

**L'ORÉAL POUR LE  
FUTUR  
PARCE QUE NOTRE  
PLANÈTE LE VAUT  
BIEN**

**2024**

**RAPPORT DE  
DÉVELOPPEMENT  
DURABLE**

**L'ORÉAL**  
PARIS

# L'ORÉAL POUR LE FUTUR, PARCE QUE NOTRE PLANÈTE LE VAUT BIEN.

## QUELS SONT LES ENJEUX ?

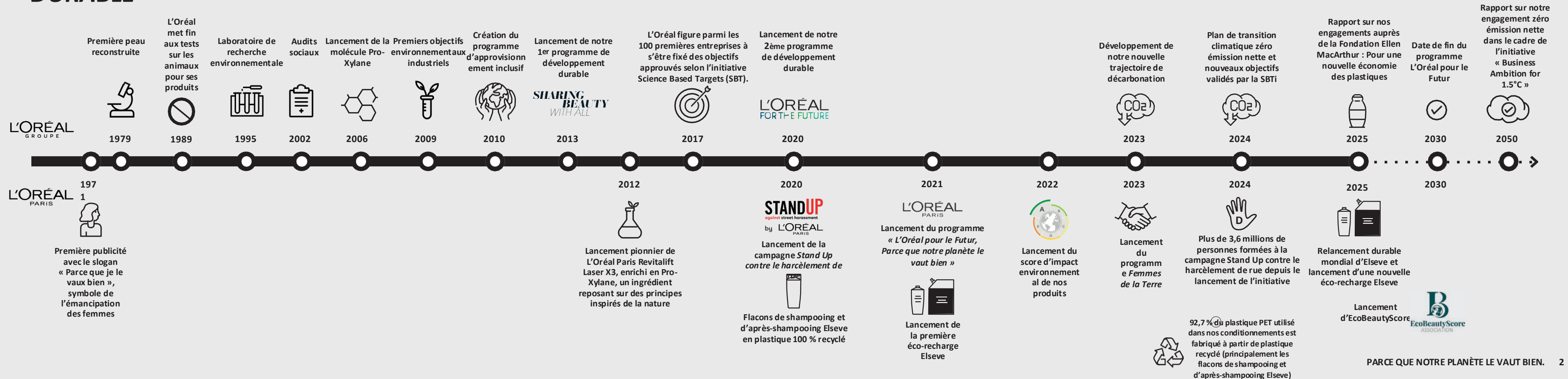
Le réchauffement climatique et les changements environnementaux peuvent provoquer la dégradation permanente des habitats naturels et humains. Il relève de notre responsabilité collective de contrer ces menaces, et les grandes entreprises ont leur rôle à jouer. Le programme *L'Oréal pour le Futur* s'articule autour de quatre piliers clés : accompagner la transition climatique, préserver la nature, promouvoir la circularité et soutenir les communautés. En 2015, lors de la Conférence des Nations unies sur le changement climatique (COP21) à Paris, 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 ?

Leader mondial des produits de beauté, notre marque fait également partie du premier groupe international dans ce domaine. Nous avons toujours gardé à l'esprit notre engagement pour la planète, et notre combat pour la cause des femmes fait partie de notre ADN depuis la création de L'Oréal. Forts de cet héritage, nous pouvons aujourd'hui aller encore plus loin, en apportant le meilleur de la « beauté pour tous », à travers à une transition juste et équitable.

Dans la continuité de la stratégie *L'Oréal pour le Futur* du Groupe, L'Oréal Paris a mis en place le programme *Parce que notre planète le vaut bien*. Cette initiative s'inscrit dans la lignée des objectifs ambitieux du Groupe et de la contribution de la marque à ces objectifs, et repose sur notre conviction que l'émancipation des femmes et le pouvoir de la science sont essentiels.

## NOTRE ACTION POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE



# Sommaire

ÉDITORIAL, PAR LAETITIA TOUPET,  
DIRECTRICE GÉNÉRALE INTERNATIONALE DE  
LA MARQUE L'ORÉAL PARIS

P. 04

ÉDITORIAL, PAR ELISE MESSERSCHMIDT,  
DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE RSE ET  
DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ORÉAL  
PARIS

P. 05

RÉALISATIONS DE 2024

P. 06

## 01 // Une approche unique et avant-gardiste de la conception de produits

RÉINVENTER NOS FORMULES

P. 08

OPTIMISER NOS  
CONDITIONNEMENTS

P. 12

NOS PRODUITS VEDETTES

P. 14

DONNER DU POUVOIR À NOS  
CONSOMMATEURS

P. 18

## 02 // Aux côtés des femmes, pour mener le changement

*STAND UP CONTRE LE HARCÈLEMENT DE  
RUE, POUR LUTTER CONTRE UN FLÉAU  
SOCIÉTAL MAJEUR*

P. 20

*FEMMES DE LA TERRE, SOUTENIR LES FEMMES  
ENTREPRENEURES QUI LUTTENT CONTRE LE  
CHANGEMENT CLIMATIQUE*

P. 23



“

**Nous sommes convaincus que les droits des femmes et les droits de la nature sont profondément liés.** Notre engagement de longue date en faveur des femmes et de la planète, au cœur de notre industrie, n'a jamais été aussi crucial.

---

**LAETITIA TOUPET**  
DIRECTRICE GÉNÉRALE  
INTERNATIONALE DE L'ORÉAL PARIS

Chez L'Oréal Paris, notre engagement en faveur d'une beauté plus responsable, plus inclusive et plus équitable est profond - et ce, depuis plus de 50 ans.

Notre signature, *Parce que je le vauds bien*, est plus qu'un simple slogan. Depuis 1971, ces mots incarnent notre foi en l'émancipation des femmes et ont contribué à façonner la mission de notre marque. Mais ils n'ont de sens que s'ils se traduisent par des actions : nous agissons pour briser les murs invisibles qui empêchent encore trop de femmes de réaliser leur plein potentiel. Nous nous engageons à valoriser le rôle des femmes dans la société. Nous luttons pour que leurs voix et leurs droits soient entendus. Nous sommes également convaincus que les droits des femmes et les droits de la nature sont profondément liés - deux forces puissantes, résilientes et transformatrices, sans lesquelles aucun avenir durable n'est possible. Cette conviction est la force motrice de notre programme de développement durable *L'Oréal pour le Futur, Parce que notre planète le vaut bien*.

Nous répondons aux aspirations des femmes d'aujourd'hui avec une vision de la beauté exigeante, responsable et consciente de son impact. Dès 1979, L'Oréal a été une entreprise pionnière, proposant la peau reconstruite comme alternative aux tests sur les animaux. En 2013, le Groupe a structuré ses objectifs de développement durable à travers un programme dédié, avant d'atteindre une nouvelle étape en 2020 avec *L'Oréal pour le Futur - une réponse collective aux grands défis de notre époque*. En tant que marque leader du Groupe, L'Oréal Paris joue un rôle déterminant dans la transition vers une beauté plus durable et contribue activement à la réalisation des objectifs du Groupe.

De la conception des produits à leur distribution et à leur utilisation, nous intégrons le développement durable à chaque étape du cycle de vie des produits. Guidées par notre science pionnière et notre programme *L'Oréal pour le Futur, Parce que notre planète le vaut bien*, nos équipes innovent grâce aux sciences vertes et aux principes de l'économie circulaire afin de promouvoir un changement significatif et durable.

Cependant, la beauté responsable va bien au-delà de nos produits. Elle consiste également à défendre une forme de féminité libre, engagée et transformatrice. Avec notre programme *Femmes de la Terre*, nous soutenons les femmes qui, par leur esprit d'entreprise, sont à l'origine de progrès environnementaux et sociaux. Grâce à notre partenariat avec Women's Earth Alliance, elles ont accès aux outils et aux ressources nécessaires pour amplifier leur impact, faire entendre leur voix dans les instances de décision - au sein de leur famille et de leur communauté - et créer des effets positifs en cascade qui profitent à l'ensemble de leur écosystème. Et avec notre programme *Stand Up contre le harcèlement de rue*, nous travaillons à lever les obstacles quotidiens qui entravent encore la liberté des femmes dans les espaces publics.

L'engagement, la responsabilité et la transparence font partie de l'héritage de L'Oréal Paris, et sont également, nous en sommes convaincus, la clé pour façonner l'avenir de la beauté responsable. En tant que première marque de beauté au monde, nous avançons avec ambition, exigence et humilité. Notre engagement de longue date en faveur des femmes et de la planète, au cœur de notre industrie, n'a jamais été aussi crucial.

Parce que notre industrie le vaut bien. Parce que vous le valez bien. Parce que notre planète le vaut bien.

**N**ous savons que tout changement significatif demande du temps, de la persévérance et de l'humilité pour transformer notre manière de travailler - pour le meilleur. Fidèles à nos racines, nous plaçons la science au cœur de ce changement, pour contribuer à l'émancipation des femmes : dans leur vie quotidienne, dans leur environnement et dans leur confiance en elles.

Chez L'Oréal Paris, nous sommes convaincus que la performance des produits et le développement durable doivent aller de pair. La science aidant, nous avons placé la barre très haut pour réduire l'impact environnemental de nos formules et de nos emballages. Cet engagement est enraciné dans le parcours de notre marque, façonnant avec sens et conviction chaque étape de notre processus d'innovation. Du choix des ingrédients aux tests de sécurité en passant par l'éco-conception des produits, le développement durable fait partie intégrante de notre manière d'innover. Cette approche contribue déjà à l'amélioration de nos principales franchises de produits, comme Elseve, participant directement aux objectifs de développement durable de *L'Oréal pour le Futur*.

En tant que marque qui, depuis des générations, soutient les femmes en renforçant leur estime d'elles-mêmes, nous reconnaissons que les femmes sont touchées de manière disproportionnée par le changement climatique. Notre programme *Femmes de la Terre* donne aux femmes entrepreneures les moyens de renforcer la résilience de leurs communautés, en leur offrant une voix et des postes de leadership, tout en contribuant à créer un impact positif sur l'environnement. Nous sommes tout aussi fiers de notre campagne *Stand Up contre le harcèlement de rue*, qui s'attaque à un problème mondial majeur dont l'impact est considérable sur le comportement et l'estime de soi des femmes.

Nous ne prétendons pas avoir toutes les réponses. Nous abordons ces transitions avec un esprit ouvert et collaboratif, en reconnaissant que nous sommes en constante découverte de nouvelles voies. Aux côtés d'autres acteurs du secteur, nous développons l'EcoBeautyScore afin d'offrir aux consommateurs des informations plus claires sur l'impact de leurs choix de produits. Nous suivons nos progrès de près et nous sommes pleinement engagés.

Parce qu'un changement durable ne repose pas sur des symboles, mais sur un travail d'équipe constant, une responsabilité partagée et un mouvement collectif, humble et solidaire, porté par tout notre écosystème, où chaque pas compte.

Parce que notre planète le vaut bien. Parce que nous le valons tous bien.

“

Chez L'Oréal Paris, nous sommes convaincus que **la performance des produits et le développement durable sont faits pour aller de pair.**

---

**ELISE MESSERSCHMIDT**

DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE RSE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ORÉAL PARIS



# Réalisations 2024

## FORMULES ET INGRÉDIENTS

### INGRÉDIENTS B.A.C.<sup>(1)</sup>

En 2024, **65 %** de nos ingrédients sont d'origine biosourcée ou dérivés de minéraux abondants.<sup>(1)</sup>

### BIODÉGRADABILITÉ

En 2024, **82 %** de nos ingrédients sont biodégradables<sup>(2)</sup>

**B.A.C.<sup>(1)</sup> et Biodégradabilité<sup>(2)</sup> dans les formules à rincer :**

### Elseve

En 2024, **80 %** des ingrédients de nos formules Elseve sont biodégradables<sup>(2)</sup>, **74 %** sont des B.A.C.<sup>(3)</sup>

### COLORATIONS POUR CHEVEUX

En 2024, **85 %** des ingrédients de nos formules de coloration pour cheveux sont biodégradables<sup>(2)</sup>, **37 %** sont des B.A.C.<sup>(1)</sup>

### NETTOYANTS POUR LE VISAGE

En 2024, **97 %** des ingrédients de nos nettoyants pour le visage sont biodégradables<sup>(2)</sup>, **90 %** sont des B.A.C.<sup>(1)</sup>

## CONDITIONNEMENT

### PLASTIQUE PCR<sup>(3)</sup>

En 2024, **41,7 %** des plastiques utilisés par L'Oréal Paris sont issus de matériaux recyclés ou biosourcés

### PET PCR<sup>(3)</sup>

En 2024, **92,7 %** du plastique PET utilisé par L'Oréal Paris provient de plastique recyclé

### FOCUS CONDITIONNEMENT ELSEVE

En 2024, **99,7 %** du plastique (PET) utilisé pour les flacons de shampooing et d'après-shampooing Elseve dans le monde est recyclé. En utilisant des plastiques recyclés dans les emballages Elseve (flacons de shampooing et d'après-shampooing dans le monde entier), la marque économise l'équivalent de **16 000 tonnes** de plastique, dont **14 700 tonnes** de PET.

## USINES

### WATERLOOP<sup>(4)</sup>

En 2024, **28 %** des usines où sont fabriqués les produits de L'Oréal Paris sont des usines Waterloo.

### ÉNERGIES RENOUVELABLES

En 2024, **toutes** les usines où sont fabriqués les produits de L'Oréal Paris utilisent **100 %** d'énergie renouvelable.

## STAND UP CONTRE LE HARCÈLEMENT DE RUE

Depuis le lancement de la campagne<sup>(5)</sup>, plus de **3,6 millions** de personnes ont été formées à la **méthodologie 5D**, développée par **Right To Be**, notre ONG partenaire internationale, grâce aux formations dispensées par **plus de 30 ONG partenaires** dans **46 pays**.

## FEMMES DE LA TERRE

Grâce à notre partenariat avec **Women's Earth Alliance**, depuis le lancement de l'initiative : <sup>(6)</sup>

### RÉALISATIONS ENVIRONNEMENTALES

**208**  
pépinières créées

**190 245**  
arbres  
indigènes  
cultivés

**629**  
hectares d'écosystèmes terrestres  
protégés et restaurés

### RÉALISATIONS ÉCONOMIQUES

**414** femmes entrepreneures ayant une activité rentable  
**1 503** femmes entrepreneures formées

### RÉALISATIONS SOCIALES

**+116 %** d'augmentation du nombre de femmes qui déclarent occuper actuellement un poste de leadership ou de prise de décision, formel ou informel, au sein des structures communautaires (passant de 165 à 356)

**+13 %** d'augmentation du taux de scolarisation des filles (passant de 1 138 à 1 284)

## 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 2024. 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. Le guide de référence détaillé des ICP avec le symbole de coche peut être fourni sur demande.

(1) Origine biosourcée ou dérivée de minéraux abondants, en fraction massique de notre portefeuille de matières premières contenant au moins 50 % de carbone dérivé de la biomasse, conformément à la norme ISO 16128. (2) Selon le test OCDE 301 ou un test ISO équivalent. (3) Matériaux recyclés post-consommation.

(4) Lancé en 2017, le système Waterloo sur les sites de production de L'Oréal repose sur deux piliers essentiels : 1. optimisation des procédés : réduction du volume d'eau utilisé dans les procédés de production ; et 2. réutilisation et recyclage : traitement des eaux usées via des technologies avancées telles que l'ultrafiltration et l'osmose inverse, afin d'obtenir une eau de haute qualité réutilisable dans les procédés industriels. (5) Du 8 mars 2020 au 31 décembre 2024. (6) Deloitte a examiné l'approche qualitative et la méthodologie employées pour la collecte des données relatives à ces indicateurs sur *Femmes de la Terre*.



# 01



## Une approche unique et avant-gardiste de la conception de produits

Chez L'Oréal Paris, nous mettons à profit l'expertise du Groupe L'Oréal en matière de développement durable, de responsabilité et d'éco-conception. À chaque étape de la conception d'un produit, l'impact environnemental lié à l'épuisement des ressources, à la consommation d'eau et au changement climatique est pris en compte dans nos processus décisionnels. Cela fait désormais partie intégrante de la stratégie d'innovation du Groupe, et nous sommes la première marque à bénéficier de ces avancées scientifiques en matière d'innovation et de développement durable.

### UNE ANALYSE COMPLÈTE DU CYCLE DE VIE

En nous appuyant sur l'expertise environnementale du Groupe L'Oréal et sur des méthodes scientifiques éprouvées, nous calculons l'empreinte environnementale de chaque produit que nous lançons ou repensons. Cela consiste à évaluer l'impact environnemental d'un produit à chaque étape de son cycle de vie, depuis l'approvisionnement des ingrédients jusqu'à l'élimination du produit, en utilisant la méthodologie de l'Analyse du Cycle de Vie (ACV).

L'évaluation inclut également la phase d'utilisation par le consommateur, qui est particulièrement cruciale pour les produits à rincer. En quantifiant l'impact de chaque choix de conception, nous sélectionnons les détails du produit qui répondent aux besoins des consommateurs tout en minimisant l'impact sur l'environnement. Cela s'applique tant à l'efficacité de la formule qu'à la conception de l'emballage, où nous cherchons à trouver un équilibre entre attrait et utilité, d'une part, et durabilité, d'autre part.

### LA RESPONSABILITÉ SOUTENUE PAR LA SCIENCE

En tirant parti de l'expertise en sciences vertes du département Recherche & Innovation (R&I) du Groupe L'Oréal, nous contribuons à accélérer la transition du Groupe vers des formules intégrant des matières premières plus responsables. Chaque produit est testé sur une grande diversité de types de peaux et de couleurs de cheveux dans différents groupes d'âge. C'est ainsi que nous répondons aux attentes des consommateurs, avec des formules à la fois efficaces et sûres.

# Réinventer nos formules

Pour améliorer la durabilité de nos formules, les laboratoires Recherche & Innovation de L'Oréal mettent constamment au point de nouveaux ingrédients et technologies en s'appuyant sur des biomolécules issues de la science inspirée de la nature.

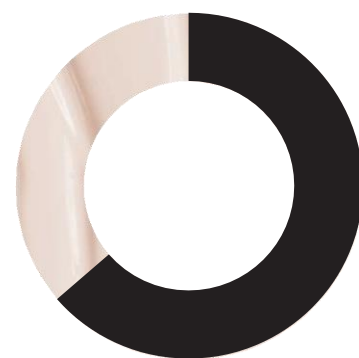
## QUAND LA SCIENCE SOUTIEN L'INNOVATION ET LA RESPONSABILITÉ EN MATIÈRE D'INGRÉDIENTS

### INGRÉDIENTS RENOUVELABLES ET SÉLECTION RESPONSABLE DES MATIÈRES PREMIÈRES

S'appuyant sur la stratégie de transformation verte du Groupe L'Oréal, L'Oréal Paris développe de plus en plus de produits en s'inspirant des innovations issues des sciences de la nature telles que le biomimétisme, la biofermentation, la naturalité, ainsi que la sélection de minéraux abondants et d'ingrédients circulaires. Cela nous a permis de revisiter et de réinventer notre portefeuille de matières premières et de formulations, tandis que le principe de circularité guidera l'innovation future. Pour chaque produit L'Oréal Paris, les ingrédients actifs, les complexes et les systèmes de diffusion choisis dans les formulations, ainsi que les procédés d'extraction et de formulation, sont tous sélectionnés dans le but d'optimiser à la fois l'efficacité et l'impact sur la planète.

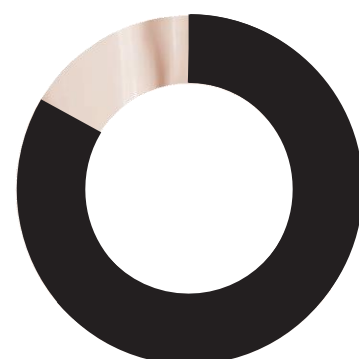
(1) En fraction massique de notre portefeuille de matières premières contenant au moins 50 % de carbone dérivé de la biomasse, conformément à la norme ISO 16128.

(2) Selon le test OCDE 301 ou un test ISO équivalent.



EN 2024,  
**65 %**

DE NOS INGRÉDIENTS SONT  
D'ORIGINE BIOSOURCÉE OU DÉRIVÉS  
DE MINÉRAUX ABONDANTS(1)



EN 2024,  
**82 %**

DE NOS INGRÉDIENTS SONT  
BIODÉGRADABLES(2)

## ZOOM

### L'ACIDE HYALURONIQUE, UN INGRÉDIENT PRODUIT DE MANIÈRE DURABLE

Le processus d'obtention de l'acide hyaluronique repose sur la biofermentation de bactéries lactiques, qui fonctionnent comme des « mini-usines de fermentation » alimentées par des céréales d'origine locale, avant d'être extraites par un procédé moins impactant pour l'environnement. L'acide hyaluronique ainsi obtenu est hautement efficace et formulé pour nos produits de soin de la peau, nos produits cosmétiques et nos produits capillaires. Cette avancée scientifique ouvre de nouvelles perspectives en matière de formulation de produits tout en nous offrant de nouveaux moyens d'agir de manière plus responsable.



# novéal

INGREDIENTS FOR BEAUTY



## LA RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE AU CŒUR DE NOS PROCÉDÉS

Dans le souci de développer des formules sans compromis entre efficacité, sécurité et responsabilité environnementale, nous nous appuyons sur la science pionnière pour créer des procédés plus respectueux de l'environnement et de la biodiversité, en utilisant des ingrédients plus durables et moins d'eau.

En 1938, Eugène Schueller, le fondateur de L'Oréal, a créé Novéal comme une composante intégrante du Groupe. À l'intersection des Opérations et de la Recherche, les équipes de Novéal s'engagent à développer des procédés éco-responsables et à

industrialiser de manière durable les ingrédients haute performance issus de la Recherche Avancée du Groupe.

- Novéal développe et sécurise des ingrédients actifs exclusifs et performants grâce à des procédés innovants spécifiques (culture de cellules végétales, fermentation) qui respectent à la fois les principes de la chimie verte et les besoins des consommateurs dans le monde entier.
- Les équipes agissent à plusieurs niveaux pour atteindre les objectifs environnementaux du Groupe en s'appuyant sur des technologies de pointe.

ZOOM

### LE PRO-XYLANE, UN INGRÉDIENT PHARE DES SOINS L'ORÉAL PARIS

Le Pro-Xylane, un ingrédient phare des soins de la peau de L'Oréal Paris, est un exemple parfait. Le Pro-Xylane puise son origine dans des forêts de hêtres européennes gérées de manière durable. Ces arbres, principalement utilisés pour la production de papier, génèrent un sous-produit appelé « liqueur de bois » et riche en xylose, une molécule de sucre. Grâce à un processus à faible émission de carbone, ce sucre est extrait et transformé en Pro-Xylane selon les principes de la chimie verte.



# QUAND LA SCIENCE GARANTIT L'EFFICACITÉ ET LA SÉCURITÉ DES FORMULES

## UNE ÉVALUATION CONTINUE ET RIGOUREUSE DE LA PERFORMANCE ET DE LA SÉCURITÉ

La sécurité est au cœur de chaque produit que nous lançons. Chaque formule fait l'objet d'une sélection minutieuse des actifs et ingrédients, parfaitement combinés et dosés pour garantir une efficacité et une qualité maximales tout en assurant la sécurité.

Avant d'être soumis aux tests de sécurité clinique, nos ingrédients et nos formules sont également évalués par une équipe de 100 experts en sécurité, suivant un processus d'évaluation en 5 étapes. Cela inclut un examen approfondi de nos bases de données et de la littérature scientifique, ainsi que des tests prédictifs in vitro sur peau reconstituée, permettant d'anticiper rapidement et efficacement la sécurité et la performance de nombreuses associations d'ingrédients.

## UNE PLATEFORME PIONNIÈRE DE TESTS ENVIRONNEMENTAUX

La sécurité environnementale à chaque étape du cycle de vie d'un produit est une priorité pour L'Oréal. Les laboratoires de Recherche & Innovation (R&I) de L'Oréal évaluent rigoureusement toutes les matières premières avant leur utilisation dans un produit, y compris celles destinées à notre marque, L'Oréal Paris. Ce processus rigoureux garantit que les ingrédients sont sans danger pour l'humain et pour la planète. Le processus d'évaluation environnementale a été élargi afin de couvrir l'ensemble du catalogue des matières premières.

**Depuis 1993, L'Oréal dispose de son propre laboratoire environnemental dédié à l'étude de ces impacts. Les matières premières utilisées dans nos produits sont ainsi sélectionnées sur la base de critères environnementaux :**



### BIODÉGRADABILITÉ

Cet indicateur mesure la vitesse à laquelle les micro-organismes dégradent les ingrédients présents dans l'environnement. Il repose sur les tests normalisés OCDE 301, qui évaluent la biodégradabilité facile des ingrédients (ceux qui se dégradent à au moins 60 % en 28 jours). Nous prenons en compte le pourcentage de biodégradabilité du contenu organique d'une formule.



### BIOACCUMULATION

Cet indicateur analyse si un ingrédient s'accumule dans les organismes et au sein de la chaîne alimentaire, afin de déterminer les niveaux de concentration potentiellement nocifs.

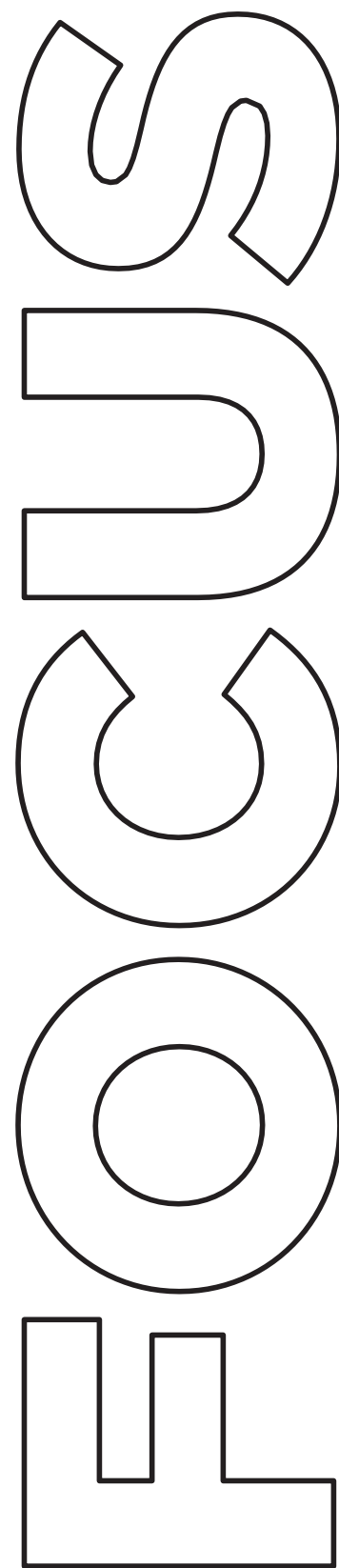


### ÉCOTOXICITÉ

Cet indicateur évalue l'impact des ingrédients et des formules finies sur des organismes aquatiques représentatifs (algues, daphnies, embryons de poissons) dans un environnement de laboratoire contrôlé. L'« empreinte hydrique » d'un produit, qui correspond à la dilution nécessaire pour le rendre inoffensif, permet d'identifier les formules nécessitant des tests d'écotoxicité complémentaires.

Cette étape est réalisée avant de commencer les tests dermatologiques sur de larges panels, dans des conditions réelles d'utilisation. Après le lancement, nous enregistrons les effets indésirables ou les usages inappropriés. Ce suivi permet un contrôle continu afin de maintenir des normes élevées de tolérance et d'ajuster, si nécessaire, les précautions d'utilisation. De même, chaque produit doit présenter des preuves solides de sa performance supérieure et de sa qualité, tout en garantissant la sécurité.

En 2005, L'Oréal s'est engagé à ne plus acquérir ni développer de matières premières présentant les défauts cumulés de persistance, de bioaccumulation et d'écotoxicité. Outre les évaluations réalisées au niveau des ingrédients, nous analysons l'impact potentiel des formules finies sur des organismes aquatiques représentatifs, en tenant compte de leur devenir final dans les rivières, les lacs et les océans. Nous menons également des Analyses du Cycle de Vie (ACV) sur nos principaux groupes de matières premières afin de mieux comprendre leur empreinte environnementale globale.



# LA BEAUTÉ SANS TESTS SUR LES ANIMAUX

La santé et la sécurité de nos consommateurs ont toujours été une priorité absolue pour L'Oréal. Militant pour une beauté non testée sur les animaux, L'Oréal est à l'avant-garde des méthodes alternatives depuis plus de 40 ans. Le Groupe améliore également en permanence ses formules pour apporter des substituts aux ingrédients d'origine animale.

## VERS L'ABSENCE D'INGRÉDIENTS D'ORIGINE ANIMALE

Toujours à l'écoute des choix personnels de ses consommateurs à travers le monde, L'Oréal offre une très large gamme de produits pour répondre à leurs besoins divers et variés en matière de beauté.

Conformément à ses principes, L'Oréal n'utilise aucun ingrédient d'origine humaine ou provenant d'espèces animales rares ou menacées, ni aucun ingrédient d'origine porcine, bovine ou ovine, à l'exception de la lanoline.

L'Oréal a recours à des dérivés de matières premières d'origine animale en quantités limitées, comme le miel, la cire d'abeille, la lanoline, ainsi que des dérivés de poisson et d'œufs de volaille.

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

**150 000 UNITÉS**  
DE TISSUS RECONSTRUITS

## AUCUN TEST SUR LES ANIMAUX DEPUIS 1989

La technologie pionnière et exclusive de L'Oréal de peau reconstruite offre une alternative viable aux tests sur les animaux. L'Oréal a mis fin aux tests sur les animaux il y a plus de 30 ans, soit près de 15 ans avant la législation.

Chez L'Oréal Paris, nous avons développé des tests prédictifs in vitro sur les tissus reconstruits Episkin, un modèle high-tech de peau humaine reconstruite inventé dans nos laboratoires par nos experts en biologie cutanée. En plus de fournir une source infinie de données sur la biologie de la peau, cette technologie nous permet de prédire la sécurité et la performance d'un grand nombre d'associations d'ingrédients, de manière rapide et efficace.

En tant que précurseur dans la lutte contre les tests sur les animaux, L'Oréal a décidé de démocratiser et de rendre accessible sa technologie, offrant ainsi une solution à l'ensemble de l'industrie de la beauté et ouvrant la voie à une beauté sans expérimentation animale. Episkin de L'Oréal représente une avancée majeure non seulement pour la fin des tests sur les animaux, mais aussi pour l'évaluation de la peau et la prédiction de la performance. Au-delà de la recherche fondamentale et de la prédiction de la sécurité, ces peaux reconstruites sont des outils incroyablement précieux pour évaluer la performance de nos ingrédients actifs et de nos produits finis. Cette technologie permet aux chercheurs de comparer plusieurs combinaisons d'actifs afin de sélectionner celles qui offrent les meilleures performances pour nos produits.

En 1999, le département Recherche & Innovation de L'Oréal a mis au point une nouvelle méthode pour cultiver et tester les mélanocytes (cellules produisant le pigment de mélanine dans la peau). Au cours des décennies suivantes, Episkin a joué un rôle crucial en nous aidant à mieux comprendre les processus pigmentaires des différentes carnations, grâce à des peaux reconstruites pigmentées à partir de différents modèles de peau humaine (africaine, caucasienne, asiatique et autres).

## CENTRES EPISKIN DANS LE MONDE :

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

# Optimiser nos conditionnements

L'Oréal Paris accélère sa transition vers l'économie circulaire en optimisant ses conditionnements. La priorité est de réduire la quantité totale d'emballages, de remplacer les matériaux utilisés par de meilleures solutions et d'améliorer la recyclabilité de nos emballages, par exemple en concevant de nouveaux formats innovants qui contiennent moins de plastique ou en choisissant des matériaux recyclés ou biosourcés au lieu du plastique vierge.

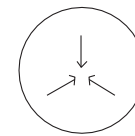
## LES PRINCIPES DE L'EMBALLAGE DURABLE

Chez L'Oréal Paris, nous tirons parti de l'expertise du Groupe en science de l'emballage pour optimiser les ressources et accélérer notre transition vers une économie circulaire. Nous innovons avec de nouveaux formats qui nécessitent moins de matériaux et remplaçons le plastique vierge par des alternatives recyclées. Nos processus respectent des normes strictes en matière d'emballage afin de garantir une performance optimale en termes de qualité et d'utilité, assurant ainsi à la fois la protection de la formule et une excellente expérience d'utilisation pour le consommateur.

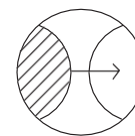
Dans cette même approche holistique du cycle de vie de nos produits, nous calculons l'impact environnemental de chaque choix de conception afin de guider le développement des produits. L'approche scientifique de l'emballage s'articule autour du cadre des « 3R ».

**CHAQUE NOUVEAU PRODUIT QUE NOUS DÉVELOPPONS EST MINUTIEUSEMENT CONÇU AVEC UN EMBALLAGE ALLÉGÉ QUI INTÈGRE UN MAXIMUM DE MATÉRIAUX RECYCLÉS, QUI GÉNÈRE MOINS DE DÉCHETS ET QUI EST OPTIMISÉ POUR LA RECYCLABILITÉ, TOUT EN PRÉSERVANT L'ATTRAIT ET L'UTILITÉ DU PRODUIT.**

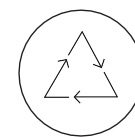
### UNE STRATÉGIE D'EMBALLAGE RESPONSABLE



RÉDUIRE



REMPLENER



RECYCLER

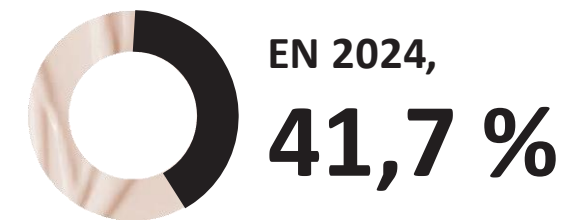
#### Nous réduisons le poids et la taille de nos emballages :

L'Oréal Paris recherche activement des alternatives aux emballages à usage unique, en proposant non seulement des systèmes rechargeables et réutilisables, mais aussi des solutions d'emballages réutilisables plus larges. Par ailleurs, nous encourageons les formats multi-doses pour remplacer les options à dose unique.

#### Nous remplaçons certains matériaux par des alternatives moins impactantes selon deux approches clés :

- **Promotion de l'économie circulaire** : cela passe par une utilisation accrue de matériaux recyclés post-consommation (PCR).
- **Utilisation de matériaux renouvelables** : cela inclut l'adoption de plastiques biosourcés.

**Nous agissons pour améliorer la recyclabilité de nos emballages et contribuer à une économie davantage circulaire.** 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.



DES PLASTIQUES UTILISÉS PAR L'ORÉAL PARIS PROVIENNENT DE MATIÈRES RECYCLÉES OU BIOSOURCÉES



DU PLASTIQUE PET UTILISÉ PAR L'ORÉAL PARIS PROVIENT DE MATÉRIAUX RECYCLÉS



## RÉDUIRE TOUJOURS PLUS

**Notre stratégie d'emballage durable, fondée sur le cadre des « 3R », donne la priorité au principe de réduction.**

Nous réduisons notre empreinte en optimisant les ressources grâce à la science de l'emballage, en utilisant moins de plastique et de verre, tout en maintenant - voire en améliorant - la sécurité, l'attrait et l'expérience consommateur. Nous y parvenons grâce à plusieurs stratégies : rationalisation des dimensions des emballages, allègement des matériaux pour une même quantité de produit et mise au point de nouveaux matériaux d'emballage permettant de réduire l'utilisation de plastique.

Nous concentrons nos efforts sur des projets à fort impact, couvrant nos principaux formats d'emballage, tels que les flacons de shampooing et d'après-shampooing Elseve repensés, et les pots allégés pour les soins de la peau (tous nos pots en verre de 50 ml ronds et carrés, hors Chine). Nous visons une réduction de 20 % par rapport aux niveaux de l'année 2019, et nous ne comptons pas nous arrêter là : nous poursuivons la refonte de nos formats principaux (comme les flacons d'huiles capillaires, les pots de masques capillaires, les kits de coloration, les flacons de fond de teint, etc.) et proposons également des recharges.

Nous mobilisons la science de l'emballage pour concevoir des produits de qualité supérieure, sûrs, performants et plus durables.

# ZOOM

## ALLÈGEMENT DES POTS DE SOINS DE LA PEAU

Nos experts ont repensé le pot carré en verre iconique de L'Oréal Paris en réduisant son poids jusqu'à 30 %<sup>(1)</sup> depuis 2019, sans compromettre la protection de la formule. Le nouveau pot est composé à 25 % de verre recyclé et est recyclable<sup>(2)</sup>.

En optimisant le design du pot, nous avons réalisé d'importantes économies de ressources avec un changement visuel minimal, tout en conservant la même quantité de formule et en évitant toute réinflation - offrant la même expérience consommateur avec un impact environnemental plus faible.



(1) À l'exception des gammes White (moins 28 %) et Midnight Cream (moins 25 %). (2) La recyclabilité dépend de la référence.

# NOS PRODUITS VEDETTES

## Elseve

### FORMULE

Grâce à la puissante science innovante de la marque, la nouvelle formule du shampooing Elseve Color Vive utilise des ingrédients qui réduisent l'impact environnemental lié à l'approvisionnement en matières premières et à la production. Cela permet, par exemple, de réduire la consommation d'énergie nécessaire et de réduire l'impact de la formule en fin de vie. Ces efforts ont un impact significatif, puisque plus de 30 millions de flacons de shampooing Color Vive sont vendus en Europe chaque année.

### CONDITIONNEMENT

L'ensemble de la gamme de shampooings et d'après-shampooings Elseve a été rénové en 2024, et bénéficie désormais d'un emballage plus respectueux de l'environnement :

**-20 % DE PLASTIQUE<sup>(1)</sup>**

**100 % DE PLASTIQUE RECYCLÉ POUR LES FLACONS, Y COMPRIS LES BOUCHONS<sup>(2)</sup>**

**FLACONS RECHARGEABLES**



SHAMPOOING ELSEVE COLOR VIVE

**81 %**  
INGRÉDIENTS  
BIOSOURCÉS<sup>(3)</sup>

**89 %**  
FORMULE  
BIODÉGRADABLE<sup>(4)</sup>



APRÈS-SHAMPOOING ELSEVE DREAM LONG

**88 %**  
INGRÉDIENTS  
BIOSOURCÉS<sup>(3)</sup>

**98 %**  
FORMULE  
BIODÉGRADABLE<sup>(4)</sup>

### CE QUE NOUS AVONS FAIT :

#### RÉDUIRE

Fin 2024, nous avons réduit le poids de nos flacons de shampooing et d'après-shampooing<sup>(1)</sup> de 20 %, ce qui nous a permis d'éviter l'utilisation de 1 807 tonnes de plastique vierge<sup>(5)</sup> et de réduire les émissions de CO<sub>2</sub> de 2 200 tonnes.

#### REMPLETER

Pour la première fois, nos bouchons, comme nos flacons, sont fabriqués à partir de plastique 100 % recyclé. Elseve permet ainsi de réduire de 7 220 tonnes la consommation de plastique vierge par an en Europe<sup>(6)</sup>.

#### RECHARGER

En plus de la refonte des flacons, les recharges Elseve permettent de réduire le plastique d'emballage de 60 %<sup>(7)</sup>. En rechargeant mon shampooing ELSEVE, je réduis mon impact sur le changement climatique de 37 %<sup>(8)</sup>.



(1) Par rapport à un flacon précédent. (2) À l'exception des colorants, des additifs et des étiquettes. (3) Ou dérivés de minéraux abondants, en fraction massique de notre portefeuille de matières premières contenant au moins 50 % de carbone dérivé de la biomasse, conformément à la norme ISO 16128. (4) Selon le test OCDE 301 ou un test ISO équivalent. (5) Par rapport aux unités d'ELSEVE vendues en 2024 en Europe. (6) En intégrant du plastique recyclé dans les emballages de nos shampooings et après-shampooings, sur la base des unités vendues en 2024 en Europe. (7) Par rapport à un flacon de 250 ml. (8) Clause de non-responsabilité : comparaison entre une recharge souple de 250 ml et un flacon de shampooing de 250 ml, basée sur une Analyse du Cycle de Vie conforme aux normes ISO et soumise à l'examen critique d'un tiers indépendant, portant uniquement sur l'emballage, en considérant l'utilisation de 4 flacons par rapport à l'utilisation unique d'un flacon + 3 recharges souples.

## NOS PRODUITS VEDETTES

### CASTING CRÈME GLOSS

#### FORMULE

Notre nouvelle formule Casting Crème Gloss est sans ammoniaque et offre une hydratation plus profonde, une douceur accrue et une brillance intense pour des cheveux visiblement plus sains(1). En choisissant des ingrédients plus renouvelables et biodégradables, nous améliorons la durabilité de la formule :

**-20 %** D'ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub> PROVENANT DE LA FORMULE(2)      **-90 %** ORIGINE NATURELLE(3) SANS AMMONIAQUE

**95 %** FORMULE BIODÉGRADABLE(4)      **-80 %** INGRÉDIENTS BIOSOURCÉS(5)



#### CONDITIONNEMENT

Le poids de l'emballage du nouveau kit Casting Crème Gloss a été réduit de 8 % par rapport à la version précédente. Pour ce faire, la notice a été intégrée pour la première fois directement à l'intérieur de la boîte, ce qui a permis d'éviter l'équivalent de 100 tonnes de déchets papier par an.

- DE TONNES(6) DE PAPIER PAR AN(7) %	<b>-40 %</b>	DE PLASTIQUE VIERGE(8)	<b>100 %</b>	RECYCLÉ(9)
	<b>-460 T</b>	DE PLASTIQUE VIERGE PAR AN(8)	<b>-25 %</b>	D'ÉMISSIONS DE CO <sub>2</sub> PROVENANT DE LA PRODUCTION D'EMBALLAGES(10)

(1) Test consommateur. (2) Sur la base d'une Analyse du Cycle de Vie conforme aux normes ISO et examinée de manière critique par un tiers indépendant, en comparaison avec le kit Casting Crème Gloss précédent. (3) Moyenne de l'origine naturelle des formules de la crème colorante, du révélateur et du masque. Les 10 % restants garantissent une bonne expérience sensorielle et préservent la formule. (4) Selon le test OCDE 301 ou un test ISO équivalent.

(5) Ou dérivés de minéraux abondants, en fraction massique de notre portefeuille de matières premières contenant au moins 50 % de carbone dérivé de la biomasse, conformément à la norme ISO 16128.

(6) Par rapport à 2023. (7) À l'exception de DNSF, POL/BALT et ABDA. (8) Par rapport à 2023. (9) Hors étiquettes, bouchons, colorants et additifs. (10) Sur la base d'une Analyse du Cycle de Vie conforme aux normes ISO et examinée de manière critique par un tiers indépendant, en comparaison avec le kit Casting Crème Gloss précédent.



## NOS PRODUITS VEDETTES

### REVITALIFT

#### FORMULE

NOUVEAU SÉRUM ANTI-ÂGE CORRECTEUR REVITALIFT LASER TRI-PEPTIDES

La puissance de 3 sérums anti-âge réunis en 1 seul pour des résultats radicalement correcteurs, avec des ingrédients sélectionnés qui sont combinés et dosés pour garantir une efficacité maximale en toute sécurité, tout en minimisant l'impact environnemental.

**92 %**

D'INGRÉDIENTS BIOSOURCÉS<sup>(1)</sup>

**89 %**

FORMULE BIODÉGRADABLE<sup>(2)</sup>

#### CONDITIONNEMENT

NOUVEAUX POTS ALLÉGÉS

Grâce à la science de l'emballage, nos experts ont repensé nos pots en verre pour les soins de la peau. Nos pots carrés iconiques utilisent désormais moins de ressources naturelles et contribuent à une économie davantage circulaire, avec la même quantité de formule et sans impact sur l'expérience consommateur :

**-30 %**  
DE POIDS<sup>(3)</sup>

FABRIQUÉ À PARTIR  
DE

**25 %** DE VERRE RECYCLÉ ET  
RECYCLABLE<sup>(4)</sup>



(1) Ou dérivés de minéraux abondants, en fraction massique de notre portefeuille de matières premières contenant au moins 50 % de carbone dérivé de la biomasse, conformément à la norme ISO 16128.

(2) Selon le test OCDE 301 ou un test ISO équivalent. (3) Depuis 2019, la réduction de poids peut varier selon les franchises. (4) La recyclabilité dépend de la référence.

## NOS PRODUITS VEETTES MEN EXPERT

### FORMULE

#### SÉRUM POWER AGE

Formulé avec un acide hyaluronique biosourcé hautement efficace, produit de manière durable et obtenu par une technologie de biofermentation à partir de céréales issues de sources locales.

**84 %**

D'INGRÉDIENTS BIOSOURCÉS<sup>(1)</sup>

**80 %**

FORMULE BIODÉGRADABLE<sup>(2)</sup>



#### SÉRUM HYDRA ENERGETIC VIT C

L'ingrédient star de ce sérum est la vitamine C biosourcée, obtenue à partir de la nature grâce à la biotechnologie. Il exploite des ingrédients d'origine biologique pour revitaliser l'éclat naturel de la peau.

**81 %**

D'INGRÉDIENTS BIOSOURCÉS<sup>(1)</sup>

**81 %**

FORMULE BIODÉGRADABLE<sup>(2)</sup>



### CONDITIONNEMENT

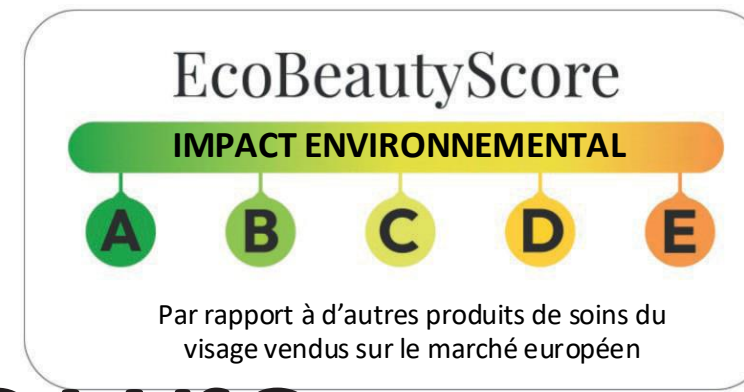
#### FLACONS DE GEL DOUCHE MEN EXPERT REDESSINÉS

- Depuis 2021, 100 % du PET utilisé dans nos flacons de gel douche est PCR (recyclé)<sup>(3)</sup>.
- Depuis 2022, tous nos flacons Men Expert de 250 ml, 300 ml et 400 ml sont recyclables, et l'encre noir carbone a été supprimée.
- En 2024, tous nos flacons de gel douche ont été redessinés, dépassant les attentes des consommateurs grâce à leur originalité, leur élégance et leur praticité. En réduisant la taille du bouchon et en redessinant le flacon, nous optimisons l'utilisation des ressources, ce qui se traduit par une réduction de 20 % du poids en plastique.
- Depuis 2025, 100 % du PP utilisé dans les bouchons de nos flacons de gel douche est PCR (recyclé).



(1) Ou dérivés de minéraux abondants, en fraction massique de notre portefeuille de matières premières contenant au moins 50 % de carbone dérivé de la biomasse, conformément à la norme ISO 16128. (2) Selon le test OCDE 301 ou un test ISO équivalent. (3) Hors étiquettes, colorants et additifs.

# Donner des moyens d'agir à nos consommateurs



L'Oréal Paris place la transparence au cœur de sa relation avec les consommateurs et s'engage à leur fournir les informations nécessaires pour faire des choix de consommation éclairés, en toute connaissance de l'impact environnemental de nos produits.

## L'INITIATIVE ECOBEAUTYSCORE

Il est de notre responsabilité de donner aux consommateurs les moyens de faire des choix éclairés. C'est pourquoi nous avons lancé le Score Environnemental Produit, un système de notation transparent et vérifié, qui évalue l'empreinte environnementale de nos produits développés en interne. Toujours à l'écoute de nos consommateurs, nous avons souhaité partager notre expertise et notre volonté de transparence avec l'ensemble de l'industrie.

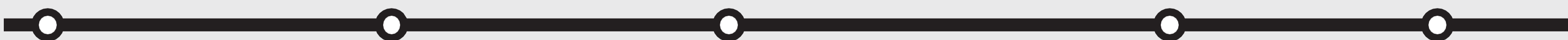
Nous avons ainsi uni nos forces à celles d'acteurs de l'industrie de la beauté pour co-fonder EcoBeautyScore, une initiative collaborative rassemblant plus de 70 associations professionnelles et entreprises de cosmétiques et de soins personnels afin de développer une méthodologie d'évaluation et un système de notation communs, harmonisés, scientifiquement robustes et faciles à utiliser. Cette méthodologie a fait l'objet d'un examen technique rigoureux par des experts indépendants en Analyse du Cycle de Vie (ACV) et suit les principes directeurs de la Commission européenne. Nous introduisons actuellement l'EcoBeautyScore sur les pages produits en Europe, avec une extension prévue en dehors de l'Europe pour les segments soutenus par l'association EcoBeautyScore.

70 

ASSOCIATIONS  
PROFESSIONNELLES ET  
ENTREPRISES DE  
COSMÉTIQUES ET DE  
SOINS PERSONNELS. DE  
NOUVEAUX ENTRANTS  
REJOINDRONT  
PROGRESSIVEMENT LE  
PROJET.



## D'UN OUTIL INTERNE D'ÉVALUATION DE L'ÉCO-CONCEPTION DES PRODUITS À UN ECOBEAUTYSCORE À L'ÉCHELLE DE L'INDUSTRIE



2014

Lancement de SPOT (Sustainable Product Optimization Tool), un outil interne d'éco-conception des produits. SPOT nous a permis de comprendre et d'améliorer en continu l'impact de nos emballages et de nos formules. Il est utilisé de manière systématique par toutes nos équipes depuis 2017 pour développer ou repenser chaque produit.

2019

Développement de notre propre système d'étiquetage environnemental, le Product Environmental Score, basé sur la méthodologie d'évaluation de l'empreinte environnementale SPOT et vérifié par un tiers indépendant, Bureau Veritas. Nous avons déployé le Product Environmental Score dans différentes catégories et différents pays.

2021

L'Oréal a cofondé le consortium industriel EcoBeautyScore qui, a progressivement réuni jusqu'à 70 entreprises, groupes industriels et associations professionnelles en tant que membres. Cette initiative a permis de mettre au point une méthodologie visant à fournir aux consommateurs des informations transparentes, fondées sur la science et comparables sur la performance environnementale des produits de beauté.

JUIN 2025

Lancement de l'EcoBeautyScore sur les produits de soins du visage de L'Oréal Paris en France et en Allemagne. La méthodologie et la plateforme EcoBeautyScore ont été examinées et vérifiées par :



À VENIR...

Déploiement dans toutes nos catégories et tous nos marchés sur les segments soutenus par l'association EcoBeautyScore.





# 02



## Aux côtés des femmes, pour mener le changement

Nous pensons que la beauté est une force. Elle élève, transforme et insuffle la confiance. Notre mission est de mettre cette force à la portée de chaque femme, pour qu'elle puisse devenir la meilleure version d'elle-même. Parce que nous sommes plus qu'une marque de beauté, cette conviction profonde guide notre vision d'une société plus juste et plus durable, et constitue le pilier de nos programmes d'impact social et environnemental, *Stand Up contre le harcèlement de rue* et *Femmes de la Terre*). Par le prisme de ces programmes, nous étendons notre engagement aux côtés des femmes et nous augmentons notre impact positif en nous battant pour que toutes les femmes, quels que soient leur horizon, leur culture ou leur origine, puissent devenir celles qu'elles aspirent à être.

### **STAND UP CONTRE LE HARCÈLEMENT DE RUE**

Le harcèlement de rue est le premier problème(1) auquel sont confrontées les femmes et les jeunes filles dans le monde entier, avec un impact significatif sur leur vie. Pour lutter contre ce phénomène, nous avons lancé en 2020 notre programme *Stand Up contre le harcèlement de rue*, en partenariat avec l'ONG internationale Right To Be.

Notre ambition est de sensibiliser à ce fléau mondial et de former les femmes et les hommes à la manière de réagir lorsqu'ils en sont victimes ou témoins. Cela passe par la méthodologie des 5D, une formation validée par des experts et conçue pour aider chaque individu à intervenir en toute sécurité face au harcèlement de rue.



### **FEMMES DE LA TERRE**

L'Oréal Paris a la conviction qu'il existe un lien profond entre les droits de la nature et les droits des femmes, et que notre avenir en dépend. À travers son partenariat avec Women's Earth Alliance, L'Oréal Paris soutient les femmes entrepreneures qui développent des projets environnementaux, en leur fournissant les ressources dont elles ont besoin pour accélérer leurs efforts en tant qu'actrices du changement. Cela contribue à amplifier leur impact positif.

(1) Étude internationale menée en 2019 et 2021 par L'Oréal Paris en collaboration avec IPSOS, avec des données recueillies dans 8 pays auprès de plus de 15 000 participants.

# Stand Up contre le harcèlement de rue, pour lutter contre un fléau sociétal majeur

L'Oréal Paris a toujours défendu et célébré les femmes pour qu'elles prennent conscience de leur valeur personnelle. Le harcèlement de rue est le problème majeur(1) auquel sont confrontées les femmes et les jeunes filles à l'échelle mondiale. Il modifie leur comportement, remet en question leur confiance et affecte leur estime d'elles-mêmes. De plus, il les oblige à éviter certains lieux, à repenser leur apparence, à se sentir en insécurité lorsqu'elles sortent et à manquer des occasions cruciales. Nous nous battons pour mettre fin à ce fléau.

## NOTRE CAUSE

Le harcèlement de rue est l'une des formes les plus courantes de violence fondée sur le genre dont sont victimes les femmes et les filles dans le monde entier, les empêchant d'occuper la place qui leur revient dans la société et diminuant leur visibilité.

### 80 %

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

### SEULEMENT 25 %

DES VICTIMES DÉCLARENT QUE QUELQU'UN LES A AIDÉES. POURQUOI ? PARCE QUE 86 % D'ENTRE NOUS NE SAVENT PAS QUOI FAIRE LORSQU'ILS EN SONT TÉMOINS.

Lorsque nous sommes témoins d'un harcèlement sans intervenir, cela aggrave le traumatisme de la personne harcelée et envoie au harceleur le message que son comportement est acceptable. Nous cherchons à rompre cette dynamique en donnant aux gens les moyens d'agir chaque fois que cela est possible.

En collaboration avec notre partenaire international Right To Be et plus de 30 ONG locales partenaires, nous proposons des sessions de formation gratuites - à la fois dans les espaces publics et en ligne - par le biais de notre site Internet dédié [standupinternational.com](https://standupinternational.com).

(1) Étude internationale menée en 2021 par L'Oréal Paris et IPSOS, recueillant des données dans 8 pays auprès de plus de 15 000 participants.



# DES 5D MÉTHODOLOGIE

RIGHT  
TO  
BE

La méthodologie des 5D est une formation validée par des experts, conçue pour aider toute personne à intervenir en toute sécurité lorsqu'elle est confrontée à une situation de harcèlement de rue, qu'elle en soit victime ou témoin. Son objectif est de faire cesser le harcèlement sans mettre en danger les personnes qui interviennent pour aider.



## 01 DISTRAIRE

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



## 02 DÉLÉGUER

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



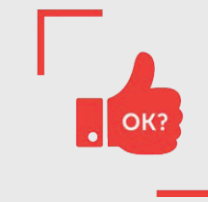
## 03 DOCUMENTER

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.



## 04 DIRIGER

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



## 05 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).

## UN PROGRAMME MONDIAL À L'IMPACT CONCRET

Notre stratégie consiste à être présents dans les lieux où le harcèlement de rue se produit, afin de former les personnes sur le terrain : cela inclut les rues, les transports publics, divers événements (tels que les festivals de musique et les manifestations sportives), ainsi que les écoles et les universités. Sur les réseaux sociaux, le programme *Stand Up contre le harcèlement de rue* est également promu par des leaders d'opinion engagés, partenaires de l'initiative, qui encouragent le public à se former sur le site Internet dédié de *Stand Up contre le harcèlement de rue*. Grâce à nos efforts collectifs avec nos ONG partenaires locales, le harcèlement de rue a été inscrit à l'agenda des affaires publiques dans plusieurs pays. En Argentine, la ville de Buenos Aires a déclaré *Stand Up contre le harcèlement de rue* d'intérêt public en 2023. En Égypte, nous avons signé un partenariat avec le Conseil national des femmes en 2022, ce qui nous permet d'accéder aux universités publiques pour y organiser la formation *Stand Up contre le harcèlement de rue*.

# 97 %

DES PERSONNES FORMÉES AU PROGRAMME *STAND UP CONTRE LE HARCÈLEMENT DE RUE* SE SENTENT PLUS À MÊME D'INTERVENIR LORSQU'ELLES SONT TÉMOINS DE HARCÈLEMENT DE RUE QU'AVANT LEUR FORMATION(2).

PLUS DE  
**3,6 MILLIONS**

DE PERSONNES ONT ÉTÉ FORMÉES DEPUIS LE LANCEMENT DE L'INITIATIVE



(2) L'étude d'impact social de L'Oréal Paris menée en 2022 a comparé les réponses de 1 841 personnes ayant suivi le programme de formation *Stand Up contre le harcèlement de rue* à celles de 3 126 personnes de la population générale n'ayant pas suivi la formation, dans plusieurs pays (France, Indonésie, Inde, États-Unis). Les participants ont été invités à répondre à une série de questions sur des situations de harcèlement de rue qu'ils avaient vécues avant et après avoir suivi la formation *Stand Up contre le harcèlement de rue*.



**VOTRE ROUGE À LÈVRES  
N'Y EST POUR RIEN.**

**LE HARCÈLEMENT DE RUE  
N'EST JAMAIS DE VOTRE FAUTE.**

**STANDUP**  
contre le harcèlement de rue

par **L'ORÉAL** PARIS avec **RIGHT TO BE**

#WeStandUp

Apprenez à réagir sur [standup-france.com](https://standup-france.com)



## **UNE INITIATIVE MONDIALE CONTRE UNE FORME DE VIOLENCE INVISIBLE**

Une enquête internationale menée par L'Oréal Paris avec IPSOS en 2023 auprès de 20 000 personnes dans 20 pays, a révélé que 52 % des personnes considèrent que les femmes sont responsables des situations de harcèlement sexuel dans les espaces publics en raison de leur attitude, de leur comportement ou de leur apparence.

En conséquence, 60 % des femmes adaptent leur tenue ou leur apparence dans les lieux publics. À l'occasion de la Journée internationale de la femme, L'Oréal Paris a lancé sa nouvelle campagne, « Le harcèlement de rue n'est jamais de votre faute », qui vise à libérer les femmes et à leur rappeler qu'elles ont le droit d'être elles-mêmes.

87 % des femmes adoptent des stratégies dans leur vie quotidienne pour se protéger du harcèlement de rue. La peur du harcèlement de rue nuit considérablement à leur épanouissement personnel, restreint leur liberté et engendre des opportunités manquées, sur les plans social, éducatif et professionnel.

Au-delà de ces opportunités manquées, la peur du harcèlement de rue impose également un fardeau financier caché aux femmes - une sorte de « taxe rose » sur la sécurité, comme le fait de prendre un taxi au lieu des transports publics, de choisir de vivre dans des quartiers perçus comme plus sûrs, d'investir dans des cours d'autodéfense ou de payer pour des applications de sécurité.

Ces dépenses, cumulées aux opportunités manquées, créent une pression financière substantielle, susceptible d'aggraver les inégalités économiques existantes.

Mais le coût du harcèlement de rue représente aussi un coût sociétal majeur. En limitant la participation des femmes au marché du travail, à l'éducation et à la vie publique, le harcèlement de rue entrave la croissance économique et le progrès social.

Pour consulter l'intégralité de l'étude : <https://www.standup-international.com/fr/fr/facts>

## **À CAUSE DE LA PEUR DU HARCÈLEMENT DE RUE**

**1 FEMME SUR 2 (49 %)**

REFUSE DES OPPORTUNITÉS  
(PERSONNELLES, SOCIALES ET  
PROFESSIONNELLES) - 62 % DES  
MOINS DE 35 ANS<sup>(1)</sup>.

**1 FEMME SUR 4**

DÉCLINE DES  
PROPOSITIONS  
D'EMPLOI – 1 FEMME  
SUR 3 CHEZ LES  
MOINS DE 35 ANS<sup>(1)</sup>.

**1 FEMME SUR 5**

DÉCLINE DES  
PROPOSITIONS  
D'ÉDUCATION – 1  
FEMME SUR 4 CHEZ  
LES MOINS DE  
35 ANS<sup>(1)</sup>.

(1) Source : Étude internationale sur le harcèlement sexuel dans l'espace public, menée par L'Oréal Paris en collaboration avec IPSOS. Données collectées dans 20 pays auprès de plus de 20 000 participants, du 5 novembre au 21 décembre 2023.

# Femmes de la Terre, pour soutenir les femmes entrepreneures qui luttent contre le changement climatique

En tant que marque de beauté numéro un dans le monde et consciente de son impact, L'Oréal Paris s'est fixé des objectifs ambitieux en matière de développement durable afin de relever les défis sociaux et environnementaux. Par le biais d'un programme dédié appelé *Femmes de la Terre*, la marque étend son engagement en faveur des femmes en promouvant et en soutenant les femmes entrepreneures qui sont actrices du changement social et climatique. Entre 2020 et 2030, la marque aura investi 10 millions d'euros dans ces projets environnementaux dirigés par des femmes.

## WOMEN'S EARTH ALLIANCE X L'ORÉAL PARIS

En 2023, L'Oréal Paris a signé un partenariat avec Women's Earth Alliance, une ONG qui soutient les femmes entrepreneures en leur fournissant des ressources pour accélérer leurs projets environnementaux en tant qu'actrices du changement. Ce partenariat a ouvert une nouvelle dimension dans l'histoire de L'Oréal Paris, une extension de son engagement en faveur des femmes. Fidèle à sa mission, la marque se bat pour que toutes les femmes, quels que soient leurs origines, leur culture ou leur parcours, puissent devenir ce qu'elles souhaitent, avoir une voix et occuper une place à la table des décisions.

### ACTION

Investir dans le potentiel de leadership à long terme des femmes.

### DOMAINES D'ACTION CLÉS

- Éco-entrepreneuriat
- Conservation des forêts
- Résilience climatique
- Agriculture régénératrice et souveraineté alimentaire
- Conservation des océans et pêche durable

### SOUTIEN FOURNI

- Formation et programme de mentorat
- Financement
- Réseaux de soutien

### PRINCIPAUX RÉSULTATS

- Donner aux femmes les compétences nécessaires pour mener des projets environnementaux à fort impact
- Favoriser un effet d'entraînement qui renforce les communautés, protège les écosystèmes et bénéficie aux générations futures.

### LES FEMMES EN PREMIÈRE LIGNE FACE À LA CRISE CLIMATIQUE

Les femmes sont particulièrement bien placées pour lutter contre le changement climatique et élaborer les solutions d'adaptation nécessaires. Premières victimes du changement climatique, en particulier dans les communautés marginalisées, elles sont également les premières à contribuer aux actions sociales et environnementales.

## PROGRAMME FEMMES DE LA TERRE

### UN OBJECTIF

L'émancipation des femmes

### UNE STRATÉGIE À DEUX VOILETS

- Lutter contre le changement climatique et favoriser le progrès social
- Soutenir 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 femmes entrepreneures.



## L'ÉMANCIPATION DES FEMMES

NOUS AVONS INVESTI POUR SOUTENIR 1 503 FEMMES ENTREPRENEURES QUI TRAVAILLENT AVEC 720 000 PERSONNES DANS DES COMMUNAUTÉS BÉNÉFICIAIRES DE LEURS SOLUTIONS DANS DIFFÉRENTES RÉGIONS DU MONDE TELLES QUE LE KENYA, L'INDONÉSIE ET LE MEXIQUE.

## UN EFFET D'ENTRAÎNEMENT APRÈS 2 ANS

### IMPACT ENVIRONNEMENTAL

**629** HECTARES D'ÉCOSYSTÈMES TERRESTRES PROTÉGÉS ET RESTAURÉS

**190 000** ARBRES INDIGÈNES CULTIVÉS

**208** PÉPINIÈRES CRÉÉES

### IMPACT ÉCONOMIQUE

**1 503** FEMMES ENTREPRENEURES FORMÉES

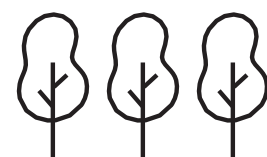
**414** FEMMES ENTREPRENEURES AYANT UNE ACTIVITÉ RENTABLE

### IMPACT SOCIAL

**+116 %** D'AUGMENTATION DU NOMBRE DE FEMMES QUI DÉCLARENT OCCUPER ACTUELLEMENT UN POSTE DE LEADERSHIP OU DE PRISE DE DÉCISION, FORMEL OU INFORMEL, AU SEIN DES STRUCTURES COMMUNAUTAIRES (DE 165 FEMMES OCCUPANT DES POSITIONS DE LEADERSHIP AU DÉBUT DU PROGRAMME À 356 À CE JOUR).

**+13 %** D'AUGMENTATION DU TAUX DE SCOLARISATION DES FILLES DANS LES COMMUNAUTÉS ACCOMPAGNÉES (DE 1 138 À 1 284)

### EXEMPLES DE PROJETS SOUTENUS PAR L'ORÉAL PARIS POUR LES FEMMES, LEURS COMMUNAUTÉS ET LA PLANÈTE



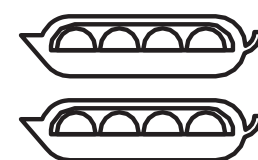
AGROFORESTERIE ET AGROÉCOLOGIE



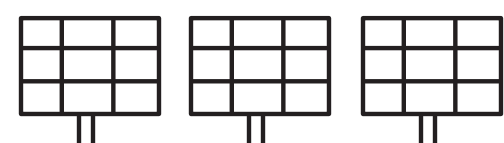
APICULTURE



ÉCO-TOURISME



JARDINS NUTRITIONNELS RÉSISTANTS AU CLIMAT



SOLUTIONS INTELLIGENTES TELLES QUE L'ÉNERGIE SOLAIRE, LES APPAREILS DE CUISSON ÉCONOMES EN ÉNERGIE



## ZOOM SUR LE KENYA

### JUDITH AWINJA

« Avant de suivre la formation, je manquais de but et de direction. J'avais très peu confiance en moi et je n'osais pas m'exprimer en public. Mais en 2019, je suis allée à Nairobi pour suivre une formation proposée par Women's Earth Alliance. J'ai acquis des connaissances sur le changement climatique et l'éco-entrepreneuriat. J'ai commencé à planter des semis d'arbres dans des pépinières et à gagner de l'argent. Après la formation, j'ai pu commencer à produire du miel grâce à une subvention de démarrage, ce qui m'a permis d'augmenter mes revenus. Aujourd'hui, j'ai un projet autour des arbres, de l'élevage de volailles et je possède des vaches. Je peux mener une vie agréable et payer facilement les frais de scolarité de mes enfants. J'ai formé d'autres groupes et j'ai pu toucher près d'un millier de femmes. Aujourd'hui, ces femmes sont instruites comme moi, elles sont autonomes et peuvent gagner leur propre argent. »



### NURU SIFUNA

« Pour être honnête, je suis très heureux de l'opportunité qu'a eue ma femme d'être formée par L'Oréal Paris et Women's Earth Alliance. J'ai de la chance d'avoir une épouse aussi proactive. Elle m'a encouragé à planter des arbres et m'a expliqué comment cette activité pouvait devenir rentable. Ensuite, des bénévoles de Women's Earth Alliance sont venus chez nous pour évaluer si notre environnement se prêtait à l'apiculture. Aujourd'hui, je peux témoigner qu'ils font un excellent travail dans la gestion de la récolte. En effet, une seule ruche peut produire entre 15 et 20 litres de miel ! Beaucoup de choses ont changé depuis le début du projet. Aujourd'hui, grâce à ce programme, ma femme est autonome et notre famille ne manquera plus d'argent. Elle est financièrement indépendante et continue à développer ses projets. »



### BARBRA MWIMALI

« Je viens d'une communauté patriarcale de Kakamega, où les femmes ont de lourdes responsabilités. Malgré cela, elles ne peuvent pas occuper des positions qui leur permettraient de prendre des décisions importantes pour la société. C'est considéré comme un rôle d'homme. En grandissant, j'ai observé ma mère et ma communauté, et j'ai développé le sentiment que si nous voulions briser ce cycle, nous devons agir. Ma mère a eu l'opportunité d'être formée grâce au programme de L'Oréal Paris et de Women's Earth Alliance. J'ai vu ce projet transformer les femmes autour de moi, en leur apprenant à devenir des éco-entrepreneures et en les rendant autonomes non seulement sur le plan économique, mais aussi sur le plan social et environnemental. Après avoir été la première bénéficiaire de ce programme et après avoir vu tant de femmes s'émanciper, mon objectif est maintenant de continuer à développer ce projet en touchant encore plus de femmes".





L'ORÉAL  
PARIS

Société anonyme de droit  
français au capital de  
106 862 404,20 € R.C.S 632  
012 100 Paris

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](http://www.loreal-paris.fr)