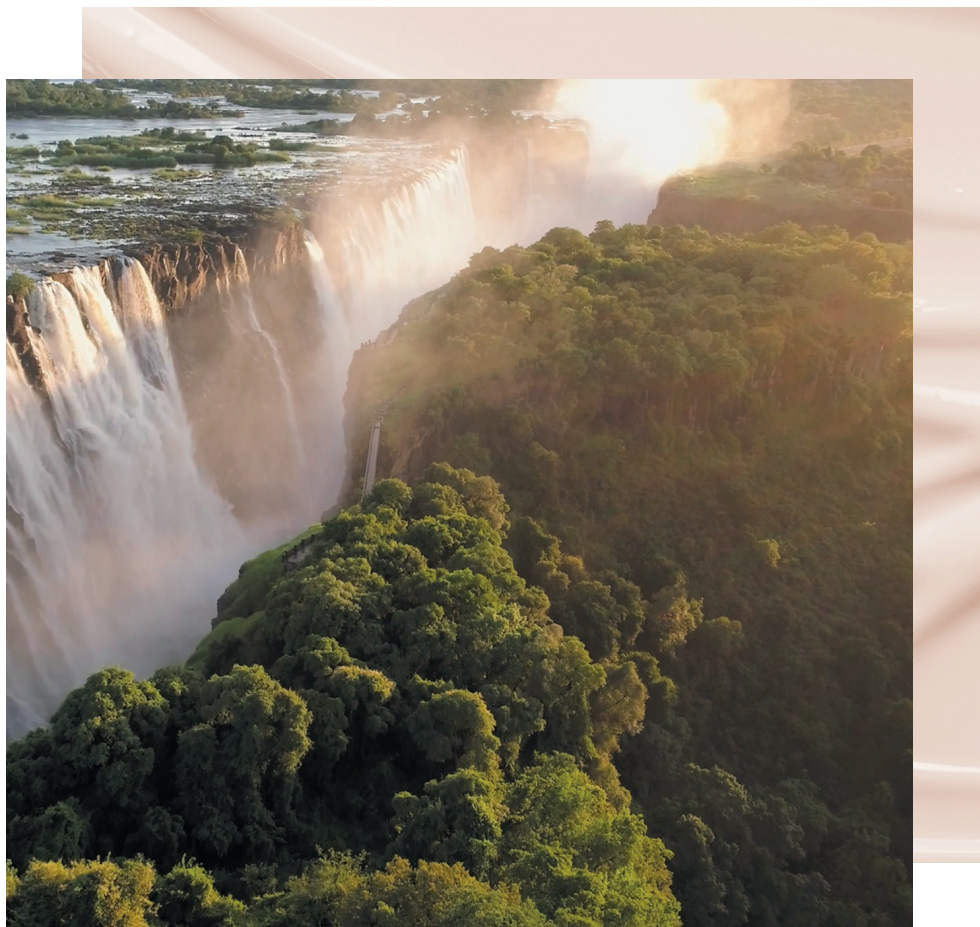


L'ORÉAL POUR LE FUTUR

L'ORÉAL
PARIS



PARCE QUE NOTRE PLANÈTE LE VAUT BIEN

RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2022

PARCE QUE NOTRE PLANÈTE LE VAUT BIEN

QUELS SONT LES ENJEUX ?

Le réchauffement climatique et les changements environnementaux peuvent provoquer la dégradation permanente des habitats naturels et humains. Il relève de notre responsabilité collective de contrer ces menaces, et les grandes entreprises ont un rôle à jouer dans ce domaine. Le programme « L'Oréal pour le Futur » incarne les deux dimensions complémentaires de ce que nous considérons comme la responsabilité d'entreprise : nous diriger vers un modèle économique de plus en plus durable et contribuer à relever les défis sociaux et environnementaux.

En 2015, lors de la Conférence de Paris sur les changements climatiques (COP21), nous avons compté parmi les 100 premiers membres de l'initiative Science Based Targets, qui encourage les entreprises à aligner leur parcours de décarbonation sur les objectifs de l'Accord de Paris. En matière de changement climatique, notre objectif principal consiste à réduire nos émissions de gaz à effet de serre de façon à ne pas dépasser un réchauffement de 1,5 °C. En tant que marque phare du Groupe L'Oréal, L'Oréal Paris contribue directement à ces réalisations.

QUEL EST NOTRE RÔLE EN TANT QUE LEADER MONDIAL ?

En prenant en considération la stratégie et les objectifs du Groupe, nous avons élaboré un plan décennal (2020-2030) articulé autour d'objectifs ambitieux et renforcé par notre croyance en l'émancipation des femmes et dans le pouvoir de la science. Nous faisons tout pour assurer une transition équitable et durable qui profite à tous, en mettant l'accent sur les enjeux professionnels, sociaux et environnementaux. Nous actionnons les trois leviers du développement durable :

- Économie : notre approche d'éco-conception systématique nous permet d'améliorer en continu le profil environnemental de nos produits tout au long de leur cycle de vie.
- Environnement : nous ambitionnons de réduire de moitié nos émissions de CO₂ par produit vendu d'ici 2030 et soutenons les entrepreneuses qui se consacrent à des projets environnementaux.
- Société : nous favorisons l'émancipation de toutes les femmes à travers notre campagne de lutte contre le harcèlement de rue (Stand Up).



SOMMAIRE

L'ORÉAL POUR LE FUTUR P. 02

ÉDITORIAL P. 04

I. NOTRE AMBITION : FAÇONNER L'AVENIR DE LA BEAUTÉ ENSEMBLE

RÉALISATIONS ET OBJECTIFS

P. 08

01"	PROPOSER DES MODES DE CONSOMMATION PLUS DURABLES GRÂCE À NOS PRODUITS	• Réinventer nos formules	P. 12
		• Optimiser nos conditionnements	P. 14
		• Transformer notre secteur	P. 18
02"	RESPONSABILISER NOTRE ÉCOSYSTÈME D'AFFAIRES EN VUE D'UNE TRANSITION PLUS DURABLE	• Des fournisseurs inclusifs et responsables...	P. 22
		• ... aux expériences en magasin éco-conçues	P. 24
03"	AIDER NOS CONSOMMATEURS À FAIRE DES CHOIX PLUS RESPONSABLES	• L'éco-score produit	P. 28

II. NOTRE MISSION : FAVORISER L'ÉMANCIPATION DES FEMMES PARTOUT DANS LE MONDE

- Parce que vous le valez bien P. 32
- Nous sommes des femmes de la Terre P. 36
- Stand Up, contre le harcèlement de rue P. 34

ASSURANCE

L'Oréal Paris rend compte ici de l'évolution de sa performance en matière de développement durable et de ses réalisations à la fin de l'année 2022. Les chiffres et les activités liés à cette performance sont présentés en détail dans les pages de ce rapport. Deloitte a exprimé une assurance limitée concernant les indicateurs identifiés par cette coche ☑.



DELPHINE VIGUIER-HOVASSE,
DIRECTRICE GÉNÉRALE INTERNATIONALE DE L'ORÉAL PARIS

TRAVAILLONS ENSEMBLE POUR FAÇONNER L'AVENIR DE LA BEAUTÉ

“

Nous sommes à la croisée des chemins : c'est le moment de choisir ce que nous voulons pour demain. Pour la planète, pour nos consommateurs et les communautés avec lesquelles nous interagissons, pour nos produits et pour le secteur de la beauté. Bientôt, il sera trop tard.

En tant que numéro un mondial de la beauté, L'Oréal Paris tient à saisir cette occasion pour tracer une nouvelle voie vers un avenir plus responsable afin d'assurer une transition équitable et durable au sein de son secteur. Une telle aventure et une telle responsabilité se partagent. Nous sommes déterminés à apporter notre contribution, tout en unissant nos forces avec nos parties prenantes.

Notre programme « L'Oréal pour le Futur, parce que notre planète le vaut bien » repose sur une triple ambition, dont chaque volet s'accompagne d'une série d'initiatives et d'objectifs concrets :

- Transformer notre activité, en créant des produits plus durables et en aidant les consommateurs à prendre des habitudes plus responsables
- Associer notre écosystème à notre transformation, en mobilisant l'ensemble de nos fournisseurs, détaillants et ambassadeurs pour améliorer collectivement notre modèle et partager notre croissance avec les communautés avec lesquelles nous interagissons
- Contribuer à relever les défis de notre temps, surtout ceux qui concernent les femmes, en soutenant des initiatives qui permettent de proposer des solutions aux

problèmes sociaux et environnementaux les plus pressants, comme le harcèlement de rue et l'urgence climatique

Pour relever ces défis, nous pouvons compter sur notre expertise scientifique de pointe, associée au meilleur de la technologie. Nous sommes capables d'innover en permanence, en élaborant des formules toujours plus responsables inspirées par la nature, grâce à la révolution que connaissent les sciences vertes. Nous procédons à la refonte du cycle de vie de nos produits à travers des innovations scientifiques majeures qui obéissent aux principes de l'économie circulaire, en améliorant sensiblement nos sites de production et de distribution au passage. Mais ce n'est pas tout. Nous ambitionnons de réduire de moitié nos émissions de CO₂ par unité vendue d'ici 2030.

Il nous reste encore un long chemin à parcourir, mais nous sommes déterminés. Nous donnons aux membres de nos équipes les moyens de devenir des experts en développement durable. Nous plaçons les problématiques sociales et environnementales au cœur de nos actions au quotidien.

Nous voulons placer la barre plus haut pour l'ensemble de notre secteur en vue d'offrir le meilleur de la beauté tout en assumant nos responsabilités envers la planète.

Parce que cela en vaut bien la peine.

Parce que vous le valez bien.

Parce que notre planète le vaut bien. ”



NOTRE AMBITION :

FAÇONNER
L'AVENIR
DE LA
BEAUTÉ
ENSEMBLE

RÉALISATIONS ET OBJECTIFS

Forte de ses réalisations à ce jour, la marque L’Oréal Paris s’est fixé de nouveaux objectifs de développement durable ambitieux pour 2025 et 2030, dans la lignée du programme du Groupe L’Oréal. Ils constitueront autant de points de repère pour rendre la beauté plus durable en réduisant nos émissions de carbone.

	AUJOURD’HUI	DEMAIN
CLIMAT	En 2022, l’empreinte carbone mondiale de L’Oréal Paris était de 3 328 000 tCO₂ eq (scopes 1, 2 et 3), soit 30 % de l’empreinte carbone mondiale du Groupe.	D’ici 2030, nous aurons réduit de 50 % nos émissions de CO ₂ par produit vendu par rapport à 2016.
	Principaux critères de diagnostic de notre empreinte CO ₂ en 2022 :  Formule : 10 %  Conditionnement : 16 %  Utilisation du produit : 45 %	
	En 2022, 65 % de nos sites industriels (usines et centres de distribution) étaient alimentés par des énergies renouvelables.	D’ici 2025, 100 % de nos sites industriels (usines et centres de distribution) seront alimentés par des énergies renouvelables.
IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS PRODUITS	En 2022, 95 % ☺ de nos produits nouveaux et rénovés étaient améliorés sur la base de la méthodologie du cycle de vie ⁽¹⁾ .	D’ici 2025, 100 % de nos nouveaux produits rénovés seront améliorés sur la base de la méthodologie du cycle de vie ⁽¹⁾ .
CONDITIONNEMENT	En 2022, 36 % du plastique était issu de matériaux recyclés ou biosourcés.	D’ici 2025, 50 % du plastique proviendra de matériaux recyclés ou biosourcés, éliminant ainsi le recours au plastique vierge issu de la pétrochimie. D’ici 2030, ce chiffre atteindra 100 % .
	En 2022, 85 % ☺ du PET utilisé par L’Oréal Paris était fabriqué à partir de plastique recyclé.	D’ici 2030, 100 % du PET utilisé par L’Oréal Paris sera fabriqué à partir de plastique recyclé.
	En 2022, 47 % ☺ de nos conditionnements en plastique étaient rechargeables, réutilisables, recyclables ou compostables.	D’ici 2025, 100 % de nos conditionnements en plastique seront rechargeables, recyclables, réutilisables ou compostables.
	En 2022, nous avons réduit de 9,46 % ☺ en intensité la quantité d’emballages utilisés pour nos produits par rapport à 2019.	D’ici 2030, nous réduirons de 20 % en intensité la quantité d’emballages utilisés pour nos produits par rapport à 2019.

(1) Les produits améliorés comprennent les produits bénéficiant d’une formule et/ou d’un conditionnement nouveaux ou repensés (à l’exclusion des évolutions en matière de sous-traitance et de réglementation), et dont l’impact social ou environnemental est amélioré selon notre méthode **SPOT** (Sustainable Product Optimisation Tool). Celle-ci repose sur des critères tels que la chimie verte, le caractère renouvelable, la biodégradabilité, l’écotoxicité, les matériaux recyclés et la gestion de la fin de vie, la contribution aux communautés, l’affichage des informations et l’accessibilité.

AUJOURD’HUI

DEMAIN

FORMULES

En 2022, **65 %** ☺ de nos ingrédients étaient biosourcés, ou issus de minéraux abondants ou de procédés circulaires.

D’ici 2030, **95 %** de nos ingrédients seront biosourcés, issus de minéraux abondants ou de procédés circulaires.

En 2022, nos formules étaient biodégradables à **83 %** ☺ (hors maquillage).

D’ici 2030, nous souhaitons que nos formules soient biodégradables à **95 %**.

USINES

En 2022, **21 %** ☺ de nos usines étaient des « waterloop factories ». Cela représente **5** ☺ des 24 usines de L’Oréal Paris.

D’ici 2030, **100 %** de nos usines seront des « waterloop factories ».

En 2022, **50 %** ☺ de nos usines étaient alimentées par des énergies renouvelables. Cela représente **12** ☺ des **24** ☺ usines de L’Oréal Paris.

D’ici 2025, **100 %** de nos usines seront alimentées par des énergies renouvelables.

APPROVISIONNEMENT SOLIDAIRE

En 2022, L’Oréal Paris a aidé plus de **9 800** ☺ personnes, dont plus d’un tiers étaient des femmes, à travers le programme Solidarity Sourcing.

QUE SONT LES ÉMISSIONS DE CARBONE DES SCOPES 1, 2 ET 3 ?

Le Groupe L’Oréal calcule et surveille les émissions de gaz à effet de serre (GES) liées à ses activités, conformément au GHG Protocol (Protocole des GES). Ces émissions se définissent comme suit :

• **Émissions du scope 1 :** ce sont les émissions directes de GES liées à la consommation de gaz et de combustible dans tous les sites exploités par le Groupe (usines, centres de distribution, sites administratifs et centres de recherche). Elles comprennent les émissions de GES associées à des fuites de gaz réfrigérant potentielles.

• **Émissions du scope 2 :** ce sont les émissions indirectes de GES liées à l’électricité, au chauffage, à la climatisation et à la vapeur achetés dans tous les sites exploités par le Groupe (usines, centres de distribution, sites administratifs et centres de recherche).

• **Émissions du scope 3 :** ce sont les autres émissions indirectes de GES, liées en particulier à la chaîne logistique (émissions « amont ») et à l’utilisation des produits et services au cours de leur cycle de vie (émissions « aval »).

01 //

PROPOSER DES MODES DE CONSOMMATION PLUS DURABLES GRÂCE À NOS PRODUITS

PROMOUVOIR ACTIVEMENT LA CONSOMMATION DURABLE...

Le Groupe cherche actuellement à **proposer des solutions qui permettent d'adopter des modes de consommation plus responsables**, et L'Oréal Paris participe à cet effort général. Ainsi, la marque prend des mesures pour améliorer l'empreinte environnementale et sociale de chaque produit, qu'il soit nouveau ou rénové.

... AVEC UNE SCIENCE DE POINTE

Chacune de ces améliorations est rendue possible grâce à l'expertise scientifique de pointe de notre marque pionnière. L'Oréal Paris **explore de nouvelles voies scientifiques et déploie toutes ses connaissances dans l'ensemble des catégories de soins de beauté pour mettre au point des formules sûres et efficaces plus respectueuses de l'environnement et de la biodiversité** en utilisant moins d'eau et plus d'ingrédients durables. Les équipes Développement produit et Packaging de L'Oréal Paris conçoivent par ailleurs des emballages plus légers ou plus compacts, avec davantage de matériaux recyclés. **L'Oréal Paris s'appuie sur son expertise scientifique de longue date pour aller plus loin dans la réduction de son impact environnemental.**



RÉINVENTER NOS FORMULES

Dans le but d'améliorer la durabilité de nos formules, les laboratoires Recherche & Innovation de L'Oréal développent en permanence de nouveaux ingrédients et technologies inspirés par des biomolécules issues des sciences vertes.

PAROLE D'EXPERT



SCIENCES VERTES, LA RÉVOLUTION DES FORMULES

COMMENT RÉINVENTER LES FORMULES POUR LES RENDRE PLUS DURABLES ?

« Le Groupe L'Oréal ayant été fondé par un scientifique, la démarche scientifique a toujours nourri la réflexion et l'expertise de ses collaborateurs. **En développant de nouveaux ingrédients et en nous appuyant sur les innovations issues des domaines de la haute technologie, de la biotechnologie et de l'agronomie reposant sur la chimie verte, le biomimétisme, la biofermentation ou l'éco-extraction, nous avons ouvert une voie inédite en matière de sciences vertes.** Nous avons ainsi pu renouveler et réinventer notre portefeuille de matières premières et de formulations, en adoptant le principe de circularité pour stimuler des innovations futures. Chaque formule se voit attribuer un éco-score qui dépend de ses matières premières, de sa biodégradabilité et de son impact environnemental.

SELON QUELS GRANDS AXES TRAVAILLEZ-VOUS POUR RÉINVENTER LES FORMULES, AUJOURD'HUI ET POUR DEMAIN ?

Actuellement, les équipes Recherche & Innovation de L'Oréal Paris s'attachent à améliorer le profil environnemental des formules en suivant trois grands axes :

01' Passer de la pétrochimie à la biotechnologie. Nous développons en permanence de nouveaux ingrédients et technologies inspirés par des biomolécules issues des sciences vertes. Nous découvrons ainsi des bénéfices cosmétiques sans compromettre la qualité ni l'innocuité, tout en réduisant notre impact environnemental.

02' Améliorer la biodégradabilité des formules. Nous visons à rendre nos formules biodégradables à 95 % à l'horizon 2030. En 2022, elles étaient biodégradables à 83 %. Certains produits contiennent encore des ingrédients non biodégradables, mais nous tâchons de limiter leur utilisation, en veillant à réduire le plus possible leur impact sur l'environnement aquatique lorsque nous ne pouvons pas nous en passer.

03' Réduire l'empreinte eau des formules. Certains produits de L'Oréal Paris ont un lien direct avec l'utilisation de l'eau : nos shampooings, après-shampooings, produits de coloration et nettoyants pour le visage doivent tous être rincés. Pour aider nos consommateurs à utiliser moins d'eau, nous mettons au point des formules sans eau innovantes, comme nos soins capillaires sans rinçage. Depuis 2020, le poids de nos produits sans rinçage a doublé dans la gamme Elseve, atteignant 6,4 % en volume et 12,5 % en valeur. »

ÉLISABETH BOUHADANA,

Directrice scientifique chez L'Oréal Paris

DE QUOI PARLONS-NOUS ?

BIODÉGRADABILITÉ ⁽¹⁾

Capacité des ingrédients à subir une dégradation biologique (sous l'action d'organismes vivants : bactéries, champignons...) qui les décompose en substances élémentaires sûres (CO₂, eau, minéraux...) sur une période limitée (de dix jours à six mois)

INGRÉDIENTS BIOSOURCÉS

Ingrédients d'origine naturelle ou issus de minéraux abondants

BONNES PRATIQUES

BIODÉGRADABILITÉ ⁽¹⁾

L'Oréal Paris améliore la biodégradabilité de ses formules pour limiter leur impact sur les écosystèmes. **La marque a développé le soin Elseve Bond Repair à l'acide citrique à l'aide des sciences vertes.** Il répare à merveille les cheveux abîmés, avec un impact environnemental limité.

- **83 %** de biodégradabilité ⁽¹⁾ pour la formule pré-shampooing
- **96 %** de biodégradabilité ⁽¹⁾ pour la formule shampooing
- **84 %** de biodégradabilité ⁽¹⁾ pour la formule après-shampooing



NATURALITÉ

La science de la coloration repose sur des réactions chimiques. Le choix des ingrédients est donc la clé d'un résultat fiable. **La gamme Casting Natural Gloss s'appuie sur une science de pointe qui garantit une formule plus durable.** Sans ammoniaque, sans silicone et **composée à 90 % d'ingrédients d'origine naturelle**, cette coloration nourrissante au complexe enrichi en miel ne transige pas sur les performances. Offrant un résultat ultra glossy, elle hydrate et adoucit chaque mèche grâce à une formule innovante, à la fois fiable et plus respectueuse de l'environnement.

AUCUN TEST SUR LES ANIMAUX

Précurseur dans la lutte contre l'expérimentation animale, **L'Oréal a banni cette pratique de ses laboratoires en 1989, quatorze ans avant l'entrée en vigueur de la réglementation européenne en la matière.**

Mise au point il y a plus de trente ans, **Episkin, la technologie exclusive de peau reconstituée de L'Oréal, pionnière dans ce domaine**, offre une alternative fiable et viable aux tests sur les animaux. **En reproduisant la structure de la peau humaine et en répliquant les conditions d'application du produit**, cette technologie permet, en quelques heures seulement, de prédire l'innocuité d'un ingrédient ou d'une formule, et de comparer ainsi les performances bien avant les tests cliniques.

(1) La biodégradabilité d'une formule dépend des ingrédients qui la composent. Nous parlons donc du pourcentage de biodégradabilité d'une formule, qui correspond au pourcentage de ses ingrédients biodégradables (par poids) par rapport à l'ensemble de ses ingrédients biologiques (c'est-à-dire qui contiennent du carbone issu d'organismes vivants).

BIODÉGRADABILITÉ ⁽¹⁾ ET RENOUVELABILITÉ

Co-crée avec des barbiers, la gamme **BarberClub** vise à susciter des émotions sans perdre de vue l'impact environnemental. **L'Oréal Men Expert a mis au point de nouvelles formules renouvelables et biodégradables extrêmement efficaces.**

Huile BarberClub

- **89 %** de biodégradabilité ⁽¹⁾
- **88 %** d'ingrédients biosourcés

Nettoyant BarberClub

- **96 %** de biodégradabilité ⁽¹⁾
- **87 %** d'ingrédients biosourcés

Crème coiffante BarberClub

- **90 %** de biodégradabilité ⁽¹⁾
- **86 %** d'ingrédients biosourcés



CHAQUE ANNÉE, LE CENTRE D'ÉVALUATION PRÉDICTIVE DE L'ORÉAL EN FRANCE PRODUIT ENVIRON

150 000 UNITÉS DE TISSUS RECONSTITUÉS.

ZÉRO TEST SUR ANIMAUX

3 CENTRES EPISKIN DANS LE MONDE :

- Gerland, en France
- Pudong, en Chine (depuis 2014)
- Rio de Janeiro, au Brésil (depuis 2018)

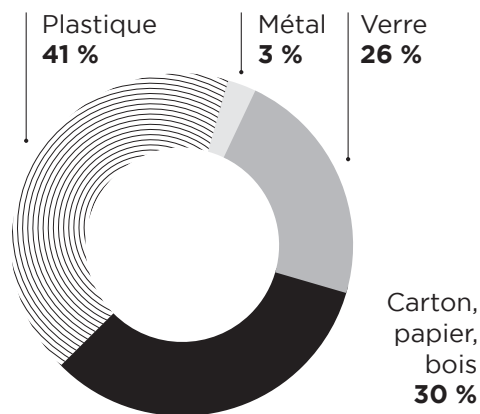
OPTIMISER NOS CONDITIONNEMENTS

L'Oréal Paris accélère sa transition vers l'économie circulaire en optimisant ses conditionnements. La priorité consiste à réduire la quantité globale d'emballages, puis à trouver pour chaque matériau une meilleure solution de remplacement, par exemple en concevant de nouveaux formats qui contiennent moins de plastique ou en choisissant des matériaux recyclés ou biosourcés au lieu du plastique vierge.

MATÉRIAUX

131 472 TONNES ✓

En 2022, nous avons utilisé **131 472 tonnes** ✓ de matériaux (primaires, secondaires et tertiaires), dont **54 121 tonnes** ✓ de plastique.



EN 2022

36 % du plastique était issu de matériaux recyclés ou biosourcés.

OBJECTIF 2025

D'ici là, **50 %** du plastique sera issu de matériaux recyclés ou biosourcés.

OBJECTIF 2030

D'ICI LÀ, CE CHIFFRE AURA ATTEINT **100 %**, éliminant le recours au plastique vierge issu de la pétrochimie.

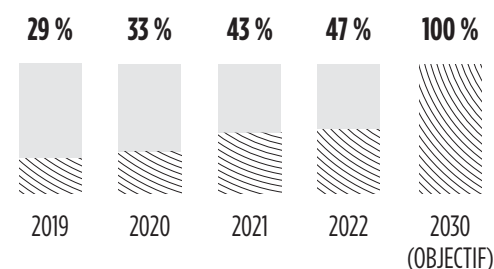
EN 2022

47 % ✓ DE NOS CONDITIONNEMENTS EN PLASTIQUE

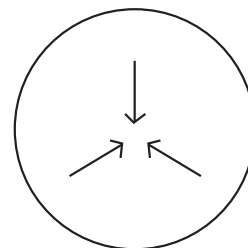
étaient rechargeables, réutilisables, recyclables ou compostables.

OBJECTIF 2030

D'ici là, **100 %** de nos conditionnements en plastique seront réutilisables, recyclables ou compostables.

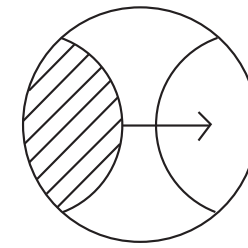


NOTRE STRATÉGIE DE CONDITIONNEMENT ÉCO-CONÇU



RÉDUIRE

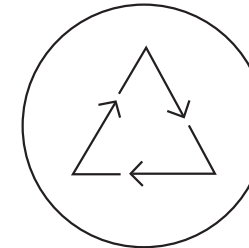
Nous réduisons le poids et la taille de nos emballages, ou nous les supprimons. L'Oréal Paris cherche des solutions de remplacement aux conditionnements à usage unique, en proposant non seulement des systèmes rechargeables, mais aussi des emballages réutilisables. Nous promovons également les multidoses à la place des monodoses.



REEMPLACER

Nous remplaçons certains matériaux par d'autres, moins nuisibles :

- en promouvant une économie circulaire, au moyen de matériaux recyclés après consommation ;
- en utilisant des matériaux renouvelables, tels que le plastique biosourcé.



RECYCLER

Nous améliorons la recyclabilité de nos conditionnements afin de réduire la quantité de matières premières requises pour les fabriquer, tout en les empêchant de se transformer en déchets. De plus, nous innovons pour que nos conditionnements soient recyclables sous tous leurs aspects dans les installations de tri des déchets et encourageons nos consommateurs à pratiquer le recyclage.

MEN EXPERT, EN QUÊTE DE NOUVELLES SOLUTIONS POUR UNE BEAUTÉ MASCULINE PLUS DURABLE

La franchise Men Expert de L'Oréal Paris poursuit ses efforts pour rendre tous ses conditionnements plus responsables.

EN 2022

- Nos flacons de gel douche étaient en plastique recyclé ⁽³⁾, soit plus de 930 tonnes de plastique vierge économisées ⁽⁴⁾.



- Le déodorant atomiseur compressé utilisait 30 % d'aluminium de moins que les formats non compressés (l'équivalent de 3,4 tonnes d'aluminium évitées en un an ⁽⁵⁾), ce qui a permis de réduire les gaz de 50 % par rapport au format standard.



- Nous avons allégé de 14,5 g le pot de crème BarberClub, qui contient au moins 20 % de verre recyclé et recyclable.



(3) Hors bouchons, colorants et additifs.

(4) En 2022, 100 % du plastique (PET) utilisé pour les gels douche Men Expert dans le monde était recyclé. En utilisant du plastique recyclé dans les emballages des gels douche Men Expert, la marque a économisé l'équivalent de 930 tonnes de plastique vierge.

(5) Par rapport au conditionnement non compressé, sur la base des quantités de 2021 pour Carbon Protect et Shirt Protect.

PAROLE D'EXPERT



RÉDUIRE, REMPLACER, RECYCLER : L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE S'ÉLOIGNE DU PLASTIQUE

EN MATIÈRE DE CONDITIONNEMENT, QUELLE EST LA CONTRIBUTION DE L'ORÉAL PARIS AUX RÉALISATIONS DU GROUPE ? QUELS SONT LES GRANDS OBJECTIFS DU GROUPE DANS CE DOMAINE ?

« L'Oréal Paris est la marque emblématique du Groupe L'Oréal, avec tout le poids et l'héritage que cela suppose ! Étant responsable d'un tiers des emballages produits par le Groupe, L'Oréal Paris prend une part active à sa réussite et a naturellement un impact considérable sur les progrès réalisés à l'échelle mondiale. Au niveau du Groupe, nous avons fixé des objectifs clairs visant à relever trois grands défis :

01' Réduire l'intensité des emballages : **d'ici 2030, nous nous engageons à réduire l'intensité de nos emballages de 20 % par rapport à 2019** ; aujourd'hui, nous en sommes à -3 %. L'Oréal Paris a déjà réduit l'intensité de ses emballages de 9,46 %.

02' Tout faire pour abandonner le plastique vierge d'origine fossile, avec les jalons de **-50 % d'ici 2025 et de -100 % d'ici 2030, en lui préférant des matériaux recyclés ou biosourcés**. En 2022, c'était déjà le cas pour 26 % de notre portefeuille plastique par poids. L'Oréal Paris en est à 36 % de son portefeuille et contribue donc activement aux résultats du Groupe.

03' Enfin, **atteindre d'ici 2030 100 % d'emballages en plastique réutilisables, recyclables ou compostables**. En 2022, nous en étions à 38 % des emballages en plastique par poids pour le Groupe et à 47 % pour L'Oréal Paris. Avec une longueur d'avance, la marque a décidé de se fixer l'objectif ambitieux de rendre 100 % de ses emballages en plastique réutilisables, recyclables ou compostables plutôt d'ici 2025.

BRICE ANDRÉ,
Directeur mondial Packaging durable chez L'Oréal

QUE FAISONS-NOUS POUR ATTEINDRE CES OBJECTIFS ?

Pour réduire l'intensité de nos emballages, au-delà des efforts d'allègement traditionnels, nous introduisons des modèles de réutilisation. C'est un excellent moyen de procéder, que nous comptons déployer à grande échelle. Par ailleurs, nous repensons nos anciens choix en développant des matériaux à plus faible impact environnemental au sein de notre portefeuille de solutions. Ainsi, nous remplaçons (dans la mesure des possibilités et des usages) le plastique par du carton, le plastique vierge par du recyclé, etc.

La circularité de notre packaging est aussi au cœur de nos préoccupations. Dans cette optique, nous soutenons des programmes de responsabilité élargie des producteurs afin de participer au développement de canaux de recyclabilité.

Dernier point, et non des moindres, nous nous engageons à renforcer l'éco-désirabilité de nos produits. Pour ce faire, nous élaborons des solutions durables attrayantes : en plus d'utiliser des matériaux à faible impact, nous prêtons une grande attention à la conception et visons à communiquer en toute transparence des informations qui promeuvent l'éco-conception. »

ELSEVE, À LA POINTE POUR DES SOINS CAPILLAIRES PLUS DURABLES



UN NOUVEAU CONDITIONNEMENT EN ÉCO-RECHARGE

Elseve a lancé sa nouvelle éco-recharge, qui offre le meilleur des soins capillaires dans un format rechargeable : la poche recyclable en mono-matériau (PE) d'une capacité de 500 ml.

-75 % DE PLASTIQUE PAR RAPPORT
À L'ÉQUIVALENT DE DEUX FLACONS
DE SHAMPOOING ELSEVE ⁽²⁾

-60 %
D'ÉMISSIONS
DE CARBONE ⁽³⁾

DISPONIBLE DEPUIS 2021
AU ROYAUME-UNI ET
DEPUIS 2022 EN FRANCE,
EN ALLEMAGNE, EN ESPAGNE,
EN ITALIE, AU BENELUX, EN
GRÈCE ET EN SCANDINAVIE

La catégorie des soins capillaires représente près de 50 % du volume des ventes de L'Oréal Paris, et 57 % de ses émissions de carbone ⁽¹⁾. Elseve est donc une priorité pour la marque si elle veut concrétiser son ambition et atteindre ses objectifs. La franchise Elseve est une pionnière de l'économie circulaire dans notre secteur grâce à des initiatives innovantes et stratégiques qui révolutionnent tant le produit et l'écosystème de distribution que les habitudes de consommation.

EN 2022

• Cette année-là,

92 % DU PET UTILISÉ POUR LES FLACONS DE SHAMPOOING
ET D'APRÈS-SHAMPOOING ELSEVE

était composé de plastique recyclé à l'échelle mondiale, soit 13 000 tonnes ☑ de plastique vierge en moins .

Depuis 2020, 100 % de nos flacons de shampooing et d'après-shampooing Elseve en Europe sont fabriqués à partir de PET recyclé. En utilisant du plastique recyclé dans les emballages Elseve, la marque a économisé l'équivalent de 6 900 tonnes ☑ de plastique vierge.

• Dans le monde, **48 %** des emballages de nos soins capillaires et produits de coiffage étaient composés de plastique recyclé.

• **99 %** du plastique (PET) utilisé pour les flacons de shampooing et d'après-shampooing Elseve en Europe était recyclé ☑.

ET ENSUITE ?

Nous devons encore actualiser **50 %** du packaging en plastique Elseve, notamment le polyéthylène (PE) et le polypropylène (PP) des couvercles et des pots, pour atteindre **100 %** de plastique recyclé ou biosourcé d'ici 2030.

(1) Périmètre produit uniquement (formule, conditionnement, fin de vie et phase d'utilisation) - données de 2021.

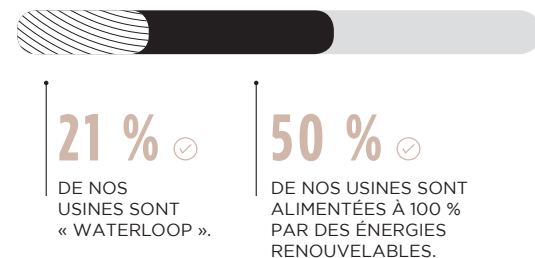
(2) Par rapport à deux flacons de shampooing Elseve de 250 ml.

(3) Pour un an (1 750 ml : un flacon de 250 ml + trois éco-recharges) avec flacon en plastique Elseve + éco-recharges, par rapport à un an avec des flacons en plastique de 250 ml Elseve pour le consommateur européen moyen, sur la base du cycle de vie complet du packaging, hors stockage chez le détaillant. Hors formule et phase d'utilisation.

Nos équipes Opérations ont engagé une profonde transformation tout au long de leur chaîne de valeur, de l'impact carbone de nos fournisseurs et de nos propres sites de production à la gestion de l'eau et des déchets, en passant par le transport et la logistique. La transformation de notre production en un système vertueux et responsable constitue un défi majeur.

PARMI LES 24 USINES DE L'ORÉAL PARIS DANS LE MONDE,

- 5** SONT DES « WATERLOOP FACTORIES ».
- 12** SONT ALIMENTÉES À 100 % PAR DES ÉNERGIES RENOUVELABLES.



PARMI LES 28 CENTRES DE DISTRIBUTION DE L'ORÉAL PARIS DANS LE MONDE,

- 22** SONT ALIMENTÉS À 100 % PAR DES ÉNERGIES RENOUVELABLES.

OBJECTIF 2025

100 %

DE NOS USINES SERONT ALIMENTÉES À 100 % PAR DES ÉNERGIES RENOUVELABLES.

OBJECTIF 2030

100 %

DE NOS USINES SERONT DES « WATERLOOP FACTORIES ».

NOS USINES DANS LE MONDE



● « WATERLOOP FACTORIES »

● USINES ALIMENTÉES À 100 % PAR DES ÉNERGIES RENOUVELABLES

○ AUTRES USINES



L'ORÉAL PARIS RÉVOLUTIONNE L'ÉCOSYSTÈME DE PRODUCTION DU GROUPE L'ORÉAL

EN MATIÈRE DE TRANSFORMATION DURABLE, QUELLE EST LA CONTRIBUTION DE L'ORÉAL PARIS AUX RÉALISATIONS DU GROUPE ?

« L'Oréal Paris exploite 24 usines dans le monde et s'engage fermement à opérer la transformation durable de ses outils de production pour offrir aux consommateurs des produits plus responsables tout au long de sa chaîne de valeur.

01' Nous renforçons la production locale. Actuellement, 90 % des unités L'Oréal Paris sont fabriquées dans la zone géographique où elles sont vendues, ce qui réduit les besoins de transport et les émissions de CO₂. Avec deux millions d'unités produites par an, la différence est indéniable.

02' Nous réduisons la consommation d'énergie et d'eau dans nos usines. Avec une gamme comme Elseve, L'Oréal Paris joue un rôle majeur dans nos usines consacrées aux soins capillaires, mais a également un effet sensible sur les usines de sa division qui fabriquent des soins de la peau. Pour réduire leur impact environnemental, nous avons mis au point des solutions d'énergie verte, développé l'auto-production énergétique (au Mexique et en Belgique, par exemple) et conclu des collaborations avec des autorités locales ou des entreprises externes pour avoir accès à une production d'énergie verte locale.

03' Afin d'atteindre l'objectif de réduction des emballages que L'Oréal Paris s'est fixé, **nous avons dû adapter nos installations industrielles, impliquer nos fournisseurs dans la recherche de solutions et repenser le packaging aussi bien que le transport.** La marque représentant 50 % des emballages générés par la division Produits Grands Publics de L'Oréal, ces innovations accélèrent notre transformation durable à l'échelle mondiale.

Ces initiatives aident nos fournisseurs et nos équipes, qui peuvent alors les étendre à d'autres produits, marques ou secteurs. Enfin, comme L'Oréal Paris réinvente sans cesse ses formules pour les rendre plus durables, **les outils de production nécessitent aussi une adaptation afin que les produits allient durabilité, qualité et innocuité.**

COMMENT LA MARQUE L'ORÉAL PARIS A-T-ELLE CHANGÉ LA DONNE EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR LE GROUPE ?

En plus de donner une impulsion positive face aux enjeux du développement durable, L'Oréal Paris a réussi à modifier ses procédés de production sans amoindrir le désir des consommateurs. Ses produits remplissent les critères ambitieux fixés par la marque en matière de durabilité, tout en maintenant son attrait esthétique : **L'Oréal Paris offre des choix de consommation plus durables qui restent fidèles à l'identité de la marque.** Dans cette optique, nous devons nous réinventer en permanence et trouver de nouveaux moyens de produire et d'élaborer des solutions qui peuvent ensuite s'étendre à d'autres marques et produits. »

DANIEL SEH,

VICE-PRÉSIDENT SÉNIOR Opérations mondiales de la division Produits Grands Publics chez L'Oréal

02 //

RESPONSABILISER NOTRE ÉCOSYSTÈME D'AFFAIRES

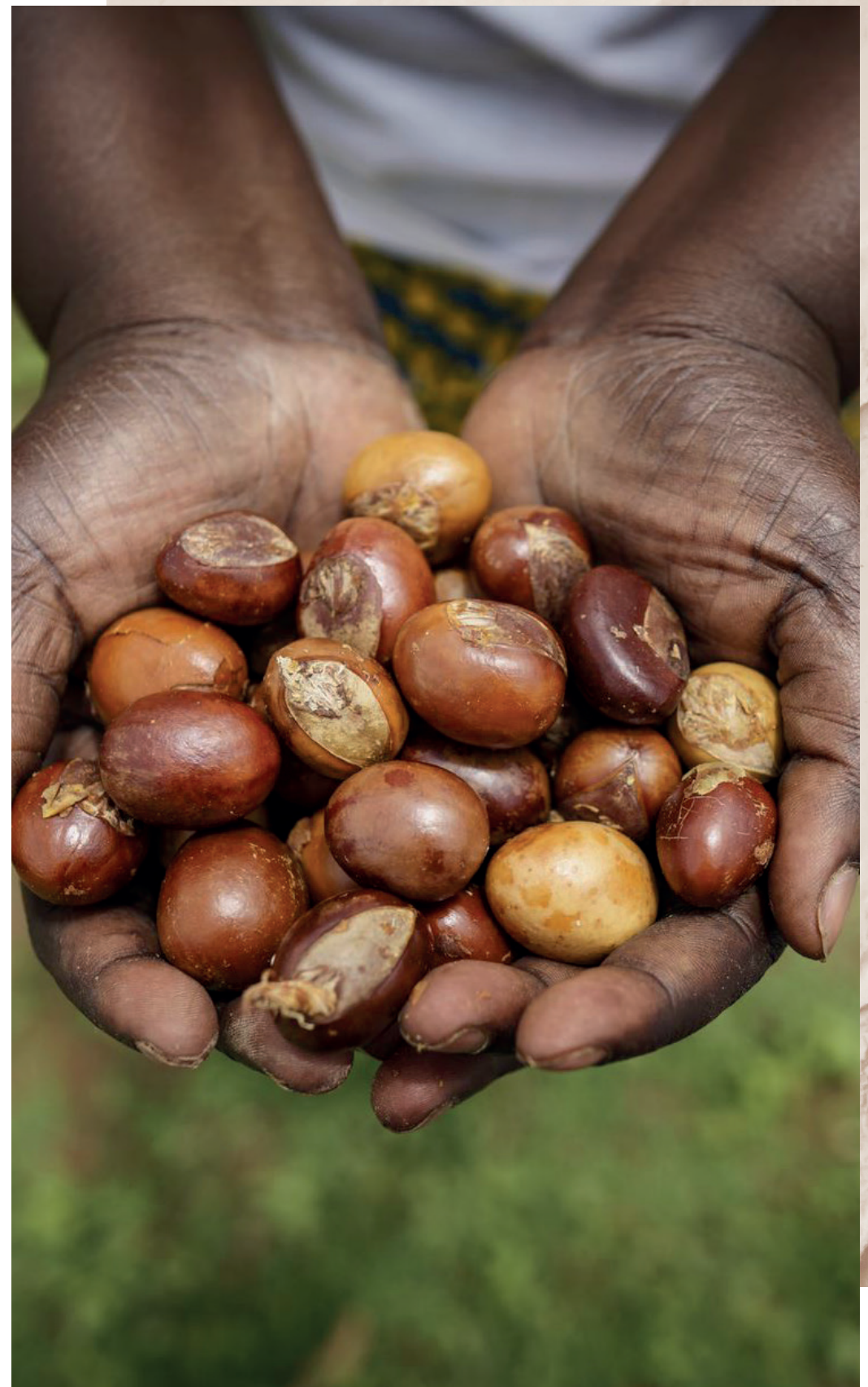
EN VUE D'UNE TRANSITION PLUS DURABLE

NOUS MOBILISONS NOS PARTIES PRENANTES...

Afin d'améliorer notre empreinte environnementale et sociale et de réduire nos émissions de carbone, **nous travaillons tout au long de notre chaîne de valeur, de l'approvisionnement en matières premières à la vente au détail, en passant par la fabrication et la distribution, en incitant nos équipes à stimuler le changement.** Nous nous sommes lancés dans une aventure décisive avec nos consommateurs en œuvrant chaque jour pour une consommation plus durable et plus responsable. Nous travaillons main dans la main avec nos parties prenantes à chaque phase du cycle de vie de nos produits.

... POUR RENDRE NOTRE SECTEUR PLUS INCLUSIF ET PLUS DURABLE

Nous soutenons tous les maillons de notre chaîne d'approvisionnement dans l'adoption de pratiques plus responsables. **Cela implique de travailler avec l'ensemble des acteurs, depuis les fournisseurs jusqu'aux détaillants.** Promouvoir l'agroécologie, développer l'agriculture durable, garantir un salaire décent aux collaborateurs du monde entier, permettre aux personnes défavorisées de trouver du travail, soutenir les femmes dans leurs entreprises et leurs combats, construire une économie circulaire, optimiser les transports ainsi que la gestion des déchets et réutiliser les ressources commerciales : voilà les grands axes autour desquels nous entendons galvaniser notre écosystème pour façonner un secteur de la beauté plus durable.



Nous travaillons main dans la main avec nos fournisseurs pour créer une société plus équitable et plus inclusive, en veillant à ce que notre croissance profite aux communautés locales. De plus, nous exhortons nos fournisseurs à prendre des engagements sérieux en matière de développement durable et à façonner ensemble un secteur de la beauté qui favorise un cercle plus vertueux tout au long de la chaîne de valeur.

SOLIDARITY SOURCING, UN PROGRAMME D'ACHATS MONDIAL

QU'EST-CE QUE SOLIDARITY SOURCING ?

Créé en 2010, **Solidarity Sourcing** est le programme d'achats inclusif mondial de L'Oréal. Il vise à mettre le pouvoir de négociation du Groupe au service de l'inclusion sociale en collaborant avec des fournisseurs qui permettent à des personnes généralement exclues du marché de l'emploi d'accéder à un travail assorti d'un revenu décent.

Chez L'Oréal Paris, nous participons à la stratégie mondiale du Groupe dans le cadre du programme **Solidarity Sourcing**, avec des projets partout dans le monde. Ce programme d'approvisionnement inclusif vise à acheter auprès de fournisseurs qui embauchent des collaborateurs venant de milieux défavorisés ou socialement marginalisés, dont des personnes handicapées, issues de minorités ethniques ou chômeuses de longue durée. **Nous élaborons et mettons en œuvre des programmes divers adaptés aux besoins locaux.**

EN 2022, L'ORÉAL PARIS COMPTAIT PLUS DE
9 800 ✓ BÉNÉFICIAIRES, DONT PLUS D'UN TIERS DE FEMMES.

NOS PROJETS SOLIDARITY SOURCING DANS LE MONDE



LUMIÈRE SUR LES PROJETS QUI SOUTIENNENT LES FEMMES

Fidèles à notre ADN, nous mettons l'accent sur les projets qui soutiennent les femmes. Nous avons misé sur trois grands types de projets :

- Approvisionnement équitable **(86,2 %)**
- Émancipation des femmes **(10,9 %)**
- Entreprises détenues par des femmes **(2,9 %)**

NOS PROJETS EN FAVEUR DES FEMMES DANS LE MONDE



Dans le cadre de nos efforts de vente et de marketing, nous concevons et produisons des présentoirs de point de vente et des articles promotionnels. Nous sommes déterminés à ne pas transiger sur la désirabilité des produits et des expériences ni sur la durabilité de l'ameublement et des matériaux. Nous tâchons toujours de réduire leur impact et de concevoir des expériences en magasin plus responsables, conformément à nos objectifs pour 2030.

LE LINÉAIRE MURAL DE MAQUILLAGE ÉCO-CONÇU

Notre impact environnemental procédant majoritairement des matières premières et de la phase d'utilisation, nous avons conçu le nouveau linéaire mural de maquillage L'Oréal Paris de façon à réduire notre consommation de plastique et d'énergie. Les résultats s'avèrent très encourageants :

LINÉAIRE MURAL DE 1 M :

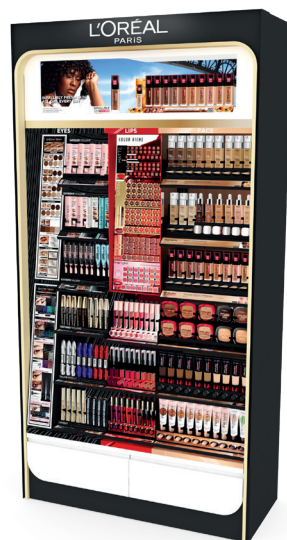
-33 %

DE CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE

+53 %

DE MATÉRIAUX RECYCLÉS

Par rapport au modèle de 1 m précédent ⁽¹⁾



LINÉAIRE MURAL DE 2 M :

-46 %

DE CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE

+61 %

DE MATÉRIAUX RECYCLÉS

Par rapport au modèle de 2 m précédent ⁽¹⁾



ET ENSUITE ?

Désireux de continuer à progresser, surtout sur le plan du poids et des émissions de carbone, nous avons déjà réduit nos émissions de CO₂ de 21 % avec le linéaire mural de 2 m, mais de seulement 6 % avec le modèle de 1 m (nous pouvons faire encore mieux !).

(1) Source : Évaluation du cycle de vie 2022 des unités design et signature pour le maquillage L'Oréal par DIAM



ALLIER DÉSI RABILITÉ ET DURABILITÉ DANS LA VENTE AU DÉTAIL

QUEL EST LE CYCLE D'ÉCO-CONCEPTION DU MERCHANDISING ? EN QUOI EST-IL IMPORTANT POUR L'ORÉAL PARIS ?

« Notre mission de retail designers consiste à donner corps à des campagnes produit et à trouver un moyen d'associer les besoins des équipes marketing et le développement durable. Chez nous, ce sont la fabrication et les matières premières qui ont le plus fort impact environnemental. Elles sont suivies par la « phase d'utilisation » (c'est-à-dire la consommation d'électricité, les mises à jour et la fin de vie) des produits. Nous axons donc notre réflexion sur ces éléments, en les intégrant à notre processus de conception quotidien.

QUELLES SONT LES PRINCIPALES RÉALISATIONS DE LA MARQUE EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS LE DOMAINE DE LA VENTE AU DÉTAIL ?

Nous avons déjà bien progressé en ce qui concerne la consommation électrique. Depuis 2016, nous avons trouvé deux nouveaux moyens d'alléger la facture d'électricité de nos linéaires de près de 40 % : utiliser des LED plus économes en moins grand nombre et adopter un éclairage intelligent. Nous avons aussi sérieusement cherché à améliorer l'impact environnemental de nos événements. **Pour ce faire, nous avons produit, fabriqué et testé notre propre système, baptisé « Podium pour le futur », qui est à la fois réutilisable et reconfigurable.** Nous visons ainsi à réduire drastiquement notre utilisation de matériaux. À l'échelle mondiale, nous élaborons des directives toutes simples pour favoriser le développement durable à chaque étape du processus d'activation afin de continuer à progresser.

QUELS SONT ACTUELLEMENT LES PRINCIPAUX DÉFIS ET OBJECTIFS DANS CE DOMAINE ?

NOTRE FEUILLE DE ROUTE SE CONCENTRE SUR CINQ OBJECTIFS CLÉS EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE :

- 01' Utiliser 100 % de carton et de bois provenant de forêts responsables, ce que nous faisons déjà
- 02' Augmenter le pourcentage de plastique recyclé dans notre merchandising permanent pour qu'il atteigne 30 % d'ici 2030
- 03' Optimiser le poids de nos structures et la quantité de matériaux que nous utilisons afin d'atteindre une réduction de 30 % à l'échelle mondiale d'ici 2030
- 04' Réduire la consommation électrique de 30 % à l'échelle mondiale d'ici 2025 (nous avons déjà donné le tempo en Europe, en la réduisant de 33 % à 47 %, selon la taille du contenu ; il nous reste à faire de même dans le reste du monde)
- 05' Veiller à ce que les matériaux puissent être décomposés et recyclés en fin de vie, ce qui implique d'utiliser moins de colle et de matières non recyclables »

CHARLES CARRINGTON,

Ingénieur Design mondial sénior chez L'Oréal Paris

03

AIDER NOS CONSOMMATEURS À FAIRE DES CHOIX PLUS RESPONSABLES

NOTRE AMBITION

DEVENIR UN LEADER DU PLAIDOYER POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE...

Dans un contexte d'urgence climatique et d'attentes fortes de la part de la clientèle, L'Oréal Paris cherche à permettre à chacun d'opérer des choix de consommation durables. Or, pour faire advenir le développement durable, il faut savoir évaluer l'impact des produits et agir pour le réduire. **Nous nous engageons à améliorer le profil environnemental et social de nos nouveaux produits renouvelés, chaque année et à partager ces informations avec nos consommateurs.**

... GRÂCE À DES OUTILS DÉDIÉS

L'Oréal Paris développe des outils conçus pour aider et informer ses parties prenantes, en particulier ses consommateurs, en vue de les soutenir dans leurs efforts. **L'éco-score produit constitue l'une de nos initiatives les plus importantes pour renseigner la clientèle en toute transparence à l'aide d'une méthodologie robuste.** Et nous souhaitons que tout notre secteur adhère à cette démarche.

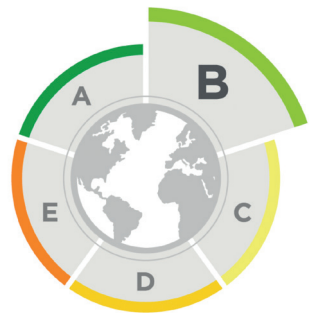


NOTRE AMBITION

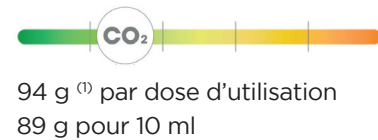
L'éco-score produit repose sur un système de notation du Groupe L'Oréal. Il donne une image précise de l'impact environnemental d'un produit en tenant compte de 14 facteurs à chaque phase de son cycle de vie. Chaque évaluation prend toutes les étapes en considération, de l'approvisionnement à la fin de vie du packaging, en passant par la production, le transport et l'utilisation par le consommateur.

Cette mention repose sur une méthodologie que L'Oréal a élaborée avec 11 experts scientifiques indépendants, en adéquation avec les recommandations de la Commission européenne pour évaluer scientifiquement l'impact environnemental d'un produit. L'application de notre méthodologie et les calculs associés ont été contrôlés par un auditeur tiers, Bureau Veritas.

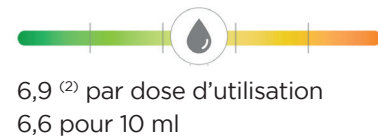
Impact environnemental global



Empreinte carbone



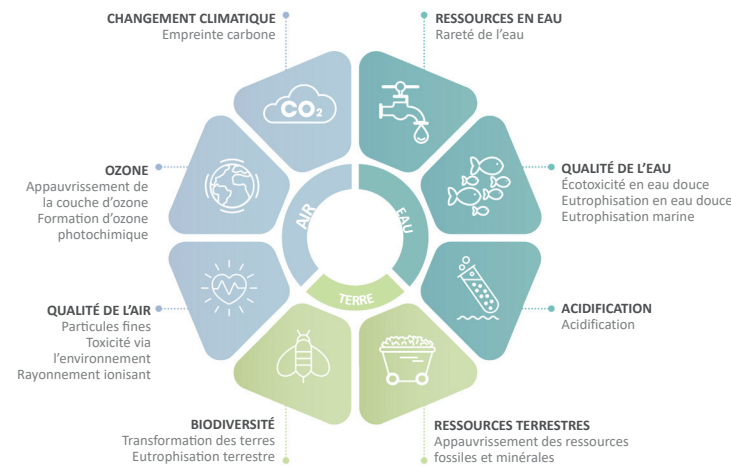
Empreinte eau



Les consommateurs peuvent accéder en toute transparence à ces renseignements en consultant les informations sur la production de soins capillaires fournies sur les sites Internet de la marque dans 24 pays européens. En 2023, cet éco-score produit sera étendu à d'autres marchés du monde ainsi qu'aux produits Men Expert et aux soins de la peau L'Oréal Paris.

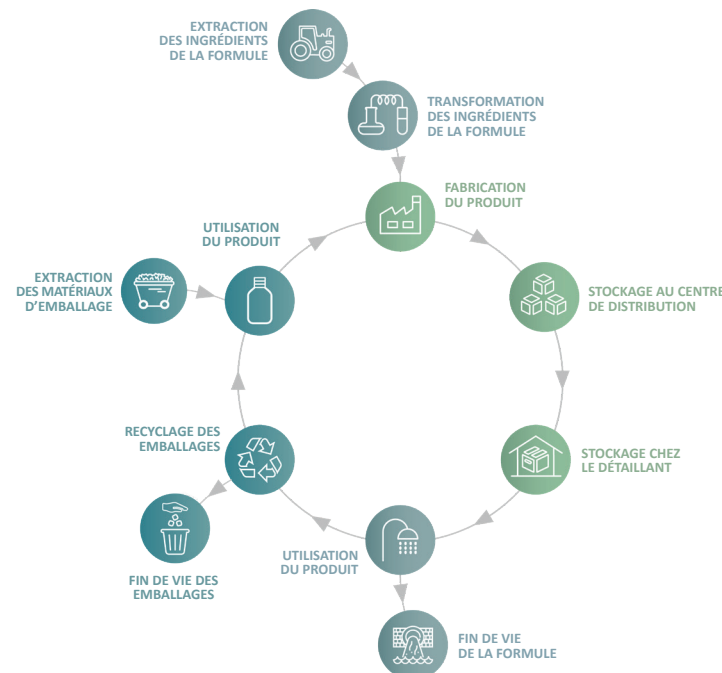
LES FACTEURS D'IMPACT PLANÉTAIRES

14 FACTEURS D'IMPACT PLANÉTAIRES SONT PRIS EN CONSIDÉRATION.



LE CYCLE DE VIE DU PRODUIT

Nous mesurons cet impact à chaque phase du cycle de vie du produit en étudiant non seulement l'approvisionnement, la production et le transport, mais aussi l'utilisation par le consommateur et la fin de vie du packaging.



PAROLE D'EXPERT



AIDER NOS CONSOMMATEURS DANS LEURS CHOIX

QUEL EST LE BUT DE L'ÉCO-SCORE PRODUIT ?

« Chez L'Oréal Paris, nous nous engageons à transformer notre chaîne de valeur et à mobiliser tout notre écosystème pour réduire l'impact de nos produits. Ainsi, nous appelons nos équipes, fournisseurs, détaillants et consommateurs à bouleverser leurs pratiques pour progresser ensemble vers une industrie de la beauté plus respectueuse de la planète. Dans un contexte d'urgence climatique et d'attentes fortes de la part de la clientèle, **notre éco-score produit s'avère plus judicieux que jamais, car il est spécialement conçu pour permettre aux consommateurs de faire des choix éclairés.** Cette note environnementale nous permet aussi d'évaluer notre portefeuille en permanence et d'améliorer sans cesse nos produits avec la plus grande transparence possible pour nos différentes parties prenantes. **Près de 80 % de nos produits affichent un éco-score A ou B et seulement 5 % ont un éco-score D ou E.** Nous élaborons actuellement des plans d'action pour nous améliorer dans ces deux derniers cas.

QUELLE SERA LA SUITE ?

En Europe, le mouvement des labels écologiques s'accélère, notamment dans l'industrie agroalimentaire et dans le secteur du logement. Les consommateurs veulent disposer d'indications plus compréhensibles afin de pouvoir faire des choix plus éclairés. Chez L'Oréal Paris, nous souhaitons lancer progressivement notre éco-score produit à grande échelle pour afficher en toute transparence l'impact environnemental de l'ensemble de nos catégories et de nos produits. Nous avons déjà inauguré notre éco-score en Europe pour nos soins capillaires en 2022. D'autres zones géographiques et catégories de produits suivront en 2023.

Notre éco-score produit encourage nos consommateurs à devenir nos partenaires pour favoriser des habitudes beauté plus durables. »

BARBARA BRESSAND-SUSSFELD,

Directrice RSE et Développement durable chez L'Oréal Paris

LE CONSORTIUM ECOBEAUTYSCORE

Nous nous engageons également à partager les enseignements tirés de notre initiative de marquage environnemental avec le consortium EcoBeautyScore.



OBJECTIF

Mettre au point un système sectoriel d'évaluation et de notation de l'impact environnemental pour les produits cosmétiques en vue d'aider les consommateurs à opérer des choix de consommation durables

MEMBRES

Le consortium EcoBeautyScore réunit plus de 60 petites et grandes entreprises et associations du secteur des cosmétiques et des produits d'hygiène, réparties sur quatre continents. Il reste ouvert à tout autre acteur de la beauté qui souhaite y adhérer.

POUR EN SAVOIR PLUS

Consultez le site Internet du consortium : <https://www.ecobeautyscore.com>

En attendant que son nouveau marquage soit disponible, L'Oréal continuera à afficher l'impact de ses produits par le biais du système existant.



NOTRE MISSION :

**FAVORISER
L'ÉMAN-
CIPATION
DES FEMMES
PARTOUT DANS
LE MONDE**

PARCE QUE VOUS LE VALEZ BIEN

Notre engagement environnemental a connu un tournant en 2020 avec notre ambitieux programme « L'Oréal pour le Futur, parce que notre planète le vaut bien ». Cependant, notre vision d'une société plus juste et plus durable n'est pas nouvelle. Nous travaillons main dans la main avec les femmes depuis de nombreuses années. Nous nous battons pour que toutes les femmes, quels que soient leurs origines, leurs croyances ou leurs modes de vie, puissent réaliser les projets qui leur tiennent à cœur et s'épanouir en tant qu'individus.

NOTRE CRI DE RALLIEMENT

Plus qu'une simple marque, L'Oréal Paris donne du pouvoir aux femmes. Avec ces quelques mots, « Parce que je le vauds bien », L'Oréal a lancé le tout premier message publicitaire destiné à promouvoir la confiance en soi. Il est apparu en 1971 comme un cri de ralliement réunissant les consommatrices autour de la marque. Cette phrase légendaire est devenue depuis un symbole qui permet aux femmes de tous âges et de tous horizons de croire en leur beauté et en leur valeur.

L'émancipation des femmes est au cœur de la mission de L'Oréal Paris. La marque les accompagne toutes dans leur poursuite de l'épanouissement, selon leurs aspirations et principes personnels. Pour L'Oréal Paris, l'estime de soi est une quête, et la beauté en est le catalyseur.

DE FEMME À FEMME

L'Oréal Paris permet à toutes les femmes de se sentir plus fortes et plus confiantes, en encourageant chacune à exprimer sa propre vision de la féminité et en soutenant celles qui veulent s'affirmer.

Nous pensons qu'il n'existe pas de vision standard, car la beauté est universellement originale. La famille L'Oréal Paris est composée d'ambassadrices de toutes les origines et de tous les horizons, notamment des secteurs du cinéma, de la mode et de la musique. Ces femmes d'exception, porte-parole internationales de la marque, reflètent la diversité de notre clientèle, toutes origines et tous âges confondus. Elles incarnent et défendent toutes à leur manière une force féminine en particulier pour mieux inspirer d'autres femmes à s'accomplir au quotidien à travers leur engagement en faveur de causes qui font écho à nos valeurs de féminisme, d'inclusion, d'égalité des droits et de développement durable.



Chez L'Oréal Paris, nous croyons en l'émancipation des femmes et sommes déterminés à joindre le geste à la parole. Fidèles à notre signature « Parce que je le vauds bien », nous voulons transformer ces mots en actions manifestes, en éliminant les obstacles qui empêchent les femmes de réaliser pleinement leur potentiel et qui brident l'estime de soi féminine.

Delphine Viguier-Hovasse, Directrice Générale Internationale de L'Oréal Paris



STAND UP

La marque L'Oréal Paris est fière de prendre l'engagement collectif de mettre fin au harcèlement de rue. Début 2020, nous avons lancé « **Stand Up, Agissons ensemble contre le harcèlement de rue** », un programme international de formation et de sensibilisation créé en partenariat avec l'ONG Right To Be.

Ce programme repose sur la méthode 5D, qui fournit des outils éprouvés permettant d'intervenir en cas de harcèlement de rue, en tant que victime ou simple témoin.

FEMMES DE LA TERRE

À présent, nous renforçons notre engagement environnemental en soutenant les femmes qui élaborent des solutions pour lutter contre le changement climatique. Dans cette optique, nous collaborons avec nos partenaires pour donner aux entrepreneuses porteuses de projets environnementaux les ressources nécessaires pour intensifier leurs efforts en tant qu'actrices du changement.



D'ICI 2023, L'ORÉAL PARIS AURA INVESTI

10 MILLIONS D'EUROS DANS DES PROJETS ENVIRONNEMENTAUX.

OBJECTIFS

ENTREPRENEURIAT COMMUNAUTAIRE AVEC WEA

1 200 ENTREPRENEUSES **720 000** MEMBRES DE COMMUNAUTÉS BÉNÉFICIAIRES DE LEURS PROJETS

ENTREPRENEURIAT AVEC ASHOKA MENTORAT INVERSÉ

PLUS DE

1,5 MILLION DE PERSONNES FORMÉES À LA MÉTHODE 5D CONTRE LE HARCÈLEMENT DE RUE DEPUIS 2020 DANS LE MONDE

OBJECTIF

2 MILLIONS DE PERSONNES FORMÉES D'ICI FIN 2023

4 800

COLLABORATEURS FORMÉS EN 2022

EN 2022

42 PAYS

ONT MIS EN ŒUVRE LE PROGRAMME DE FORMATION STAND UP À L'ÉCHELLE LOCALE.

PAYS

6 PAYS

EN 2023 : ÉTATS-UNIS, MEXIQUE, OUGANDA, KENYA, INDONÉSIE ET FRANCE. NOUS VISIONS UNE PORTÉE MONDIALE EN DÉVELOPPANT NOS PARTENARIATS.

L'Oréal Paris a encouragé des générations de femmes à prendre conscience de leur valeur en tant qu'individus. Le harcèlement de rue est le problème n° 1 ⁽¹⁾ auquel sont confrontées les femmes et les jeunes filles à l'échelle mondiale. La marque s'est associée à l'organisation à but non lucratif Right To Be pour former témoins et victimes à intervenir en toute sécurité en cas de harcèlement de rue.

NOTRE CAUSE

Le harcèlement de rue compte parmi les formes les plus répandues de violences sexistes dont sont victimes les femmes partout dans le monde. Il s'agit d'une attaque à la dignité et à l'intégrité.

80 %

DES FEMMES ONT DÉJÀ ÉTÉ VICTIMES DE HARCÈLEMENT SEXUEL DANS L'ESPACE PUBLIC ⁽¹⁾.

SEULEMENT 25 %

DES VICTIMES AFFIRMENT QUE QUELQU'UN LEUR EST VENU EN AIDE ET 86 % D'ENTRE NOUS NE SAVENT PAS QUOI FAIRE EN TANT QUE TÉMOINS.

Notre mission consiste à permettre à chacun de lutter contre ce genre de violence dans la mesure du possible. Tous les collaborateurs de L'Oréal Paris ont également été formés à ce sujet.

En collaboration avec notre partenaire international Right To Be et nos partenaires caritatifs locaux, nous organisons des séances de formation dans des espaces publics et en ligne, sur notre site standup-international.com.



(1) Étude internationale menée en 2021 par L'Oréal Paris en collaboration avec IPSOS. Données collectées dans huit pays auprès de plus de 15 000 participants.

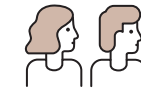
LA MÉTHODE 5D

Les 5D sont une méthode éprouvée permettant aux victimes ou aux témoins d'intervenir en cas de harcèlement de rue. Elle a vocation à mettre fin à la situation sans mettre en danger les personnes qui interviennent pour aider.



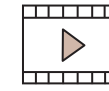
DISTRAIRE

Faites semblant d'être ami(e)s, demandez l'heure, créez une distraction, faites preuve d'imagination.



DÉLÉGUER

Trouvez une personne représentant l'autorité (par exemple un enseignant, un barman ou un chauffeur de bus) et demandez-lui d'intervenir.



DOCUMENTER

Regardez et observez, notez ou filmez les faits de harcèlement, remettez les images à la victime, ne les publiez jamais en ligne et ne les utilisez pas sans son autorisation.



DIRIGER

Adressez-vous au harceleur, puis focalisez votre attention sur la personne harcelée. Si le harceleur répond, ignorez-le, ne faites pas dégénérer la situation. Ne dirigez qu'en dernier ressort pour prévenir toute violence. Votre sécurité et celle de la personne harcelée passent avant tout.



DIALOGUER

Réconfortez la personne harcelée après l'incident et insistez sur le fait que le comportement du harceleur n'était pas normal. Agissez comme un(e) ami(e).



Les femmes sont particulièrement bien placées pour lutter contre le changement climatique et trouver des solutions pour s'y adapter. Premières victimes de ce phénomène, elles sont aussi les premières à contribuer aux actions sociales et environnementales. Fidèle à ses racines, L'Oréal Paris a donc décidé de soutenir les entrepreneuses porteuses de projets environnementaux qui mènent des initiatives en tant qu'agentes de l'action sociale et climatique. D'ici 2030, la marque aura investi 10 millions d'euros dans ces projets environnementaux dirigés par des femmes.

UN SEUL OBJECTIF

L'émancipation des femmes

UNE STRATÉGIE À DEUX VOILETS

- Lutte contre le changement climatique
- Soutien à l'entrepreneuriat féminin

UNE LARGE PALETTE D'INITIATIVES

Accélérer la protection climatique, créer des communautés plus inclusives et plus équitables ou encore renforcer l'économie circulaire : voilà quelques-unes des causes que L'Oréal Paris s'engage à défendre pour aider les entrepreneuses.

ASHOKA ENTREPRENEURIAT SOCIAL



ACTION

Soutenir l'entrepreneuriat féminin en couplant mentorat inversé et financement

PAYS PIONNIERS

France et Mexique

AMBITION

METTRE EN PLACE UN PARTENARIAT DE MENTORAT INVERSÉ qui permet à L'Oréal Paris et aux entreprises soutenues de partager leurs innovations, leurs compétences et leur expertise pour se renforcer mutuellement

PAROLE D'EXPERT



FAÇONNER L'AVENIR DE LA BEAUTÉ À TRAVERS UNE INNOVATION SOCIALE MENÉE PAR DES FEMMES

QUEL EST L'OBJECTIF DE VOTRE PARTENARIAT AVEC L'ORÉAL PARIS ?

« Nous voulons **mettre en avant les manières originales dont les femmes affrontent et affectent les plus grands enjeux sociaux à l'échelle mondiale.** Notre partenariat vise à façonner l'avenir de la beauté à travers l'innovation sociale, avec une approche à trois volets :

- Créer une communauté d'entrepreneurs sociaux qui trouvent de nouvelles solutions en matière d'égalité des sexes et de changement climatique
- Libérer une culture du changement au sein de L'Oréal Paris, en rapport avec le développement durable et l'impact social
- Contribuer à modifier le schéma narratif de la société au sujet de la beauté pour que chacun se sente fort. »

ARNAUD MOUROT, Co-directeur d'Ashoka Europe

WOMEN'S EARTH ALLIANCE

ENTREPRENEURIAT COMMUNAUTAIRE

ACTION

Investir dans des projets environnementaux portés par des entrepreneuses, en couplant formation et financement

PAYS PIONNIERS

- Afrique : Kenya et Ouganda
- Asie : Indonésie
- Amériques : Mexique et États-Unis

AMBITION

INVESTIR DANS LES PROJETS DE 1 200 ENTREPRENEUSES

SUR TROIS ANS, EN AIDANT AINSI 720 000 MEMBRES DE COMMUNAUTÉS QUI BÉNÉFICIENT DE LEURS SOLUTIONS



PAROLE D'EXPERT



AIDER LES ACTRICES DU CHANGEMENT À MAXIMISER LEUR POTENTIEL EN MATIÈRE D'ACTION CLIMATIQUE

EN QUOI EST-IL SI IMPORTANT D'ÉMANCIPER LES FEMMES DANS LE DOMAINE DE L'ENTREPRENEURIAT DURABLE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL ?

« Non seulement les femmes sont affectées de façon disproportionnée par l'urgence climatique et la destruction des écosystèmes, mais elles sont aussi idéalement placées pour y faire face. Pourtant, le sous-investissement et les iniquités structurelles privent cette moitié de la population mondiale de son potentiel pour façonner l'avenir sur la planète. Plus que jamais, **les femmes leaders communautaires** ont besoin d'outils, de bonnes pratiques, de mentorat, d'investissement financier et d'alliances pour réaliser le potentiel des solutions qu'elles apportent aux crises mondiales.

QUEL EST L'OBJECTIF DE VOTRE PARTENARIAT AVEC L'ORÉAL PARIS ?

Notre partenariat avec L'Oréal Paris nous permet de combler ce gigantesque déficit de ressources. L'Oréal Paris et la Women's Earth Alliance travailleront main dans la main pour doter les femmes leaders à travers le monde des compétences, outils, fonds et alliances nécessaires pour faire face à la crise climatique. **Notre programme dopera les projets climatiques portés par des femmes**, qui peuvent évoluer dans trois directions : générer de la prospérité économique, accélérer la protection climatique et créer des communautés à la fois saines, sûres et équitables. En collaborant dans des écosystèmes menacés par les changements climatiques à travers le monde, nous pouvons amplifier le pouvoir des femmes leaders communautaires pour protéger la Terre. »

MELINDA KRAMER,

Fondatrice et co-directrice exécutive de la Women's Earth Alliance

L'ORÉAL

PARIS

Société anonyme
immatriculée en France
avec un capital social
de 107 037 312,40 €
RCS Paris 632 012 100

Siège administratif :
41, rue Martre
92117 Clichy Cedex
France
Tél. : +33 (0)1 47 56 70 00

Siège social :
14, rue Royale
75008 Paris
France

www.loreal-paris.fr