



CLARINS

WE CARE 

POSITIONNEMENT, ACTIONS & ENGAGEMENTS RSE

*Clarins face aux grands enjeux  
sociétaux et environnementaux*

ÉDITION 2021



*Les entreprises ont  
le devoir d'agir  
pour bâtir un futur  
désirable.*

Cette conviction, Clarins la porte depuis sa création en 1954 par mon grand-père, Jacques Courtin. Avec mon père Christian, il nous a enseigné que notre réussite serait intimement liée à une double exigence : l'amour de la nature, qui nous offre la matière première de nos produits, et l'écoute des femmes, qui sont l'objet même de notre existence.

Élargies à la planète et à la société, ces exigences croisent les grands enjeux posés à notre époque : changement climatique, exploitation sans limites des ressources, développement inégalitaire des populations; mais aussi demandes accrues des consommateurs, mobilisation pour une société plus diverse et inclusive, attentes des collaborateurs pour que l'entreprise donne du sens à leur engagement...

Pour répondre à ces défis, Clarins a la responsabilité d'agir pour aller plus loin, de la manière la plus exemplaire qui soit.

Notre attachement aux personnes et à la planète est depuis toujours une composante intrinsèque de ce qui nous distingue. Cette histoire ne nous préserve pas des insuffisances. Mais elle nous rend pleinement conscients de notre rôle d'acteur sociétal; elle nous pousse sans cesse dans une démarche d'amélioration continue et nous invite à en faire encore davantage. Pour nos consommateurs, pour la société, pour notre Terre, pour cet écosystème fragile qui nous lie tous ensemble.

*Virginie Courtin-Clarins,*  
directrice générale déléguée du groupe Clarins



<b>I. Clarins face aux grands enjeux environnementaux et sociétaux</b>	<b>06</b>
1. RAISON D'ÊTRE ET RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE : les boussoles de l'entreprise de demain.	08
2. DIVERSITÉ ET INCLUSION : une double exigence de performance et de bienveillance	12
3. LA COSMÉTIQUE COLLABORATIVE Consommateur, « consomm'acteur » et « consomm'acteur »	16
4. « COSM'ÉTHIC » Quand cosmétique rime avec éthique	20
5. La GREEN BEAUTY augmentée	24
6. Préserver ? Non. RÉGÉNÉRER.	28
7. Une ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET RÉSILIENTE.	32
8. Mesurer et agir MIEUX LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE	36
<b>II. Clarins We care : la stratégie RSE Clarins</b>	<b>41</b>
1. Synthèse de nos engagements	42
2. 2020 - 2025 : le baromètre des engagements Clarins	44



# I.

Clarins face  
aux grands enjeux  
environnementaux  
et sociétaux

# 1

## RAISON D'ÊTRE ET RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE Les boussoles de l'entreprise de demain

Développement durable et RSE ne peuvent plus être considérés comme des sujets parallèles, voire annexes à la stratégie de l'entreprise.

Décidés en lien avec les enjeux environnementaux et sociaux, de nouveaux concepts d'organisation et de gouvernance militent aujourd'hui pour une stratégie associant la performance économique aux exigences sociétales et climatiques : *corporate purpose*, performance extra-financière, ESG, raison d'être...

Cette dernière – la raison d'être – s'affirme comme un principe de gouvernance essentiel pour les organisations : en élargissant la mission de l'entreprise et en la projetant vers une dimension dépassant sa performance financière, elle offre un cadre mobilisateur pour ses salariés, ses clients et toutes ses parties prenantes.

Un acteur comme Clarins a pris en compte ces exigences dès sa création : notre modèle d'entreprise, notre gouvernance familiale et notre raison d'être, assurent la mise en perspective de notre activité, pour nous et pour l'ensemble de l'écosystème dans lequel notre groupe évolue.

### NOS ACTIONS POUR AFFIRMER NOTRE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE



#### UNE GOUVERNANCE FAMILIALE, GAGE D'UNE VISION À LONG TERME

**Notre gouvernance est 100 % familiale.** Christian et Olivier Courtin-Clarins, les fils de Jacques Courtin, fondateur de Clarins, animent toujours la direction de l'entreprise. Ils ont été rejoints ces dernières années par la troisième génération, à l'instar de Virginie, aujourd'hui directrice générale déléguée, ou de Prisca, à la tête de la structure d'investissement de la holding familiale.

100 % familiale, **la gouvernance de Clarins est aussi 100 % indépendante** puisque la totalité du capital est détenue par la famille Courtin-Clarins. Cette indépendance est le gage de la pérennité d'un modèle qui privilégie l'investissement à long terme plutôt que la rentabilité à court terme, et la protection de la planète plutôt que l'exploitation immédiate des ressources.

*« Pour la beauté et par respect de la nature, Clarins privilégie toujours les plantes. »*

Jacques Courtin

2008

**La famille Courtin-Clarins rachète la totalité des actions Clarins pour garantir une stratégie d'investissements à long terme.**

## ÉCOUTE DES FEMMES ET AMOUR DE LA NATURE : LA TRANSMISSION DES VALEURS CLARINS

Depuis la création de Clarins en 1954, deux principes soutiennent le développement de l'entreprise : l'écoute des femmes et l'amour de la nature.

Ces principes sont toujours ceux qui nous animent. Ils se transmettent de génération en génération pour faire de Clarins une entreprise naturellement **responsable, engagée et portée par une vision à long terme**. Depuis toujours, Clarins pense son projet d'entreprise en lien étroit avec ses collaborateurs, ses clients, la société et la planète.



Olivier Courtin-Clarins,  
directeur général  
du groupe Clarins

*« Clarins est une aventure familiale qui dure depuis maintenant trois générations : d'abord mon père Jacques, puis mon frère Christian et moi-même, et aujourd'hui nos enfants dont les aînés s'investissent avec passion pour transmettre les valeurs d'indépendance et de respect si chères à notre marque. Des valeurs qui font notre fierté et qui sont les clefs de notre réussite. »*



*« Demain encore plus qu'aujourd'hui, ce n'est pas seulement le produit Clarins que l'on achètera, mais notre marque : ses valeurs, son histoire, la fidélité à sa raison d'être, son impact positif sur la société et la planète... Nous avons une exigence d'exemplarité, aussi bien pour ce que nous faisons que pour ce que nous sommes. Tout le rôle de la gouvernance de Clarins est de s'assurer de la pérennité de notre manière d'être. »*



Christian Courtin-Clarins,  
président du Comité  
de surveillance  
du groupe Clarins

**CLARINS**  
WE CARE 

## « RENDRE LA VIE PLUS BELLE, TRANSMETTRE UN MONDE PLUS BEAU »

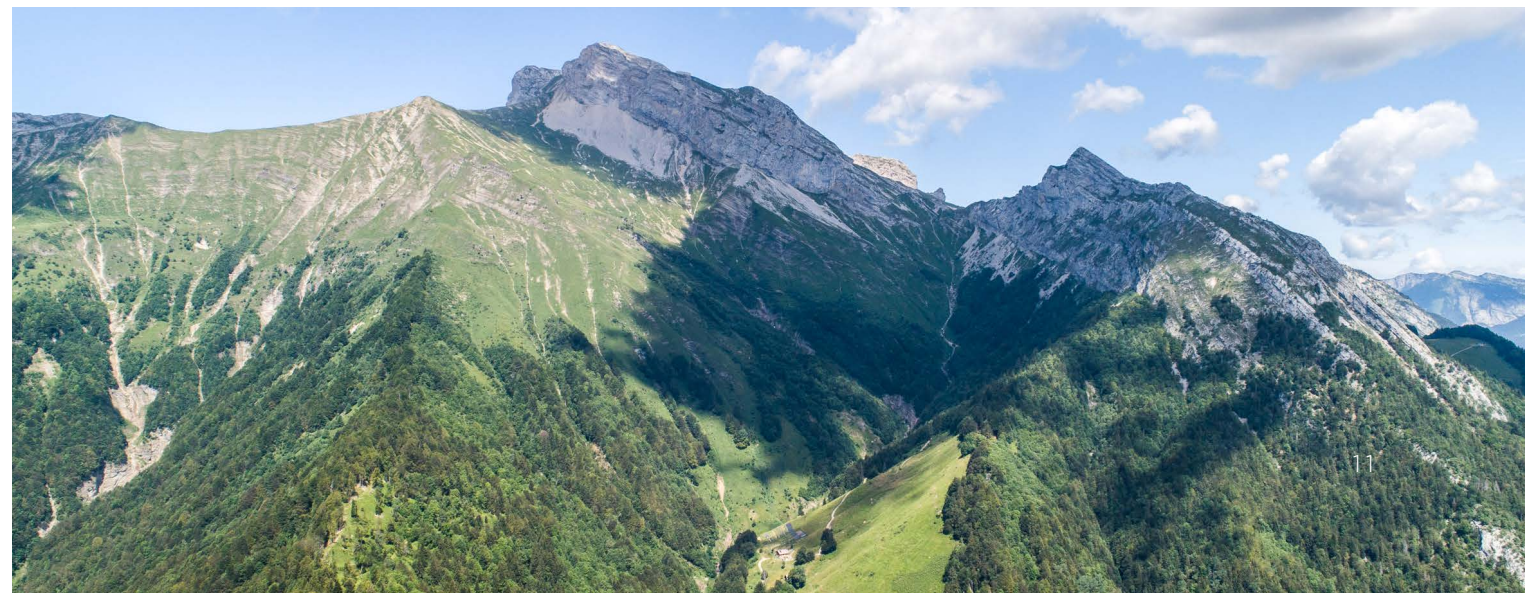
En 2020, Clarins structure sa démarche RSE *Clarins We care* et se dote d'une raison d'être : **« Rendre la vie plus belle, transmettre un monde plus beau »**.

- **Rendre la vie plus belle**, pour signifier que la beauté chez Clarins est avant tout source de générosité, de bien-être et de confiance en soi, pour les femmes et pour la société.
- **Transmettre un monde plus beau**, pour affirmer qu'il ne s'agit pas seulement de corriger ou de réduire nos impacts. Il nous faut agir de manière volontaire pour lutter contre les inégalités, favoriser un développement équitable et léguer aux générations futures une planète en meilleure santé.

Cette raison d'être, Clarins a décidé de l'inscrire en 2021 dans ses statuts. Elle devient la boussole de notre stratégie : celle qui engage l'entreprise pour les prochaines années, celle qui guide l'ensemble de nos décisions et de nos actions. Un comité **Développement responsable** en garantit le plein respect : rassemblant les responsables des principales directions de l'entreprise – direction générale, Opérations, Laboratoires et Marque – il impulse les orientations stratégiques et s'assure que l'ensemble de nos décisions sont prises en accord avec nos exigences RSE et notre raison d'être.

2021

Clarins inscrit  
sa raison d'être  
dans les statuts  
de l'entreprise.



# 2

## DIVERSITÉ ET INCLUSION Une double exigence de bienveillance et de performance

À l'image de la société, les entreprises vivent des mutations internes profondes.

Ambassadeurs et premiers acteurs de la performance, les collaborateurs attendent de leur employeur la reconnaissance de leur travail, tant en termes de rémunération, de responsabilités que de conditions de travail. Au-delà, l'entreprise doit donner un sens à l'action de ses salariés; il lui faut assurer la reconnaissance individuelle, mais aussi la reconnaissance collective via l'adhésion aux valeurs qu'elle véhicule.

En parallèle, chaque acteur économique a la nécessité de refléter la diversité de la société et le devoir de combattre toutes formes de discrimination. Il doit être ouvert à tous, quels que soient le sexe, l'origine, l'apparence, les orientations sexuelles, les croyances, le handicap... L'enjeu se pose en termes de recrutement, mais aussi de management. À l'exigence de diversité s'ajoute celle d'inclusion : comment, au sein de l'entreprise, assurer à tous, dans le respect de la diversité de chacun, le bien-être et l'épanouissement indispensables à la réussite personnelle et collective?

Pour avancer sur ces sujets, l'entreprise doit mieux anticiper ses impacts sur la société et affirmer ses valeurs. Elle doit quantifier et mesurer la diversité comme l'y invite le contexte réglementaire. Et surtout, elle doit agir à tous les niveaux de ses ressources humaines et managériales pour faire grandir l'adhésion à son projet.

## NOS ACTIONS POUR UNE ENTREPRISE DIVERSE, INCLUSIVE ET BIENVEILLANTE

### L'ENGAGEMENT RÉCIPROQUE DE CLARINS ET DE SES COLLABORATEURS

Les collaborateurs sont les atouts n° 1 du modèle Clarins, et aussi ses premiers représentants. Sans rien taire des difficultés que nous pourrions toujours rencontrer, Clarins cherche à toujours mieux faire en plaçant le sens, l'écoute et la bienveillance au cœur de son projet managérial.

Rémunération, avantages sociaux, formation, mobilité, parité, équité... Sur tous ces sujets, nous ambitionnons d'être exemplaires. L'écoute est au centre d'une politique RH et d'un **management de proximité qui associe performance, bienveillance et bien-être au travail**. Selon le baromètre interne *YourSay 2020*, **97 % des collaborateurs soutiennent les valeurs de l'entreprise**.



### Index Égalité Femme/Homme

France 2019 : 93/100  
France 2020 : 94/100  
Objectif 2022 : min 95/100

**40 %**  
de femmes parmi  
les membres du Comex  
**et 58 %**  
dans le top management



## CLARINS UNLIMITED

Notre stratégie *Clarins Unlimited* prévoit la conclusion d'un **nouvel accord d'entreprise sur l'égalité professionnelle et la qualité de vie au travail**. D'ici 2022, l'ensemble de nos collaborateurs seront sensibilisés à la diversité, l'équité et l'inclusion. Un parcours de formation est actuellement en cours de déploiement, d'abord pour la population RH, puis l'ensemble de nos managers et de nos collaborateurs.

**100 %**  
des collaborateurs formés  
aux sujets liés à la diversité,  
l'équité et l'inclusion d'ici 2022

**82 %**  
des collaborateurs  
« ressentent qu'ils peuvent  
être eux-mêmes chez Clarins  
sans se soucier de la manière  
dont ils seront acceptés. »

(enquête d'engagement interne 2020)

## CLARINS S'ENGAGE ET VA PLUS LOIN

### OBTENTION DE LA LABELLISATION B-CORP\* EN 2023

Particulièrement exigeante, l'obtention de la labélisation internationale B-Corp\* s'inscrit dans cette logique de fidélisation et d'engagement réciproque entre Clarins et ses salariés. Prévue pour 2023, elle viendra reconnaître les avancées de Clarins en matière de management et de bien-être au travail, mais aussi d'impacts environnementaux et sociétaux positifs.

\* B-Corp est une communauté fondée en 2006 aux États-Unis rassemblant les entreprises qui souhaitent affirmer leur mission sociétale et démontrer leur impact positif via une évaluation indépendante de leur performance globale tous les trois ans.



**Anne Esling**  
Chief People & Culture officer Clarins

### Quelle est votre vision de la diversité ?

Clarins est présent dans 150 pays et compte 8500 collaborateurs. Ce sont autant de talents et de diversités que nous devons valoriser comme l'une de nos grandes richesses. Nous sommes convaincus de l'importance pour chacun de se sentir libre d'être soi-même, d'évoluer dans un climat de confiance et de non-jugement afin de laisser libre cours à sa créativité.

### Quelles sont vos actions actuelles et à venir sur la diversité et l'inclusion ?

Nous allons amplifier les initiatives en place. Nos filiales sont à l'origine de nombreuses actions locales, par exemple les Comités DEI (Diversité Équité Inclusion) aux États-Unis, au Canada, en

Afrique du Sud et au Royaume-Uni. En France, les collaborateurs sont sensibilisés à l'inclusion des personnes en situation de handicap grâce à une équipe Mission Handicap. Au niveau monde, une charte éthique existe depuis 2019; elle encourage la diversité sous toutes ses formes et instaure une politique de tolérance zéro envers tout type de discrimination.

Nous allons aussi développer de nouvelles actions, avec un comité DEI à l'échelle de l'entreprise et des sponsors au sein du Comex. Une charte DEI accompagnée de KPIS (indicateurs de performance) sera publiée en 2022. Un calendrier de formation, de sensibilisation et de communication interne et externe sur tous les événements liés à la diversité sera aussi mis en place, puis actualisé chaque année.

# 3

## LA COSMÉTIQUE COLLABORATIVE Consommateur, « consomm'acteur », « consomm'acteur »

Consommateur, « consomm'acteur » et même « consomm'acteur ». Une modification profonde du comportement des clients s'affirme. Ils sont aujourd'hui plus attentifs et exigeants, mais aussi avides d'une consommation active, réfléchie et responsable. Ils attendent une co-construction et une interaction constantes avec les marques.

Les réseaux sociaux, l'émergence des communautés, le poids des thématiques environnementales et sociétales... : tous ces éléments participent d'une nouvelle ère du dialogue et de la conversation. La relation évolue vers davantage d'horizontalité, avec des marques aujourd'hui challengées, interrogées, voire interpellées. Le consommateur exige d'être l'« acteur » de sa consommation, et même d'en être l'« auteur » en pesant sur le choix des ingrédients et le développement des produits.

Face à ces transformations, les acteurs économiques doivent comprendre qu'ils ne peuvent plus raisonner seuls. Pour peser sur leurs fournisseurs, faire évoluer les circuits de distribution et fixer de nouveaux standards, la responsabilité exige de collaborer. Aujourd'hui plus que jamais, Clarins avance en dialogue étroit avec l'ensemble de ses parties prenantes.

**74 %**  
des consommateurs veulent  
être connectés à des marques  
qui s'impliquent et qui aident.  
Ipsos, États-Unis, 03/2020

**81 %**  
des consommateurs sont prêts  
à délaissier une marque si elle  
ne partage pas leurs valeurs  
Havas Shopper Observer, 09/2020

## NOS ACTIONS POUR POUR UNE COSMÉTIQUE COLLABORATIVE



## L'ÉCOUTE DES FEMMES, UNE TRADITION CHAQUE JOUR CULTIVÉE

Dès son lancement en 1954, Clarins a été parmi les premiers à prendre en compte **l'écoute de ses clients**. Avec nos « cartes clientes » où chaque utilisatrice était invitée à faire part de ses remarques, nous étions précurseurs en matière de CRM.

Cette écoute s'est toujours doublée d'une **observation fine des besoins des femmes**. Pour développer de nouveaux produits, les spas Clarins et nos boutiques sont de formidables relais pour ressentir leurs envies et recueillir leurs attentes. Aujourd'hui, quelque **5 000 beauty coaches** orientent et conseillent nos client(e)s partout dans le monde.

**2020**

Clarins lance **Clarins et moi**, un service de proximité gratuit qui offre à toutes celles (et ceux!) qui le souhaitent un coaching beauté en ligne.

**11 000**  
femmes interrogées en 2020

**120 000**  
verbatim issus  
de **22 pays** analysés  
en 2020

**Plus de 6 000**  
consommateurs directement  
impliqués dans le  
développement de nos  
produits via des tests

## CO-CONCEVOIR NOS PRODUITS AVEC NOS CLIENTES

Le dialogue avec les femmes jalonne le développement de nos produits : avant, via l'étude de leurs attentes et de leurs avis sur l'offre existante; pendant, avec des tests sur leur appréciation d'une nouvelle formule, son insertion dans leur routine de soin et leur usage du packaging associé au produit.

Cette démarche s'applique partout dans le monde, avec des panels spécifiques pour chaque type de peau et de carnation, de manière à **concevoir des produits adaptés à toutes les femmes**.

## DÉVELOPPER ET INNOVER AVEC NOS PARTENAIRES

Outre l'implication directe des femmes, la conception d'un nouveau produit fait intervenir de nombreux partenaires. Ce peut être des **experts**, comme des dermatologues, des neurologues, des aromathérapeutes ou des ethnobotanistes. Ce peut être aussi des **industriels** pour co-développer des emballages plus responsables. Des packagings « mono-matériau » ont ainsi récemment permis de réduire l'utilisation du plastique; d'autres, sans air (airless), de diminuer voire de supprimer les conservateurs d'une formule.



**2021**  
*Développement  
de trois nouvelles  
capsules services  
en mono-matériau  
dont le poids a été  
allégé d'un tiers.*

## COLLABORER POUR UN FUTUR RESPONSABLE

Convaincus que c'est ensemble que nous pourrons influencer sur les enjeux sociétaux et environnementaux, nous prôtons une approche collaborative sur tous les sujets transversaux de l'industrie cosmétique.

### *Clarins membre fondateur de la Responsible Beauty Initiative*

avec L'Oréal, le groupe Rocher et Coty pour mutualiser les évaluations RSE et partager les meilleures pratiques

### *Clarins, membre de Spice,*

le groupement d'industriels de la cosmétique pour des packagings durables

### *Clarins, 1<sup>er</sup> partenaire (cosmétique) du forum mondial ChangeNow*

pour identifier, partager et faire grandir les solutions pour la planète

### *Clarins à l'initiative du Cube,*

un pôle d'innovation collaboratif qui rassemble les fournisseurs de différents secteurs

## CLARINS S'ENGAGE ET VA PLUS LOIN

100 % DES ACHATS (BOUTIQUES ET CLARINS.COM)  
SUIVIS PAR LE NPS (NET PROMOTER SCORE) EN 2021  
AVEC UNE NOTE DE 90/100



**Katalin Berenyi**  
Directrice générale de la marque Clarins

*« Cosmétique collaborative »,  
qu'est-ce que cela signifie pour Clarins ?*

Le terme est à la mode, mais si c'est pour le résumer à écouter le bruit des réseaux sociaux ou à travailler ponctuellement avec des influenceuses, c'est insuffisant. Tout le monde peut le faire.

Chez Clarins, on fait les choses à notre manière, en considérant d'abord l'écoute et la compréhension très fine des besoins des femmes. Notre modèle, ce sont les spas et les boutiques : partout dans le monde, nous recueillons les remarques, les attentes et les désirs que les femmes expriment auprès de nos conseillères ou de nos esthéticiennes. Toutes nos idées, tous nos produits, toutes nos méthodes viennent du terrain.

*Qu'est-ce qui va évoluer ou changer  
dans les prochaines années ?*

Il y a d'abord ce qui ne va pas changer : la richesse de notre offre. Nous voulons être capables de répondre aux besoins de toutes les femmes, partout dans le monde : pour chaque peau, pour chaque partie du corps, pour chaque moment de leur vie.

Pour aller plus loin, nous travaillons sur la mixologie, c'est-à-dire comment mixer deux produits pour démultiplier leurs résultats. Et surtout nous allons encore renforcer notre dispositif d'écoute : via le digital naturellement, mais aussi avec une logique retail encore plus poussée. Nous prévoyons plus de 200 boutiques en 2025 afin d'être toujours plus près de nos clientes et de leurs attentes.

# 4

## « COSM'ÉTHIQUE » : quand cosmétique rime avec éthique

Pour un acteur économique international, développer des produits ou des services capables de répondre aux besoins spécifiques de chacun, quel que soit son sexe, sa culture ou son origine, est un prérequis.

Agir avec éthique requiert toutefois d'aller plus loin.

Comment bâtir une relation positive avec le tissu local qui accueille l'activité d'une entreprise? Comment fonder une logique qui soit gagnante pour l'entreprise, mais aussi pour celles et ceux qui œuvrent pour elle et attendent de bénéficier en retour de sources de revenus fondées sur des prélèvements raisonnés de leur milieu?

Cette éthique impose de prendre soin des femmes et des hommes partout où l'activité économique se déploie. Le commerce équitable, l'agriculture durable, le mécénat et les dispositifs de soutien pour les personnes en situation de fragilité, sont autant d'actions nécessaires et attendues pour une entreprise internationale.

## NOS ACTIONS POUR UNE COSMÉTIQUE ÉTHIQUE

### SOURCING RESPONSABLE ET COMMERCE ÉQUITABLE

Depuis de nombreuses années, Clarins s'engage pour **une agriculture durable et équitable qui protège aussi bien la nature que les hommes**. Nous accompagnons ainsi 20 filières de commerce équitable dans des pays à faible IDH (indice de développement humain) : Madagascar, Inde, Burkina Faso et Côte d'Ivoire.

Ces actions pour favoriser les cultures respectueuses des sols, payer le juste prix, et plus largement initier des programmes sociaux en faveur des populations locales, portent leurs fruits. En 2019, **le montant total des primes durables versées aux agriculteurs et aux cueilleurs a été augmenté de 47 %**.



20

programmes de commerce  
équitable dans le monde



« COSM'ÉTHIQUE » :  
quand cosmétique rime avec éthique

## DES ACTIONS SOLIDAIRES POUR PRENDRE SOIN DES PERSONNES

« La beauté n'a de sens que si elle s'accompagne de générosité, de bienveillance et d'humanité. »  
Fidèle à la conviction de son fondateur Jacques Courtin, Clarins finance et conduit des actions de soutien depuis de longues années. Deux axes guident nos actions : **la santé et l'enfance.**

### La santé, avec la Fondation Arthritis



Lancée par Jacques Courtin en 1989, aujourd'hui présidée par Olivier Courtin-Clarins, la Fondation Arthritis finance des programmes de recherche et de soutien pour **les personnes atteintes de polyarthrite rhumatoïde, de rhumatismes et de maladies musculo-squelettiques.** Près de 20 millions d'euros lui ont été versés à travers plus de 600 financements répartis en aides aux études, projets collaboratifs et subventions.

### Les enfants, avec des programmes comme Feed et Le prix Clarins pour l'enfance

À travers le programme **Feed** lancé par Lauren Bush Lauren en 2007, Clarins participe à des programmes d'alimentation en milieu scolaire. Ce sont aujourd'hui plus de **34 millions de repas** qui ont été distribués dans 40 pays.

Initialement connu sous le nom de Prix Clarins de la Femme dynamisante, le **Prix Clarins pour l'enfance** existe depuis 24 ans dans 14 pays. Il récompense des femmes admirables qui s'engagent pour les enfants. À ce jour, 15 associations continuent d'être accompagnées dans leurs actions et financées par Clarins. Soit plus de **7 millions d'euros versés et 60 000 enfants aidés.**

Parmi les autres actions soutenues par Clarins : **Futur en Herbe** (France) pour sensibiliser les enfants au respect de la planète et les aider à construire leur avenir, ou **Le Mois des Câlines** (Canada), pour apporter du réconfort aux enfants hospitalisés.



## CLARINS S'ENGAGE ET VA PLUS LOIN

RENFORCEMENT DES PROGRAMMES  
DE COMMERCE ÉQUITABLE D'ICI 2025

AUGMENTATION DES FINANCEMENTS  
POUR LES ACTIONS DE SOUTIEN À L'ENFANCE  
ET À LA SANTÉ JUSQU'EN 2025



**Lauren Bush Lauren**  
Fondatrice du programme Feed\*

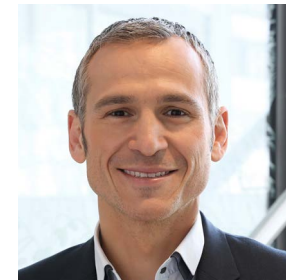
*Vous avez lancé FEED en 2007. Pourquoi, et pour quels résultats aujourd'hui ?*

La mission initiale de FEED était de « créer de bons produits qui aident à NOURRIR le monde. » Je voulais une marque qui contribue de manière réfléchie à l'alimentation des enfants dans le besoin, partout sur la planète. Quatorze ans après, c'est ce que nous sommes parvenus à faire grâce à plus de 120 millions de repas scolaires. L'idée était aussi d'attirer l'attention sur la question de la faim dans le monde. Les sacs que nous produisons et vendons financent bien sûr des repas, mais alertent aussi sur les enjeux de la malnutrition.

*Quel est le rôle de Clarins dans ce programme ?*

Je suis très fière de nos dix ans de partenariat avec Clarins, avec plus de 34 millions de repas distribués grâce à eux dans les écoles. Clarins est une entreprise responsable et philanthropique, qui s'engage réellement dans cette mission de nourrir les enfants et de les aider à bâtir un futur désirable. Le programme mondial lancé par Clarins avec la « trousse FEED » est un moyen particulièrement innovant et généreux pour encourager leurs clients à donner pour nos repas scolaires.

\* FEED est une marque lifestyle à impact positif : chaque produit mis en vente finance un nombre donné de repas scolaires pour lutter contre la faim dans le monde. [www.feedprojects.com](http://www.feedprojects.com)



**Lionel Comole**  
Porte-parole et Directeur Général  
de la Fondation Arthritis.

*Quel est l'engagement de Clarins dans la Santé ?*

La famille Courtin-Clarins a été profondément touchée par la maladie de Maria-Luisa, la femme de Jacques Courtin. Elle luttait contre une polyarthrite rhumatoïde très sévère qui handicapait sa mobilité. On ne guérit pas de cette maladie. Et plus largement, les maladies liées aux rhumatismes ne bénéficiaient pas

de financements suffisants pour soutenir la recherche. C'est pourquoi, dès 1989 Clarins s'est engagé à financer la recherche médicale sur les maladies articulaires. Aujourd'hui Clarins agit également pour l'inclusion des personnes en situation de handicap afin de leur donner tous les moyens de performer et de vivre « comme les autres » dans une entreprise handi-accueillante. C'est le rôle de la Mission Handicap Clarins, à laquelle tous les collaborateurs sont sensibilisés.

5

## LA GREEN BEAUTY augmentée

Depuis plusieurs années, les entreprises – cosmétiques notamment – sont challengées par les consommateurs. Ils n'hésitent pas à interpeller, contester, voire boycotter les marques jugées insuffisamment fiables.

Avec raison et légitimité, ces nouveaux consommateurs sont parvenus à peser. En cosmétique, les mouvements «Clean» ou «Green» se sont imposés jusqu'à faire évoluer les formulations, soit parce que les avancées de la science justifiaient de revoir l'emploi de certains ingrédients, soit parce que l'acceptabilité de tel ou tel ingrédient était interrogée par le grand public.

Pour Clarins, la Clean Beauty est un mouvement nécessaire dont les attentes sont depuis toujours prises en compte : la qualité de nos ingrédients, notre exigence totale de sécurité et le contrôle permanent de nos formules, figurent parmi nos exigences absolues depuis 1954.

Quant à la Green Beauty, elle est une seconde nature. La priorité que nous donnons aux ingrédients naturels et notre démarche de formulation ouverte pour tous nos produits justifient la crédibilité de cette affirmation : ce qui est bon pour la peau doit l'être aussi pour la planète. Aujourd'hui plus que jamais, chacun des ingrédients qui entre dans la composition d'une formule est jugé en fonction de son impact environnemental.

### NOS ACTIONS POUR UNE BEAUTÉ TOUJOURS PLUS « CLEAN & GREEN »

#### CHIMIE VERTE ET INGRÉDIENTS D'ORIGINE NATURELLE

La science des plantes est notre marque de fabrique. **Clarins a toujours donné la priorité aux actifs végétaux.** Aujourd'hui, plus de 80 % des actifs présents dans nos produits sont d'origine naturelle. Les 19 % restants sont constitués d'ingrédients de synthèse de haute qualité; strictement nécessaires à l'efficacité et la sécurité des formules, ils contribuent aussi à économiser les ressources naturelles.

*Plus de 80 %*

**d'actifs d'origine naturelle  
dans les formules Clarins**

#### UNE RECHERCHE ET DES FORMULES OUVERTES

«Faire plus, faire mieux, et aimer le faire». Ce principe est celui qui anime Clarins depuis sa création, et il s'applique chaque jour dans nos Laboratoires. **Une «formule ouverte» érige pour principe l'innovation et l'amélioration continues :** pas à pas, notre groupe travaille au perfectionnement de ses ingrédients pour les rendre toujours plus sûrs, efficaces, durables et/ou naturels. Sensorialité, sécurité, efficacité et naturalité constituent les quatre points cardinaux de notre R&D.


*100 %*

**du catalogue soin  
- soit 90 formules -  
reformulé pour plus de  
naturalité entre 2018  
et 2021**



## LA SÉCURITÉ, PRÉREQUIS DE LA CONFIANCE

Avec l'efficacité, la sécurité de nos produits est le socle de la confiance que nos client(e)s nous accordent depuis près de 70 ans. Au cours de son développement, chaque formule est soumise à plus de 250 tests et contrôles, et chacun de ses ingrédients est sélectionné en conformité avec les réglementations de tous les pays dans lesquels les produits sont distribués. Nous allons même au-delà, avec **notre propre black list d'ingrédients que nous préférons nous interdire du fait des interrogations de la science ou de la société.**



*Plus de 250*  
tests et contrôles pour  
le développement  
d'une seule formule

## TRAÇABILITÉ ET TRANSPARENCE

La composition d'un soin est toujours accessible sur les emballages et, le cas échéant, via un QR code, le site Clarins.com ou le site de nos distributeurs. Clarins met également à la disposition du grand public la composition de ses produits, précise la provenance de ses ingrédients d'origine naturelle et en explique la fonction.

Pour renforcer encore la traçabilité et la sécurité des données, Clarins lance en 2022 un nouveau système de suivi de ses matières premières fondé sur la technologie **Blockchain**. Couplé à des QR codes présents sur les emballages, il permettra au consommateur de **connaître, en toute transparence, l'origine des plantes présentes dans son produit, ses étapes et sa date de fabrication.**

*2020 : publication de la Charte  
Clarins de sourcing responsable*

*Clarins, membre de  
Global Shea Alliance*

pour une production durable  
du beurre de karité

*Clarins membre de la Roundtable  
on Sustainable Palm Oil,*

pour une exploitation durable  
de l'huile de palme

*Clarins, membre de la Responsible Mica  
Initiative dès sa création en 2017,*

pour une exploitation durable du mica

**CLARINS S'ENGAGE  
ET VA PLUS LOIN**

**TRAÇABILITÉ RENFORCÉE ET SOURCING  
100 % DURABLE EN 2025**



*Nathalie Issachar*

Directrice Recherche & Développement du groupe Clarins

## *Comment Clarins sélectionne-t-il ses ingrédients ?*

Les bons ingrédients font les bons produits. Nos ingrédients sont d'origine naturelle à 80 %, voire à 90 % dans certaines formules. Ceux qui figurent dans un produit Clarins obéissent à un cahier des charges très strict, avec une traçabilité totale et une production 100 % agriculture durable qui respecte les hommes et la planète. C'est un travail collectif : nous encourageons nos fournisseurs à la conversion bio par toute une série de mesures, et c'est ensemble que nous parviendrons à notre objectif de 80 % de plantes bio en 2025.

## *Qu'est-ce qui fait la différence pour une formule Clarins ?*

Notre principe, c'est d'abord d'améliorer nos formules existantes. En continu. Rien que depuis 2018, nous avons reformulé la totalité

de notre catalogue soin, soit 90 formules. Notre idée, c'est comment «faire mieux avec moins». «Mieux» en termes d'efficacité et de naturalité, puisque nous substituons autant que possible les ingrédients de synthèse par des ingrédients d'origine naturelle. «Moins», car nous cherchons à réduire le nombre d'ingrédients et à les formuler avec une consommation d'énergie la plus faible possible. Certaines formules sont ainsi développées à température ambiante.

Ce qui nous anime, c'est l'idée que nous pourrions toujours mieux faire. Nos Laboratoires s'y emploient, mais ils ne sont pas seuls. Nous travaillons en concertation étroite avec toute une série de partenaires : scientifiques, startups en biotech, universitaires... Quand on parle de «formules ouvertes» chez Clarins, cela signifie aussi *Open Innovation* et recherche collaborative.

# 6

## Préserver ? Non. RÉGÉNÉRER.

Longtemps, le développement durable et la RSE se sont concentrés sur la réduction des impacts, les limites aux atteintes sur l'environnement et la préservation des écosystèmes existants.

Nous entrons aujourd'hui dans une nouvelle phase : il ne s'agit plus seulement de préserver, mais de régénérer. Il ne faut plus protéger, mais réparer et avoir une action positive sur la planète et la société.

Une entreprise comme Clarins doit prendre toute sa part à cette (r) évolution. Avec un modèle fondé sur le recours aux plantes pour créer des soins et des produits aussi efficaces que sûrs, notre responsabilité est évidente. Ce que nous prenons à la nature, il est de notre devoir de le lui rendre. Nos initiatives en la matière ont l'ambition de nous poser en modèle pour notre industrie.

## NOS ACTIONS POUR LA RÉGÉNÉRATION DE LA PLANÈTE



### LE DOMAINE CLARINS, UN MODÈLE D'AGRICULTURE RÉGÉNÉRATIVE

Un nouveau modèle émerge aujourd'hui : **l'agriculture régénérative**. Une agriculture dont l'ambition est bien sûr de conserver la sphère environnementale et agricole dans un état satisfaisant, mais aussi de l'améliorer.

C'est l'ambition poursuivie par le Domaine Clarins. Nichés à 1400 mètres d'altitude au cœur des Alpes françaises, **plus de 15 hectares sont consacrés à l'observation et à la culture des plantes : culture à l'ancienne, intrants naturels, labourage par les chevaux...** Tout est fait pour une exploitation qui renforce les sols et la biodiversité. Tout autant laboratoire que lieu de production, le Domaine Clarins fournit aujourd'hui notre marque en plantes et en actifs bios.

*Plus de 30*

espèces de plantes  
récoltées et analysées  
en 2020

*5*

plantes issues du  
Domaine présentes  
dans les produits  
Clarins

### CONTRAT ORE POUR LE DOMAINE CLARINS : UNE PREMIÈRE MONDIALE

La conclusion d'un contrat ORE (Obligation réelle environnementale) pour le Domaine Clarins en 2021 est unique en son genre. Pour la première fois, un industriel engage l'un de ses sites à une obligation environnementale de long terme. Autrement dit, même si le Domaine Clarins venait à être cédé, les obligations attachées à son exploitation demeureraient pour le nouveau propriétaire.

Concrètement, le **Domaine Clarins est engagé pour 99 ans, soit la durée maximale prévue par le mécanisme ORE**. Outre les obligations déjà fixées pour une production 100 % bio,

de nouveaux critères environnementaux s'appliquent pour plusieurs générations sur les 15 hectares du Domaine. Entre autres :

- un partenariat de recherche globale avec les universités de Savoie et de Grenoble-Alpes ;
- des travaux avec le conservatoire botanique national alpin sur les phénomènes d'érosion ;
- des recherches sur des techniques d'agroécologie en montagne ;
- un projet de caractérisation et de préservation du sabot de Vénus, une plante inscrite sur la liste rouge du CITES.

## PRIORITÉ AUX PLANTES ET AUX INGRÉDIENTS BIOS

Clarins oriente volontairement son approvisionnement vers les plantes bios. En France, en Afrique, en Asie ou en Amérique du Sud, partout dans le monde nous encourageons la création de nouvelles filières et assurons leur développement. Rien qu'en 2021, ce sont 13 conversions que nous avons accompagnées et validées. Avec la validation de 20 nouvelles plantes fin 2021, **54 % des 210 plantes** qui composent notre herbier sont bios.

**54 %**  
de plantes bios  
sur les 210 de l'herbier  
Clarins en 2021

Clarins membre  
de **l'UEBT**  
(Union for Ethical BioTrade)  
depuis 2021

## PROTECTION DE LA NATURE ET SAUVEGARDE DE LA BIODIVERSITÉ

**Plus de 100**  
associations et projets  
sociétaux soutenus  
chaque année

**Plus d'une  
centaine**  
d'espèces protégées

**Plus de 550 000**  
arbres plantés depuis 2012

Clarins,  
**1<sup>er</sup> contributeur**  
privé de l'Association  
française des professionnels  
de la cueillette des  
plantes sauvages (AFC)

Transmettre un monde plus beau, c'est aussi dépasser le cadre de notre activité et œuvrer de manière résolue avec des actions qui font du bien à la planète.

Notre projet historique est né dans les années 1990 avec la protection du massif alpin si cher à Clarins : **Alp Action**, aujourd'hui repris par **Asters**. Depuis 2005, les cinq programmes de préservation lancés avec Clarins ont permis de protéger une centaine d'espèces menacées.

De nombreux autres programmes se sont ajoutés depuis, notamment avec l'ethnobotaniste **Jean-Pierre Nicolas**, ou encore avec **Plastic Odyssey** pour valoriser et recycler le plastique. Un partenariat fondateur existe également avec **Pur Projet**, initié en 2008 par Tristan Lecomte. Clarins y est particulièrement engagé depuis 2012 avec son programme **Seeds of Beauty** pour la reforestation, ou d'autres actions locales menées en Asie et en Amérique du Sud qui associent développement humain et protection de la nature.

## CLARINS S'ENGAGE ET VA PLUS LOIN

**BIODÉGRADABILITÉ DES FORMULES SOLAIRES  
ET RINCÉES EN 2025**

**80 % D'EXTRAITS DE PLANTES BIOS EN 2025**

**AUGMENTATION DU NOMBRE DE PLANTES ISSUES  
DU DOMAINE ET DES FERMES CLARINS**



### Jean-Pierre Nicolas

Ethnobotaniste et conseiller chez Clarins

### Un ethnobotaniste chez Clarins, pourquoi ?

Un ethnobotaniste est un ethnologue qui étudie les relations entre les hommes et les plantes : quels sont leurs rapports, comment les premiers utilisent les secondes, quel équilibre les relie... ou pas. Avant de conseiller Clarins, j'ai parcouru le monde pour comprendre ces relations. Mon rôle aujourd'hui est d'animer la filière Plantes chez Clarins de la manière la plus raisonnée qui soit : identifier les bonnes plantes, comprendre comment les produire, et surtout les exploiter avec bon sens et durabilité.

### Justement : pourquoi vouloir autant recourir aux plantes ?

Les plantes sont capables de réaliser des synthèses moléculaires complexes inaccessibles à la chimie. À partir du moment où on les récolte et on les utilise de façon raisonnée, elles fournissent des molécules naturelles, non seulement extrêmement efficaces pour soigner, mais en plus totalement propres.

### Quels sont les grands principes de la filière Plantes chez Clarins ?

Ce qu'il faut d'abord rappeler, c'est que les extraits de plantes utilisés par le Laboratoire Clarins sont si concentrés et efficaces qu'il en faut extrêmement peu : nul besoin de couvrir des hectares et des hectares de culture ! Ensuite, il faut exploiter avec quelques règles de bon sens : prélever uniquement ce qui est renouvelable et nécessaire ; préserver, voire favoriser les milieux naturels ; considérer le bio, non comme une norme, mais comme la normalité.

Ceci posé, l'approvisionnement en plantes chez Clarins se fait autour de cinq pôles. Par ordre de priorité :

1. On pratique la cueillette sauvage, en prélevant un « surplus de nature » en quelque sorte.
2. On cultive par nous-mêmes avec le Domaine Clarins et son modèle d'agriculture régénérative.
3. On favorise notre propre filière de fournisseurs, notamment dans les Alpes avec les Fermes Clarins.
4. On accompagne le développement de filières de commerce équitable dans le monde.
5. Et enfin, on fait appel à des fournisseurs extérieurs, rigoureusement sélectionnés pour la qualité de leurs pratiques.



## UNE ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET RÉSILIENTE

Devant un monde aux ressources en grande partie épuisées, l'économie doit se réinventer. Cette révolution est celle de l'économie «circulaire» : diminution de l'impact environnemental d'une activité ou d'un produit; gestion sobre des ressources; réduction des déchets.

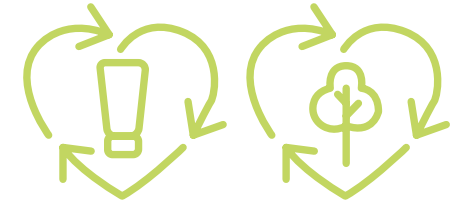
Face à ces enjeux, le recyclage s'impose comme la nouvelle norme de notre économie. Mais il ne suffit pas : la visée à terme est le 0 déchet.

En parallèle, la crise sanitaire des deux dernières années a mis en lumière la nécessaire «résilience» de notre économie : comment s'adapter rapidement aux mutations et aux événements du monde? Comment développer des modes de production suffisamment souples pour contrer les limites de la mondialisation et répondre aux exigences de relocalisation? Adaptation, souplesse et proximité des circuits de production/distribution s'imposent comme les piliers de cette nouvelle économie.

### Repère

Le 4 mai 2021, la France adopte le projet de loi « Climat et résilience », issu d'une convention citoyenne et de plus de 110 heures de débat à l'Assemblée nationale.

## NOS ACTIONS POUR UNE ACTIVITÉ PLUS CIRCULAIRE ET RÉSILIENTE



### RECYCLABILITÉ DES EMBALLAGES : VERS LE 100 %

Une activité circulaire suppose d'abord de travailler sur la recyclabilité. Pour Clarins, l'enjeu prioritaire réside dans les emballages de nos produits : ils font l'objet d'une recherche constante pour réduire au strict minimum leur empreinte environnementale. **D'ici 2025, 100 % des emballages de notre catalogue soin seront recyclables et/ou rechargeables et 50 % conçus à partir de matériaux recyclés.** Une démarche similaire est engagée pour notre catalogue maquillage.

Témoignage de notre volonté d'en faire toujours plus, nous prenons l'engagement d'**atteindre la neutralité plastique en 2025.** Il suppose la mise en place de nouveaux programmes de recyclage et de compensation, couplée à une réduction de 30 % de l'utilisation du plastique.

**63 %**  
des emballages en verre et carton recyclable

**100 %**  
des étuis en cartons FSC issus de forêts gérées durablement

**90 %**  
des emballages en verre avec au minimum **25 %** de verre recyclé

**- 30 %**  
de plastique d'ici 2025

### AMBITION 0 DÉCHET

Affirmer une ambition 0 déchet pour une entreprise comme Clarins offre une visée lointaine, mais atteignable à terme si nous agissons dès aujourd'hui. Deux axes sont investis par notre entreprise pour tendre vers cet objectif :

#### *Marketing et consommateur : une politique volontaire de réduction des emballages*

- **Suppression des étuis** pour tous nos démaquillants depuis 2020
- Bascule progressive vers des **capots en plastique recyclé** pour les pots de 50 ml avec économie à terme de **110 tonnes de plastique vierge par an**
- Lancement en 2020 d'un **système de recharge en boutique** pour nos produits iconiques tels que l'Eau dynamisante
- **100 %** de nos boutiques équipées d'un système de collecte des emballages usagés

#### *Production : réduction et valorisation de tous les déchets industriels*

- **100 %** des déchets des sites industriels Clarins sont valorisés.

## RÉSILIENCE ET ADAPTATION : L'EXEMPLE DE LA CRISE COVID 19

En 2020, l'activité de Clarins a comme beaucoup d'autres été bouleversée par l'arrêt des échanges internationaux et la fermeture des économies nationales.

Nos unités de production ont su s'adapter rapidement, non seulement pour préserver leur activité, mais aussi pour agir de manière solidaire. **La production en grande quantité de gel hydroalcoolique, la distribution de crèmes hydratantes pour les mains, ou encore la confection de masque de protection,** ont témoigné dès le mois d'avril 2020 de la volonté de Clarins de prendre sa part à l'effort collectif.

*Plus de 250*  
**tonnes de gel hydroalcoolique produites pour les soignants lors de la crise sanitaire de 2020**

*60 000*  
**tubes de crèmes hydratantes pour les mains et le visage distribués dans les hôpitaux**



## RÉSILIENCE ET PRODUCTION : PRIORITÉ AUX CIRCUITS COURTS

Chez Clarins, le *made in France* est la norme, avec nos laboratoires de développement et notre site de production à Pontoise, notre siège à Paris et notre centrale de distribution à Amiens. De nombreuses fermes pour l'approvisionnement en plantes sont également françaises.

*Production et qualité made in France*

## CLARINS S'ENGAGE ET VA PLUS LOIN

NEUTRALITÉ PLASTIQUE EN 2025

100 % DES EMBALLAGES DU CATALOGUE SOIN  
RECYCLABLES/RÉUTILISABLES/RECHARGEABLES



*Guillaume Lascourrèges*  
Directeur du développement responsable

*L'économie circulaire, c'est entre autres recourir à plus de matières recyclées. Qu'est-ce que cela suppose pour une entreprise comme Clarins ?*

Recourir à des matières recyclées implique d'abord des arbitrages : elles coûtent plus cher et sont moins faciles à «travailler», tant en termes techniques qu'esthétiques. Mais c'est un choix que nous assumons totalement. La vraie question aujourd'hui, c'est la disponibilité et l'économie de ressources que supposent ces matières : les fournisseurs hésitent à les produire car elles ne sont pas encore assez achetées. Un acteur comme Clarins doit jouer un rôle de prescripteur pour renforcer cette économie. Nous devons envoyer des signaux à cette filière, dire que nous sommes demandeurs et prêts à financer. Il y a quelques mois, nous avons même acheté un lot de matières recyclées pour un fournisseur qui n'avait pas la trésorerie suffisante pour se le procurer.

*On parle beaucoup de la rechargeabilité des emballages. Qu'en est-il ?*

La rechargeabilité d'un emballage, ou plus largement sa réutilisation possible pour un autre usage que celui pour lequel

nous le concevons, est un changement de paradigme. On s'aperçoit aujourd'hui que nous, industriels, avons inconsciemment raisonné en termes d'obsolescence programmée avec des emballages à usage quasi unique ! C'est tout un processus de conception à revoir, de nouveaux cahiers des charges à inventer. La démarche est en cours chez Clarins, par exemple avec notre fond de teint Milky boost, et plus largement avec certaines gammes actuelles et à venir.

*Quel est le rôle de la direction du Développement responsable chez Clarins ?*

Nous sommes naturellement un service d'accompagnement, d'inspiration et d'impulsion. Mais nous devenons aussi, par la force des choses, un organe de contrôle. Nous devons apporter la preuve de ce que nous disons et faisons. Les instances réglementaires, le législateur, la société, tous l'exigent avec raison. C'est le rôle d'une direction du Développement responsable de fournir ces preuves et de s'assurer qu'au sein de notre entreprise, nous sommes fidèles et cohérents avec nos engagements et notre raison d'être.

# 8

## Mesurer et agir MIEUX LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

La lutte contre le changement climatique est l'un des plus grands défis auquel nos sociétés modernes sont confrontées.

On le sait, certains changements sont désormais inéluctables et les ambitions pour freiner le réchauffement auront de grandes difficultés à être atteintes. Ces limites ne doivent en aucun cas être un prétexte au renoncement. Le monde économique a une responsabilité gigantesque : les enjeux imposent à tous de réduire drastiquement les impacts, à chaque niveau des chaînes d'approvisionnement, de production et de distribution, pour l'ensemble des activités.

L'industrie cosmétique est en première ligne : matières premières, processus de fabrication, packagings, transport et distribution, impact sur les sols de l'utilisation des produits... C'est sur l'ensemble de notre chaîne de valeur que des modifications profondes de nos manières de faire sont attendues.

## NOS ACTIONS POUR LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

### SOURCING ET ACHATS RESPONSABLES

Pour une activité respectueuse de la planète, le sourcing et les achats en amont de la production sont le premier levier. Chez Clarins, **la traçabilité** que nous avons mise en place nous permet de connaître précisément la provenance et les conditions de production des ingrédients nécessaires à nos produits.

**En 2021, notre nouvelle charte achats responsables**, engage l'ensemble de nos fournisseurs à respecter les critères fondamentaux de l'éthique, du développement humain et de la protection de l'environnement. Pour aller plus loin, nous avons choisi de les évaluer grâce à **Ecovadis**. Aujourd'hui, plus de 90 % de nos fournisseurs clés sont notés ; ils le seront à 100 % en 2025.



**100 %**  
des acheteurs formés  
aux achats responsables

**Plus de 90 %**  
des fournisseurs notés  
avec Ecovadis

### CLARINS 100 % NEUTRE EN CARBONE

En 2020, Clarins a atteint la neutralité carbone (scopes 1, 2 et 3 à l'exception des services) grâce à la réduction de ses émissions et des programmes qui compensent chaque année un tiers de nos émissions. Une seconde étape sera franchie en 2025, avec notre engagement de **réduire encore de 30 % notre empreinte carbone**.

De manière générale, la consommation d'énergie de l'entreprise diminue, en absolu et rapportée aux nombres d'unités produites. En France, **100 % de notre consommation est issue d'énergies renouvelables** (électricité et biogaz). Partout dans le monde, nous déployons une politique volontaire de réduction des gaz à effet de serre et d'optimisation des ressources naturelles. Elle s'étend jusqu'à nos boutiques, avec l'application d'un nouveau score environnemental pour tous les points de vente de notre marque.

### Consommation d'énergie

**38142 MWh en 2016**  
**31127 MWh en 2020**

### Part d'électricité verte

**34 % en 2016**  
**65 % en 2020**

### Emballages recyclables

**62 % en 2016**  
**70 % en 2020**

## FORMULATION : MOINS D'INGRÉDIENTS, MOINS D'ÉNERGIE, PLUS DE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE

Le contrôle de nos impacts passe par la manière que nous avons de revoir le développement de nos produits. Aujourd'hui, Clarins fait le choix de **diminuer le nombre d'ingrédients** dans ses formules et de **réduire la consommation d'énergie nécessaire pour les fabriquer**. Dès que possible, nous privilégions les modes opératoires réalisés à température ambiante.

Pour progresser en continu, nous avons également développé un double outil d'évaluation de l'impact environnemental, social et santé de nos produits : **le Green score pour nos formules, le Pack score**

**pour nos emballages.** À partir d'une approche multicritère, l'un et l'autre mesurent la performance d'une formule ou d'un emballage. Chaque nouveauté est évaluée selon son amélioration par rapport à l'existant, avec pour obligation d'obtenir un meilleur score pour être commercialisée. Une hausse de 10 % minimum de la note globale de nos formules et de nos emballages est à ce titre attendue pour 2025.

**10**  
critères objectivés  
par 18 indicateurs  
pour le Green score  
Clarins

## DISTRIBUTION ET TRANSPORT

Clarins agit pour réduire l'empreinte environnementale de ses circuits internationaux. Pour le transport de marchandises, l'avion est l'exception : il représentait 4,6 % de notre fret en 2020, contre un objectif de 3,9 % fin 2021. En 2025, il devra se limiter à 2 %.

Pour l'ensemble du fret hors Europe, le **transport maritime est très largement majoritaire**. Pour abaisser nos émissions, nous recherchons des solutions toujours plus propres. C'est le sens du partenariat noué par notre entreprise au mois de mai 2021 avec **Neoline**, nouvel armateur français

ayant développé un projet de fret via des navires à voiles respectueux de l'environnement entre la France et Baltimore (États-Unis).

**2 %**  
la part du fret aérien dans  
le transport de marchandises  
de Clarins en 2025, contre  
**4,6 % en 2020**

## CLARINS S'ENGAGE ET VA PLUS LOIN

RÉDUCTION DE 30 % DE L'EMPREINTE CARBONE  
DU GROUPE D'ICI 2025

100 % DES FOURNISSEURS CLÉS ÉVALUÉS  
AVEC ECOVADIS D'ICI 2025

PACK SCORE : 100 % DES FORMULES NOTÉES  
EN 2025



*Cécile Mansuy*  
Directrice des opérations

## En quoi les enjeux environnementaux modifient-ils l'approche globale d'une entreprise comme Clarins ?

C'est un renversement complet : hier, on mesurait nos consommations pour faire des économies financières. Aujourd'hui, on mesure nos émissions pour faire des économies d'impacts. L'ensemble de nos décisions de développement, de production et de distribution sont prises avec la dimension environnementale pour critère prioritaire. Le retour immédiat sur investissement passe en second.

## Opportunité ou contrainte ?

Ni l'un ni l'autre. Mais les choix en faveur de l'environnement ont des conséquences immédiates. Choisir le bateau plutôt que l'avion suppose par exemple des délais de six à huit semaines supplémentaires. Nouer un partenariat avec Neoline n'a de sens

qu'environnemental puisque nous n'avions jusqu'alors aucun lien avec Baltimore. Même chose pour un nouveau produit : même s'il répond à tous les critères marketing, même si sa performance pure est incroyable, il ne sera pas commercialisé s'il ne respecte pas nos engagements environnementaux. Ces derniers ont une dimension autant stratégique qu'opérationnelle.





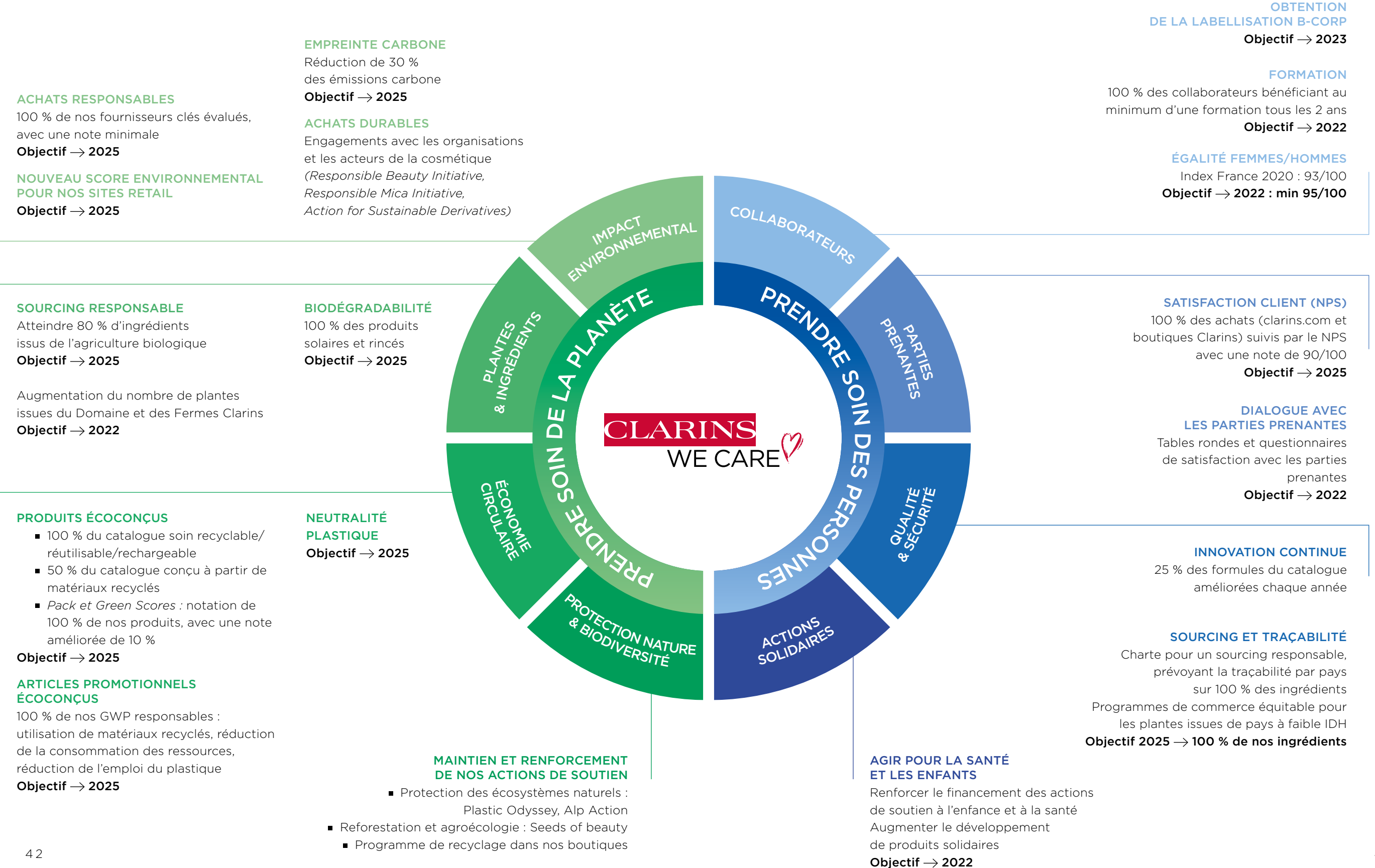
# II.

## Clarins We care : la stratégie RSE Clarins

La démarche RSE *Clarins We care* se structure autour deux promesses - Prendre soin des personnes; Prendre soin de la planète - elles-mêmes déployées en actions, résultats et engagements pour les années à venir.

Elle est la feuille de route de notre stratégie; elle oriente l'ensemble de nos actions, pour la totalité de nos activités et de nos filiales.

# Clarins We care : synthèse de nos engagements



2020-2025

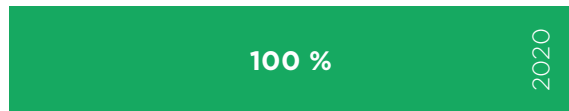
# Le baromètre des engagements Clarins



« En matière de respect des personnes et de la planète, nous nous fixons une exigence d'exemplarité qui s'impose à l'ensemble de notre stratégie d'entreprise. Les engagements que nous prenons permettent à chacun de mesurer nos avancées avec des obligations de résultats concrets. En externe bien sûr, avec l'ensemble de nos parties prenantes, mais aussi et surtout en interne. Nos engagements guident nos décisions et définissent le cadre d'action de notre performance : nous nous obligeons à aller toujours plus loin grâce à eux, en ligne avec notre motto "ensemble faire plus, faire mieux et aimer le faire" ».

Jonathan Zrihen, président du groupe Clarins

## NEUTRALITÉ CARBONE\*



\* scopes 1, 2 et 3 à l'exception des services

Engagement

✓ NEUTRALITÉ CARBONE **ATTEINTE EN 2020**

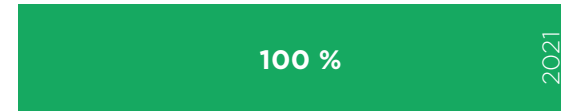
## PLANTES BIO



Engagement

↗ **80%** D'EXTRAITS DE PLANTES ISSUS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE D'ICI 2025

## GREEN SCORE\*

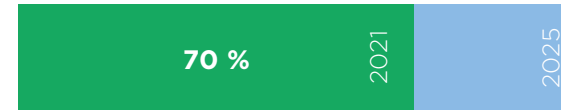


\* Gammes soin et maquillage (hors sous-traitance)

Engagement

↗ **100%** DES FORMULES SCORÉES EN 2021 (AVEC ENGAGEMENT D'AUGMENTER LA NOTE GREEN SCORE DE 10 % D'ICI 2025)

## RECYCLABILITÉ



Engagement

↗ **100%** DES PACKAGINGS SOIN RECYCLABLES D'ICI 2025

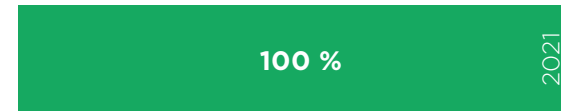
## MATÉRIAUX RECYCLÉS



Engagement

↗ **50%** DE MATÉRIAUX RECYCLÉS DANS LES PACKS D'ICI 2025

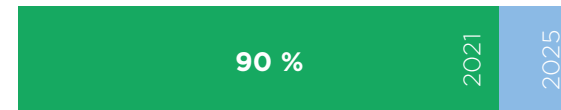
## ÉNERGIE VERTE



Engagement

✓ **100%** DE LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ ISSUE D'ÉNERGIES RENOUVELABLES **EN 2021**

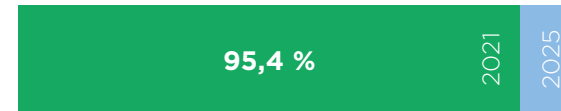
## ACHATS RESPONSABLES



Engagement

↗ **100%** DE NOS FOURNISSEURS CLÉS ÉVALUÉS AVEC ECOVADIS D'ICI 2025

## TRANSPORT



Engagement

↗ **98%** DES TRANSPORTS DE MARCHANDISES EXCLUANT LE FRET AÉRIEN D'ICI 2025

## FORMATION\*



\* sur les 12 derniers mois

Engagement

↗ **100%** DES COLLABORATEURS AYANT SUIVI AU MOINS UNE FORMATION TOUTS LES 2 ANS D'ICI 2022

# Contact presse

**Olivia Berthier**

Communication Corporate RSE Clarins  
[olivia.berthier@clarins.com](mailto:olivia.berthier@clarins.com)

Crédits photos

Olivier Löser, Fred Meylan, Guido Mocafrico

[clarins.com](http://clarins.com)