



# AGIR POUR UNE BEAUTÉ VIVANTE

RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2024

# AGIR POUR UNE BEAUTÉ VIVANTE



Depuis 200 ans, Guerlain s'inspire de la nature, dans ce qu'elle offre de plus rare, de plus complexe et de plus précieux.

Agir pour une Beauté Vivante, c'est reconnaître nos interdépendances au sein de l'écosystème du vivant et notre responsabilité à en préserver l'équilibre, guidés par l'abeille, notre sentinelle.

Aux côtés de nos partenaires nous explorons de nouvelles voies, pour transmettre, génération après génération, une beauté plurielle et plus inclusive.

## 1. INNOVER POUR UNE BEAUTÉ VIVANTE

La Nature est pour Guerlain une source d'inspiration sans limites, mais les ressources qu'elle offre sont limitées.

La majeure partie de nos impacts sont liés à ceux de nos produits.

C'est pourquoi la démarche d'éco-conception est au cœur de toutes nos créations en prenant nos leçons dans la nature, où tout fonctionne en circularité. Pour chaque nouveau développement, nos équipes en calculent les impacts environnementaux, des matières premières jusqu'à la recyclabilité, et choisissent la meilleure option possible.

En parallèle, Guerlain explore continuellement de nouvelles pistes : des packs allégés et composés de matériaux recyclés, des flacons rechargeables et conçus pour durer.

Nous privilégions des ressources naturelles renouvelables pour nos formules et lorsque nous avons recours à des molécules de synthèse, nous nous efforçons qu'elles soient issues le plus possible de processus de chimie verte.

## 2. INTÉGRER LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE LA STRATÉGIE JUSQU'AU CŒUR DES MÉTIERS

Pour avoir de l'efficacité et du sens, le développement durable doit être systémique.

Chez Guerlain, il structure la Maison à tous les niveaux, depuis sa stratégie globale jusqu'à ses opérations. Parce que ses enjeux sont l'affaire de tous, il est porté par l'ensemble des métiers de la Maison, est intégré aux prises de décisions et étapes d'un projet.

En parallèle, Guerlain met en place un réseau de référents dans ses filiales, afin d'essaimer les bonnes pratiques et de mettre en place des actions locales.

Enfin Guerlain sollicite régulièrement des experts extérieurs pour élargir sa vision, nourrir son inspiration et guider ses actions.

## 3. AGIR POUR DES ÉCOSYSTÈMES PLUS SOUTENABLES ET RELIÉS

Nous sommes conscients d'appartenir à une grande chaîne du vivant dont tous les acteurs sont connectés et interdépendants.

Un tissage en perpétuelle transformation où la Maison cherche constamment à améliorer ses pratiques en partenariat avec ses fournisseurs, ses producteurs de matières premières et les associations qu'elle soutient.

C'est collectivement que nous pouvons mettre en place des actions efficaces : réduire nos émissions de CO<sub>2</sub> afin de lutter contre le changement climatique, mais également contribuer à protéger la biodiversité grâce à des relations de long terme avec les acteurs de notre chaîne de valeur et la certification de nos filières stratégiques.

## 4. RAYONNER, TRANSMETTRE ET PARTAGER NOTRE ENGAGEMENT

Riche de près de deux siècles d'histoire, Guerlain s'inscrit dans le temps long avec pour horizon les futures générations qui hériteront de ses choix.

De la restauration de la réserve de TianZi, le programme « Women for Bees<sup>1</sup> », les « Bee Schools<sup>2</sup> » à travers le monde jusqu'au financement de projets de recherche, nous partageons les connaissances que nos partenaires nous ont transmises.

C'est le sens également de nos initiatives culturelles et artistiques : contribuer à créer de la valeur qui ne se mesure pas qu'en termes économiques.

Pour nous, les savoirs sont comme notre vision de la beauté : vivants, pluriels, inclusifs et invitant à se mettre en action.

<sup>1</sup> Des femmes pour les abeilles

<sup>2</sup> L'école des abeilles

# INTERVIEWS



## GABRIELLE SAINT-GENIS

Présidente de la Maison Guerlain



Lorsque j'ai rejoint la Maison Guerlain en 2023, j'ai été frappée par la maturité et la profondeur de son engagement environnemental. Forte d'une expérience dans une entreprise où il avait fallu tout construire en matière de RSE, j'ai mesuré à quel point Guerlain avait déjà intégré ces enjeux de manière pionnière – que ce soit à travers la traçabilité de ses filières, l'éco-conception de ses produits ou la naturalité de ses formules.

Ce que j'ai découvert, c'est une Maison pour qui le lien à la nature n'est pas un discours mais un héritage vivant. Depuis deux siècles, Guerlain entretient une relation unique avec des fournisseurs aux quatre coins du monde, du Venezuela à l'Inde. Cette histoire crée une responsabilité singulière : protéger le vivant dont nous tirons nos créations.

Aujourd'hui, nous devons franchir une nouvelle étape. L'urgence environnementale nous impose de changer de dimension et d'actionner de nouveaux leviers, en toute humilité car les sujets sont complexes et nous n'avons pas toutes les solutions. Engagés à protéger toutes les formes du Vivant, humain, végétal, animal, nous devons renforcer l'impact de nos actions et les inscrire dans la durée, c'est le sens de notre nouveau programme **« Agir pour une Beauté Vivante »**.

Prenons l'exemple du programme **« Women for Bees »**. Depuis 2020, il permet à des femmes à travers le monde de devenir apicultrices, et ainsi contribuer à l'économie et à la biodiversité locales. Notre ambition est désormais d'aller plus loin dans le développement économique des communautés, notamment en Chine.

Nos chantiers sont nombreux, comme celui des matériaux plastiques par exemple. Le changement est complexe car il implique de nombreux effets collatéraux. Nous devons chercher, approfondir, mais aussi accélérer et changer d'échelle.

Nos clients le demandent : une partie de notre clientèle, notamment les jeunes générations, est très informée et exigeante sur les sujets environnementaux. Une autre partie y est sensible sans pour autant bien connaître les enjeux et sans vouloir sacrifier confort ou esthétique. Pour tous, la face émergée de l'iceberg environnemental dans nos produits, c'est le packaging et nous portons un soin tout particulier à l'optimiser.

La force que nous avons, c'est que la culture du développement durable est bien ancrée chez nos collaborateurs. Tous les métiers sont impliqués, nous avons d'ailleurs chez Guerlain une partie de l'intéressement liée à l'atteinte d'objectifs de développement durables autour desquels tous les collaborateurs sont mobilisés.

Bien sûr la protection de cette nature qui est à l'origine de nos créations est au centre de nos attentions. Mais nous ne devons pas oublier les femmes et les hommes qui le rendent possible. Notre projet pour la Maison est également social, notamment en termes d'inclusion. Pour une entreprise concernée par la beauté, l'intégration du handicap est une question naturelle et sur ce terrain, nous pouvons faire plus. C'est sur quoi, avec les équipes ressources humaines, nous nous mobilisons.

Guerlain existe depuis 200 ans et pour durer encore 200 ans, il faut être agile et s'emparer des sujets sociétaux qui nous permettront de rester un moteur d'innovation dans notre secteur mais aussi une Maison de luxe responsable. Les enjeux sont aussi importants que les difficultés. Plus que jamais, **la vérité est dans le chemin. Ensemble nous creusons ce sillon qui fait partie de l'histoire de Guerlain.**

« Engagés à protéger toutes les formes du vivant, humain, végétal, animal, nous devons renforcer l'impact de nos actions et les inscrire dans la durée (...) »

# INTERVIEWS



## CLAIRE COLETTI

Directrice du Développement Durable de la Maison Guerlain



Depuis 2007, avec le programme « Au nom de la Beauté », Guerlain s'est engagée avec conviction dans une démarche de responsabilité. Aujourd'hui, nous devons aller encore plus loin et intensifier notre action comme s'intensifient les enjeux environnementaux.

Cette nouvelle étape, nous l'intégrons dans notre programme **Agir pour une Beauté Vivante**.

Agir pour une Beauté Vivante, c'est remettre l'action au cœur de notre stratégie, à notre échelle, dans une approche systémique, avec l'ensemble de nos parties prenantes : en premier lieu nos employés, nos partenaires-fournisseurs, ONG, nos clients, nos distributeurs...

Notre responsabilité est en effet globale et collective. Elle s'étend à toute la chaîne de valeur, du sourcing aux points de vente, dans tous nos métiers, et dans tous les pays où nous sommes présents. Elle concerne tous ceux et celles qui contribuent à créer et faire durer la marque Guerlain.

Notre priorité, c'est donner du sens à l'innovation produit.

Nous avons beaucoup travaillé sur l'éco-conception, grâce à l'implication des équipes pack et marketing : près de la moitié de nos parfums sont rechargeables et nous progressons sans relâche sur l'intégration de matériaux recyclés ainsi que la recherche d'alternatives aux plastiques.

Nous sommes également bien avancés en formulation : 65 % de nos soins contiennent plus de 90 % d'ingrédients d'origine naturelle et nous nous sommes donnés pour objectif d'atteindre 100 % d'alcool bio pour nos parfums d'ici 2026.

Sur le climat, notre feuille de route est alignée avec les Accords de Paris. Nous avons considérablement augmenté notre ratio transport maritime/aérien, investi dans l'efficacité énergétique de nos sites et travaillons à limiter l'impact croissant du digital.

Mais au-delà des indicateurs, nous devons faire comprendre ces engagements. C'est l'objectif d'une nouvelle plateforme lancée sur guerlain.com : rendre nos actions RSE accessibles et lisibles à tous, clients comme conseillers de beauté. Nous souhaitons mieux embarquer notre écosystème, renforcer la pédagogie, créer de la confiance.

Notre mission est aussi de transmettre. L'abeille est au cœur de notre identité, mais aussi de notre responsabilité. À travers la « Bee School », nos collaborateurs interviennent partout dans le monde pour sensibiliser petits et grands à la biodiversité. Ce dispositif est aujourd'hui déployé en plusieurs langues, dans plus de dix pays. En 2024, nous avons franchi un cap important en structurant un partenariat avec la Fondation Espace pour la Vie dont l'Insectarium de Montréal est bénéficiaire, pour enrichir les contenus pédagogiques autour des pollinisateurs sauvages.

Nous maintenons notre soutien auprès de nombreuses associations de protection des abeilles et depuis 2024 nous soutenons la recherche scientifique en finançant des travaux de chercheurs en France et au Québec.

Notre gouvernance RSE se renforce également avec la création d'un réseau mondial de référents dans toutes les filiales, pour relayer nos engagements sur le terrain. Et nous continuons à nous entourer d'experts extérieurs pour nourrir notre réflexion et challenger nos pratiques.

**Chez Guerlain, nous croyons à l'impact par l'action.** L'action sincère, collective, exigeante, à notre main. **Elle est au cœur de notre identité, et de notre promesse pour les années à venir.**

« Nous avons considérablement augmenté notre ratio transport maritime/aérien, investi dans l'efficacité énergétique de nos sites et travaillons à limiter l'impact croissant du digital. »



# INTERVIEWS



## HÉLÈNE VALADE

Directrice Développement Environnement du Groupe LVMH



Trois ans après le lancement de la feuille de route environnementale LIFE 360 et grâce à l'engagement de l'ensemble des Maisons, les résultats sont au rendez-vous. **Le Groupe a franchi des étapes majeures dans la transformation de son modèle**, en particulier sur la circularité, la traçabilité, la réduction des émissions et la préservation de la biodiversité. Parmi les avancées structurantes, nous avons atteint, 2 ans avant l'échéance que nous nous étions fixés, notre objectif de 50 % de réduction

des émissions de gaz à effet de serre. Conscients du lien étroit entre nos produits et la nature, nous déployons l'agriculture régénératrice au sein de nos différentes filières et ce sont aujourd'hui 3,8 millions d'hectares qui ont été préservés ou réhabilités. Nous avons des programmes d'agriculture régénératrice dans plusieurs régions du monde dont la dynamique repose sur des partenariats forts avec des ONG, comme FAS au Brésil ou l'UNESCO pour ses réserves de biosphère, ou encore le WWF pour la protection des écosystèmes.

Cette transformation repose bien sûr sur l'ensemble de nos collaborateurs. L'impact positif est désormais ancré dans leurs métiers respectifs. Au-delà de la sensibilisation que nous avons réalisée les années précédentes, nous entrons dans une phase de professionnalisation pour permettre à chacun d'acquérir les compétences nécessaires. En octobre 2024, nous avons installé notre campus « LIFE Academy » au sein de La Millière, la réserve de biodiversité développée par l'association de Yann Arthus Bertrand. C'est l'opportunité pour nos collaborateurs de

se former dans un cadre particulièrement inspirant, que Guerlain avait déjà identifié pour installer son Jardin des partages.

Car au sein de la Maison Guerlain, les enjeux environnementaux ont été pris à bras le corps depuis de nombreuses années, et les équipes sont pleinement engagées que ce soit sur les sujets de formulation, d'éco-conception, de traçabilité et de certification des filières. Et en dépit des incertitudes liées au contexte économique et politique, Guerlain maintient le cap, et intègre la durabilité tant dans sa stratégie que dans le détail de chacun de ses métiers. Des produits iconiques tels que le fond de teint Terracota deviennent des ambassadeurs de la rechargeabilité. Le ratio Air/Mer, qui mesure le taux de substitution de l'aérien par le maritime, est suivi aussi régulièrement que l'évolution des ventes, et contribue à la réduction de l'empreinte carbone de la Maison.

L'enjeu clef du scope 3 – qui représente plus de 90 % de l'empreinte environnementale du Groupe – est en effet central. Pour le relever, nous avons lancé fin 2023 le programme LIFE 360 Business Partners, dans lequel Guerlain s'inscrit pleinement. Il vise à accompagner les fournisseurs dans leurs propres transitions. La Maison a su structurer des collaborations efficaces avec ses fournisseurs, dans cette logique de progrès partagé.

**Guerlain démontre ainsi qu'il est possible de concilier excellence, désirabilité et responsabilité.** En impulsant une transformation systémique de ses modes de production et de collaboration, la Maison agit en pionnière. C'est en s'appuyant sur ce type de démarches concrètes, portées par l'énergie des équipes et la cohérence stratégique, que nous réussirons la transformation environnementale de notre Groupe et renforcerons notre capacité à mobiliser le secteur du luxe.

« Et en dépit des incertitudes liées au contexte économique et politique, Guerlain maintient le cap, et intègre la durabilité tant dans sa stratégie que dans le détail de chacun de ses métiers. »

# 18 ANS D'ENGAGEMENT



<sup>3</sup> Le programme Guerlain de préservation des abeilles

<sup>4</sup> Comité Développement Durable

<sup>5</sup> La journée mondiale des abeilles

# INSPIRÉE PAR L'ABEILLE, LA MAISON GUERLAIN AGIT EN HARMONIE AVEC SON ÉCOSYSTÈME



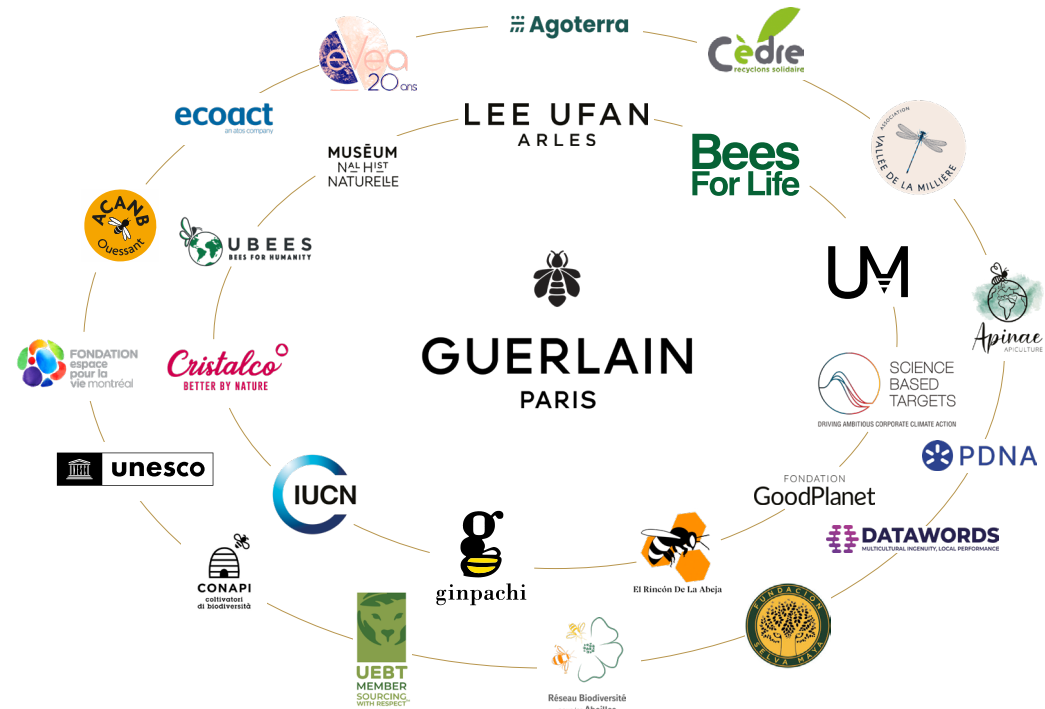
## L'ABEILLE, EMBLÈME DE L'ÉCOSYSTÈME GUERLAIN

L'abeille, emblème de la Maison Guerlain depuis 1853, est un des symboles du Vivant. Elle est aussi une belle représentation des relations d'interdépendances qui sont à l'œuvre dans la Nature.

En tant qu'insecte pollinisateur, elle joue un rôle clef dans le renouvellement de la vie de nombreux végétaux. À l'échelle mondiale, près de 90 % des plantes sauvages à fleurs dépendent des pollinisateurs, dont principalement les abeilles<sup>6</sup>. L'abeille est plurielle, elles sont 20 000 espèces différentes sur terre, avec des rôles bien distribués suivant les plantes qui leur correspondent. C'est aussi grâce à l'abeille que nous obtenons le miel et la gelée royale contenus dans certains de nos produits.

Nous lui devons beaucoup et c'est pourquoi nous avons souhaité œuvrer à sa protection, à travers nos programmes « Women for Bees » qui permet aux femmes de s'autonomiser grâce à l'apiculture, les « Bee schools » qui éduquent les générations futures à la protection de la biodiversité, mais également plusieurs programmes de recensement et de protection des pollinisateurs, via notre « Guerlain for Bees Conservation Programme ».

## LES PARTENAIRES DE LA MAISON GUERLAIN



<sup>6</sup> Source : Rapport d'évaluation sur les pollinisateurs, la pollinisation et la production alimentaire de l'IPBES

# PILIER 1

---

INNOVER POUR UNE  
BEAUTÉ VIVANTE





# L'ÉCO-CONCEPTION DE NOS PACKAGINGS



Notre comité Éco-conception pack<sup>7</sup> se réunit toutes les semaines pour lancer et suivre les projets d'innovation afin d'optimiser les packagings de nos produits. Dans notre quête constante de réduction de leur impact environnemental, nous travaillons sur 4 enjeux majeurs pour les faire évoluer :

1. **Alléger et simplifier** : lutter contre le sur-emballage et optimiser le rapport poids/volume par rapport à la quantité de produit conditionné
2. **Repenser nos matières premières** : réduire l'utilisation de matériaux vierges et privilégier des sources certifiées
3. **Étendre la durée de vie** : développer la rechargeabilité des produits tout en ayant une conception optimale des recharges
4. **Optimiser la fin de vie** : simplifier la séparabilité des différents éléments du packaging et la recyclabilité des matériaux utilisés

## ALLÉGER ET SIMPLIFIER

Guerlain veille à éviter le plus possible tout sur-emballage et à optimiser leur rapport poids/volume en fonction de la quantité de formule conditionnée. Cela se traduit par l'allègement continu de nos pots et flacons, l'ajustement progressif des écrins, ainsi que la réduction du nombre de couches d'emballage que nous challengeons à chaque nouveau développement ou relancement.

### Des exemples produits pour l'illustrer :

#### Des emballages d'expédition éco-conçus

Depuis 2021, Guerlain repense ses emballages cadeau et d'expédition. Ajustées au format de chaque commande, les boîtes cadeaux sont désormais conçues en papier et carton certifiés FSC<sup>8</sup>, avec un système

d'accroche mécanique qui limite l'utilisation de colle et ne nécessite pas d'aimant. En parallèle, les clients peuvent opter pour un mode d'expédition plus écologique, en recevant leur produit placé directement dans une boîte d'envoi éco-conçue, et composée de papier et de carton recyclés. Son système de calage en papier ajusté « auto-celant » minimise la quantité d'emballage utilisée tout en assurant la protection des produits.

#### Rouge G : l'évolution d'une icône

Rechargeable depuis 2018, Rouge G est emblématique de l'art de la personnalisation. Avec une offre régulièrement renouvelée, l'écrin fait du rouge à lèvres un objet de collection, conçu pour être rechargé, gardé et transmis. En 2024, il bénéficie d'une nouvelle conception plus légère de 19 % et intégrant 33 % de métal en moins, ainsi que d'un procédé de fabrication optimisé permettant une réduction globale de 30 % des émissions de CO<sub>2</sub>. Selon son analyse de cycle de vie, un seul écrin utilisé avec 10 recharges permet de réduire de 60 % les émissions de CO<sub>2</sub> par rapport à l'achat de 10 rouges à lèvres complets.

## REPENSER NOS MATIÈRES PREMIÈRES

De nombreuses pistes sont explorées, mais chacune demande des tests rigoureux afin de répondre à toutes nos exigences de qualité et de sécurité notamment.

- **Le verre recyclé** : L'intégration de verre recyclé dans nos pots de crème Abeille Royale faisait figure d'innovation sur le marché du luxe en 2019, c'est aujourd'hui devenu un standard pour Guerlain. Nous intégrons de manière systématique entre 15 et 40 % de verre recyclé dans chaque nouveau moule en verre de soin, parfum, et maquillage.
- **Les plastiques recyclés ou biosourcés** : À chaque fois que cela est possible et pertinent, nous supprimons le plastique vierge d'origine fossile ou le remplaçons par des plastiques recyclés ou biosourcés issus de résidus agricoles. La substitution en est progressive car ces matières doivent être de « qualité alimentaire » pour ne pas risquer d'interaction avec les formules et la demande sur ce marché est forte.
- **Les nouveaux éco-matériaux** : Ce sont des alternatives qui nous intéressent, tant pour leur caractère innovant que pour notre volonté de soutenir les start-ups qui les inventent. Elles utilisent par

exemple des résidus de nos productions de packaging, pour créer de nouveaux matériaux qui répondent à nos exigences techniques, esthétiques, mais également écologiques.

58 %

des références vendues  
contenant du verre dans leur  
packaging intègrent plus de  
15 % de verre recyclé

95 %

de bois, papier et carton  
acheté certifiés  
FSC et PEFC

Objectif d'atteindre 100 % d'ici 2026

### Des exemples produits pour l'illustrer :

#### Orchidée Impériale Black : quand les débris de porcelaine deviennent ressources

Pour l'Édition d'Art Orchidée Impériale Black, Guerlain franchit en 2024 une nouvelle étape en matière d'éco-conception en réalisant pour la première fois une recharge en plastique d'origine végétale, intégrant jusqu'à 40 % de débris de porcelaine. Issus des ateliers de fabrication de l'écrin en porcelaine, ces fragments, autrefois considérés comme des déchets, sont revalorisés et réinjectés dans le cycle de production. Ce procédé permet de réduire l'usage de plastique tout en offrant une seconde vie à un matériau noble, symbole du savoir-faire artisanal.

#### Un gifting en pleine réinvention

Nous souhaitons que les signes de notre engagement soient visibles par nos clients. Cela doit être notamment le cas lorsque nous leur offrons des cadeaux. Depuis 2022, nous avons entamé une réflexion de rationalisation et de réduction d'impact de ces cadeaux. Par exemple, nous avons banni l'utilisation d'aimants et diminué de 40 % l'utilisation de fermetures métalliques zippées. Pour les prochaines années, nous nous donnons comme objectif :

- D'utiliser du coton à 100 % certifié GOTS<sup>9</sup>
- D'utiliser du polyester à 100 % recyclé (doublures incluses)
- D'utiliser du papier et carton certifiés à 100 % FSC pour l'emballage de nos cadeaux

<sup>7</sup> Éco-conception : démarche qui vise à réduire l'impact environnemental d'un produit à chacune des étapes de son cycle de vie (extraction des matières premières, fabrication, packaging, transport, distribution, utilisation, fin de vie...). Cette approche débute dès la phase de conception.

<sup>8</sup> Forest Stewardship Council®, est un label international garantissant que les bois utilisés (bruts ou produits dérivés du bois comme les papiers et cartons) se conforment aux procédures de gestion durable des forêts.

<sup>9</sup> Global Organic Textile Standard, est un label qui certifie non seulement des conditions de travail dignes mais également le respect de l'environnement et certifie un produit qui n'atteint pas la santé de ceux qui les portent.

## RECHARGER POUR FAIRE DURER

Avec la ligne ultra-premium Orchidée Impériale Black, dont les pots en porcelaine de Limoges sont rechargeables depuis 2018, la Maison a initié une transformation de son offre. Depuis, la démarche s'étend progressivement à l'ensemble de ses collections :

- En **soin**, les lignes premium Orchidée Impériale (2022) et Abeille Royale (2023) adoptent à leur tour la recharge, permettant de réduire jusqu'à deux fois l'empreinte carbone par rapport à l'achat d'un produit complet<sup>10</sup>.
- En **parfumerie**, toutes les fragrances sont rechargeables depuis 2018 dans les points de vente « Guerlain Parfumeur<sup>11</sup> », grâce aux fontaines à parfum et au mythique *Flacon aux Abeilles*. En 2021, le flacon de la collection *L'Art & La Matière*, désormais fabriqué à partir de verre recyclé<sup>12</sup>, devient lui aussi rechargeable. En 2022, la relance de la gamme *Aqua Allegoria* marque un nouveau jalon : ses parfums peuvent être rechargés à domicile, dans un flacon conçu avec 15 % de verre recyclé.
- En **maquillage**, la rechargeabilité initiée sur notre rouge à lèvres s'étend en 2024 à un autre produit iconique de la Maison : Terracotta.

LES PRODUITS RECHARGEABLES ET LEURS RECHARGES REPRÉSENTENT **40 %** DES RÉFÉRENCES PRODUITS DE LA MAISON

### Un exemple produit pour l'illustrer :

#### Terracotta, désormais rechargeable

Icone de la Maison Guerlain, Terracotta franchit une nouvelle étape en 2024 avec le lancement d'une version rechargeable, conçue pour concilier beauté, innovation et réduction de l'impact environnemental. Grâce à une optimisation du packaging et à la suppression de certains éléments dans la recharge (base et capot notamment), cette nouvelle

génération permet une diminution significative de l'impact environnemental :

- Une réduction de 34 % de la masse totale du packaging<sup>13</sup>.
- Une baisse de 30 % de l'empreinte carbone, dès le premier rechargement<sup>13</sup>.

En repensant l'ensemble du cycle de vie du produit, de la conception au réemploi, Guerlain affirme, au travers d'un produit emblématique, sa transition vers un luxe plus « circulaire » qui permet de conserver les produits plus longtemps.

## OPTIMISER LA FIN DE VIE DE NOS PRODUITS

La fin de vie d'un produit représente une étape déterminante dans son cycle de vie, avec un impact significatif sur sa performance environnementale. Chez Guerlain, nous cherchons à intégrer, dès la phase de conception, des principes favorisant un meilleur recyclage : usage de matériaux plus facilement recyclables, recours aux monomatériaux, amélioration de la séparabilité des éléments. Ces choix, parfois simples en apparence, se heurtent encore à de nombreuses contraintes techniques, notamment dans l'univers du maquillage, où les formats compacts et les fonctions multiples rendent la dissociation des matériaux plus complexe. Conscients de ces défis, nous recherchons des solutions en lien étroit avec CEDRE, structure de tri et de recyclage du Groupe LVMH. CEDRE explore en permanence de nouvelles filières, en France et à l'international, et expérimente des procédés innovants pour mieux recycler les composants spécifiques à la beauté.

## UNE DÉMARCHE STRUCTURÉE, MESURÉE, CHALLENGÉE

### Faire les bons choix grâce aux analyses de cycle de vie

Afin d'orienter ses actions en termes d'éco-conception, Guerlain s'appuie sur des résultats scientifiquement prouvés par les analyses de cycle de vie (ACV). Entre 2020 et 2024, 15 ACV comparatives (à raison de 3 ACV/an) ont été réalisées afin d'avoir un éclairage précis et factuel sur les impacts des matériaux, les avantages des nouvelles technologies de plastique recyclé, ou sur les gains liés à la mise en place des recharges.

## Le Comité Éco-conception pack : une instance d'arbitrage stratégique

Chaque étape du développement engendre des choix d'éco-conception à faire. C'est le rôle du Comité Éco-conception qui réunit top management, équipes marketing, développement packaging, achats, qualité, réglementaire, Développement Durable, ainsi que la Direction Générale. Il s'agit dès lors de faire des arbitrages entre différents scénarios et de prendre les décisions les plus adéquates en fonction de la situation. Rechargeabilité versus allègement des pots et des flacons, ajustement et sobriété des étuis versus visibilité en linéaire, utilisation de matière recyclée versus impact prix, timing de développement et respect de nos standards qualité... sont autant d'éventualités discutées collectivement pour tenir compte des contraintes de chacun et maximiser la satisfaction client.

### Mesurer pour évaluer objectivement les progrès

Notre stratégie d'éco-conception est rigoureusement intégrée au processus de décision et de développement des produits. Elle repose sur la formation et l'implication de toutes les équipes, ainsi que sur la mesure de l'impact environnemental des packagings grâce à un puissant outil du groupe LVMH : EDIBOX. Cet outil calcule l'**Indice de Performance Environnementale (IPE)** qui permet d'évaluer la bonne application des règles d'éco-conception. Afin de mieux répondre aux objectifs du programme LIFE 360 de LVMH et de manière à renforcer l'exigence, l'outil EDIBOX a évolué en 2024 avec une méthodologie plus précise (impliquant une notation non plus sur 20 mais sur 100). Notre objectif est double : viser une amélioration constante à chaque lancement et cibler une note minimale de 60/100 pour l'ensemble de nos produits d'ici 2030.

UNE NOTE MOYENNE DES PRODUITS GUERLAIN DE **39/100\***  
NOTRE OBJECTIF : UN INDICE IPE DE **60/100 MINIMUM** POUR TOUS LES NOUVEAUX LANCEMENTS D'ICI 2030

\*moyenne pondérée par les volumes de vente

<sup>10</sup> Comparatif entre la crème Orchidée Impériale lancée et sa recharge. Les comparatifs des équivalents CO<sub>2</sub> apportés par l'emballage du produit et son transport dans le monde calculés par la méthode de l'analyse de cycle de vie. L'évaluation prend en compte la nature des matériaux, l'origine et le procédé de fabrication des composants, leur transport et le transport du produit fini.

<sup>11</sup> Service proposé dans les pays où la réglementation le permet

<sup>12</sup> Depuis 2021, 10 % de verre recyclé dont 1 % de verre recyclé post-consommation et 9 % de verre recyclé post-industriel interne

<sup>13</sup> Comparatif des équivalents CO<sub>2</sub> apportés par le nouvel emballage 2024 et sa recharge par rapport à deux emballages de la génération précédente, calculés par la méthode d'analyse de cycle de vie. L'évaluation prend en compte la nature des matériaux, l'origine et le procédé de fabrication des composants, leur transport, le conditionnement et le transport du produit fini et sa fin de vie.

# L'ÉCO-FORMULATION AU CŒUR DE NOS PRIORITÉS



Fruit d'un long travail de recherche et développement, la composition de nos formules est l'une des priorités majeures de la Maison. Notre enjeu : proposer des produits éco-formulés, toujours plus vertueux, prenant en compte les évolutions scientifiques, sociétales et réglementaires, sans jamais transiger sur la sécurité, l'efficacité et la sensorialité.

## UNE DÉMARCHE D'ÉCO-FORMULATION QUI S'ARTICULE AUTOUR DE 3 GRANDS AXES :

- **Une formulation exigeante :** Notre mission est de développer des produits intégrant les ingrédients les plus vertueux possible, pour garantir sécurité, efficacité et sensorialité qui font l'excellence de nos créations. Si la sélection scrupuleuse des matières premières qui composent nos produits a toujours fait l'objet d'un travail rigoureux de la part de nos équipes de R&D, nous avons encore renforcé les exigences de notre formulation pour en faire l'une des plus strictes de l'industrie du luxe, bien au-delà des attentes réglementaires.
- **La naturalité et la soutenabilité des filières :** Inspirée par la Nature depuis près de 200 ans, la Maison Guerlain privilégie, lorsque cela est possible, des matières premières naturelles. Mais nous pouvons également utiliser des ingrédients de synthèse. Faire le choix de la naturalité nous oblige à une gestion très rigoureuse et durable des matières premières. Nous ne pouvons puiser de manière inconsidérée ce que nous souhaitons avant tout protéger. Pour ce faire, nous nous sommes entourés des meilleurs spécialistes pour définir une stratégie de sourcing durable permettant de concilier nos ambitions de développement et la protection de la biodiversité.
- **La transparence et la traçabilité :** En 2019, nous avons initié une démarche pionnière en matière de transparence dans le monde du luxe avec le lancement de la plateforme Bee Respect, qui permet de connaître la provenance des éléments de nos produits. Sur nos matières premières naturelles, plus précisément, nous travaillons avec des tiers de confiance, comme l'UEBT, qui nous permettent d'avoir une traçabilité jusqu'au pays de récolte.

## 90 % DE NATURALITÉ : UN OBJECTIF MESURÉ, PAS UNE COURSE EFFRÉNÉE

C'est en soin que nous sommes le plus proche de cet objectif de 90 % d'ingrédients d'origine naturelle. En maquillage, cet objectif reste un défi pour Guerlain, notamment pour certaines textures où nous sommes en pleine recherche de solutions innovantes et naturelles pour atteindre les performances couleurs souhaitées. Toutefois, nos équipes R&D s'attachent à l'atteindre dès que cela est possible. Dès 2019, elles ont relevé ce défi sur les produits teint et lèvres, atteignant des taux élevés pour certaines références. Réinventer la mythique Terracotta, puis sa version « Light », avec une formule composée à 96 % d'ingrédients d'origine naturelle, a nécessité plusieurs années de recherche pour trouver les poudres naturelles capables d'offrir un effet maquillage équivalent. En parfumerie, viser 90 % d'ingrédients naturels n'est pas toujours pertinent. Cela peut limiter la palette créative de nos parfumeurs, augmenter les risques allergènes, ou compromettre la soutenabilité de certaines formules. Nous devons alors arbitrer avec la synthèse de molécules, qui fait partie intégrante de notre histoire, notamment pour recréer des fleurs « muettes » ou intensifier certaines notes naturelles.

Pour autant, fidèles à notre inspiration puisée dans la Nature, nous avons reformulé la gamme Aqua Allegoria, nos Allégories de la Nature, avec une part de naturalité comprise entre 90 % et 95 %, sans transiger sur la qualité olfactive et son sillage.

## CAPTURER L'ESSENCE SANS COMPROMIS

L'extraction est une étape clé en parfumerie : elle permet de capter le cœur olfactif d'une matière première. Selon la nature du végétal, elle peut être réalisée par distillation à la vapeur d'eau, par extraction aux solvants volatils, ou encore par pression à froid. Si ces techniques sont largement éprouvées, elles peuvent parfois être énergivores, ou altérer les composés les plus délicats.

Guerlain explore aujourd'hui une méthode novatrice en parfumerie : l'extraction au CO<sub>2</sub> supercritique. Historiquement utilisée pour les épices, ce procédé d'extraction à basse température permet de préserver l'identité olfactive des matières premières tout en réduisant considérablement l'impact environnemental. Sans solvant, il limite la consommation d'eau et en évite la pollution, il repose en outre sur un procédé circulaire où le CO<sub>2</sub> est capté, recyclé et réutilisé.

C'est en Inde, à proximité des champs et avec son partenaire Jasmine Concrete (Jasmin Concrete Exports Private Limited), que Guerlain teste cette technologie appliquée au jasmin floral. Shalimar Millésime Jasmin est ainsi le premier parfum de la Maison à intégrer un extrait obtenu par cette technologie, incarnant une nouvelle étape dans notre démarche d'éco-formulation.

## DES OUTILS POUR NOUS GUIDER

Pour contrôler et garantir de faire les meilleurs choix, nous nous appuyons sur deux organes de mesure de notre éco-formulation :

### L'indice IFE : mesurer pour transformer et progresser

Notre démarche d'éco-formulation s'appuie sur l'indice de mesure IFE (Index Formulation Eco-conceived) établi à l'aide de six critères : la naturalité, la traçabilité, l'impact environnemental au travers de la biodégradabilité et de l'écotoxicité, la soutenabilité, la substitution d'ingrédients controversés, et la mesure du nombre d'ingrédients nécessaires. Il s'appuie sur des normes internationales reconnues (ex : norme ISO 16128, Social Hot Spot database, référentiel du Product Environmental Footprint...), et est compatible avec la méthode d'évaluation du Consortium EcoBeautyScore. Il permet ainsi à nos équipes de formulateurs de scorer chacun de nos produits pour mesurer leurs performances et les faire évoluer quand cela est nécessaire.

### Le Comité Éco-Formulation, garant de l'excellence formulatoire

Garant de nos formules, le Comité Eco-Formulation réunit tous les 6 mois les fonctions transverses clés de la Maison : R&D, Marketing, Affaires Réglementaires, Développement Durable... Sa vocation ? Arbitrer les grands principes de formulation, faire état des progrès déjà réalisés ou à atteindre, en s'appuyant sur l'expertise scientifique de notre équipe R&D, et sur sa recherche permanente d'innovation notamment en biotechnologie et en chimie verte. La mission du Comité est ambitieuse : offrir une beauté naturelle, durable, rare et précieuse, dans le respect des signatures historiques de la Maison.

# TRAÇABILITÉ ET TRANSPARENCE : DES LEVIERS D'INNOVATION



Chez Guerlain, la connaissance précise des impacts de chaque ingrédient et composant guide le développement de nos produits. Des outils comme Bee Respect et TRASCE nous permettent de documenter, mesurer et améliorer nos choix à chaque étape, tout en répondant aux attentes croissantes de transparence des clients.

## BEE RESPECT : UNE TRANSPARENCE UNIQUE ET PIONNIÈRE SUR NOTRE MARCHÉ

Depuis plus de 5 ans, Guerlain s'est engagé dans un processus long et rigoureux de cartographie de la chaîne de valeur de ses produits. En 2019, nous avons lancé Bee Respect, notre plateforme de transparence et de traçabilité conçue en partenariat avec Product DNA, experts en traçabilité. Accessible à tous via notre site guerlain.com, Bee Respect rassemble des informations sur la provenance des ingrédients, les composants de packaging ainsi que les lieux de fabrication. Elle constitue également un outil d'amélioration continue pour nos équipes internes afin d'optimiser l'impact environnemental de nos produits.

Après le soin en 2019, Bee Respect a été élargie au maquillage dès 2020, puis au parfum en 2021. Depuis, notre objectif est d'intégrer nos nouvelles créations dès leur lancement. La plateforme est également désormais disponible en sept langues : français, anglais, espagnol, allemand, italien, chinois et japonais.

## TRASCE : UNE INITIATIVE SECTORIELLE POUR FAIRE ÉVOLUER LES STANDARDS

Guerlain fait partie des 15 acteurs de l'industrie cosmétique réunis au sein du consortium TRASCE (Traceability Alliance for Sustainable Cosmetics), lancé en 2023. Cette initiative vise à améliorer la traçabilité des composants clés des formules et des emballages dans le secteur, dans une démarche de progrès partagé.

Soutenu par la Fédération des Entreprises de la Beauté (FEBEA), TRASCE s'inscrit dans une ambition plus large : cartographier collectivement les chaînes d'approvisionnement grâce à une plateforme digitale commune, Transparency-One. Pour Guerlain, cet engagement permet de renforcer la connaissance collective des matières premières utilisées, d'identifier les risques RSE liés aux filières stratégiques, et de définir des plans de progrès partagés.

Cette collaboration marque une étape importante pour garantir une traçabilité fiable et standardisée dans l'ensemble de la filière cosmétique.

Une intégration progressive de nos références

**2019**

Gammes de soin

**2020**

Maquillage

**2021-2022**

Parfum



# PILIER 2

---

INTÉGRER LE  
DÉVELOPPEMENT  
DURABLE DE LA  
STRATÉGIE JUSQU'AU  
CŒUR DES MÉTIERS



# AGIR AUX CÔTÉS DE NOS PARTENAIRES FILIÈRES, EN FRANCE ET DANS LE MONDE



La Nature est, depuis toujours, la source d'inspiration et d'innovation pour notre Maison. Sa protection, conservation, et restauration sont nécessaires pour assurer la qualité et la pérennité des matières premières qui en sont issues.

## UNE PHILOSOPHIE PARTENARIALE AVANT TOUT

En Bretagne, en Europe ou aux confins du monde, nous nous associons à des acteurs locaux pour mettre en place des programmes d'approvisionnement éthique des matières naturelles qui entrent dans la composition de nos produits. Nous soutenons des pratiques agricoles vertueuses sur les plans environnementaux et socio-économiques, à travers un accompagnement de nos partenaires sur le long terme qui peut prendre plusieurs formes : humain, financier, technique ou scientifique.

Concrètement, cela se traduit par :

- **la signature de contrats cadre** incluant un soutien à la mise en place de pratiques agricoles respectueuses de l'environnement ou à l'installation d'équipements de transformation améliorés comme des alambics de distillation
- **le financement de plans d'action biodiversité** dans le cadre des démarches de vérification ou de certification UEBT
- **le soutien direct aux producteurs** dans la mise en œuvre de leurs plans d'action socio-environnementaux, en fournissant par exemple des trousseaux de soin ou des équipements de lutte contre les incendies pour nos apiculteurs partenaires

Les actions mises en œuvre s'appuient sur une connaissance fine de nos fournisseurs, avec lesquels nous avons tissé des relations de confiance de longue date. Nos équipes développement parfums, développement durable et achats les rencontrent régulièrement sur le terrain.

OBJECTIF DE 70 FILIÈRES  
AUDITÉES D'ICI 2026

## ACCOMPAGNER NOS PRODUCTEURS AVEC DES PLANS D'ACTION BIODIVERSITÉ

Chez Guerlain, nous déployons des « Biodiversity Action Plans<sup>14</sup> » (BAP) sur nos filières stratégiques afin de mieux comprendre et préserver les écosystèmes dans lesquels sont cultivées nos matières premières naturelles.

Chaque BAP porte sur un ingrédient et la zone géographique associée. Il s'aligne sur les principes 1 et 2 du référentiel UEBT et sur les objectifs de la Convention des Nations Unies sur la diversité biologique.

Les plans d'action biodiversité permettent aux producteurs d'identifier les enjeux de la biodiversité sur lesquels ils peuvent agir et de définir des actions spécifiques qui tiennent compte de la réalité des besoins, des opportunités et des ressources disponibles. Ils permettent également de valoriser les pratiques favorables à la biodiversité déjà en place, de fixer des objectifs et de suivre des indicateurs de progrès mesurables.

Sur nos filières apicoles par exemple, le BAP implique un diagnostic écologique dans un rayon de 1,5 km autour des ruches portant sur la disponibilité des ressources de plantes mellifères au cours des saisons ou le risque de concurrence entre les abeilles domestiques et les pollinisateurs sauvages. À ce jour, 12 de nos 26 producteurs de miel et de gelée royale ont bénéficié de ce programme.

Nous appliquons également depuis 2022 cette méthodologie sur nos deux sites de production.

PARFUM

73 %

des filières de matières premières naturelles iconiques ont fait l'objet d'un audit UEBT ou Fair For Life  
Objectif de 100 % d'ici 2026

SOINS ET COSMÉTIQUES

100 %

des producteurs de miel, gelée royale, orchidée et pivoine ont fait l'objet d'un audit UEBT ou Fair For Life

12

plans d'action biodiversité financés pour nos producteurs de miel et gelée royale

159 ha

en agriculture régénérative financés en 2024 auprès d'une exploitation agricole du sud-ouest parisien

<sup>14</sup> Plans d'action biodiversité

## UEBT ET FAIR FOR LIFE : DEUX STANDARDS EXIGEANTS

Pour structurer et certifier ses filières stratégiques, Guerlain s'appuie sur deux référentiels reconnus : UEBT et Fair for Life, avec pour objectif d'atteindre 70 filières auditées UEBT « Ethically/Responsibly Sourced<sup>15</sup> » ou Fair for Life d'ici fin 2026.

L'UEBT a établi un référentiel de biocommerce éthique s'appuyant sur les principes de la CNUCED (Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement), les objectifs de la Convention sur la Diversité Biologique (CDB), et les ODD (Objectifs de Développement Durable) de l'ONU. Il impose 7 principes clés :

1. La conservation de la biodiversité
2. L'utilisation durable de la biodiversité
3. Le partage juste et équitable des avantages découlant de l'utilisation de la biodiversité
4. La durabilité socioéconomique (gestion en matière de production, finance et marché)
5. La conformité avec les lois nationales et internationales
6. Le respect des droits des acteurs intervenant dans les activités de biocommerce
7. La clarté sur les régimes fonciers ainsi que sur le droit d'exploitation et d'accès aux ressources naturelles.

Guerlain est membre de l'UEBT depuis 2021.

Fair for Life est un programme de certification international porté par Ecocert, qui garantit des pratiques équitables, responsables et traçables sur l'ensemble d'une filière, du producteur au client final.

Ses critères incluent :

- Un prix d'achat équitable supérieur au prix du marché
- Un mécanisme de protection pour les producteurs en cas de crise : le prix minimum garanti, calculé sur la base des coûts de production
- Des conditions de travail décentes et sûres tout au long de la filière, quel que soit le maillon de la filière de production et son pays
- Le renforcement de l'autonomie des producteurs
- Des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement qui encouragent la transition vers l'Agriculture Biologique

<sup>15</sup> Issu d'un approvisionnement éthique/responsable

## GUERLAIN, MAISON ENGAGÉE DANS L'INTÉGRATION D'ALCOOL BIOLOGIQUE EN PARFUMERIE

L'alcool est le constituant principal des parfums, faisant de cette matière un enjeu fort pour notre Maison. Guerlain développe ainsi l'emploi d'alcool de betteraves issues de l'agriculture biologique, afin de réduire les pollutions associées à leur culture.

Cet alcool est produit en France par notre partenaire Cristalco, reconnu pour sa démarche environnementale d'optimisation des consommations d'énergie, de réduction des émissions de gaz à effet de serre et de réduction des consommations d'eau.

L'approvisionnement en betteraves est local, autour des distilleries et les co-produits sont intégralement valorisés dans une logique d'écologie industrielle (comme pour la production de sucre ou de bioéthanol).

Utilisé pour nos créations récentes, comme Florabloom de la gamme Aqua Allegoria, cet alcool biologique intègre aussi progressivement la composition de nos parfums emblématiques, tels que Mitsouko.

Guerlain finance par ailleurs, en partenariat avec Cristalco, des projets pilotes de plantation de bandes fleuries visant à soutenir les populations de pollinisateurs et autres auxiliaires de culture ainsi que de déploiement d'un activateur biologique des sols en vue d'améliorer le stockage carbone et la santé des sols.

## GUERLAIN DÉVELOPPE SON PARTENARIAT EXCLUSIF À GRASSE AVEC LE DOMAINE LE MAS DES SOURCES, DÉDIÉ AUX PLANTES À PARFUM

Le partenariat entre la famille Gastaldi, propriétaire du Domaine le Mas des Sources de Grasse et la Maison Guerlain, s'appuie sur des valeurs partagées et un amour des fleurs à parfum. La plantation de 4 hectares en agriculture biologique assure la pérennité du savoir-faire grassois en produisant des roses, des tubéreuses et de la verveine.

Des ruches ont été installées sur le domaine en 2023 et une vérification indépendante du Domaine a été réalisée par l'UEBT en 2024, qui a permis de valider les bonnes pratiques en place, notamment la valorisation du patrimoine local, des pratiques culturales biologiques et traditionnelles, l'irrigation goutte-à-goutte, la revalorisation des déchets de taille ainsi qu'un système de traçabilité assurant la qualité des fleurs récoltées.

53 %

de l'alcool utilisé pour nos parfums est issu d'agriculture biologique  
Objectif de 100 % d'ici 2026

100 %

de l'alcool utilisé pour la gamme Aqua Allegoria est issu de l'agriculture biologique depuis 2022

100 %

de notre alcool biologique est produit en France

# RÉDUIRE L'IMPACT DE NOS SITES : UNE DÉMARCHE STRUCTURÉE, AMBITIEUSE, MESURABLE



Réduire l'impact environnemental de nos sites passe par des actions concrètes et mesurables à chaque étape de la vie d'un bâtiment, de la construction à l'usage : choix des matériaux, consommation d'énergie, gestion des déchets, mobilité ou encore sensibilisation des équipes. Grâce à des outils de pilotage rigoureux comme la norme ISO 14001 et un suivi fin des indicateurs, Guerlain a mis en place une démarche d'amélioration continue sur l'ensemble de ses sites. Production, bureaux ou boutiques : tous nos lieux d'activité sont pilotés pour limiter leur empreinte environnementale et s'adapter aux enjeux environnementaux actuels.

## CERTIFICATION ISO 14001 : UN PROCESS D'AMÉLIORATION CONTINUE

Guerlain déploie une gestion rigoureuse de la performance environnementale de ses sites à travers la norme ISO 14001. Chaque filiale est audité sur la base d'une check-list d'une centaine d'indicateurs, adaptée aux différents types de sites et d'activités. Elle permet d'identifier les priorités d'action, d'accompagner les projets (déménagements, rénovations...) et de suivre les progrès. Cette grille peut évoluer selon les nouvelles techniques disponibles et les évolutions réglementaires. En outre, nos bureaux étant souvent partagés avec d'autres Maisons du Groupe, l'ensemble de nos initiatives pour atteindre la certification ISO 14001 ont des impacts positifs plus larges que le seul périmètre Guerlain.

**100 % DE NOS SITES DE PRODUCTION ET LOGISTIQUE SONT CERTIFIÉS ISO 14001**

Les audits internes sont complétés par des audits tierce partie, qui permettent de vérifier notre conformité aux exigences de la norme, mais aussi de souligner nos points forts et de les partager pour l'ensemble de nos sites, comme :

- l'engagement sur la réduction des émissions de gaz à effet de serre ;
- le niveau de connaissance des engagements de la Maison par l'ensemble des collaborateurs ;
- ou encore le suivi précis des économies d'énergie sur nos sites de production.

Une partie de l'intéressement des employés en France est conditionnée par l'obtention de la certification ISO 14001.

## DES BÂTIMENTS DURABLEMENT CONÇUS

### Notre site de production La Ruche

Situé à Chartres, notre site de production La Ruche, certifié HQE (niveau Excellent), est un laboratoire d'innovation environnementale. Grâce à un mix énergétique 100 % renouvelable (électricité verte & biométhane) couplé à des actions de réduction des consommations, La Ruche a **réduit ses émissions de CO<sub>2</sub> de 93 % en trois ans**.

### Notre siège à la Samaritaine

Depuis 2021, notre siège et notre nouvelle boutique de la Samaritaine incarnent nos engagements environnementaux dans un cadre architectural d'exception. Ce projet ambitieux, mêlant rénovation patrimoniale et construction neuve, a été conduit selon un cahier des charges exigeant, porté conjointement par les démarches responsables de Guerlain et de La Samaritaine.

De la réduction des émissions de GES (géothermie, réhabilitation thermique...) à la gestion des déchets, du choix de matériaux (peintures éco-labellisées à faible émissions COV) à la récupération des eaux pluviales, en passant par le confort des espaces de travail et la sobriété énergétique (luminosité naturelle optimisée, extinction automatique en fin de journée, ventilation économe...), chaque détail a été conçu pour allier bien-être, innovation et exemplarité environnementale.

**Des certifications environnementales de référence viennent reconnaître notre exigence :**

- BREEAM Europe Commercial 2009 – niveau Excellent pour le bâtiment Rivoli
- HQE Bâtiments tertiaires – niveau Exceptionnel, avec les labels Effinergie+ (bureaux neufs – Rivoli) et Effinergie Rénovation (bureaux rénovés – Jourdain)
- LEED Core & Shell – niveau Gold, en cours d'obtention pour le bâtiment Pont Neuf

## Nos usines et sites français

Dès juillet 2021, Guerlain a été l'une des premières Maisons du groupe LVMH à s'engager auprès de SAVE Energies, fournisseur de biométhane produit en France à partir de déchets organiques. Ce gaz vert, utilisé en remplacement du gaz conventionnel pour l'ensemble de nos usines et sites français, permet de réduire de 81 % les émissions liées aux usages thermiques (chaleur, process, chauffage). Cet engagement s'inscrit pleinement dans la stratégie LIFE 360 de LVMH, qui vise une décarbonation significative des activités du groupe, notamment via un approvisionnement en énergies 100 % renouvelables d'ici 2026 pour ses sites et boutiques en France.

**100 %**

d'énergie renouvelable pour nos sites de production

**-24 %**

de consommation d'énergie des sites de production entre 2019 et 2024

## RETAIL : VERS UN BEE-CONCEPT ÉCO-CONÇU

Notre démarche d'éco-conception s'inscrit dans une vision globale de notre activité, qui dépasse le cadre de nos formules et packagings pour s'étendre à l'ensemble de nos points de vente. Depuis quatre ans, nous déployons progressivement un nouveau concept de boutique, baptisé « Bee-concept », intégrant dès la conception des critères stricts en matière d'impact environnemental : installation d'éclairages 100 % LED, utilisation de bois certifié PEFC ou FSC, et recours à des fournisseurs locaux pour limiter les transports et soutenir les circuits courts. Dans une volonté d'aller plus loin, un travail d'ingénierie approfondi, entamé en 2023, a permis d'alléger l'ensemble des composants du concept – du mobilier aux éléments de sol en passant par les displays. Ce travail a abouti à une réduction globale de 40 % du poids des installations, générant un gain notable en matière de consommation de ressources et de logistique. Par ailleurs, l'optimisation du nombre et de l'efficacité des sources lumineuses nous a permis de réduire de 25 % la consommation énergétique moyenne par boutique. Enfin, le mobilier a été conçu pour être recyclable, démontable et transformable, de façon à faciliter sa réutilisation ou à lui offrir une seconde vie dans d'autres espaces.



# UNE COMMUNICATION RESPONSABLE À TOUS LES NIVEAUX



De la conception des supports en point de vente à l'évaluation de l'empreinte carbone de nos campagnes, en passant par la formation continue de nos équipes, nous intégrons progressivement les principes du Développement Durable à toutes les dimensions de nos communications, internes et externes.

## DÉCLINER L'ÉCO-CONCEPTION À LA PUBLICITÉ SUR LE LIEU DE VENTE (PLV)

Pour les éléments de PLV pérennes, plusieurs réflexes sont désormais systématisés par nos équipes achats : la diminution des épaisseurs des modules de soin ou de maquillage, l'injection en monomatière ou encore le recours à du plastique recyclé. Outre le merchandising pérenne, une taskforce d'éco-conception a été mise en place pour repenser la PLV éphémère liée aux lancements. Conçue dans une logique de courte durée, elle doit répondre à des critères stricts de légèreté et de recyclabilité et le nombre de matériaux différents. Les meubles de présentation ont également été repensés pour être modulables d'un lancement à l'autre : seuls certains éléments spécifiques, comme les visuels, sont remplacés.

Le principal enjeu pour les années à venir réside dans la mise en place d'une filière de collecte et de recyclage, à l'échelle internationale. Guerlain, membre d'un groupe de travail mis en place par l'institut du commerce en France, participe activement à cette réflexion et à l'expérimentation de solutions concrètes sur le terrain.

**100 % DES ÉLÉMENTS DE PLV ÉPHÉMÈRE SONT FABRIQUÉS EN PLASTIQUE RECYCLÉ DEPUIS 2023**

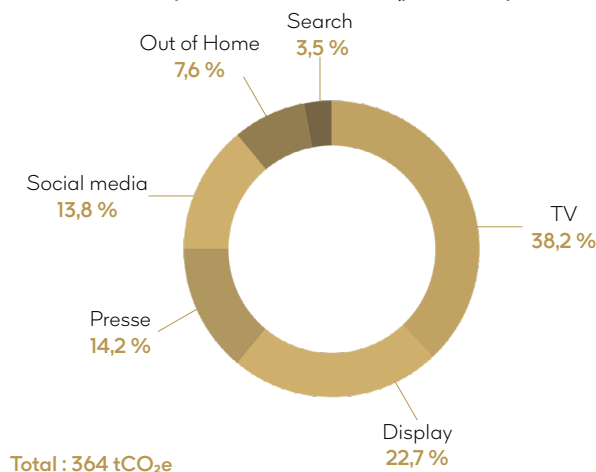
## OPTIMISER ET MESURER L'IMPACT DE NOTRE COMMUNICATION

Après deux ans de développement, le groupe LVMH a lancé MIKE (Media Impact Key Emissions) en 2025, un outil dédié à la mesure de l'empreinte carbone des campagnes de communication.

Développé sur la base du GHG Protocol, de la méthodologie PEF et du Global Media Sustainability Framework, il permet de calculer les émissions de carbone associées à différents types de supports et canaux de communication, tels que les publicités imprimées, les campagnes numériques ou les événements. L'outil offre également la possibilité de comparer l'impact environnemental de différentes campagnes et de choisir les options les plus responsables. Mike génère notamment des rapports détaillés qui aident les équipes à identifier les sources principales d'émissions et à élaborer des stratégies pour les réduire.

Guerlain a fait partie des Maisons pilotes en 2023 pour des campagnes emblématiques comme La Petite Robe Noire ou Abeille Royale.

### Émissions média pour la France en 2024 (périmètre : presse + digital)



La granularité offerte par l'outil MIKE permet une analyse fine des enjeux, et une optimisation spécifique par campagne et par canal de communication.

## SENSIBILISER NOS SALARIÉS

### Fresque du climat

Primordiale, la mobilisation des équipes autour des enjeux liés au Développement Durable s'est récemment accélérée grâce à la mise en place de **différents outils de sensibilisation** : une formation aux enjeux globaux, un e-learning sur le climat, un autre sur la biodiversité, ou encore sur l'abeille (projet « Bee School ») en sont quelques exemples.

En 2022, les membres du Comité Exécutif de Guerlain ont lancé la première session de la Fresque du Climat, suivis par nos collaborateurs de nos différents sites. Aujourd'hui, l'atelier est systématiquement intégré au parcours d'intégration de tout nouvel arrivant.

### Guerlain Sustainability Academy

En créant la Guerlain Sustainability Academy, nous avons pour ambition d'enrichir les connaissances de nos collaborateurs sur les grands enjeux du Développement Durable (climat, biodiversité, économie circulaire), afin de les rendre acteurs de notre responsabilité environnementale et sociétale. Co-construit par les équipes Ressources Humaines, Développement Durable et Retail, le programme repose sur deux missions principales :

- Sensibiliser l'ensemble des équipes par le partage de contenus adaptés
- Développer les compétences via une formation continue sur mesure, en phase avec la diversité des métiers : Webinaires, conférences, projections de films partenaires, la diversité des formats permet à chacun de s'approprier les sujets et d'agir à son niveau.

**100 %**

des campagnes de communication françaises évaluées sur leur impact environnemental en 2024

**100 %**

Objectif pour les campagnes à l'international en 2025

# PILIER 3

---

AGIR POUR DES  
ÉCOSYSTÈMES PLUS  
SOUTENABLES ET  
RELIÉS



# UNE TRAJECTOIRE CLIMAT SCIENTIFIQUEMENT MESURÉE, ENCADRÉE, CONTRÔLÉE



Notre objectif de contribution à la neutralité carbone globale repose sur trois piliers :

- réduire significativement nos émissions de gaz à effet de serre (GES) selon nos objectifs validés par la Science-Based Targets Initiative (SBTi)<sup>16</sup> et conformes à l'Accord de Paris et pour les émissions résiduelles dites « incompressibles »
- contribuer à des projets d'évitement d'émissions dans notre chaîne de valeur
- contribuer à des projets permettant l'augmentation des puits de carbone.

## SBTi : DES OBJECTIFS ALIGNÉS AVEC L'ACCORD DE PARIS

En septembre 2021, Guerlain a rejoint l'initiative Science-Based Targets (SBTi) qui vise à limiter le réchauffement climatique mondial à 1,5 °C au-dessus des niveaux préindustriels par rapport à 2019, conformément aux Accords de Paris. Guerlain s'est engagé sur des objectifs de réduction sur ses 3 scopes jusqu'en 2030 et se situe en bonne voie pour les atteindre.

### UNE RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE GES

**-79 % sur les scopes 1&2\***    **-34 % sur le scope 3\*,\*\***    **-9 % au total sur les 3 scopes\***

Objectif SBTi initial de -47 % pour 2030    Objectif SBTi de -57 % d'ici 2030    Objectif SBTi de -20 % d'ici 2030

\*diminution des émissions de gaz à effet de serre réalisées en 2023 (dernières données de progression disponible dans le cadre de SBTi), par rapport à 2019

\*\* objectif de réduction en intensité (ktCO<sub>2</sub>e/t produit) des émissions liées aux achats de biens et services, au transport et à la distribution

## SCOPES 1 & 2 : ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE RÉDUCTION DÈS 2022

Grâce à un mix énergétique 100 % renouvelable, et notamment le passage au biométhane dès 2021 sur notre site de production La Ruche, Guerlain a pu réduire son empreinte carbone de 1 000 tonnes eqCO<sub>2</sub> par an, soit les deux tiers des 1 559 tonnes émises en 2019, année de référence pour nos scopes 1 et 2.

Ce levier majeur est complété par des audits énergétiques réguliers et des actions de sobriété ciblées sur nos sites les plus consommateurs.

## SCOPE 3 : RÉDUIRE EN AMONT, REPENSER EN AVAL

Le scope 3 constitue la plus grande part de l'empreinte carbone de Guerlain. Parmi les postes d'émissions, le transport – en particulier le transport aval – constitue un levier de transformation prioritaire.

En 2023, la logistique amont et aval représentait en effet près de 40 % de nos émissions totales (tous scopes confondus). Conscients de cet impact, nous travaillons en lien étroit avec nos filiales pour réduire la part de l'avion au profit du transport maritime.

L'éco-conception des packagings, diminuant le ratio poids/volume, est également un axe fort de notre politique d'allègement carbone, de même que la gestion prévisionnelle de nos lancements produits qui intègre un délai d'anticipation permettant un transport maritime. Nous réalisons également des expérimentations ferroviaires entre l'Europe et l'Asie, solution intermédiaire entre avion et bateau en termes de délais et d'émissions. En 2024, le lancement de tests de livraison par voilier cargo entre Saint-Malo et New York, en collaboration avec Grain de Sail, nous permet par ailleurs d'explorer les possibilités d'un transport transatlantique moins impactant : environ 8 fois moins en termes d'émissions de gaz à effet de serre que le transport en cargo conventionnel et 1400 fois moins que le transport en avion<sup>17</sup>.

## 65 % DE TRANSPORT MARITIME SUR LA PART DES VOLUMES ÉLIGIBLES

<sup>17</sup> D'après les données de Grain de Sail

## Mobilités douces

Dans le cadre de la réduction des émissions de son scope 3, Guerlain travaille également sur des actions de mobilité douce. Depuis 2021, l'installation de notre siège au cœur de Paris, dans le bâtiment de la Samaritaine, a permis de limiter significativement l'usage de la voiture individuelle pour les trajets domicile-travail grâce à l'accessibilité en transports en commun et à l'aménagement de locaux pour accueillir vélos et trottinettes. Sur nos sites de production, une application de co-voiturage a été lancée en janvier 2023 et est utilisée par plus de 10 % des effectifs.

En France, une indemnité vélo est par ailleurs proposée pour encourager l'usage régulier du deux-roues.

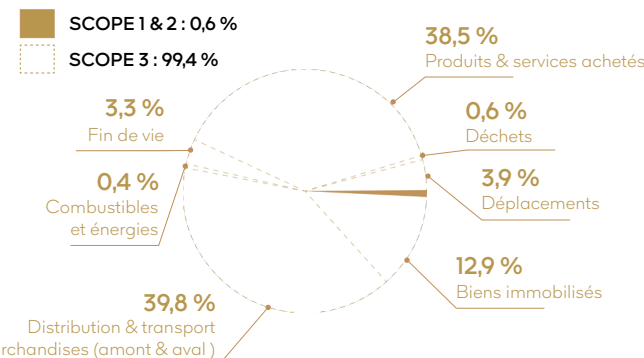
## CONTRIBUTION CARBONE : NOTRE PARTENARIAT AVEC AGOTERRA

Pour les émissions dites « incompressibles » de son empreinte carbone, Guerlain a choisi en 2024 de soutenir financièrement une exploitation de 149 ha à Gometz-la-Ville productrice de betteraves utilisées pour l'alcool biologique de nos parfums. L'entreprise s'est engagée à réduire 567 tCO<sub>2</sub>e en 5 ans notamment grâce à :

- l'augmentation de la biomasse via des couverts végétaux
- la réduction des apports d'azote minéral

Ces mesures produisent aussi des co-bénéfices en matière de développement de cultures intermédiaires, la qualité de l'air et de l'eau.

## BILAN DES ÉMISSIONS DE GES



<sup>16</sup> SBTi est une initiative conjointe du Carbon Disclosure Project (CDP), du Pacte mondial des Nations Unies, de l'Institut des Ressources Mondiales (WRI) et du World Wide Fund for nature (WWF). Elle définit et valorise les meilleures pratiques en matière de définition d'objectifs fondés sur la science et évalue en toute indépendance les objectifs des entreprises.

# PROTÉGER L'ABEILLE, C'EST AGIR POUR LE VIVANT



La préservation de l'Abeille est le fil rouge de notre engagement depuis presque 15 ans. Une cause devenue plus urgente que jamais, à la mesure du rôle essentiel que joue cette espèce dans les écosystèmes : près de 75 % des plantes cultivées et 90 % des plantes sauvages à fleurs dépendent des pollinisateurs<sup>18</sup>.

## On distingue deux types d'abeilles, toutes garantes de la pollinisation :

- l'abeille domestique, ou abeille à miel, la plus connue étant *Apis mellifera* originaire d'Europe
- et les abeilles sauvages, d'une grande diversité morphologique, souvent solitaires, non productrices de miel et encore largement méconnues.

On recense aujourd'hui plus de 20 000 espèces d'abeilles dans le monde, dont la majorité est sauvage<sup>18</sup>. Pour contribuer à leur préservation, la Maison Guerlain s'appuie sur plusieurs partenaires, dont le Comité français de l'UICN (Union internationale pour la conservation de la nature).

## LE « GUERLAIN FOR BEES CONSERVATION PROGRAMME »

Pour incarner et faire rayonner notre engagement à travers le monde, nous avons créé le « Guerlain for Bees Conservation Programme » : un réseau réunissant des partenaires mobilisés pour la cause des abeilles et développant de nombreuses initiatives.

### Préserver & polliniser

**Depuis 2011** : mécénat pour l'« Association du Conservatoire de l'Abeille Noire Bretonne de l'Île d'Ouessant » (ACANB) qui contribue à la pré-

servation de cette espèce endémique, dont le miel et la gelée royale entrent dans la composition de notre gamme Abeille Royale.

**Depuis 2022** : partenariat avec la « Fundación Selva Maya » (FSM) au Mexique, une organisation à but non lucratif engagée pour la protection de l'abeille *Melipona*.

**Depuis 2022** : partenariat avec l'association « Réseau Biodiversité pour les Abeilles » qui accompagne Guerlain dans l'inventaire des pollinisateurs sauvages et des ressources mellifères autour des ruches de nos apiculteurs fournisseurs, mais également dans le choix des semences utilisées. Guerlain soutient en parallèle l'association dans le cadre du développement de ses actions de sensibilisation du grand public et du secteur agricole, ainsi que pour la recherche et l'expertise technique sur la thématique de la biodiversité.

### Éduquer et élargir les connaissances

#### En 2021 :

- Mécénat de 3 ans renouvelé en 2024 avec le Comité français de l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN) afin d'aboutir à la Liste rouge des espèces menacées d'abeilles sauvages en France qui sera diffusée en automne 2026. Identifier les menaces qui pèsent sur elles et mesurer les taux de déclin permettra d'informer scientifiques, grand public et pouvoirs publics afin de déclencher des actions concrètes en faveur de leur protection.
- Mécénat de 4 ans avec le Muséum National d'Histoire Naturelle pour soutenir leur programme « Spipoll ». Ce projet participatif invite tout promeneur à prendre des clichés d'insectes pollinisateurs, puis à les poster sur une application afin de constituer une base de données pour la communauté scientifique et un outil de sensibilisation du grand public à la biodiversité. Par son soutien financier, Guerlain permet d'accélérer la performance et la portée de cette application.

#### En 2024 :

- Par l'intermédiaire de la Fondation Espace pour la vie, La Maison soutient deux projets portés par l'Insectarium de Montréal, institution de référence en entomologie.

- Évolution du programme pédagogique « Bee school » qui inclura plus de classes d'âge, des 5-6 ans jusqu'aux lycéens et élargira ses contenus pédagogiques à l'ensemble des pollinisateurs.
- Soutien aux travaux de recherche d'une doctorante sur les pollinisateurs au Nunavik (région du Nord Québec) à travers le programme « Les Sentinelles du Nunavik » qui implique les jeunes dans la surveillance de la biodiversité.
- Soutien aux travaux de recherche d'un enseignant-chercheur chimiste de la Fondation de l'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines-Université Paris-Saclay, portant sur le renforcement de l'immunité naturelle des abeilles à travers le développement de compléments alimentaires à base d'oligo-éléments. Guerlain soutient la réalisation d'études sur plusieurs ruchers afin d'identifier d'éventuelles carences à combler pour stimuler leurs défenses immunitaires.

## LE « WORLD BEE DAY »

Notre engagement en faveur de la préservation des abeilles vit chaque jour à travers nos nombreuses initiatives et partenariats. Néanmoins, un jour en particulier nous donne l'opportunité de sensibiliser avec force et visibilité sur les dangers encourus par ces pollinisateurs : le « World Bee Day ».

Depuis 2021, cet événement international, célébré chaque année au mois de mai, est devenu un rendez-vous incontournable pour notre Maison. À l'occasion du « World Bee Day 2024 », Guerlain a ainsi invité le grand public à (re)découvrir la beauté des abeilles et la richesse de leur univers à travers l'objectif de Joris Vegter, spécialiste reconnu pour la macrophotographie d'insectes.

Pour la quatrième année consécutive, Guerlain a mobilisé ses clients et ses consultants beauté : 20 % des ventes<sup>19</sup> réalisées en boutique ou sur [guerlain.com](https://guerlain.com) ont été reversés au « Guerlain for Bees Conservation Programme ».

<sup>18</sup> Rapport d'Évaluation sur les Pollinisateurs, la Pollinisation et la Production Alimentaire de l'IPBES, 2016

<sup>19</sup> En Boutiques, chez une sélection de partenaires et sur [Guerlain.com](https://guerlain.com), toutes gammes confondues.



# RÉGÉNÉRER LE VIVANT, ICI ET AILLEURS



Depuis plusieurs années, Guerlain s'engage activement dans des projets de régénération du vivant, à la fois en France et à l'international. Parmi plusieurs projets, deux illustrent cet engagement profond : le soutien au Jardin des Partages, au cœur de la Vallée de la Millière dans les Yvelines, et l'accompagnement du projet de reforestation et de réintroduction d'orchidées rares dans la province du Yunnan, en Chine. Deux territoires aux antipodes, mais portés par une même vision : créer de nouvelles alliances entre l'humain et les autres formes de vivant, par la science, la pédagogie et l'action concrète sur le terrain.

## TIANZI : RECONSTRUIRE UN ÉCOSYSTÈME TROPICAL AUTOUR DE L'ORCHIDÉE

### L'orchidée, ingrédient iconique des créations Guerlain

Avec plus de 30 000 espèces, les orchidées possèdent un capital biologique inestimable. Reines des fleurs-lianes, elles sont capables de vivre plus de 100 ans pour certaines dans les milieux les plus hostiles. À TianZi, au sud-ouest de la Chine, s'épanouit le royaume d'une variété d'orchidée gorgée d'un pouvoir anti-âge exceptionnel, dont le destin est intrinsèquement lié à celui de son écosystème forestier originel, tropical, propre au Yunnan.

Pour explorer les secrets de la résilience de l'orchidée, matière première d'exception de sa ligne de soins Orchidée Impériale, Guerlain a développé une plateforme de recherche unique au monde, l'Orchidarium ®. Celle-ci est composée de 3 pôles : un Laboratoire de Recherche fondamentale qui explore les bénéfices anti-âges des orchidées, un jardin expérimental, tous deux à Genève en Suisse, et la Réserve Exploratoire de TianZi.

### Une réserve d'exception au cœur du Yunnan

Depuis 2011, Guerlain soutient le projet TianZi, un programme de reforestation et de réintroduction des orchidées dans l'un de leurs berceaux naturels. Le sanctuaire de 400 hectares vise à restaurer l'écosystème de forêt tropicale de montagne originel, tout en soutenant le développement économique local.

Ce projet est structuré en deux phases de dix ans chacune :

- La première phase du projet (2011-2021) a permis de reboiser environ 30 hectares, avec plus de 2 000 orchidées et 4 000 arbres plantés.
- La seconde phase (2021-2030) vise la plantation de 30 hectares supplémentaires à raison de 3 hectares par an. Elle veille à renforcer la biodiversité locale, à protéger les espèces menacées, et à améliorer les conditions de vie des populations locales à travers l'emploi, la formation et la production de produits de haute qualité (thé Pu'er, miel, plantes médicinales...).

### Réintroduire la Vanda coerulea, espèce rare et menacée

En 2024, Guerlain a initié un programme spécifique de réintroduction de la Vanda coerulea au sein de la réserve de TianZi, première orchidée étudiée par la Maison et à l'origine du succès de la ligne Orchidée Impériale. Cette fleur, aujourd'hui menacée, joue un rôle écologique essentiel dans les écosystèmes du sud du Yunnan. Sa réintroduction bénéficie de l'appui scientifique du département des sciences écologiques et environnementales de l'Université du Yunnan.

### En 2024\*:

**+ 20 000**

specimens d'orchidées ont été réintroduits ou se sont régénérés naturellement

**+ 4000**

arbres ont été plantés, favorisant le développement des orchidées épiphytes

\*Résultats de l'audit mené par l'UEBT en 2024, afin de mesurer, à date, l'impact environnemental et social du projet et de vérifier son alignement avec les objectifs préalablement fixés

## LE JARDIN DES PARTAGES : UN LABORATOIRE AGRICOLE ET PÉDAGOGIQUE

En 2020, le photographe et militant écologiste Yann Arthus-Bertrand, partenaire de Guerlain sur de nombreux projets, acquiert un domaine d'exception de 30 hectares dans les Yvelines : la Vallée de la Millière avec pour objectif de créer une réserve de biodiversité en réensauvagement. Situé en lisière de la forêt de Rambouillet, haut lieu historique de la famille Guerlain, ce site accueille aujourd'hui plus de 350 espèces animales et végétales. Soutenue par LVMH, la Vallée de la Millière est un terrain privilégié d'étude pour les chercheurs oeuvrant à la réduction de l'impact humain sur les écosystèmes, notamment grâce à ses partenariats avec l'Université Paris-Saclay et le Parc Naturel de la Haute Vallée de Chevreuse.

En son sein, un espace de 1,4 hectares est dédié à l'agriculture régénératrice : le Jardin des Partages, soutenu par Guerlain. Pensé comme un laboratoire vivant, un lieu de pédagogie et de dialogue entre Nature et culture, ce jardin vise à réconcilier une production abondante et diversifiée avec une biodiversité luxuriante et omniprésente. Il incarne les valeurs de notre Maison : transmettre les savoirs et expérimenter des pratiques vertueuses aux côtés de ses partenaires.

Pour mesurer l'impact environnemental des méthodes appliquées, des analyses régulières des sols sont menées par Genesis, qui permettent de suivre l'évolution d'indicateurs clés (biodiversité, fertilité des sols, climat, gestion de l'eau), en les corrélant à des facteurs externes (stress climatique, productivité, biodiversité hors sol...).

Après 3 ans consacrés à la création du jardin par Tom Arthus-Bertrand et son équipe, selon les principes de l'agroforesterie, les 3 prochaines années prévoient l'aménagement d'un espace mellifère, la création d'une parcelle de maraîchage expérimental, et le déploiement d'activités pédagogiques pour le grand public et les collaborateurs de Guerlain et LVMH.

**PLUS DE 150 000 ARBRES ONT ÉTÉ GÉNÉRÉS DE MANIÈRE NATURELLE À TIANZI\***

# PILIER 4

---

RAYONNER,  
TRANSMETTRE ET  
PARTAGER NOTRE  
ENGAGEMENT



# « WOMEN FOR BEES » : ACCOMPAGNER LES FEMMES DANS LA PRÉSERVATION DU VIVANT



Créé en 2020, le programme « Women for Bees » vise à former et autonomiser des femmes apicultrices à travers le monde, en leur permettant de développer une activité professionnelle durable axée sur leur expertise. Il contribue également à la protection des abeilles et au repeuplement des colonies dans les zones à forte valeur écologique. Il met en particulier l'accent sur les espèces d'abeilles locales et endémiques.

## DES PARTENARIATS LOCAUX AUX QUATRE COINS DU MONDE

Lancé initialement en partenariat avec l'UNESCO, le programme « Women for Bees » a vu le jour dans le Sud de la France, avant de s'étendre **dans des réserves de biosphère<sup>20</sup>** au Cambodge, puis au Rwanda, où 33 femmes apicultrices ont été formées en 2024.

Guerlain développe, en parallèle du partenariat avec l'UNESCO, une série d'initiatives « Women for Bees » avec des ONG locales de référence, notamment :

- **Guerlain x Conapi à Bologne, Italie**
- **Guerlain x El Rincón de la Abeja à Barcelone, Espagne**
- **Guerlain x Umeda Mitsubachi NPO et Ginza Mitsubachi NPO au Japon**

**200**

femmes formées  
depuis 2021

**+ 3 500**

ruches installées

## L'EXEMPLE DU JAPON

En 2024, la Maison Guerlain a renforcé son engagement au Japon en rencontrant les 50 apicultrices diplômées des promotions 2022 et 2023 à Tokyo et Osaka, aux côtés de Mirei Kiritani, ambassadrice de Guerlain Japon.

Grâce au soutien des partenaires locaux **Ginza Mitsubachi Project** à Tokyo et **Umeda Mitsubachi Project** à Osaka, le programme « **Women for Bees** » au Japon apporte une réponse concrète et une approche innovante pour renforcer l'implication des femmes dans l'apiculture, largement fermée et dominée par les hommes dans ce pays :

- Face au vieillissement de la population, il existe un risque que la culture et le savoir-faire apicoles ne soient pas transmis à la prochaine génération. Les femmes, ainsi que les nouvelles générations, jouent un rôle essentiel dans la préservation de ce métier et le développement de nouvelles pratiques pour les années à venir.
- De même, la diminution du nombre de travailleurs agricoles menace les exploitations. Moins de fermes signifie moins de plantes fournissant le nectar essentiel aux abeilles pollinisatrices. L'éducation et la sensibilisation aux bonnes pratiques sont des leviers clés pour protéger la biodiversité à l'échelle du pays, y compris en milieu urbain.
- Afin d'augmenter la productivité par parcelle malgré la baisse du nombre d'exploitations et pour accroître la valeur des produits agricoles, les agriculteurs ont recours aux pesticides, une pratique néfaste pour la survie des abeilles contre laquelle nous souhaitons lutter.

## EN FRANCE

avec l'UNESCO  
en 2021

## AU CAMBODGE

avec la Fondation  
Maddox Jolie-Pitt (MJP)  
à Battambang  
en 2022

## AU JAPON

avec les associations  
à but non lucratif  
Umeda Mitsubachi à Osaka  
et Ginza Mitsubachi à Tokyo  
en 2022 et 2023

## EN ITALIE

avec la coopérative Conapi,  
en Émilie-Romagne  
et en Calabre  
en 2022 et 2023

## EN ESPAGNE

avec l'ONG El Rincón de la  
Abeja, à Barcelone  
en 2022 et 2023

## AU RWANDA

avec l'UNESCO  
en 2024

<sup>20</sup> Une réserve de biosphère est un site désigné par les gouvernements nationaux et reconnu par l'UNESCO. Il a pour mission de : concilier conservation de la diversité naturelle et culturelle et développement économique et social, mais également de tester et développer des approches novatrices de Développement Durable du niveau local au niveau international

# « BEE SCHOOL » : LA PÉDAGOGIE EN MOUVEMENT, DE LA RUCHE À LA SALLE DE CLASSE



Chez Guerlain, nous sommes convaincus que la connaissance est un levier très puissant pour faire évoluer les comportements et protéger la biodiversité. Depuis 2018, cette conviction se concrétise dans un programme pédagogique unique : la « Bee School ». Dédiée à la transmission des savoirs autour du rôle fondamental des abeilles et par là, le fonctionnement des éco-systèmes, la « Bee School » a pour ambition d'informer, de mobiliser et d'inspirer toutes les générations, dès le plus jeune âge.

## UN DISPOSITIF QUI ENGAGE LES COLLABORATEURS

La « Bee School » invite chacun des collaborateurs Guerlain du monde entier à devenir porte-parole du Développement Durable, et plus précisément de l'engagement en faveur des abeilles, en intervenant dans les établissements de leur choix : école primaire, centre de loisir, centre hospitalier... Préalablement formés aux contenus, enjeux et techniques d'animation, ils disposent d'un kit pédagogique complet, permettant d'animer une session de 2h. Initialement conçue pour les enfants de 7-8 ans elle sera progressivement étendue à partir de 2025 à toutes les générations. Au-delà de son rôle éducatif, la « Bee School » est devenue un outil de cohésion interne précieux. Les collaborateurs y trouvent un moyen concret d'incarner les engagements de la Maison, dans une approche humaine et stimulante. Animée en duo pour favoriser l'esprit d'équipe, chaque intervention est aussi une opportunité de dialogue intergénérationnel.

## FACE AU SUCCÈS FRANÇAIS, UN DÉPLOIEMENT INTERNATIONAL ET UN CONTENU ÉLARGI AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX GLOBAUX

Lancé en France, le programme « Bee School » a depuis conquis de nombreux pays. Grâce à la traduction du kit dans une dizaine de langues et à la création d'une plateforme digitale dédiée, les collaborateurs peuvent aujourd'hui se former en ligne, planifier leurs interventions et partager leurs retours d'expérience dans le monde entier. Avec les retours d'expérience de nos collaborateurs, le kit pédagogique a évolué avec le développement de versions adaptées à différentes tranches d'âge. Son contenu, fruit d'un partenariat avec l'UNESCO et avec l'appui scientifique du Comité Français de l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN), s'est également progressivement étendu au-delà du sujet de l'Abeille afin d'aborder les enjeux de biodiversité, de pollinisation, de changement climatique...

## UN TOURNANT AVEC L'INSECTARIUM DE MONTRÉAL

En 2024, la « Bee School » prend un nouvel élan avec la naissance d'un partenariat entre Guerlain et la Fondation « Espace pour la vie », qui soutient le plus grand complexe muséal en sciences de la nature au Canada et dont l'Insectarium fait partie. Avec le soutien de Guerlain, l'Insectarium de Montréal développera des contenus pédagogiques inédits, étendus aux abeilles sauvages et autres pollinisateurs, pour mieux refléter leur richesse et leur diversité dans le monde, en s'adressant aussi bien aux enfants qu'aux jeunes adultes.

Cette collaboration inédite permet d'aborder des enjeux encore peu connus du grand public, comme le rôle fondamental des abeilles sauvages dans la préservation de la biodiversité, ou la coexistence entre espèces. Autant de façons pour la « Bee School » de parler à toutes les générations, dans toutes les régions, et d'inviter chacun à devenir acteur de la protection du vivant. Ainsi, Guerlain transforme son attachement historique à l'abeille en un véritable outil d'engagement collectif, en mêlant éducation et sciences.

Par l'intermédiaire de la Fondation « Espace pour la vie » la Maison finance, outre le développement de kits pédagogiques sur les abeilles et pollinisateurs, les travaux de recherche d'une doctorante sur les pollinisateurs au Nunavik (région du Nord Québec) à travers le programme « Les Sentinelles du Nunavik » qui implique les jeunes dans la surveillance de la biodiversité.

## DEPUIS 2021

660

collaborateurs ont pu animer une « Bee School »

+ 10 000

enfants ont été sensibilisés

# PRIX ART & ENVIRONNEMENT : UN PARTENARIAT INÉDIT ENTRE GUERLAIN ET LEE UFAN ARLES



En 2023, Lee Ufan Arles et la Maison Guerlain s'associaient en créant le Prix Art & Environnement qui récompense, chaque année, un projet mettant au cœur de ses préoccupations les rapports féconds et multiples entre la création artistique et l'environnement.

## UN TREMPLIN ARTISTIQUE AU SERVICE DE L'ENVIRONNEMENT

Le prix permet à l'artiste-lauréat de bénéficier d'un atelier et d'un programme d'accompagnement sur-mesure au cours d'une résidence d'une durée de six à huit semaines, suivi par une exposition personnelle dans l'Atelier MA de Lee Ufan Arles.

Ce lieu de réflexion et de production unique au cœur du territoire arlésien, à la fois lieu d'art présentant les œuvres phares de Lee Ufan et lieu de vie soutenant la création contemporaine, permet au lauréat de réaliser son projet artistique mais aussi de rencontrer les personnes et institutions pertinentes à sa mise en œuvre : artistes, professionnels du monde de l'art et acteurs du territoire qui pourraient rentrer en résonance avec son travail. Il lui permet aussi de présenter son projet à un public local et international en lui offrant une visibilité certaine, ainsi que de bénéficier d'opportunités de collaborations inédites avec la Maison Guerlain.

## EXPOSITION DU LAURÉAT DE LA PREMIÈRE ÉDITION DU PRIX ART & ENVIRONNEMENT À L'ÉTÉ 2024

En janvier 2024, Djabril Boukhenassi a réalisé une résidence de création à Lee Ufan Arles, questionnant l'impact de la pollution lumineuse, qui peut affecter le comportement des espèces (orientation, déplacement, perturbations hormonales et reproductrices) mais également leurs activités nocturnes (chasse) ou leurs migrations, qu'elles soient attirées ou au contraire qu'elles fuient cet éclairage. La lumière artificielle est en effet la deuxième cause d'extinction des insectes après les pesticides. Djabril s'est ainsi intéressé particulièrement aux papillons de nuit.

L'exposition « À ténèbres » présente une série de peintures et gravures inédites qui s'articulent autour d'une poétique de la nuit contemporaine, inspirées à la fois par la littérature allemande, la musique et l'expérience de sa résidence arlésienne.

## CAROLINE CORBASSON REMPORTE LE PRIX ART & ENVIRONNEMENT 2024

Pour sa deuxième édition, Lee Ufan Arles et la Maison Guerlain ont décerné le prix Art & Environnement à Caroline Corbasson, parmi 551 candidatures.

L'artiste explore notre place dans l'univers à travers le prisme des imaginaires scientifiques et collectifs associés à l'astrophysique et à la cosmologie. Ses recherches interrogent les connaissances humaines et la manière dont les découvertes scientifiques renouvellent notre appréhension du cosmos et notre compréhension de nos origines. Ayant grandi au Texas où les alertes à la tornade sont fréquentes, Caroline Corbasson s'intéresse également à un phénomène proche : le vent. Le projet présenté pour le Prix Art & Environnement entend étudier cette force ambivalente, parfois dévastatrice, mais aussi pollinisatrice et portuse de vie.

À la suite de sa résidence à Arles, le travail de Caroline Corbasson sera exposé dans l'Atelier MA de Lee Ufan Arles pendant la période estivale de 2025.



# TABLEAU D'INDICATEURS

PILIER	THÉMATIQUE	INDICATEUR	RÉSULTAT			OBJECTIF	
			2022	2023	2024	2026	2030
INNOVER POUR UNE BEAUTÉ VIVANTE		% des références vendues intégrant plus de 15 % de verre PCR <sup>21</sup> (parmi les références qui contiennent du verre dans leur packaging)		60 %	58 %	70 %	100 %
		% de tonnes de bois, papier et carton achetés certifiés FSC et PEFC	94 %	93 %	95 %	100 %	100 %
		% des volumes vendus couverts par un IPE		(2)	54 %	90 %	100 %
		SOINS - Note moyenne IPE pondéré par les volumes de vente		(2)	36	50	60
		MAQUILLAGE - Note moyenne IPE pondéré par les volumes de vente		(2)	35	50	60
		PARFUMS - Note moyenne IPE pondéré par les volumes de vente		(2)	42	50	60
		% des produits du catalogue disponibles sur Bee Respect (hors pièces d'exception ou éditions limitées)	95 %	100 %	66 %	100 %	100 %
INTÉGRER LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE LA STRATÉGIE JUSQU'AU CŒUR DES MÉTIERS	Biodiversité	% des volumes d'alcool issus de l'agriculture biologique livrés sur notre site de fabrication de parfum		51 %	53 %	100 %	100 %
		% des filières de matières premières naturelles iconiques parfum ayant fait l'objet d'un audit tierce partie		(2)	73 %	100 %	100 %
		% des filières de matières premières naturelles iconiques parfum en risque net zéro (Fair For Life, UEBT « Ethically Sourced », UEBT « Responsibly Sourced », UEBT « No Minimum Requirement <sup>22</sup> »)		(2)	53 %	100 %	100 %
		% des filières d'ingrédients naturels soin & cosmétiques (miel, gelée royale, orchidée et pivoine) ayant fait l'objet d'un audit tierce partie	100 %	(2)	100 %	100 %	100 %
		% des producteurs de miel, gelée royale, orchidée et pivoine en risque net zéro (Fair For Life, UEBT « Ethically Sourced », UEBT « Responsibly Sourced », UEBT « No Minimum Requirement »)		(2)	94 %	100 %	100 %
		% des sites de production et logistique certifiés ISO 14001		100 %	100 %	100 %	100 %
		Protection et restauration des habitats : nombre d'hectares en agriculture régénératrice		75	159	200	500
AGIR POUR DES ÉCOSYSTÈMES PLUS SOUTENABLES ET RELIÉS	Climat	Émissions de gaz à effets de serre (en tonnes eq. CO <sub>2</sub> )		80 259	(1)	77 000	70 000
		Émissions de gaz à effets de serre directes brutes - Scope 1 et 2 (en tonnes eq. CO <sub>2</sub> )		446	(1)	1 100	840
		Intensité des émissions de gaz à effets de serre indirectes (achats, transport aval & distribution) (en tonnes eq. CO <sub>2</sub> par tonne produite)		9,7	(1)	9,5	6,4
		% d'énergie renouvelable sur le sites de production		100 %	100 %	100 %	100 %
		% de transport maritime sur la part des volumes éligibles		56 %	65 %	68 %	70 %
		Consommation d'énergie des sites de production (en MWh)		12 660	11 336	10 300	10 000
	Eau	Consommation d'eau des sites de production (en m <sup>3</sup> )		36 847	38 231	37 500	30 000
RAYONNER, TRANSMETTRE ET PARTAGER NOTRE ENGAGEMENT		Nombre de collaborateurs ayant assuré une « Bee School »		(2)	650	1 000	2 000
		Nombre d'enfants ayant participé à une « Bee School »		(2)	10 000	15 000	30 000
		Nombre de femmes participant au programme « Women for Bees »		100	200	300	/

## LÉGENDE

(1) Donnée en cours de consolidation

(2) Donnée non disponible

<sup>21</sup> PCR (Post-Consumer Recycled) : verre recyclé issus des déchets post-consommation (externes à l'entreprise), par opposition au verre PIR (Post-Industrial Recycled) qui provient des déchets industriels générés lors du processus de fabrication.

<sup>22</sup> Sans seuil minimum requis

# ANALYSE DE DOUBLE MATÉRIALITÉ

## DE LA BRANCHE PARFUMS & COSMÉTIQUES DE LVMH

### MATÉRIALITÉ D'IMPACT

IMPACTS NÉGATIFS	
ESRS E1	<ul style="list-style-type: none"><li>Émissions de gaz à effet de serre (scopes 1, 2 et 3)</li></ul>
ESRS E2	<ul style="list-style-type: none"><li>Pollution des écosystèmes</li></ul>
ESRS E4	<ul style="list-style-type: none"><li>Fragmentation, dégradation et perte d'habitats terrestres</li><li>Déforestation</li><li>Contribution à la dégradation des sols sur la chaîne de valeur amont</li></ul>
ESRS E5	<ul style="list-style-type: none"><li>Consommation de matières premières sur l'ensemble des chaînes (y compris emballages)</li><li>Production de déchets, emballages et PLV tout au long du cycle de vie des produits</li><li>Destruction potentielle des invendus/produits obsolètes</li></ul>
ESRS S2	<ul style="list-style-type: none"><li>Conditions de travail dans la chaîne de valeur</li></ul>
ESRS S3	<ul style="list-style-type: none"><li>Conflit d'usage</li><li>Pollution de l'eau et des sols en amont des chaînes de valeur agricoles</li><li>Utilisation de codes/éléments culturels appartenant à des communautés</li></ul>
ESRS S4	<ul style="list-style-type: none"><li>Gestion des données personnelles des clients</li><li>Santé des consommateurs</li><li>Diffusion de stéréotypes au sein de la société (pratiques publicitaires et de communication)</li></ul>
ESRS G1	<ul style="list-style-type: none"><li>Atteinte à l'éthique des affaires</li><li>Protection des droits des lanceurs d'alerte</li></ul>

IMPACTS POSITIFS	
ESRS S2	<ul style="list-style-type: none"><li>Stabilité économique et insertion sociale des travailleurs de la chaîne de valeur</li></ul>
ESRS S3	<ul style="list-style-type: none"><li>Dynamisation des territoires par la création d'emplois et l'empreinte économique</li><li>Contribution à l'égalité des chances par l'insertion dans le monde professionnel des jeunes et des populations vulnérables</li><li>Contribution à l'accès à la culture pour le plus grand nombre</li></ul>

#### LÉGENDE

##### Environnement

- ESRS E1 Changement climatique
- ESRS E2 Pollution
- ESRS E3 Eau
- ESRS E4 Biodiversité
- ESRS E5 Ressources utilisées et économie circulaire

##### Sociétal

- ESRS S2 Travailleurs de la chaîne de valeur
- ESRS S3 Communautés impactées
- ESRS S3 Clients et utilisateurs finaux

##### Gouvernance

- ESRS S3 Communautés impactées

Cette analyse de double matérialité est un extrait de celle qui a été réalisée par le Groupe LVMH (à consulter dans son Rapport de Responsabilité Sociale et Environnementale 2024).

### MATÉRIALITÉ FINANCIÈRE

RISQUE	
ESRS E1	<ul style="list-style-type: none"><li>Augmentation du coût des matières premières</li><li>Augmentation du coût de l'énergie et des transports</li><li>Perte de revenus ou hausse des coûts liés aux événements extrêmes affectant les sites</li><li>Tension sur la quantité des approvisionnements disponibles</li></ul>
ESRS E2	<ul style="list-style-type: none"><li>Risque réputationnel lié à la pollution chimique</li><li>Sanctions et pénalités en cas de non-respect des réglementations en matière de substances préoccupantes</li></ul>
ESRS E3	<ul style="list-style-type: none"><li>Baisse des rendements agricoles affectant l'approvisionnement des matières premières</li></ul>
ESRS S2	<ul style="list-style-type: none"><li>Risque réputationnel en cas de non-respect des droits et santé des travailleurs de la chaîne de valeur</li><li>Risque de disparition de savoir-faire des métiers rares de l'artisanat</li></ul>
ESRS G1	<ul style="list-style-type: none"><li>Atteinte à l'image du Groupe en cas de controverse atteignant l'image des marques ou la protection de la propriété intellectuelle du Groupe</li><li>Sanctions et pénalités liées à l'implication dans toute atteinte à l'éthique des affaires, ou dans des pratiques contrevenant aux sanctions économiques en vigueur.</li></ul>

OPPORTUNITÉS	
ESRS E5	<ul style="list-style-type: none"><li>Développement de nouvelles gammes de produits/services écoconçus et utilisation de matériaux plus durables</li><li>Développement de nouveaux modèles économiques fondés sur la réutilisation, la recharge, la reprise et la revente des produits</li></ul>
ESRS S2	<ul style="list-style-type: none"><li>Continuité opérationnelle grâce à la préservation de relations pérennes avec les fournisseurs clés et à l'amélioration des conditions de travail</li></ul>
ESRS S3	<ul style="list-style-type: none"><li>Amélioration de l'image de marque liée à la valorisation de savoir-faire artisanaux</li></ul>
ESRS S4	<ul style="list-style-type: none"><li>Développement de l'image de marque et de l'attractivité commerciale liées à la prise en considération des attentes croissantes des clients et des consommateurs sur les sujets de durabilité (qualité, santé/sécurité, etc.)</li><li>Développement de produits et services prenant en considération toutes les singularités</li></ul>

Comme décrit dans le présent rapport, la Maison Guerlain a pris en considération l'ensemble de ces enjeux, qui sont ancrés dans la stratégie de l'entreprise. Les actions qui en découlent sont réparties au sein des différents piliers de notre stratégie développement durable. Concernant les sujets de pollution, ils sont abordés en fonction de leurs impacts spécifiques à travers ces différents piliers. La pollution de l'eau concerne peu Guerlain dans la mesure où elle est principalement liée à l'usage de produits dits « rincés » (shampoings, gels douche...), qui ne représentent qu'une part très marginale de notre portefeuille de produits. Elle est néanmoins prise en compte dans la gestion environnementale de nos sites de production. La pollution de l'air est traitée dans le chapitre climat. Celle liée aux substances préoccupantes est abordée dans le chapitre « Innover pour une Beauté Vivante ». Enfin, la pollution des sols est intégrée au chapitre biodiversité, sachant que la Maison contribue à la limiter en s'approvisionnant le plus possible en alcool issu de l'agriculture biologique.



**GUERLAIN**  
PARIS