

ENSEMBLE VERS UNE BEAUTÉ PLUS DURABLE

act beautiful

Nos **engagements** concrets
et ambitions pour le futur



YVES ROCHER
FRANCE

“NOUS
AVONS
LE POUVOIR
D’AGIR.

ÉDITO

De la plante à la peau, c’est le chemin que nous parcourons chaque jour, chez Yves Rocher, depuis notre création en 1959.

Entreprise à Mission depuis 2019, nous avons fait de ce chemin originel notre ligne directrice. Ce statut juridique est un geste fort, qui souligne notre volonté de faire de l’impact sociétal et environnemental de l’entreprise des éléments aussi importants (et indissociables) que sa réussite économique.

À travers toutes nos activités, nous entendons agir pour « révéler, protéger et transmettre le pouvoir des plantes ».

Pour soutenir cette mission, nous avons établi une feuille de route en 10 actes concrets qui nous engagent dans un processus d’amélioration continue, preuves à l’appui : c’est « Act Beautiful ».

De la plante à la peau, c’est aussi le cheminement choisi ici, dans ces pages, pour vous présenter ce programme et nos ambitions RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) à horizon 2030.

Nous débiterons dans le jardin de La Gacilly, en Bretagne, un lieu hautement symbolique puisqu’il représente à la fois notre histoire, notre ancrage territorial et la preuve de notre engagement constant et croissant en faveur de la nature et du vivant.

De notre laboratoire à nos boutiques, en passant

par nos usines, nous vous livrerons ensuite les défis auxquels nous sommes confrontés dans notre quête d’une marque cosmétique encore plus durable et plus résiliente.

Puis nous ferons une halte dans la salle de bains. C’est dans ce lieu intime, où nous pratiquons toutes et tous nos rituels quotidiens, que nos choix de consommation responsable nourrissent notre désir d’une beauté plus engagée.

Mais la route ne s’arrête pas là : Yves Rocher souhaite ouvrir la voie. À travers les actions de notre partenaire, la Fondation Yves Rocher, nous avons l’opportunité de nous mobiliser ensemble et de devenir des actrices et des acteurs d’un monde plus respectueux du vivant.

Ceci est le chemin que nous traçons, avec l’aide de toutes nos parties prenantes. Nous avons conscience que la route est longue et qu’elle n’est pas linéaire. Mais nous avons la volonté d’éclairer et de poursuivre ce cheminement vers une beauté plus durable et responsable.

Guillaume Darrousez
Directeur Général d’Yves Rocher



- 3 Édito
- 6 Agir face à l'état du monde
- 8 Rétablir un cercle vertueux
- 10 Un engagement historique
- 12 Nos 10 actes concrets pour une beauté plus durable



14 UN ÉCOSYSTÈME VERTUEUX

- 16 Le Jardin Botanique, notre laboratoire à ciel ouvert
- 18 Un modèle agricole visionnaire
- 20 Un approvisionnement toujours plus respectueux du vivant
- 22 Un écosystème vertueux *en bref*



24 DE LA PLANTE AU PRODUIT

- 26 La transformation naturelle
- 28 Les défis de la formule écoconçue
- 30 "Le meilleur emballage est celui qui n'existe pas !"
- 31 Réduction du plastique : 30 ans d'efforts et d'innovation
- 32 Vers toujours plus de lisibilité et de transparence
- 34 De la plante au produit *en bref*



36 TRANSFORMER NOS USAGES

- 38 Vers des méthodes industrielles plus sobres
- 40 Notre politique commerciale : préserver le lien, réduire l'impact
- 42 La salle de bains, réconcilier désir de beauté et d'engagement
- 44 Les écogestes du quotidien
- 46 Transformer nos usages *en bref*



48 OUVRIR LA VOIE

- 50 Ressentir et passer à l'action
- 51 Nos green leaders : semeuses de graines
- 52 Jacques Rocher, la nature dans les gènes
- 54 Kelly Bencheghib, héroïne des rivières
- 55 Marine Segura, fière de nos racines
- 56 Une Fondation active dans 45 pays
- 58 Les mains dans la terre
- 60 Ouvrir la voie *en bref*
- 62 Le savoir, c'est le pouvoir !
- 65 Faire naître des solutions

AGIR FACE À L'ÉTAT DU MONDE

Nous agissons pour faire notre part dans les grands combats environnementaux et sociaux, aujourd'hui plus que jamais d'actualité.

6

POUR LIMITER LES DÉGÂTS

Pour limiter la hausse des températures à 1,5° C en moyenne à la fin de ce siècle, nous devons réduire les émissions mondiales de carbone de moitié d'ici 2030.

POUR RÉPARER LES DOMMAGES

Si la Terre se réchauffe, c'est à près de 100% à cause des activités humaines.

POUR PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ

Un million d'espèces animales et végétales (sur 8 millions répertoriées) sont menacées d'extinction dans les prochaines décennies.

POUR PRÉSERVER L'AGRICULTURE

Feux de forêts, inondations, canicules, sécheresses...
Si la Terre se réchauffe de 1,5 à 2° C, une estimation optimiste, il y aura huit fois moins de terres cultivables.

POUR QUE LA TERRE RESTE VIVABLE

Entre 3,3 et 3,6 milliards de personnes (soit quasiment 1 être humain sur 2) sont déjà impactées par le changement climatique.

Données issues des rapports du GIEC 2022 et 2023 (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat) et du rapport de l'IPBES 2019 (Plateforme intergouvernementale sur la biodiversité et les services écosystémiques)



© Emmanuel Berthier



RÉTABLIR UN CERCLE VERTUEUX

Au cœur de la mission de notre entreprise, les plantes sont essentielles à la vie sur terre : elles sont garantes de la qualité de l'air et la base de toute la chaîne alimentaire. En œuvrant en faveur de la protection des plantes et de la biodiversité, nous contribuons à restaurer les écosystèmes, à préserver les sols et à lutter contre les îlots de chaleur... Un levier nécessaire dans la lutte contre le changement climatique.

LES PLANTES SONT ESSENTIELLES ...

Pour plus de 6 milliards d'entre nous, les plantes font partie des rituels quotidiens. Nous les utilisons dans notre alimentation, dans nos soins de beauté et pour rester en bonne santé.

Le fait d'être au contact de la nature influe sur notre santé physique et mentale, sur nos comportements et notre bien-être.

L'Organisme Mondial de la Santé préconise d'ailleurs une surface d'au moins 10 m² d'espaces verts par habitant.

Les arbres nous nourrissent, ils nous réchauffent et nous abritent.

Tout au long de leur croissance, les arbres captent le CO₂ présent dans l'atmosphère et le stockent via la photosynthèse. Ce sont des « puits de carbone ».

... POURTANT ELLES SONT MENACÉES

Les scientifiques l'ont démontré : l'humain a gravement altéré 66 % des océans et 75 % des terres de la planète.*

Selon une étude scientifique datant de 2020**, 40% des espèces de plantes sont aujourd'hui menacées d'extinction à travers le monde, à cause de l'extension des espaces agricoles mais aussi de l'artificialisation des sols, de la pollution et du réchauffement climatique.

40% DES
ESPÈCES DE
PLANTES SONT
MENACÉES
D'EXTINCTION

CECI EST UNE URGENCE

L'engagement d'Yves Rocher, en partenariat avec la Fondation Yves Rocher, en faveur de la préservation de l'environnement, de la biodiversité et du vivant s'inscrit dans un cadre stratégique mondial : celui de l'accord historique de Montréal sur la biodiversité, signé en 2022 lors de la Conférence des Nations Unies sur la Biodiversité. L'objectif : protéger 30% des terres et des océans de la planète à l'horizon 2030. On pourrait ainsi éviter une extinction massive d'espèces végétales et animales d'ici 2030.

*Rapport de l'IPBES 2019

**Kew Royal Botanical Gardens, "State of the World's Plants and Fungi"

UN ENGAGEMENT HISTORIQUE

1975

Création du Jardin Botanique de La Gacilly

Un lieu unique, symbole de notre combat pour la biodiversité, champ d'exploration scientifique et outil pédagogique.

1979

Création de la filière d'origine à La Gacilly

Les plantes emblématiques de la Marque sont cultivées sur les terres de La Gacilly, en Bretagne, France.

1992

Jacques Rocher participe au 3^e Sommet de la Terre à Rio

Dans ses bagages, une pétition de plus de 200 000 signatures de clientes pour sauver les forêts tropicales.

1991

Yves et son fils Jacques créent la Fondation Yves Rocher

Leur souhait : rendre au monde végétal une partie de ce que nous lui devons.

La Fondation Yves Rocher est reconnue d'utilité publique depuis 2019.

1999

Nos champs de La Gacilly certifiés « bio » par Ecocert

Ce label « Agriculture Biologique » est la reconnaissance d'une agriculture plus durable et plus respectueuse des sols et des écosystèmes.

2015

Jacques Rocher participe à la COP 21

L'Accord de Paris, tournant historique, signé par 194 pays et par l'Union Européenne, vise à limiter le réchauffement planétaire à 1,5 ou 2°C en réduisant les émissions de gaz à effet de serre.

2007

La Fondation Yves Rocher, pour laquelle Yves Rocher est mécène, crée le programme *Plantons pour la planète*.

Jacques Rocher s'engage alors à planter un million d'arbres, un pari un peu fou à l'époque. Depuis, la Fondation en a déjà planté plus de 125 millions à travers le monde.

2019

Le Groupe Rocher devient Entreprise à Mission

La mission que le groupe s'est donné : reconnecter les femmes et les hommes à la nature. Yves Rocher adopte également ce statut, avec pour mission de « révéler, protéger et transmettre le pouvoir des plantes ».

2021

Nous sommes la 1^{ère} marque française à obtenir le label UEBT

Cette certification, délivrée par l'Union for Ethical BioTrade sur plusieurs de nos plantes de La Gacilly, est une reconnaissance de nos démarches d'approvisionnement et d'agriculture durables.

2023

Lancement du programme *Act Beautiful*

Des actes concrets et des ambitions à 2030 pour s'engager collectivement vers une beauté plus durable.

act beautiful

UN PARCOURS EN 10 ACTES CONCRETS VERS UNE BEAUTÉ PLUS DURABLE

**DÉMOCRATISER
LA BEAUTÉ NATURELLE
ET RESPONSABLE**

PAR NOS PRODUITS

acte 1

UNE COSMÉTIQUE
FRANÇAISE ET
EFFICACE À BASE
DE PLANTES

acte 2

DES FORMULES
PLUS NATURELLES
LIMITANT LES
INGRÉDIENTS
CONTROVERSÉS

acte 3

DE NOUVEAUX
GESTES BEAUTÉ
RÉDUISANT
LE PLASTIQUE

acte 4

DES PLANTES
CERTIFIÉES BIO
ET CULTIVÉES EN
AGROÉCOLOGIE

acte 5

UN
APPROVISIONNEMENT
PLUS DURABLE DES
INGRÉDIENTS
BOTANIQUE

acte 6

SOUTENIR
L'ACTIVITÉ DE
NOS PARTENAIRES
AGRICOL

acte 7

UNE INDUSTRIE
COSMÉTIQUE
PLUS SOBRE
EN ÉNERGIE
ET EN EAU

acte 9

SOUTENIR
LES ACTIONS DE
LA FONDATION
YVES ROCHER

acte 8

DES COLLABORATEURS
ET COLLABORATRICES
QUI SE MOBILISENT
POUR LA NATURE

acte 10

AGIR ENSEMBLE
POUR VÉGÉTALISER
LE QUOTIDIEN

**AGIR POUR
LA PRÉSERVATION
DE LA NATURE
ET DES PLANTES**

PAR LA MOBILISATION
COLLECTIVE

PAR LA TRANSFORMATION
DE NOTRE CHAÎNE DE
VALEUR

A man with a beard and grey hair, wearing a green t-shirt, is shown in profile, focused on pruning a plant in a black pot. He is using a pair of red-handled pruning shears. The plant has small, dark green, needle-like leaves. The background is a greenhouse filled with various other plants, with the glass panes visible. The lighting is soft and natural, suggesting an indoor garden environment.

UN ÉCOSYSTÈME VERTUEUX

LE JARDIN BOTANIQUE, NOTRE LABORATOIRE À CIEL OUVERT



Jardin Botanique de La Gacilly, en Bretagne

Créé en 1975 par notre fondateur Yves Rocher, le Jardin Botanique de La Gacilly en Bretagne est entièrement dédié au génie du végétal et à la préservation des espèces menacées. Membre d'un réseau international de partage des savoirs et accessible au public, il a une fonction à la fois scientifique, écologique et pédagogique. Plus de 5 000 spécimens y sont cultivés et étudiés sur 2 hectares.

BOTANIQUE À IMPACT

Dans ce grand laboratoire vivant, une communauté de scientifiques explore, sélectionne les plantes au meilleur potentiel, expérimente des pratiques culturelles innovantes et incite à préserver le vivant.

« Dans un premier espace, les plantes sont classées par usage : il y a les plantes dédiées à la cosmétique et à la parfumerie, mais aussi les plantes à vocation alimentaire, les plantes à boisson, textiles, ou médicinales. Dans un second espace, qui nous sert de test pour tous nos autres sites industriels, nous laissons la nature évoluer pour encourager la biodiversité spontanée » décrit l'ingénieure agronome Cécile L'Haridon. « Le Jardin Botanique remplit trois fonctions distinctes : une mission scientifique, une mission de préservation du végétal, et une mission pédagogique et de sensibilisation, avec l'accueil du public. »

L'EDULIS, NOUVELLE PLANTE STAR

L'actif botanique, c'est la molécule issue de la plante à l'origine de l'efficacité prouvée du produit. Les plantes emblématiques de La Gacilly nourrissent fortement les innovations de nos soins visage. Dernière en date, la gamme de soins Hydra Végétal s'appuie sur une plante reconnue pour sa forte efficacité hydratante : l'Edulis. Grâce à nos agronomes, nous avons pu déterminer les meilleures conditions de sa culture et de sa récolte, pour une teneur optimale en principes actifs. Aujourd'hui, **100% de nos actifs sont issus du végétal**. Cette naturalité est notre marque de fabrique.



Cécile L'Haridon, Directrice Botanique et Agroécologie

PRÉSERVER ET ENCOURAGER LA DIVERSITÉ DU VÉGÉTAL

Depuis 2021, **notre Jardin Botanique est labellisé EcoJardin** pour sa gestion écologique en faveur de la biodiversité. Il est aussi agréé « Jardin Botanique de France et des pays francophones », et nous sommes le seul jardin d'entreprise à être **membre du BGCI (Botanic Gardens Conservation International)**, le plus grand réseau de jardins botaniques du monde. Nous échangeons des semences et des ressources génétiques avec 200 autres jardins, afin de faciliter ensemble la connaissance et la sauvegarde des plantes. Parmi nos collections de plantes conservatoires : des armoises, des pélargoniums odorants, des blés anciens du pays de Redon. Autant de variétés potentiellement plus adaptées aux conditions climatiques de demain.

Nous travaillons aussi en lien avec des écoles et universités, dont celle de Rennes, en Bretagne. En 2020, une première thèse a été publiée, portant sur l'impact de nos champs de fleurs à floraison massive sur les pollinisateurs.

C'est ici que nos botanistes, nos agronomes et nos photochimistes développent leur expertise et enrichissent leurs connaissances du végétal.

Nos plantes sont le capital innovation de notre marque. Pour 2030, nous souhaitons valoriser encore davantage ce jardin, qui en est le berceau.

UN MODÈLE AGRICOLE VISIONNAIRE

Récolte de Camomille Matricaire dans nos champs à La Gacilly



Notre modèle vertueux d'agroécologie s'inscrit dans la continuité de l'action de Monsieur Yves Rocher, qui s'est toujours battu pour préserver la biodiversité et l'écosystème de La Gacilly, sa terre natale.

VERS DES PRATIQUES AGRICOLLES RÉGÉNÉRATIVES

Du Jardin Botanique à nos champs, c'est toujours à La Gacilly que poussent nos **9 plantes emblématiques** : la Camomille Romaine, la Camomille Matricaire, le Bleuet, le Calendula, la Ficoïde, l'Edulis, la Capucine, la Menthe et l'Arnica. **Quatre nouvelles plantes viennent compléter le tableau en 2024** : la Mauve, la Mélisse, la Verveine et le Sédum. Nos **60 hectares de champs** sont exploités dans le respect de l'environnement et du rythme des saisons, sans usage de pesticides, selon les principes de l'agriculture biologique, et même au-delà : ceux de **l'agroécologie**, qui met l'accent sur l'harmonie et la complémentarité des écosystèmes. Prairies humides, haies bocagères, insectes pollinisateurs et couverts végétaux permettent de maintenir l'équilibre de la biodiversité tout en assurant la production de nos plantes emblématiques. Le couvert de trèfles, dans la culture du Bleuet, est un exemple concret de protection du sol et de lutte contre les mauvaises herbes. Ce modèle visionnaire est constamment nourri et enrichi par la recherche et l'expérimentation, dans une logique de cotravail et d'échange avec nos nombreux partenaires du territoire breton.

PARTAGE DE SAVOIRS ET ROTATION CULTURALE

Le programme avant-gardiste **Bio & Climat, dont nous sommes co-fondateurs, co-financeurs et co-pilotes**, est né d'un constat : les agriculteurs avec qui nous sommes en contact au quotidien nous ont



partagé ne pas se sentir armés par rapport aux défis que nous impose déjà le changement climatique. Nous avons donc dégagé un financement afin de développer ensemble des méthodes plus résilientes. Il existe aujourd'hui des groupes de travail, des ateliers de sensibilisation et des accompagnements dans les changements de pratiques. Aussi, notre enjeu étant d'optimiser la diversité végétale, nous prêtons nos parcelles à des producteurs bio partenaires, afin d'assurer une rotation culturale. Enfin, **toutes nos recherches liées à l'agroécologie sont en open source** ; nous les partageons avec les réseaux d'agriculteurs auxquels nous sommes affiliés.

DE LA GACILLY AU RESTE DU MONDE

Ces réflexes de partage de savoir et d'accompagnement vers des pratiques plus durables vont bien au-delà de nos terres bretonnes : nous soutenons **7 200 partenaires agricoles** dans leur activité, avec l'objectif d'en accompagner toujours plus dans les années à venir. Prenons l'exemple du Karité : exclusivement exploité par des femmes, parce que considéré comme sacré, cet arbre endémique d'Afrique de l'Ouest connaît une pression croissante, due à l'intensification de l'activité humaine et au changement climatique.

Depuis 2013, nous finançons un programme qui soutient une communauté de **3 200 femmes en charge de Groupements de Gestion Forestière, des filières bio équitables**. Notre action a pour but de pérenniser leurs pratiques agricoles tout en protégeant la biodiversité. Nous les aidons à mettre en place des techniques de régénération des sols, d'agroforesterie, d'apiculture, et à diversifier les plantations.

En les aidant, par ailleurs, à développer d'autres sources de revenus (comme la production de pâte d'arachide) et à se former, nous soutenons l'émancipation économique des productrices de Karité, ce qui les rend plus résilientes.



Aujourd'hui, nous créons nos produits à partir des plantes récoltées à La Gacilly mais aussi de plus de 450 filières végétales à travers le monde.

Ce qu'on appelle la filière végétale, c'est l'association d'une matière première, d'un fournisseur et d'une origine géographique. S'assurer d'un approvisionnement plus durable, c'est chercher à optimiser notre impact économique, social et environnemental, les trois piliers du développement durable, tout au long du processus.

UN GAGE DE RESPECT ET D'ÉTHIQUE

À La Gacilly, nos filières végétales emblématiques sont **certifiées UEBT** depuis 2021. Nous sommes d'ailleurs la première marque française de cosmétiques à avoir obtenu cette certification très exigeante, attestant du sérieux de notre approche auprès des consommatrices et des consommateurs.

L'UEBT (Union for Ethical BioTrade) est une association internationale à but non lucratif qui fixe et promeut de bonnes pratiques pour un approvisionnement en ingrédients naturels respectueux de la biodiversité, et éthique vis-à-vis des femmes et des hommes.

DANS LE MONDE, 150 FILLIÈRES DÉJÀ CERTIFIÉES

De la même manière, nous travaillons à l'amélioration de chacune de nos filières. Actuellement, **plus de 150 de nos filières végétales sont certifiées par un organisme externe.** Parmi ces organismes, le label français **AB (Agriculture Biologique)**, qui atteste que les méthodes de production excluent l'utilisation des produits chimiques de synthèse et des OGM, préservent la qualité des sols, la biodiversité, l'air et l'eau. Le label **Fair for Life**, quant à lui, certifie l'assurance d'un prix juste et stable et des relations commerciales plus équitables pour nos partenaires locaux.

Senteur iconique de la marque depuis 35 ans, la filière Monoï est un exemple de l'amélioration continue que nous menons avec nos partenaires. Le Monoï se compose de la filière Tiaré Tahiti pour la fleur, et de la filière Coprah. Conduites de manière traditionnelle, les cultures de Tiaré Tahiti et de Coprah sont réalisées dans le respect de la biodiversité, avec un faible apport d'intrants (pesticides et engrais) et peu voire pas d'irrigation. En revanche, le vieillissement de la population de producteurs de Tiaré, conjugué à un manque de transmission de ces techniques, a mis en lumière la nécessité de soutenir une formation agricole pour préserver ces savoirs-faires traditionnels. Des études de sol, eau, et biodiversité ont également été financées afin d'accompagner la transition en agroécologie de la filière Tiaré. Ces actions ont ainsi permis de dynamiser le tissu économique et agricole local.

Pour l'instant, **65 de nos filières sont considérées comme durables**, au regard de notre cahier des charges, basé sur les trois piliers du développement durable. Un chiffre que nous aimerions **multiplier par 4** à l'horizon 2030.



UN APPROVISIONNEMENT TOUJOURS PLUS RESPECTUEUX DU VIVANT

Champ de Tiaré, Tahiti

UN ÉCOSYSTÈME VERTUEUX EN BREF



Plus de
5 000 plantes
ont été cultivées, observées
et étudiées scientifiquement
depuis la création de notre
jardin de La Gacilly en 1975.



**13 plantes certifiées
AB et UEBT**
cultivées dans nos 60 hectares
de champs en agroécologie, pour
régénérer les sols et préserver
la biodiversité.

Ces plantes sont intégrées dans
plus d'un produit sur 2
de notre portefeuille.



OBJECTIF
2030

18 plantes
cultivées sur 110 hectares
de champs, à La Gacilly et
dans le reste de la Bretagne,
grâce à nos partenaires
agricoles.



Plus de
150 filières végétales
dans le monde, certifiées par
un organisme externe (AB,
UEBT, Fair For Life...).

OBJECTIF
2030

Plus de
250 filières végétales
durables et certifiées par un
organisme externe (AB, UEBT,
Fair For Life...).



Plus de
7 200 partenaires
soutenus en France
et à travers le monde.

OBJECTIF
2030

Entretenir et développer
notre réseau de
partenaires.



Tous nos actifs sont issus du
végétal et intégrés dans des
produits à l'efficacité prouvée.

OBJECTIF
2030

Tous nos soins visage, corps
et cheveux contiendront au
moins 1 actif breton
(hors produits Karité et Monoï).



Maison Yves Rocher à La Gacilly, en Bretagne



DE LA PLANTE AU PRODUIT

LA TRANSFORMATION NATURELLE

Monsieur Yves Rocher

La Cosmétique Végétale®, une nouvelle vision de la cosmétique qui allie efficacité et naturalité, est un concept qui occupe une place centrale de notre histoire : il a été inventé par notre fondateur, Monsieur Yves Rocher, et constitue notre marque de fabrique depuis notre création en 1959.

En maximisant les ingrédients d'origine naturelle et végétale, récoltés selon des pratiques agricoles plus durables, nous limitons l'utilisation de ressources non renouvelables et, par ce biais, notre impact sur l'environnement.

Pour prolonger cette démarche jusqu'à la transformation des ingrédients, les phytochimistes d'Yves Rocher ont mis au point un procédé d'éco-extraction sans solvant. Cette technologie brevetée permet de puiser le meilleur de la plante en 5 étapes peu énergivores : le broyage, le pressage, la décantation, la clarification et la stabilisation.

Ensuite vient l'étape de la formule. En ligne avec nos convictions, notre charte formulatoire, très exigeante, incorpore un maximum d'ingrédients d'origine naturelle.

Aujourd'hui nous travaillons avec une palette de plus de 450 ingrédients végétaux et nous atteignons en moyenne 89% d'ingrédients d'origine naturelle dans nos formules.

® Marque déposée par Yves Rocher



acte 2
DES FORMULES
PLUS NATURELLES
LIMITANT LES
INGRÉDIENTS
CONTROVERSÉS

C18:2

Les huiles minérales sont exclues au profit d'huiles végétales biodégradables

NOTRE BLACKLIST S'ALLONGE

Notre niveau d'exigence en formulation est très élevé : **aucun compromis, ni sur l'efficacité, ni sur la sécurité de la peau, ni sur la sensorialité.**

C'est pourquoi nous utilisons parfois des ingrédients synthétiques, tels que des gélifiants ou des conservateurs, mais toujours avec des garanties de sécurité pour la santé des usagers et avec le souci de minimiser notre impact environnemental.

Parce que nous avons à cœur d'aller encore plus loin dans notre démarche, nous avons créé une liste unique d'ingrédients à éviter dans nos formules, dont certains sont encore autorisés par la réglementation européenne.

Notre liste d'ingrédients controversés est l'une des plus restrictives du marché. En effet, nous nous interdisons plus de 450 ingrédients au-delà de la réglementation européenne, et nous limitons au maximum l'usage de 5 000 ingrédients dans nos produits.



PRV3

Les colorants synthétiques sont remplacés par des colorants naturels

SO₄²⁻

Les sulfates ont été supprimés de nos shampoings en 2023

Si-O

Les silicones sont interdits dans nos produits capillaires depuis 2010



28



LES DÉFIS DE LA FORMULE ÉCOCONÇUE

Écoconception* (n.f.) :

démarche permettant de **réduire les impacts négatifs sur l'environnement** des produits, procédés ou services **sur l'ensemble de leur cycle de vie**, tout en conservant leurs qualités d'usage.

* Définition donnée par l'Ademe, l'Agence française de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie

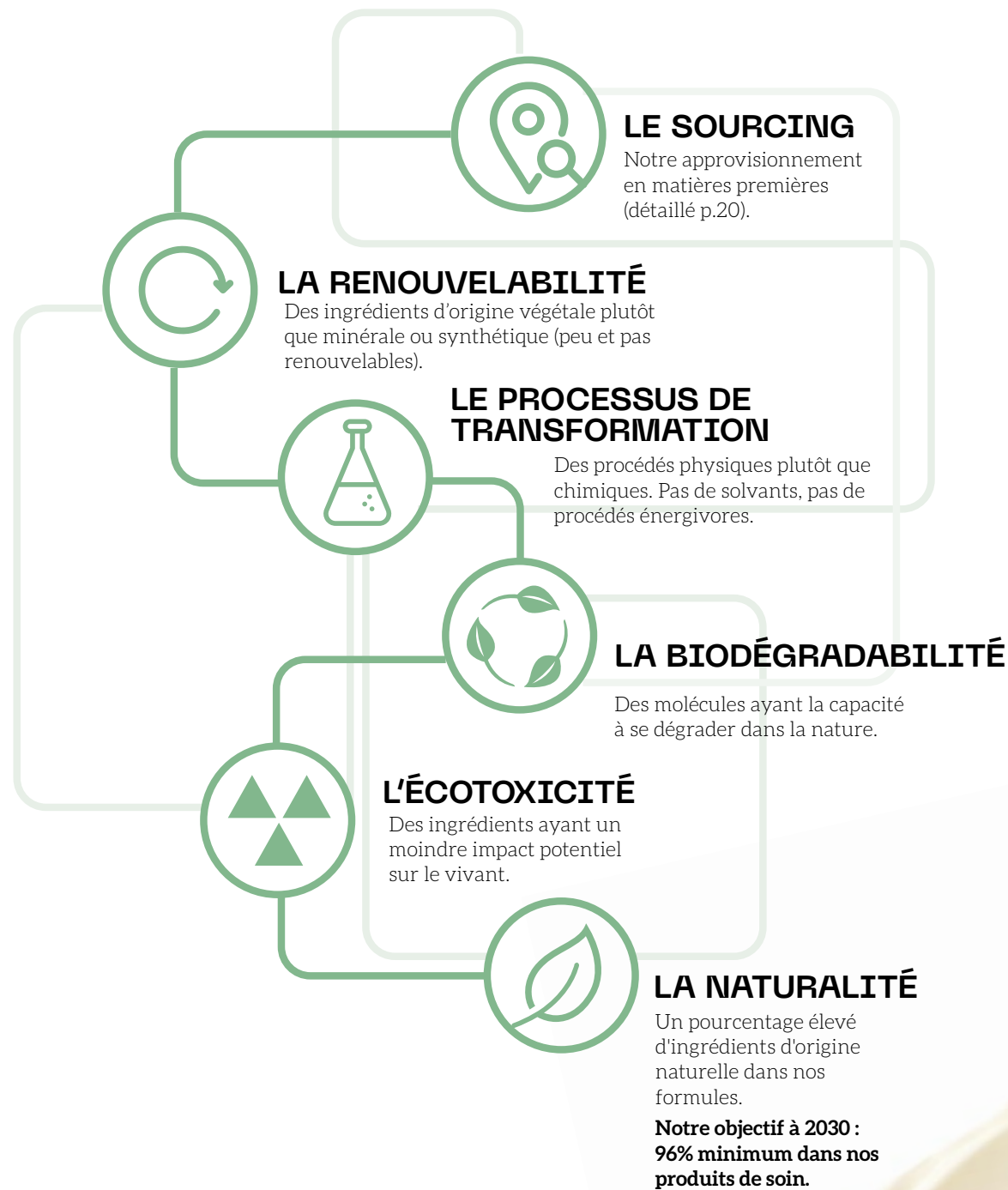


Un système de notation exigeant :

Dès l'étape de la formulation, nos produits sont passés au crible selon une grille de critères RSE spécifiques évaluant leur impact environnemental.

La note obtenue pour chaque nouvelle formule doit être supérieure à celle de la formule précédente pour que le produit soit développé.

NOS CRITÈRES



29





Parmi les défis de l'écoconception, le packaging a un rôle particulièrement important, car il pèse lourd dans l'empreinte environnementale du produit. Outre les matières premières nécessaires à sa fabrication, il faut également prendre en compte le déchet qu'il représente en fin de vie.

"LE MEILLEUR EMBALLAGE EST CELUI QUI N'EXISTE PAS !"

30

Claire Schmitt

Responsable Développement Produit - Cosmétique Solide

En 2022, Yves Rocher est devenu le numéro 1 en France des ventes de shampoings solides, en volume et en valeur*. Ce sont **500 000 unités de shampoings** et **130 000 unités de nettoyants visages vendus**, soit **près de 400 000 clientes** qui ont changé leurs habitudes pour un produit plus engagé. À titre d'exemple, troquer un produit classique de 300 ml pour un solide, emballé dans du papier certifié FSC, permet de **réduire de 5 fois l'impact CO₂ du packaging**. Et cela, sans sacrifier l'efficacité et la sensorialité pour autant : en témoigne la note moyenne de 4.2/5 obtenue par ces produits. Nous n'avons pas l'intention d'en rester là : **nous avons pour objectif de réduire notre utilisation de plastique de 30% d'ici 2030****.

Geste fort en ce sens, notre recharge *Bain de Nature*, lancée début 2024. Parmi les premières recharges du marché entièrement recyclables, ce contenant de 600 ml est conçu avec **4 fois moins de plastique** que le gel douche standard de 400 ml.

Grâce à la force de notre CRM (Customer Relationship Management, gestion de la relation client), au cœur de notre business model, à notre popularité en France et à notre présence partout dans le monde, nous avons un vrai rôle à jouer dans l'accompagnement du public vers ces nouveaux modes de consommation.

*Source : Kantar Worldpanel. Total Femmes acheteuses. Total année 2022. En volume et en valeur.
** Versus 2019 en tonnes de plastique

RÉDUCTION DU PLASTIQUE : 30 ANS D'EFFORTS ET D'INNOVATION

- 1993** Première **recharge** de gel douche hamamélis
- 2006** **Suppression des sacs en plastique en boutique**, 10 ans avant la loi en France
- 2009** Premiers flacons fabriqués avec **25% de plastique recyclé**
- 2017** Lancement du **gel douche concentré** (-50% de plastique et -50% d'émissions de carbone versus un gel douche standard 400 ml)
- 2020** Premiers **flacons entièrement recyclables** et composés de plastique recyclé
- 2021** Lancement des **shampoings solides 0 déchet plastique**
- 2022** **-7% de plastique** utilisé versus 2019
+50% de plastique recyclé dans nos packagings
1 pack sur 2 entièrement recyclable
- 2024** Lancement, en février, de nos **recharges Bain de Nature** (qui nous permettraient de réaliser une réduction de plastique minimum de 127 tonnes par an*).
Lancement, en septembre, d'une coalition cosmétique pour tester le succès des produits consignés en France.

*Selon nos projections de vente des éco-recharges et du flacon rechargeable sur l'année 2024 en comparaison au 400 ml classique.

31

DES GESTES ENGAGÉS

Shampooing solide





VERS TOUJOURS PLUS DE LISIBILITÉ ET DE TRANSPARENCE

32



PAS DE TEST SUR LES ANIMAUX

Parce que le respect de la biodiversité, végétale comme animale, est au cœur de notre projet, **nous ne testons plus nos produits sur les animaux depuis 1989** (soit 15 ans avant la réglementation en vigueur).

Dans cette logique, nous avons choisi de suspendre, en 2021, la distribution de produits en Chine continentale, un pays où les tests cosmétiques sur les animaux sont encore très répandus.



VEGAN ?

Nous avons plus de **700 produits formulés sans ingrédients ou dérivés de provenance animale**.

Nous reconnaissons utiliser encore du miel et de la cire d'abeille dans certains produits, pour leur sensorialité et parce qu'il n'existe pas d'équivalent vegan.

Néanmoins, le vegan représente déjà **88% de notre portefeuille**, et notre objectif est de passer à **plus de 90% d'ici 2030**.



AIDER LE CONSOMMATEUR À CHOISIR EN CONSCIENCE

Parce que nous avons à cœur de rendre nos méthodes transparentes et d'aider nos clientes et nos clients dans leurs choix de consommation, nous avons pris part à la construction du Green Impact Index.

De quoi s'agit-il ? D'un outil destiné à toutes les entreprises, de la TPE aux grands groupes internationaux, permettant d'évaluer l'impact environnemental et sociétal du produit tout au long de son cycle de vie.

À l'image des produits alimentaires, grâce à une cotation graduée de A à E, cette méthodologie permettra aux consommatrices et aux consommateurs de choisir leurs produits cosmétiques et de bien-être en toute connaissance de cause.



L'outil, fondé sur la méthodologie de l'AFNOR Spec 2215, a été élaboré par le consortium Green Impact Index dont le Groupe Rocher fait partie, et prend en compte plus de 50 critères (par exemple le choix des matières premières, les méthodes de production, le transport, l'impact de l'utilisation et la fin de vie).

Nous sommes aujourd'hui environ 1 000 marques à avoir rejoint le collectif Green Impact Index, un modèle de coopération inspirant.

C'est aussi un outil d'amélioration continue, que nous utilisons en interne, avec nos partenaires et fournisseurs, pour développer des produits qui réduisent toujours plus leur empreinte environnementale et sociétale.



Notre après-shampooing solide, noté A par le Green Impact Index.

DE LA PLANTE AU PRODUIT EN BREF

LA COSMÉTIQUE VÉGÉTALE®

Une palette de plus de
**450 ingrédients
végétaux.**

Une blacklist de plus de
**450 ingrédients
controversés exclus**
de nos formules.

**+93% d'ingrédients
d'origine naturelle** en
moyenne dans nos soins
visage, corps et cheveux.

**OBJECTIF
2030** **+ 96%** d'ingrédients
d'origine naturelle dans
tous nos soins.

LISIBILITÉ ET TRANSPARENCE



0 test animal depuis 1989
soit 15 ans avant la loi.



88% de produits vegan
(formulés sans ingrédient ou
dérivé d'origine animale).

**OBJECTIF
2030**

90% de produits vegan.



IMPACT SOCIO-ENVIRONNEMENTAL



Un gage de
transparence

RÉDUCTION DU PLASTIQUE DE NOS PACKAGINGS

**OBJECTIF
2030**

-30% d'utilisation
de plastique (versus 2019).



100% de plastique
recyclé.



100% de packaging
recyclable.

A close-up photograph of a person's face and shoulder. The person has dark hair and is wearing a light blue garment. Their lips are slightly parted, showing a pinkish-red color. On their right shoulder, there is a circular patch of white, textured body paint or makeup. The background is dark and out of focus.

TRANSFORMER NOS USAGES



VERS DES MÉTHODES INDUSTRIELLES PLUS SOBRES

Site de production à La Gacilly, en Bretagne

38

Depuis la vision de notre fondateur en 1959, notre marque a grandi et s’est mise à voyager bien au-delà de notre fief breton : aujourd’hui, Yves Rocher, ce sont **plus de 2 300 magasins, plus de 200 000 « social sellers »** (des vendeuses indépendantes sur les réseaux sociaux), et **plus de 20 millions de clientes et clients à travers 90 pays dans le monde.**

Pourtant, notre engagement reste le même : plus de **95% de nos produits cosmétiques sont faits en France, dont 93% dans nos propres usines en Bretagne.** C’est cela, le modèle Yves Rocher : la pérennité d’une industrie ancrée dans le territoire.

DES USINES MOINS GOURMANDES EN ÉNERGIE ET EN EAU

Les efforts entrepris depuis 2019 ont déjà permis de réelles avancées :

– Une réduction de notre consommation et notre dépendance aux énergies fossiles avec un **objectif de 85% de consommation d’énergies renouvelables d’ici 2025.**

*Nous faisons appel à des sous-traitants européens pour certains de nos produits de maquillage (crayons et poudres) nécessitant des technologies spécifiques. Moins de 1% de nos produits est fabriqué hors Europe (accessoires de maquillage fabriqués en Chine et en Corée).

– Une gestion responsable de l’eau sur tous nos sites industriels via l’optimisation des processus, notamment sur le lavage des cuves, qui a permis une **baisse de 23% de notre consommation d’eau industrielle.****

ACCÉLÉRER LA RÉDUCTION DE NOS ÉMISSIONS DIRECTES ET INDIRECTES

Grâce à ces efforts, nos usines de La Gacilly ont déjà **réduit de 32%*** leurs émissions carbone** et sont en bonne voie pour atteindre **l’objectif ambitieux de -75% en 2030.**

En parallèle, nous travaillons avec l’ensemble de nos partenaires et fournisseurs pour étendre ces efforts à toute la chaîne de valeur et atteindre une **baisse globale de 50% des émissions carbone de la marque en 2030.******

Ces objectifs ont été soumis à la SBTi (Science-Based Targets initiative) afin de valider leur compatibilité avec les recommandations scientifiques nécessaires pour atteindre les objectifs de l’Accord de Paris.

** En mètres cube d’eau par tonne de produit versus 2019.
***Résultats fin 2022 versus 2019, en tonnes de carbone équivalent
****Versus 2019, en tonnes de carbone équivalent, scope 1,2,3

RÉPARTITION* DES ÉMISSIONS CARBONE DE LA MARQUE



39

* Répartition en % des émissions carbone scope 1,2,3 sur la base du bilan carbone 2022 de la marque excluant les achats hors production



NOTRE POLITIQUE COMMERCIALE : PRÉSERVER LE LIEN, RÉDUIRE L'IMPACT



Magasin Yves Rocher La Défense, Paris.

L'expérience client est une des marques de fabrique d'Yves Rocher : grâce à une stratégie basée sur le marketing relationnel, nous avons su instaurer un lien précieux sur le temps long avec nos clientes et nos clients.

Notre programme de fidélité, très performant, implique une communication régulière, des offres promotionnelles et des cadeaux clients. Aujourd'hui, nous cherchons à faire évoluer ce modèle, afin de réduire notre impact sur l'environnement, tout en préservant la qualité de la relation tissée.

LES CADEAUX CLIENTS, UNE QUESTION CENTRALE

Les cadeaux permettent de récompenser notre clientèle. Elle y est très attachée. Notre objectif : continuer de les récompenser tout en réduisant l'impact environnemental de ces cadeaux.

En 2023, **plus de 60% des cadeaux distribués sont déjà des produits de beauté fabriqués dans nos usines à La Gacilly**. Pour le reste des cadeaux « objets », nous suivons une charte du cadeau responsable intégrant des critères RSE pour limiter leur impact environnemental et mettre en valeur notre vision d'une beauté plus responsable. Par exemple, nous limitons le plastique, remplacé par des matières recyclées ou naturelles, et privilégions des objets durables et écoconçus, sur tout leur cycle de vie.

MOINS DE PROMOTIONS ET DES PRIX REVUS

La réduction de notre impact carbone passe aussi par une redéfinition de notre façon d'être en lien : en offrant aux clientes **une expérience recentrée sur notre expertise botanique** plutôt que sur des offres promotionnelles, nous revenons aux sources et nous reconnectons pleinement à notre différence de marque. C'est le pari avant-gardiste qu'a fait notre filiale canadienne, en retravaillant

l'intégralité de sa politique commerciale en transparence avec ses clientes et clients. Élue 2^e meilleure expérience client en magasin au Québec par l'étude WOW 2024, cette filiale ouvre la voie vers de nouvelles pratiques.

RÉCUPÉRER, RECYCLER, DONNER

Parce que notre responsabilité ne s'arrête pas à la porte de nos magasins, nous nous soucions de la trajectoire de nos outils commerciaux et produits, même après leur usage.

Depuis 2021, nous avons mis en place un grand programme de **collecte des éléments non-recyclables dans les filières de tri classiques**. Dans 641 boutiques françaises, des bacs de récupération ont été mis en place. Résultat ? **Plus de 2 tonnes d'emballages maquillage et 160 tonnes de papier issu de nos envois promotionnels ont eu une seconde vie** grâce à nos partenaires de recyclage. Une pratique vertueuse se déployant dans plus de la moitié des pays où nous avons des boutiques !

Dans une logique anti-gaspi depuis 2018 et en conformité avec la loi AGEC, nos produits invendus sont systématiquement proposés à des associations reconnues d'utilité publique, comme Dons Solidaires.

LA SALLE DE BAINS

RÉCONCILIER DÉSIR DE BEAUTÉ ET D'ENGAGEMENT

Depuis plus de 100 000 ans et à travers toutes les sociétés, notre désir de beauté et de soin est resté inchangé. La beauté est une composante de notre identité individuelle et collective. Alors qu'elle est profondément intime, cette beauté est parfois soumise à des injonctions sociales et des questionnements environnementaux. Comment continuer à prendre soin de nous-même sans compromettre le soin que nous portons à la nature et au vivant ?

Depuis sa création il y a plus de 65 ans, Yves Rocher promeut une beauté naturelle, sans artifice, et sans compromis. C'est une beauté vertueuse, respectueuse du vivant sous toutes ses formes.

Nous continuons à défendre cette vision aujourd'hui : celle d'une beauté synonyme de plaisir mais soucieuse de l'impact des produits sur l'environnement. Dans la droite ligne des efforts de chacun et chacune en faveur de la planète, la salle de bains, lieu de rituels quotidiens, devient ainsi la pièce maîtresse de nos engagements.

ASTUCES

① Éteindre l'eau pendant qu'on se savonne

② Limiter sa douche à 5 minutes maximum, le temps d'écouter sa chanson préférée !

③ Baisser la température de l'eau, bénéfique pour la peau et moins énergivore !

JE PRÉFÈRE LA DOUCHE AU BAIN

BAIN	DOUCHE
200 l d'eau*	15 l / minute*

* en moyenne, source : FEBEA

J'ADOpte LES COSMÉTIQUES SOLIDES

Shampooing, après-shampooing, nettoyant et exfoliant visage... Zéro déchet plastique et efficacité garantis !

JE TROQUE LE JETABLE POUR LE RÉUTILISABLE

Je me démaquille avec des *lingettes lavables* à la place des cotons démaquillants

J'opte pour les *éco-recharges*



JE PENSE AUX PRODUITS NON RINCÉS

Pour réduire ma consommation d'eau



JE TRIE AUSSI DANS LA SALLE DE BAINS

66% des Français pratiquent le tri des déchets Mais ils sont seulement 1 sur 3 à trier leurs déchets cosmétiques

Source : CITEO

LES ÉCOGESTES DU QUOTIDIEN

TRANSFORMER NOS USAGES EN BREF

MÉTHODES INDUSTRIELLES PLUS DURABLES



95%
de nos produits cosmétiques
sont faits en France.



93%
dans nos propres usines
en Bretagne.



-23%
de consommation d'eau
industrielle à fin 2022.*



-30%
de consommation
d'eau industrielle.*



-32%
d'émissions de CO₂ sur nos
usines de La Gacilly à fin 2022.*



-50%
d'émissions de CO₂
au global.*

Toutes nos ambitions de réduction de nos
émissions de CO₂ ont été soumises à la
Science-based Target Initiative (SBTI).

* Versus 2019
** Depuis 2021



EN BOUTIQUE
160 tonnes de papier
collectées.**



Bac de collecte d'emballages
non pris en charge par le tri
sélectif > recyclage de
2 tonnes d'emballages
maquillage.**



OUVRIR LA VOIE

En tant que Fondation reconnue d'utilité publique, nous souhaitons tracer une grande voie en faveur de la solidarité et du faire ensemble pour la nature. Mobiliser les équipes et les clientes et clients Yves Rocher représente pour nous un immense levier d'actions porteur d'un espoir très concret.

Marie-Anne Gasnier
Déléguée Générale de la Fondation
Yves Rocher



RESSENTIR ET PASSER À L'ACTION

Former, sensibiliser et agir : ce sont les trois étapes de la mobilisation interne chez Yves Rocher.

Former, d'abord, à travers des modules d'e-learning, afin que l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices maîtrisent le programme d'impact "Act Beautiful".

Sensibiliser, ensuite, chacune et chacun à la préservation du vivant, via un jeu de société, des marches de reconnexion à la nature, des conférences. Comme autant de rappels, au quotidien, de la mission de la marque.

Agir, enfin et surtout, grâce à un projet clé, source de fierté en interne, des chantiers de protection de la nature, une opportunité unique, pour toutes nos équipes, de consacrer une journée par an à une association locale.

Ces actions sont le fruit d'un partenariat sur le temps long avec la Fondation Yves Rocher. Pour les mettre en place, nous nous appuyons sur un vaste réseau d'ambassadeurs présents dans nos filiales du monde entier et très actifs sur le terrain.



© Ronan Moucheboeuf



© Ronan Moucheboeuf

NOS GREEN LEADERS*, SEMEUSES DE GRAINES

Les "Green Leaders" sont des ambassadrices dans nos boutiques et dans notre réseau de vente : elles prolongent notre impact positif à travers des actions concrètes et régulières.

À titre d'exemple, en 2021, l'initiative a pris de l'ampleur au sein de notre filiale italienne : 90 conseillères beauté en retail et 300 responsables de zone du réseau "social selling" sont déjà mobilisées.

Deux exemples inspirants :

Giorgia, Formatrice en Retail, donne une deuxième vie aux t-shirts des uniformes en les personnalisant.

Marilia, Responsable de Zone du Social Selling, a organisé une promenade de sensibilisation à la préservation de la biodiversité, en collaboration avec l'association Worldrise.

Parce que les semeuses de graines méritent d'être vues et célébrées, le Prix Biodiversiday, créé pour les 60 ans de la marque Yves Rocher, récompense les initiatives sociales et environnementales prises à titre individuel par nos partenaires en boutique, en France et en Belgique.

*ambassadrices engagées

LA NATURE DANS LES GÈNES

« Nous avons une volonté commune, avec mon père Yves Rocher, celle de nous engager pour la préservation de la nature. C'était il y a plus de 30 ans. Depuis, aux 4 coins du monde, nous agissons, les mains dans la terre, aux côtés de communautés et d'associations engagées dans des projets à forts impacts sociaux et environnementaux.

De nombreuses rencontres furent décisives : Wangari Maathai, le Cacique Raoni, Jean-Philippe Beau-Douëzy et Sylvie Monier qui sont à l'origine de notre programme Plant For Life mais aussi les 500 lauréates Terre de Femmes et les associations partenaires avec qui nous plantons et préservons les arbres.

C'est l'énergie positive du collectif et la force de l'engagement qui font le sel de l'existence de la Fondation Yves Rocher.

Dans notre époque tumultueuse cette mise en mouvement est clé pour relever les défis pointés par le GIEC* et être plus résilients. Notre soutien financier est nécessaire, mais nous offrons plus que cela. Nous partageons nos savoirs et expertises autant que nous apprenons de nos partenaires dans le respect des communautés locales et de la diversité des cultures, et des territoires. Les personnes que nous accompagnons sont inspirantes et passionnées. En racontant leurs histoires, les défis auxquels elles doivent faire face, nous éclairons en quelque sorte la voie de celles et ceux qui souhaiteraient se lancer dans l'aventure.

Agir est un merveilleux antidote face à l'éco-anxiété ambiante. S'engager pour la nature est la plus belle des aventures ! »

Jacques Rocher
Président de la Fondation
Yves Rocher

GIEC : Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat

HÉROÏNE DES RIVIÈRES

SUNGAI
WATCH

© Sungai Watch



Kelly Bencheghib
Lauréate 2023 du Prix
Fondation Yves Rocher -
Terre de Femmes

Depuis 2001, avec le Prix Terre de Femmes, la Fondation Yves Rocher récompense des héroïnes qui œuvrent pour la biodiversité et pour changer le monde. Des bidonvilles de Nairobi à la forêt amazonienne en passant par la France, 500 femmes ont déjà été récompensées.

Kelly Bencheghib est l'une d'entre elles : avec son organisation, Sungai Watch, cette femme de conviction œuvre à Bali pour dépolluer les rivières des déchets plastiques.

FIÈRE DE NOS RACINES

© Marine Leroy

Marine Segura
Responsable
du programme
Plant for Life
de la Fondation
Yves Rocher

« Au travers du programme Plant For Life, nous œuvrons pour un monde vivant et durable. Quand je vois les projets menés par nos partenaires de terrain et leurs impacts concrets, je suis optimiste. Forêt-jardin aux Pays-Bas, agroforesterie au Togo, reconquête des haies en France. Les solutions sont multiples pour préserver la nature et construire des territoires plus résilients et solidaires. »

Le programme Plant For Life concentre ses actions sur trois milieux : les forêts, les zones agricoles et les zones urbaines avec pour mission de soutenir celles et ceux qui reverdisent la planète.

UNE FONDATION ACTIVE DANS 45 PAYS



Plus de
125 MILLIONS
d'arbres plantés



71
ONG soutenues



Plus
**D'UN MILLION
DE PERSONNES**
mobilisées

Yves Rocher est le principal mécène de la Fondation Yves Rocher, reconnue d'utilité publique, qui œuvre pour la régénération des forêts et la préservation des écosystèmes à travers le monde.

DÉVELOPPER L'AGROFORESTERIE

Nous remettons des arbres et des haies dans les champs des paysannes et des paysans pour leur permettre de vivre et de nourrir leurs communautés tout en préservant la biodiversité locale.

RESTAURER LES FORÊTS

Nous accompagnons des projets de restauration, de gestion et de libre évolution des forêts.

ÉQUATEUR

A Sarayaku, une frontière de 200 km de long faite d'arbres à fleurs afin de protéger 135 000 ha de forêt primaire de l'exploitation pétrolière.

FRANCE

Avec le Fonds pour l'arbre co-crée avec l'Afac-Agroforesteries, la Fondation Yves Rocher perpétue une pratique ancestrale pour faire face à l'enjeu vital de replanter des haies en France.

Objectif 2050 : 750 000 km de haies plantées.

PAYS-BAS

Une forêt nourricière pour nourrir la population et cultiver la terre de façon plus durable sans empiéter sur la biodiversité.

Objectif : faire pousser un maximum d'espèces d'arbres et de plantes.

ITALIE

38 000 arbres pour des haies riches de 52 espèces végétales utiles à la biodiversité et à la pollinisation et une agriculture plus durable dans 50 exploitations en partenariat avec les agriculteurs de l'AVEPROBI.

TOGO

1 million d'arbres plantés par l'association Youth for a Green Nature qui permettront à plus de 1 000 femmes dans 20 villages de produire 5 tonnes de légumes sains à destination des familles.

MADAGASCAR

Sur le site bioculturel d'Antrema, des communautés impliquées en partenariat avec le Muséum National d'Histoire Naturelle pour la conservation d'un environnement naturel où vivent des sifakas (primates).

acte 9

SOUTENIR
LES ACTIONS DE
LA FONDATION
YVES ROCHER

Notre ambition est de rassembler une communauté engagée et agissante pour la défense de la nature et des plantes.

Plusieurs de nos clientes tirées au sort ont déjà eu la chance de participer à des plantations ou de passer une journée en immersion à La Gacilly. En 2024, des clientes vont aussi être invitées lors de la Cérémonie de remise des Prix Fondation Yves Rocher - Terre de Femmes. C'est une façon pour nous de renforcer le sentiment d'appartenance à cette communauté qui nous est chère.

Dès leur adhésion à notre programme de fidélité, nos clientes ont la possibilité de planter un arbre via la Fondation Yves Rocher en France. Elles sont de plus en plus nombreuses à choisir de planter un arbre plutôt qu'une autre récompense, ce qui représente 6% des récompenses fidélités ! Une nouvelle qui nous réjouit.

Nous travaillons en parallèle à la mise en place d'actions citoyennes qui verront le jour dès 2025, pour permettre à chacune et chacun d'entre nous d'agir à son échelle.

LES MAINS DANS LA TERRE



« Cette journée m'a permis de comprendre l'importance de planter des espèces d'arbres adaptées à l'écosystème local. N'ayant jamais planté d'arbres auparavant, j'ai trouvé fascinant d'apprendre à le faire. »

Rozenn, gagnante d'un concours sur Instagram

« Nous avons participé à la plantation d'une haie de 150 arbres en collaboration avec une association locale en région parisienne. Il y avait ceux qui creusaient, ceux qui plantaient... L'ambiance était extraordinaire. En revenant, j'ai partagé avec mes petits-enfants l'idée que chaque petit arbre grandira et apportera quelque chose de précieux aux hommes, aux femmes et à la nature. Depuis, je me suis rapprochée de ma commune pour m'impliquer auprès d'associations pour la protection des abeilles. »

Florence,
une cliente tirée au sort



OUVRIR LA VOIE

EN BREF

LA MOBILISATION INTERNE : FORMER, SENSIBILISER ET AGIR



Tous nos collaborateurs sont formés aux enjeux environnementaux de notre mission « révéler, protéger et transmettre le pouvoir des plantes. »



6% des récompenses fidélité en France sont converties en arbres, plantés par la Fondation Yves Rocher.

OBJECTIF
2030

100% de nos équipes impliquées sur le terrain sur la base du volontariat auprès d'une association locale œuvrant pour la protection de la nature.



390 green leaders ambassadrices engagées à travers nos boutiques et notre réseau de vente.

ENGAGÉ POUR LA NATURE EN TANT QUE MÉCÈNE DE LA FONDATION YVES ROCHER

BORN IN
1991

33 ans d'existence et de soutien de la marque Yves Rocher.



+ de 500 femmes engagées accompagnées à travers le monde (Terre de Femmes).



Des actions dans **+ de 45 pays.**



Plus de **125 millions d'arbres** plantés et protégés.

OBJECTIF
2030

150 millions d'arbres plantés et protégés.



LE SAVOIR, C'EST LE POUVOIR !

Pour celles et ceux qui veulent approfondir leurs connaissances sur les thèmes abordés, voici une liste de suggestions non exhaustive et totalement subjective de la part de l'équipe Impact. Petite précision : il n'existe pas de partenariat avec les autrices et auteurs cités.

À VOIR

DON'T LOOK UP

Long-métrage écrit et réalisé par Adam McKay (2021)

Où va le monde quand le déni empêche la vérité de circuler ? Une fable post-apocalyptique déjà culte.



CAPTAIN FANTASTIC

Long-métrage écrit et réalisé par Matt Ross (2016)

Autosuffisance ou vie ordinaire ? Entre les deux, une famille doit choisir...

PRINCESSE MONONOKE

Film d'animation de Hayao Miyazaki (1997)

Les forces de la nature livraient déjà combat à l'époque Muromachi, dans un Japon ancestral.

DEMAIN

Documentaire réalisé par Cyril Dion et Mélanie Laurent (2015)

Sur un ton résolument optimiste, le doc aux millions de spectateurs aborde la question environnementale par le biais des solutions.

ANIMAL

Documentaire réalisé par Cyril Dion (2021)

Bella et Vipulan, qui incarnent la génération climat, font le point sur notre relation au vivant.

À ÉCOUTER

DRILLED

Amy Westervelt

Criminaliser le combat environnemental est une technique difficile à déconstruire mais ce podcast y parvient. En anglais.



SISMIQUE

Julien Devaureix

Une exploration des crises pour mieux comprendre notre monde si complexe.

THE BIG SHIFT!

The Shift Project

Un podcast dédié à cette transition qui est l'affaire du siècle - et l'affaire de toutes et tous !

LA TERRE AU CARRÉ

France Inter

Toute l'actualité de la planète racontée par Mathieu Vidard et Camille Crosnier.

CHALEUR HUMAINE

Le Monde

Animé par Nabil Wakim, ce podcast donne rendez-vous à tous les spécialistes du climat.



À LIRE

OÙ ATERRIR ?

Essai de Bruno Latour (2017)

Un texte d'une grande finesse politique par l'un des pères de la climato-philosophie française.

TOUT COMPRENDRE (OU PRESQUE) SUR LE CLIMAT

Bande dessinée collective (2022)

Le CNRS lutte contre la désinformation en visant le grand public. Avec l'aide du blogueur star Bon Pote.

COMMENT TOUT PEUT S'EFFONDRE ?

Essai de Pablo Servigne et Raphaël Stevens (2015)

Un ingénieur agronome et un expert en résilience des systèmes évoquent le possible effondrement de notre civilisation thermo-industrielle. Depuis ce livre, on appelle ça la « collapsologie ».

LA VIE SECRÈTE DES ARBRES

Essai de Peter Wohlleben (2015)

Plus d'un million d'exemplaires vendus dans le monde ont révélé au plus grand nombre la sensibilité du végétal. Une ode à la magie du vivant.

... MAIS AUSSI

Vous n'avez toujours pas participé à la **Fresque du Climat** ? Il est toujours temps de s'inscrire...

Et si vous faites partie des bons élèves, pourquoi ne pas tenter la **Fresque de la biodiversité** ?

Pour se former en ligne (et gratuitement), jetez un coup d'œil sur le site du Cned, qui propose **Le B.A.-BA du climat et de la biodiversité**.

Côté appli, **Ma petite planète** est un bon moyen de passer à l'action.

Et enfin, côté entreprises, un passage par le MOOC **Comprendre la crise écologique pour réinventer l'entreprise**, publié par le C3D, le Collège des Directeurs du Développement Durable s'impose.



Février 2023, Equipe Impact et RSE lors de la plantation d'arbres à Courances, Essonne

FAIRE NAÎTRE DES SOLUTIONS

Nous avons la chance de travailler pour une entreprise restée fidèle à sa mission depuis plus de 65 ans : créer un chemin de la plante à la peau, dans le respect de la nature.

Un chemin véritablement transformatif, jalonné d'avancées, présentées ici et sources de fierté ; mais aussi ponctué d'obstacles au quotidien. Nous les savons nombreux, car ils sont le reflet des défis environnementaux et sociaux qui agitent le monde.

Engagée et extrêmement consciente de l'état de la planète, l'équipe Impact & RSE a pour mission de faire naître des solutions comme des milliers d'étincelles en faveur d'un monde plus respectueux du vivant. Ces étincelles, nous les observons, nous les écoutons, nous les encourageons, nous les aidons à grandir.

Notre levier de changement est celui de l'entreprise. La nôtre s'appuie sur des équipes qui, engagées dans le monde entier, trouvent des solutions, font des choix et procèdent à des renoncements nécessaires que nous vous dévoilons aujourd'hui.

Mais nous avons pleinement conscience que pour faire bouger les choses en profondeur, nous devons agir collectivement. Abandonner le seul modèle de la compétition pour choisir la voie de la coopération et créer des ponts entre les mondes. Entreprises, pouvoirs publics, société civile, domaine universitaire ou associatif : nous croyons profondément à l'effet d'entraînement pour accélérer le changement.

Alors merci à celles et ceux qui nous rejoignent sur ce long chemin, l'aventure ne fait que commencer.

Alexandra Ferré
Directrice Impact et RSE



Ce livre a été imprimé en petites quantités et diffusé plus largement dans sa version numérique.
Merci d'en prendre soin et de lui offrir plusieurs vies en le partageant.
Merci de penser, aussi, à le déposer dans un bac de tri, quand il ne vous sera plus utile.



NOUS AVONS LE DEVOIR D'AGIR."

Bris Rocher

Président du Conseil d'Administration
du Groupe Rocher



YVES ROCHER
FRANCE