi, dans nos effectifs, de personnes en situation de handicap et de groupes socio-ethniques sous-représentés.



REPORTING *ET PROGRÈS*

Nous nous engageons à communiquer régulièrement sur nos progrès sur chacun des objectifs, et mettons en place des indicateurs qui nous permettront de le faire. Un panel d'experts internationaux indépendants, présidé par José María Figueres, ancien Président du Costa Rica, examinera nos avancées une fois par an et nous aidera à tenir nos engagements.

Pour en savoir plus :
www.loreal.fr/sharingbeautywithall



L'ORÉAL

www.loreal.fr/sharingbeautywithall