



AU NOM DE LA BEAUTÉ

RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE
2022 - 2023





RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE
2022 - 2023



L'interview de
**GABRIELLE
SAINT-GENIS
RODRIGUEZ**

Présidente de la Maison Guerlain

Depuis près de 200 ans, notre Maison conçoit des produits d'exception tout en protégeant la Nature qui les lui offre. Cela ne peut se faire sans une politique de Développement Durable solide, structurée autour de 4 piliers : la biodiversité, le climat, l'innovation, et l'impact sociétal.

Notre démarche pour la protection de la biodiversité est déjà bien engagée : les fondamentaux sont là, nous avons des partenaires solides pour nous accompagner et nos filières sont évaluées et améliorées les unes après les autres. Mais la tâche reste immense et nous poursuivons sans cesse notre travail de formulations pour tendre vers la naturalité la plus soutenable possible.

Concernant notre impact climat, notre trajectoire carbone a été validée par la SBTI* en 2021. Cela suppose à présent une démarche d'amélioration continue. Nous avons notamment un enjeu sur le transport : être le moins émetteur possible de CO₂, tout en répondant du mieux possible aux demandes de nos clients dans le monde entier.

L'innovation dans notre Maison est au service de tous ces défis et doit nous permettre le passage à l'échelle dans un cadre de contraintes de plus en plus fortes, qu'elles soient réglementaires ou industrielles.

Sur le plan sociétal, nous avons choisi de soutenir les femmes pour les émanciper en les formant au métier d'apicultrice aux côtés de l'UNESCO et de nos partenaires locaux. Cela comprend aussi pour nos collaborateurs et sous un angle social un soutien en cas maladie et un accès à la formation continue sur nos métiers.

Enfin, notre première responsabilité reste d'offrir un cadre de travail bienveillant, évolutif et pérenne à toutes celles et ceux qui font de Guerlain cette merveilleuse Maison, un travail collectif qui me tient particulièrement à cœur.

Toutes ces réalisations sont travaillées conjointement avec notre groupe LVMH qui est une immense source de soutien. Nous progressons ensemble dans le cadre du programme Life 360.

Bien sûr, il reste encore beaucoup à faire et les obstacles sont nombreux. Mais, nous avons entamé cette trajectoire de transition durable depuis longtemps, et l'esprit d'initiative, de non-renoncement face au défi planétaire, habite les équipes Guerlain avec un mélange d'humilité et de ferveur.

Nous vous partageons dans ce rapport nos actions récentes, en toute transparence.

J'espère que cela sera source d'inspiration... ou de questionnement.

* L'Initiative Science-Based Targets

SOMMAIRE

Avant propos

07

Préserver la biodiversité
et protéger l'Abeille

20

Innover durablement
en toute transparence

40

Agir pour le climat
et alléger notre empreinte

64

Créer un impact sociétal
positif et agir pour perpétuer
les prodiges de la Nature

76

Art et Développement
Durable : l'alliance naturelle

96

Indicateurs de Développement
Durable et matrice de matérialité

102

Au Nom de la Beauté, notre engagement de Développement Durable

La Nature nous inspire depuis 1828, et depuis maintenant 16 ans, nous avons placé sa conservation au cœur de nos actions. Attachée à préserver ce patrimoine inestimable, la Maison Guerlain s'engage à transmettre ses prodiges aux générations futures, avec l'Abeille pour sentinelle.

Depuis 2007, elle a formalisé cet engagement pionnier, Au Nom de la Beauté. Guidée par l'Abeille, son symbole historique, la Maison mène des actions concrètes à travers le monde pour préserver la biodiversité, innover de façon durable, agir pour le climat et créer un impact sociétal positif.

Résolument tournée vers l'avenir, Guerlain réaffirme, pour les 16 ans de son engagement Au Nom de la Beauté, sa détermination à porter toujours plus haut l'alliance vertueuse du luxe et du Développement Durable.

Notre Raison d'Être

La Maison Guerlain crée des produits
de Parfum et de Beauté d'exception depuis 1828
et s'attache à préserver, développer et transmettre
ce patrimoine unique.

**Au Nom de la Beauté,
nous nous engageons et nous agissons,
en élevant la Nature en Art
et en transmettant ses prodiges aux générations futures,
avec l'Abeille pour sentinelle.**

Main dans la main avec nos clients et nos partenaires
qui partagent la même vision,
nous œuvrons afin d'imaginer et de façonner ensemble
un monde plus beau et plus responsable.





Cécile LOCHARD

Directrice du Développement Durable de la Maison Guerlain

Une mission déclinée sous 4 axes

Cette vision holistique nous a poussé à décliner nos actions sous 4 axes stratégiques

1. Biodiversité

Elle est au cœur de nos produits mais elle est également en première ligne des menaces pour notre Planète. Nous avons donc considéré comme une priorité de la protéger à commencer par nos ingrédients naturels iconiques qui font l'objet d'une vérification UEBT, ce qui nous assure de façon rigoureuse que nos pratiques sont orientées vers la préservation de la biodiversité.

L' Abeille, pollinisatrice par excellence mais également emblème de notre Maison depuis plus d'un siècle, est aujourd'hui la meilleure ambassadrice de la biodiversité et c'est pour son rôle essentiel que nous développons des programmes spécifiques pour sa protection.

2. Innovation

Les contraintes qui reposent sur la fabrication de nos produits, leur efficacité et leur préservation sont nombreuses et il nous faut sans cesse faire preuve d'innovation pour alléger leur empreinte écologique. La Maison Guerlain est dans une démarche d'amélioration continue avec des formules toujours plus naturelles sans compromettre la qualité, la sensorialité et l'efficacité. Elle accélère aussi les transformations du packaging de manière à en alléger leur empreinte carbone. Mais nous n'oublions pas les magasins, la communication et tout l'écosystème autour de nos clients pour conserver un environnement de Luxe mais moins impactant.

Guerlain, précurseur du luxe durable

Alors que la notion de luxe durable émerge tout juste, la Maison prend conscience au milieu des années 2000 de son importance et décide de l'embrasser pleinement. Dès lors, elle sera précurseur, en « Alchimiste de la Beauté » depuis 1828, et montrera la voie. Celle d'un luxe moderne qui s'appuie avec fierté sur son histoire, mais prend en compte la responsabilité qu'il a de montrer des voies plus vertueuses qui permettent à tous d'être inspirés positivement. La Maison Guerlain se sent légitime pour montrer le chemin en termes de Développement Durable. Au travers de ses actions concrètes sur ses produits mais également en projetant des imaginaires positifs du futur.

Forts de ces convictions, depuis plus de 3 ans, nous avons eu l'opportunité d'accélérer notre démarche et de déployer une vision holistique de la RSE pour notre Maison, qui nous permet d'être fidèle à notre raison d'être : Transmettre les prodiges de la Nature.

3. Climat

Conscient des enjeux planétaires et respectueux de l'accord de Paris, la Maison s'engage à contribuer à la neutralité carbone mondiale. Ses objectifs de réduction ont par ailleurs été validés par l'initiative Science-Based Targets (SBTi) pour limiter le réchauffement climatique à 1,5°C. Mesurer est indispensable mais c'est aussi la meilleure façon d'identifier les points d'amélioration que nous mettons en œuvre à la fois sur nos sites mais également sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.

4. Sociétal

Protéger les écosystèmes ne peut pas se faire sans les femmes et les hommes qui y vivent et qui en vivent. C'est avec eux que l'avenir se construit, là où sont les ressources naturelles qu'ils cultivent. De la même manière, les femmes et les hommes qui manufacturent nos produits, que ce soient les artisans aux savoir-faire si précieux ou nos collaborateurs engagés sur nos sites de production ou dans nos magasins sont les acteurs clefs de notre mission. C'est pourquoi nous mettons tout en œuvre pour que chacune et chacun, dans son métier, soit accompagné au mieux.

En parallèle, la Maison Guerlain, convaincue que connaître permet de protéger, s'est donné comme objectif de partager les connaissances sur la biodiversité et faire monter en compétences celles et ceux qui souhaitent la protéger aux côtés de l'UNESCO et de nombreuses autres associations.

Et bien sûr, fidèle à son histoire artistique, la Maison assume sa responsabilité culturelle au travers de partenariats artistiques et culturels engagés dont les projets et œuvres portent à son paroxysme le duo Art et Développement Durable.

C'est ainsi, au travers de ces 4 axes, que la Maison Guerlain assume l'ensemble de ses responsabilités et contribue du mieux possible à construire un futur désirable.

4 axes stratégiques

Cette vision holistique nous a poussé à décliner nos actions sous 4 axes stratégiques



Guerlain, Maison reconnue pour son engagement durable

LA MAISON DE LUXE PIONNIÈRE SUR LA DURABILITÉ

Et si l'or est la couleur de Guerlain, son nombre fétiche reste le 1. Innovation et avant-gardisme ont toujours traversé l'histoire de ses produits ; celle de son engagement s'écrit aussi en séries de premières fois.

Première Maison de Beauté :

- 1 À posséder une plateforme digitale de transparence et traçabilité de ses créations, Bee Respect (2019).
- 2 À avoir un « Sustainable Board » constitué de treize experts (juillet 2021).
- 3 À devenir membre de l'UEBT au sein du groupe LVMH (2021).
- 4 À faire une donation annuelle et renouvelée de 1M€ pour la protection de l'Abeille (depuis 2021).
- 5 À collaborer avec National Geographic et à compter plus de trois milliards de vues pour une campagne durable avec Angelina Jolie (Mai 2021).
- 6 À avoir relancé des iconiques de son maquillage en version naturelle (2021).
- 7 Au sein de la branche Beauté LVMH, à être passée au biométhane sur ses sites de production (Juillet 2021).
- 8 Au sein de LVMH, à voir ses objectifs de réduction d'émissions de GES approuvés SBTi (Septembre 2021).
- 9 À utiliser de l'alcool issu de l'agriculture biologique pour une collection de fragrances, avec Aqua Allegoria (Mars 2022).
- 10 À créer un film publicitaire avec Yann Arthus-Bertrand (Mars 2022).
- 11 Au sein de LVMH, à initier avec son ComEx la Fresque du Climat pour ses collaborateurs (Mars 2022).
- 12 À annoncer la création d'un jardin expérimental destiné à l'agriculture régénérative dans la Vallée de la Millière (Avril 2022).
- 13 À adhérer au programme FAIRe de l'UDM pour une communication durable (Juin 2022).

AU NOM DE LA BEAUTÉ, UNE DÉMARCHE RECONNUE ET SALUÉE

2022 a marqué les 15 ans d'engagement de la Maison pour un monde plus durable. Les actions et projets déployés dans le cadre de notre démarche « Au Nom de la Beauté » ont d'ailleurs été salués avec l'obtention de 10 prix la même année et de 5 nouveaux prix depuis 2023 ! Ces récompenses sont le reflet d'un travail collectif et de la conviction RSE qui guide chaque projet de la Maison. Une reconnaissance dont Guerlain est particulièrement fière et honorée.

	STRATÉGIES GRAND PRIX DE LA COMMUNICATION D'ENGAGEMENT 2022 Prix Bronze avec la « Bee School » dans la catégorie : Dispositifs de communication interne Prix Bronze avec le programme « Women for Bees » Guerlain x UNESCO dans la catégorie : Communication Corporate		COSMÉTIQUEMAG AWARDS 2022 Prix remis à Cécile Lochard pour les engagements RSE de Guerlain dans la catégorie : Personnalités du secteur de la beauté qui ont marqué l'année
	RÉUSSIR AVEC UN MARKETING DURABLE - ADEME 2022 Prix pour la gamme Aqua Allegoria (éco-formulation, éco-conception du flacon et campagne publicitaire à faible impact) dans la catégorie : Offre éco-conçue		LES TROPHÉES DU MARKETING 2022 Prix Or pour le projet Guerlain x MNSTR dans la catégorie : Impact positif environnemental Cryptobees
	DEAUVILLE GREEN AWARDS 2022 Prix pour le projet Aqua Allegoria 2022 Film Hero dans la catégorie : Préservation de la Biodiversité		STRATÉGIES GRAND PRIX DU BRAND CONTENT 2022 Prix Or pour le projet « Guerlain Reaverse » (Cryptobees) dans la catégorie : Expérience de marque – Réalité virtuelle, réalité augmentée Prix Or pour le projet « Guerlain Reaverse » (Cryptobees) dans la catégorie : RSE Prix pour le projet « Guerlain Reaverse » (Cryptobees) dans la catégorie : Le Grand Prix
	WOMEN'S WEAR DAILY BEAUTY INC AWARDS 2022 Prix pour les engagements RSE de Guerlain OU All the commitments on the whole dans la catégorie : Sustainability		EKOPO AWARDS 2022 Prix Or pour la campagne de communication Aqua Allegoria 2022 dans la catégorie : Communication Responsable Prix Argent pour le projet « Bee School » dans la catégorie : Engagement Collaboratif
	STRATÉGIES GRAND PRIX DU LUXE 2022 Prix Or pour le projet « Guerlain Reaverse » (Cryptobees) dans la catégorie : WEB 3.0 – Création de NFT Prix Or pour le projet « Guerlain Reaverse » (Cryptobees) dans la catégorie : Utilisation innovante de la technologie – Intelligence Artificielle Prix Or pour le projet « Guerlain Reaverse » (Cryptobees) dans la catégorie : Communication d'engagement, RSE Prix pour le projet « Guerlain Reaverse » (Cryptobees) dans la catégorie : Le Grand Prix		STRATÉGIES GRAND PRIX DE LA COMMUNICATION D'ENTREPRISE ET DES COLLECTIVITES TERRITORIALES 2023 Prix Argent pour les Journées Particulières « Guerlain Crafted from Nature » dans la catégorie : Communication responsable – Institutionnelle
	MARIE CLAIRE PRIX D'EXCELLENCE DE LA BEAUTÉ 2022 Prix pour les projets : Terracotta La Poudre Bronzante, Abeille Royale Eye R Repair Serum, KissKiss Shine Bloom et Abeille Royale Advanced Huile-En-Eau Jeunesse et de façon plus globale, les engagements de Guerlain en faveur du Développement Durable dans la catégorie : Prix Spécial du Jury Cryptobees		FRAGRANCE FOUNDATION FRANCE AWARDS 2023 Prix Or pour le projet Aqua Allegoria Nerolia Vetiver dans la catégorie : Prix de l'innovation responsable Prix pour le projet Aqua Allegoria Madarine Basilic Forte dans la catégorie : Meilleure déclinaison de parfum mixte - Prix des professionnels Prix pour le projet Aqua Allegoria Forte Rosa Rossa dans la catégorie : Meilleure déclinaison de parfum mixte - Prix du public Prix pour le projet Aqua Allegoria Nerolia Vetiver dans la catégorie : meilleur lancement parmi les parfums mixtes - Prix du public Prix pour le projet La Petite Robe Noire Rose Rose dans la catégorie : Meilleure déclinaison féminine d'un parfum existant - Prix du public
	STRATÉGIES GRAND PRIX DE LA COMMUNICATION D'ENGAGEMENT 2023 Prix Bronze pour le Rapport d'impact 2022 dans la catégorie : Communication Corporate Prix Argent pour le projet Aqua Allegoria dans la catégorie : Design Packaging Produit		DEAUVILLE GREEN AWARDS 2023 Prix Or pour le projet « Vivant » dans la catégorie : Documentaire - Préservation de la biodiversité Prix Argent pour le projet « Women for Bees, film by Lonsdale » dans la catégorie : INFO - Préservation de la biodiversité
	GRAND PRIX DE LA GOOD ÉCONOMIE 2023 Prix Or pour le projet « Women for Bees » dans la catégorie : Contribuer à l'impact sociétal, solidaire et local – Corporate Prix Or pour la campagne Aqua Allegoria dans la catégorie : Communiquer de manière responsable - Produits et Services		

L'interview de HÉLÈNE VALADE

Directrice Développement
Environnement du Groupe LVMH



GUERLAIN, MAISON PIONNIERE POUR SON ENGAGEMENT

LIFE 360 est le cadre commun pour toutes les Maisons du Groupe LVMH. En 2021, le programme a été défini comme la boussole environnementale pour les Maisons : créer des produits qui scellent une nouvelle alliance entre LVMH et la Nature.

La Maison Guerlain, déjà précurseur sur les sujets du Développement Durable, s'en est emparé et a conforté sa trajectoire en explorant des territoires innovants tels la publicité responsable et les implications de la loi AGECE, dans un cadre transversal au Groupe.

Aujourd'hui, LVMH peut observer les effets vertueux de la mise en place de LIFE 360.

Hélène Valade revient sur les engagements du Groupe et de Guerlain.

Vous parlez de « Luxe Régénératif » quelle est votre vision de ce concept et quelles ambitions traduit-il ?

Le luxe régénératif a pris toute la mesure des limites planétaires : non seulement, il emprunte moins à la nature, mais il lui rend également plus. Et cela, dans le cadre d'une relation revisitée, beaucoup plus harmonieuse, entre na-

ture et créativité. Il n'y a plus de dominants, il y a des alliances avec les écosystèmes.

Ce chemin ambitieux du luxe régénératif nécessite d'opérer une double révolution : celle des représentations d'abord, celle de l'innovation ensuite. La régénération implique en effet une profonde évolution de nos représentations culturelles et mentales. Le processus créatif se transforme : c'est la matière, et donc la nature, qui conduit à l'idée créative, non l'inverse. Ensuite, l'innovation est clé, tant pour trouver de nouveaux matériaux que pour inventer de nouvelles expériences clients.

Notre objectif, à travers cette vision, est de déployer dans les Maisons les quatre plans d'action (Circularité créative, Traçabilité, Biodiversité et Climat) du programme LIFE 360 lancé en 2021. Il nous faut particulièrement insister sur la circularité et la biodiversité, qui sont deux enjeux prioritaires pour le Groupe.

La biodiversité est en effet un enjeu prioritaire pour la Maison Guerlain. Quelles initiatives retenez-vous comme particulièrement impactantes ?

Guerlain a deux types de clients : ses clientes à proprement parler, et la Nature. L'ensemble des produits Guerlain emprunte à la Nature. C'est donc une nécessité pour la Maison de rendre à la Nature ce qu'elle lui a donné, c'est sa Raison d'Être. Cette priorité de Guerlain est assise sur des actions mises en œuvre au travers des filières d'approvisionnement, comme le travail réalisé avec l'UEBT démarré en 2021 qui a déjà permis l'évaluation de 44 filières d'ingrédients naturels (sur le périmètre de 50 filières de la Maison Guerlain).

Les actions de formation conduites aussi bien en interne qu'en externe permettent à Guerlain de maximiser l'impact de ses engagements en sensibilisant le plus grand nombre aux enjeux de la préservation de la biodiversité et en informant sur les moyens d'agir.

Je soulignerai enfin le talent de Guerlain à adopter une approche holistique dans la mise en œuvre de ses projets : l'accompa-

gnement des apicultrices sert tout à la fois la cause de l'environnement et du leadership au féminin ; les processus de certification UEBT permettent d'enclencher des actions positives sur la protection des sols, donc sur leur capacité à stocker le carbone, tout en prenant soin des communautés locales.

Cette responsabilité du Luxe Régénératif avec cette autre priorité qu'est la circularité, comment s'incarne – t- il chez Guerlain ?

Nous avons en héritage cette dimension de terroir à conserver et à transmettre. Et la Maison Guerlain l'a bien compris.

Elle l'exerce de manière assez remarquable à la fois via l'abeille avec des programmes de formation mais aussi de préservation.

Mais cela va beaucoup plus loin. Cette relation à la Nature est poussée jusqu'à la préservation de toutes les ressources. Je suis ainsi très admirative par exemple d'une crème « L'Orchidée Impériale » et de son partenariat

avec Bernardaud pour que la recharge soit absolument éternelle. C'est une autre façon de préserver la nature, de préserver les matières.

Et, ce n'est qu'un exemple parmi tout ce que la Maison fait mais de manière générale, car Guerlain porte assez haut les valeurs environnementales.

Et c'est pour cela que les bonnes pratiques environnementales de Guerlain doivent être étendues au reste du groupe. Guerlain démontre que grâce à l'éco-conception, le secteur du luxe peut s'exprimer avec ses propres codes visuels et scéniques tout en étant innovant en matière de communication responsable. La Maison a récemment accéléré ses actions, avec notamment tout un travail d'audit, des réalisations concrètes de publicité responsable et sa participation au programme « FAIRe » de l'Union des Marques. Son avancée doit désormais inspirer les autres marques du Groupe.

UN MODÈLE INSPIRANT MADE IN LVMH

LIFE 360 structure les ambitions Groupe, que chaque Maison intégrera dans sa propre démarche, selon 3 axes et 4 plans stratégiques ambitieux. Chacun présente des objectifs datés et chiffrés à découvrir sur le site LVMH.

CRÉER DES PRODUITS EN HARMONIE AVEC LA NATURE

Plan stratégique 1 • la circularité créative, bannissant notamment le plastique vierge d'ici 2026, intégrant des pratiques circulaires comme le surcyclage, le réemploi, la réparation...

Plan stratégique 2 • la traçabilité, exigeant par exemple un système de traçabilité dédié à 100 % de nos chaînes d'approvisionnement stratégiques d'ici 2030...

PRENDRE SOIN DES ÉCO-SYSTÈMES

Plan stratégique 3 • la biodiversité, qui entend préserver mais aussi régénérer la Nature via des certifications pour 100% des matières premières stratégiques ou des projets d'agriculture régénératrice par exemple...

Plan stratégique 4 • le climat, avec des objectifs ambitieux comme la réduction de 50 % des émissions de gaz à effet de serre liées à la consommation énergétique de nos sites et boutiques d'ici 2026 (base 2019), une politique de 100 % d'énergie renouvelable...

MOBILISER LES PARTIES PRENANTES

C'est une clé de succès pour atteindre nos objectifs que nous atteindrons en sensibilisant, formant, mobilisant nos collaborateurs, nos clients, nos fournisseurs avec qui nous privilégions l'approche partenariale...

16 ANS
AU NOM
DE LA
BEAUTÉ.
Guerlain
s'engage
et agit

NOS RÉALISATIONS
SUR L'ENSEMBLE
DE NOTRE CHAÎNE
DE LA VALEUR

Nos objectifs



NOTRE CONTRIBUTION
AU-DELÀ DE NOTRE
CHAÎNE DE VALEUR

INNOVATION

- 1^{ère} Maison signataire du Programme FAIRe de l'Union des marques, un programme de communication responsable

CLIMAT

- Fresque du Climat : 100 % des collaborateurs formés dans le monde d'ici à 2025
- Application de covoiturage pour les collaborateurs : 10 % des effectifs l'utilisent, 800 kg de CO₂ évités sur les deux premiers mois
- Plateforme OpenClimat : 1^{ère} Maison dans le monde du luxe à faire partie du lancement de la plateforme

DIVERSITÉ & INCLUSION

- Programme « HUMAN » : 4 collaborateurs atteints de troubles autistiques intégrés sur le site de la Ruche
- 60 % de femmes au Comité Exécutif
- 79 % de femmes cadres
- 30 % de nos stagiaires/alternants ont été recrutés en CDI/CDD au sein de la Maison ou du Groupe LVMH
- Soutien depuis 13 ans du Montfermeil Fashion Show
- Plus de 6000 dons aux associations partenaires pour le soutien des femmes

ART & DD

- Guerlain membre du Cercle « Art et écologie » du Palais de Tokyo pour un art plus engagé depuis 2022
- Mécène du Prix Art Éco-Conception depuis 2023
- FIAC GREEN : acquisition de 4 œuvres numériques originales certifiées NFT (bénéfices reversés à GoodPlanet)
- Lee Ufan Arles x Guerlain depuis 2023
- Film VIVANT réalisé par Yann Arthus-Bertrand en association avec Guerlain (lancement en 2023)
- Les Journées Particulières : 1200 participant.es et plus de 100 collaborateurs mobilisés en 2022

BIODIVERSITÉ

- « Guerlain for Bees Conservation Programme » : 15 partenariats et initiatives en 2023
- Mécène du Jardin des Partages de la Vallée de la Millière : 30 hectares de biodiversité et 1,5 hectares d'agriculture régénératrice

SOCIÉTAL

FORMATION & DD

- Programme « Women for Bees » : 100 apicultrices formées depuis 2021 et 50 nouvelles femmes formées pour 2023
- Programme « Bee School » : déploiement dans plus de 10 pays, 20 000 enfants sensibilisés depuis la création du programme.
- D'ici 2025 : 100 % des collaborateurs auront animé une session, 100 000 enfants sensibilisés dans le monde
- Des formations collectives et individuelles ciblées
• 6 152 heures de formation en 2022
• 50 % des employés formés dans le monde
- La Guerlain Sustainability Academy : lancement en 2023

BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

- Plus de 430 collaborateurs inscrits à The Wellness, notre programme de bien-être et de sport dans le monde
- Lancement du LVMH Heart fund : 4 300 collaborateurs bénéficiaires du Heart fund



* Sur la base de la définition proposée par l'ECHA en Janvier 2019, en cours de discussion avant adoption définitive
** Indicateur multicritères développé par LVMH
*** Hors éditions limitées, bougies et dérivés parfumés

« Sustainable Board » Guerlain : 13 experts partagent leur vision



Constitué en 2021, le « Sustainable Board* » rassemble 13 experts pertinents sur les différents enjeux de la Maison Guerlain en termes de Développement Durable. Il permet de réfléchir de manière prospective sur l'évolution des enjeux, les nouveaux challenges mais aussi les nouvelles solutions.

Concrètement, ce « Sustainable Board » a pour mission de :

- **partager** avec nous les priorités de leurs secteurs ;
- **identifier** les sujets émergents ;
- **valider** que nous les adressons de façon transparente, juste et proportionnée ;
- **co-construire** avec nous sur les différentes thématiques environnementales et sociales ;
- **donner**, de façon libre et indépendante, leurs opinions, avis et conseils sur les actions en cours ou en projet de Guerlain.

Cette année, le « Sustainable Board a accueilli en son sein, Clément Turnier, Vice-Président de UBEES dont l'objet est d'innover de manière à trouver de nouvelles solutions pour la protection des abeilles mais plus largement toutes les solutions basées sur la Nature pour un Développement Durable.

Le « Sustainable Board » a particulièrement travaillé à partir des constats et des directives de la COP 15 en les décryptant en détail pour voir en quoi ils peuvent être des guides pour faire évoluer la protection de la biodiversité dans la Maison Guerlain.

* Comité de Développement Durable

13 EXPERTS

Yann ARTHUS-BERTRAND

Photographe, reporter, réalisateur & Président de la Fondation GoodPlanet

Marie-Sarah ADENIS

Co-Fondatrice de l'entreprise de biotechnologie Pili

Alice AUDOUIN

Présidente de l'association Art of Change 21

Sandrine BÉLIER

Directrice générale de l'association Humanité et Biodiversité et Vice-Présidente de l'Office Français de la Biodiversité

Candice COLIN

CEO & Co-Fondatrice de Beautylitic & Clean Beauty

Clément Turnier

Vice-Président de UBEES

Jacques-André FINES-SCHLUMBERGER

PhD, enseignant "technologies mobiles" et "blockchain" au sein du Master Usages numériques, Innovation & Communication (UNIC) de Paris 2 Assas et Directeur de l'association « Blockchain for Good »

Rik KUTSCH LOJENGA

Directeur exécutif UEBT (Union for Ethical BioTrade)

Sébastien MONCORPS

Écologue et Directeur du Comité Français de l'UICN (Union internationale pour la conservation de la nature)

Fanny PICARD

Fondatrice d'Alter Equity (Investissement à Impact) et Vice-Présidente du Comité d'Orientation de la Fondation Mozaïk RH

Mohamed RAGOUBI

Enseignant Chercheur, Sciences des Matériaux, physique et Procédés Responsable de la valorisation de la recherche, UniLaSalle-Mont Saint Aignan

Virginie RAISSON-VICTOR

Géopolitologue - Présidente Lépac (Laboratoire d'études prospectives et d'analyses cartographiques), co-initiatrice Convention21, Présidente GIEC Pays-de-la-Loire

Nirmala SÉON-MASSIN

Directrice de l'expertise au Muséum National d'Histoire Naturelle

Les partenaires
de la Maison Guerlain

BIODIVERSITÉ



INNOVATION



CLIMAT



SOCIÉTAL



BIO DIVER SITE

Réinventer un monde vivant et durable, où biodiversité et humanité vivent en harmonie, est la condition du bien-être de toutes les espèces vivantes, à commencer par l'espèce humaine.

Lorsqu'une espèce s'éteint, c'est le bon fonctionnement de cette toile de la vie qui est perturbé. Or, depuis deux cents ans, les extinctions d'espèces sont 10 à 1 000 fois plus rapides que le rythme naturel. À ce rythme-là, la planète peut perdre 75 % de ses espèces en 500 ans. (Source IPBES*)

Notre responsabilité commune est d'endiguer cette chute vertigineuse de la biodiversité.

Lors de la COP 15 (Conférence des Parties sur la biodiversité biologique à Montréal), les États se sont engagés pour être à la hauteur de cet immense défi. L'accord vise à protéger 30 % de la planète et à restaurer 30 % des écosystèmes.

Ces engagements trouvent un relai dans le monde économique à travers une évolution de nos approvisionnements en matières premières et de nos modes de production. Une transformation indispensable pour sauver la Nature si précieuse, pour l'Homme et l'ensemble des espèces vivantes. Notre survie en dépend : 70 % des médicaments sont par exemple issus de la biodiversité et 80 % des plantes cultivées sont pollinisées par les abeilles.

Réduire l'impact, réparer, restaurer et régénérer les écosystèmes sont des solutions efficaces mises en œuvre par les entreprises qui nous permettent d'être optimistes sur la possibilité d'offrir une planète saine aux générations futures.

*IPBES, Plateforme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité et les services écosystémiques

GUERLAIN
PARIS

TheGood.fr



BIODIVERSITÉ

Préserver la biodiversité et l'Abeille



En tant que Maison de Haute Parfumerie et Haute Cosmétique, Guerlain place la biodiversité au cœur de son engagement durable. La Maison fait de la préservation de l'Abeille, véritable sentinelle de l'environnement, une priorité. Une mission que Guerlain incarne depuis plus de 10 ans à travers le « Guerlain For Bees Conservation Programme » qui comprend des partenariats avec des acteurs engagés, des initiatives autour de l'éducation des publics et des projets concrets d'émancipation des femmes via « Women for Bees », son programme d'entrepreneuriat apicole.

La Maison étend cet engagement à l'ensemble des prodiges de la Nature qui inspirent ses créations en créant des filières d'approvisionnement éthique pour ses matières premières naturelles essentielles. Première Maison de luxe à devenir membre de l'UEBT (Union for Ethical BioTrade), Guerlain travaille à la certification de chacune de ses cinquante filières les plus emblématiques pour garantir des pratiques respectueuses de la biodiversité et de la protection des droits des travailleurs et des communautés. Guerlain vise la certification de ces 50 filières d'ici 2026. Ces ambitions sont guidées par l'urgence d'agir pour préserver la biodiversité et sont partagées avec force et conviction par tous les acteurs de la Maison.

EN 2022,

46 %

**DES VOLUMES
D'ALCOOL LIVRÉS**

SUR NOTRE SITE DE FABRICATION
DE PARFUMS ÉTAIENT BIO

1 MILLION D'EUROS

**DÉDIÉ AU « GUERLAIN FOR BEES
CONSERVATION PROGRAMME »**

AINSI QUE

15

**PARTENARIATS
ET INITIATIVES**

DÉDIÉS À L'ABEILLE

50 filières certifiées d'ici 2026

Les matières premières sont depuis toujours une source d'inspiration et d'innovation pour notre Maison. S'engager pour la protection de la biodiversité est dès lors une évidence pour la qualité et la pérennité de nos créations et de nos savoir-faire, et pour contribuer, à notre échelle, à la préservation de la beauté du monde. C'est pourquoi, localement, notre stratégie en matière de préservation de la biodiversité est de créer des filières d'approvisionnement éthique partenariales, à l'instar de nos approvisionnements en miel, orchidée, bergamote, vanille. Ces matières premières uniques que nous considérons comme des prodiges de la Nature, et dont la préservation et la transmission sont inscrites dans notre Raison d'Être.

UNE PHILOSOPHIE PARTENARIALE AVANT TOUT

En France, en Europe ou aux confins du monde, nous nous associons à des organisations et des acteurs locaux pour mettre en place des programmes et des filières d'approvisionnement éthique pour nos approvisionnements essentiels.

En Bretagne ou plus loin, comme en Asie, **nous soutenons des approches culturelles aux multiples vertus, écologiques et socio-économiques, autour des matières naturelles qui entrent**

dans la composition de nos produits. Nous nous attachons dans ce cadre à pérenniser nos partenaires que nous accompagnons sur du long terme.

Concrètement, cela peut être sous la forme d'un accompagnement financier ou d'une aide technique et scientifique. Pour un commerce équitable et durable, la panoplie des moyens mobilisés découle d'échanges humains et de rencontres « sur le terrain ».

LES 7 PRINCIPES D'UNE NORME EXIGEANTE

L'UEBT a établi un référentiel de BioCommerce éthique en s'appuyant sur les principes de l'initiative de BioCommerce de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED). Révisé régulièrement, ce référentiel exigeant

s'aligne sur les objectifs de la Convention sur la Diversité Biologique (CDB) et les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies. Obtenir la certification UEBT oblige à respecter 7 principes incontournables :



- 01

La conservation de la biodiversité.
- 02

L'utilisation durable de la biodiversité.
- 03

Le partage juste et équitable des avantages découlant de l'utilisation de la biodiversité.
- 04

La durabilité socioéconomique (gestion en matière de production, finance et marché).
- 05

La conformité avec les lois nationales et internationales.
- 06

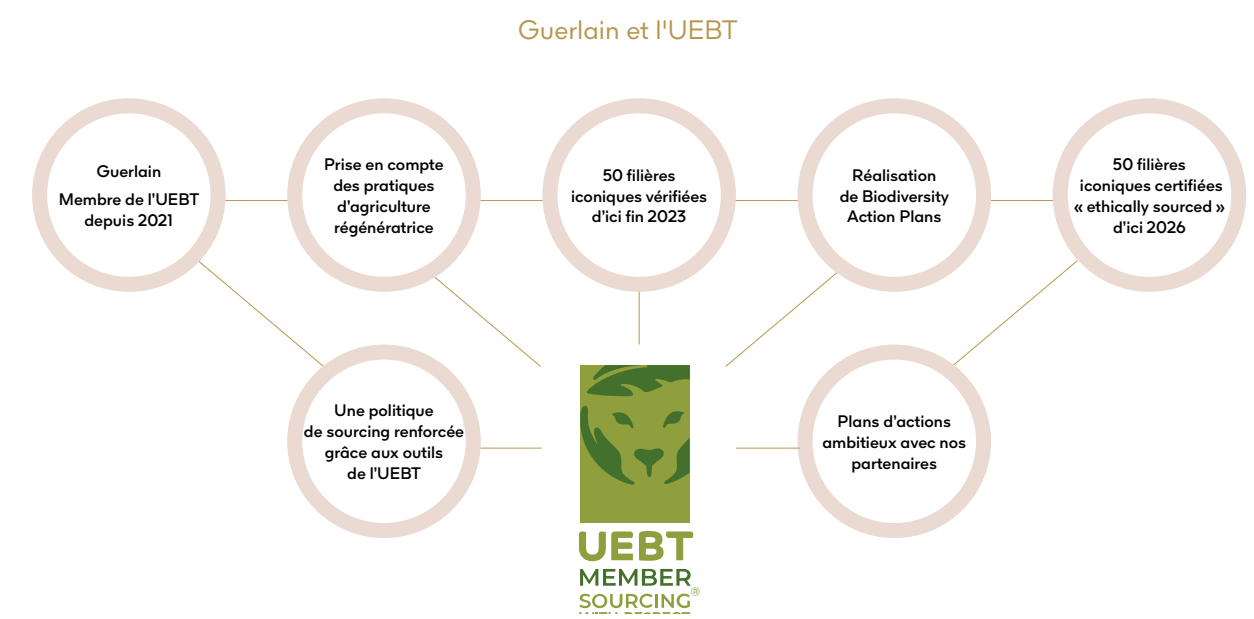
Le respect des droits des acteurs intervenant dans les activités de BioCommerce.
- 07

La clarté sur les régimes fonciers et sur le droit d'exploitation et d'accès aux ressources naturelles.

L'UEBT PRÉSENTE SES ACTIONS AMBITIEUSES À LA COP 15

En 2020, l'UEBT avait partagé sa publication « The Big Shift⁽¹⁾ » qui faisait la synthèse des dix leçons apprises sur dix ans par des entreprises promouvant un impact positif pour la biodiversité et les personnes. En juin 2021, la soixantaine d'entreprises travaillant avec l'UEBT s'était mobilisée pour partager ses engagements communs dans le cadre du « **Programme d'action pour la nature et les hommes** ». À l'occasion du Sommet des Nations Unies sur la biodiversité - la COP15, l'UEBT et ses membres ont présenté,

au cours d'une table ronde entre les dirigeants, les actions ambitieuses des entreprises qu'ils accompagnent. Ils ont montré comment, grâce à des solutions intelligentes basées sur l'écosystème naturel, ces engagements s'avéraient efficaces pour lutter contre le déclin de la biodiversité ou accompagner sa restauration. L'événement avait pour but d'inspirer, d'engager et de rallier les voix du secteur des entreprises dans la perspective du cadre mondial de la biodiversité pour l'après 2020.



BIODIVERSITY ACTION PLANS⁽²⁾

Un « Biodiversity Action Plan » (BAP) porte sur un ingrédient et la zone dans laquelle il est cultivé. Il couvre toutes les exigences spécifiques du référentiel UEBT sur les principes 1 & 2. Ceux-ci sont également alignés sur les objectifs de la Convention des Nations Unies sur la diversité biologique et le cadre de la biodiversité post-2020.

Le BAP est un outil permettant de guider l'identification des aspects pertinents de la biodiversité sur lesquels nous pouvons agir et définir des actions spécifiques qui tiennent compte de la réalité des besoins, des opportunités et des ressources disponibles. Il permet également de valoriser les actions biodiversité

déjà en place, de se fixer des objectifs et de suivre un ensemble d'indicateurs d'amélioration.

Nous utilisons l'outil BAP sur nos filières de matières premières iconiques comme sur nos filières apicoles avec un focus sur les pollinisateurs sauvages et les ressources mellifères présents dans un rayon de 1,5 km autour des ruchers de nos apiculteurs. Cela nous permet de nous assurer que les ressources nécessaires sont disponibles et qu'il n'y a pas de risque de concurrence entre les abeilles domestiques et les pollinisateurs sauvages.

Nous avons également décidé depuis 2022 d'appliquer cette méthodologie sur nos deux sites de production.

(1) Le grand changement (2) Plans d'action biodiversité

LES FILIÈRES ICONIQUES DE GUERLAIN



GUERLAIN SIGNE UN NOUVEAU PARTENARIAT EXCLUSIF EN FRANCE, À GRASSE AVEC LE DOMAINE LE MAS DES SOURCES DÉDIÉ AUX PLANTES À PARFUM

Entre la famille Gastaldi propriétaire du Domaine Le Mas des Sources de Grasse et la Maison Guerlain, c'est une évidence, un coup de cœur, un amour partagé pour la Nature et les fleurs à parfum.

En 2021, Emmanuelle Gastaldi, reprend l'exploitation familiale, qui avait été mise en sommeil pendant plusieurs années. Son frère l'a rejointe récemment pour l'aider dans cette aventure et assurer la pérennité d'un savoir-faire grassois unique au monde et inégalé, depuis le 19^e siècle.

La plantation fait 4 hectares et est exclusivement en bio. Rose, verveine et tubéreuse sont ainsi cultivées dans le respect des terres et du cycle de floraison. Une superficie qui offre la possibilité dans les années à venir de cultiver de nouvelles plantes à parfum pour les créations Guerlain.

Membre de l'UEBT (Union For Ethical BioTrade) depuis 2021, Guerlain vise, à travers cette adhésion, la certification de ses 50 filières les plus emblématiques et l'amélioration continue de son empreinte sociale et environnementale. Dans cette perspective, une vérification indépendante du Domaine est prévue au début du second semestre à l'occasion de la récolte de la tubéreuse.

Sur le Domaine, cinq ruches ont été installées en mars 2023. Les abeilles y butinent les fleurs odorantes et la flore alentours. C'est Oriane Martin, apicultrice de la première promotion 2021 du programme Guerlain « Women For Bees » qui s'occupe de ces ruches fournissant déjà du miel. L'ambition pour le futur est d'installer une dizaine de ruches sur le Domaine et en écho à l'esprit de transmission chère à la Maison Guerlain, c'est Oriane qui forme les producteurs à l'apiculture afin qu'ils deviennent à terme autonomes.



Vetiver

Tonka

Orchidée
(Cynchos cooperi)
Bois de rose

Neroli

Jasmin
grandiflorum
Bergamote
Mandarine
Orange
Neroli
Miel

Ylang

Vanille
Gingembre

Miel

Rosa
damascena
Iris
Rosa damascena

Jasmin
grandiflorum
Rose centifolia
Jasmin sambac
Tubéreuse

Orchidée
(Gastrodia
elata)

Orchidée
(Dendrobium
fimbriatum)

Vetiver
Bois de
santal

Patchouli

Bois de
santal

L'interview de **KAROL VILLENNA**

Biologiste de formation, Karol Villena Bendezú dirige avec son mari Milton, ingénieur industriel, l'entreprise familiale Orquideas Amazonicas qui produit, commercialise et exporte des espèces d'orchidées péruviennes et d'autres plantes ornementales telles que les broméliacées, les fougères, les héliconias et les anthuriums. La pépinière, située au Nord-Est du Pérou dans la région de San Martín, compte aujourd'hui plus de 200 000 spécimens et plus de 1 000 espèces.



Quelle est votre historique avec Guerlain et le support apporté par la Maison ?

Depuis 2018, nous collaborons avec Guerlain en fournissant à la Maison une orchidée (Cycnoches cooperi) pour la gamme iconique Orchidée Impériale, connue pour ses propriétés rajeunissantes. La culture d'orchidées reste néanmoins vulnérable. En effet, une espèce d'orchidée sauvage sur six est menacée d'extinction en raison du commerce illégal et de la déforestation de leur habitat. La Maison a souhaité travailler avec nous parce que nous n'utilisons aucune plante sauvage. La plupart des orchidées que nous cultivons sont des espèces endémiques menacées au Pérou. En pratiquant la reproduction par culture in vitro puis la culture en pépinière, nous participons à notre échelle à leur préservation.

Pour pérenniser la culture de cette plante, Guerlain nous a d'ailleurs apporté son soutien avec le financement de serres.

Comment percevez-vous les engagements de Développement Durable de Guerlain et comment y contribuez-vous à votre niveau ?

Guerlain agit activement pour la protection de la biodiversité et nous sommes fiers de travailler pour une Maison si engagée. Un engagement avec lequel nous sommes alignés. En pratiquant la culture en pépinière, nous agissons pour la préservation de certaines espèces d'orchidées. Par ailleurs, afin de diminuer notre consommation d'énergie, de réduire à la fois nos dépenses et notre impact environnemental, notre laboratoire a été équipé de panneaux solaires. Nous privilégions le papier journal pour les emballages d'échantillons ou de fleurs. Enfin, Guerlain aimerait que nous obtenions la certification UEBT (Union for Ethical Biotrade) et nous y travaillons activement.

Notre démarche a d'ailleurs été saluée. En 2013, notre exploitation a reçu le « prix d'excellence » décerné à une micro-entreprise de la région de San Martín dédiée à la culture, la production et la commercialisation de plantes ornementales, respectueuses de l'environnement de sa région. »



Quels sont les risques auxquels vous pensez devoir faire face dans les prochaines années, notamment du fait du dérèglement climatique ?

Le manque d'eau représente une menace pour nos cultures. Face à des températures qui ne cessent d'augmenter, nous avons besoin d'une quantité d'eau toujours plus importante.

Guerlain, mécène de la Vallée de la Millière

Protection des beautés de la Nature et transmission sont au cœur de la Raison d’Être de Guerlain. C’est donc tout naturellement que la Maison s’est investie aux côtés de Yann Arthus-Bertrand, réalisateur, photographe, militant écologique et allié de longue date de Guerlain, sur la Vallée de la Millière. Depuis 2021, la Maison Guerlain soutient cette initiative conjuguant écologie et pédagogie, pour protéger la biodiversité mais aussi partager les beautés de la Nature.

LA RESTAURATION DES ÉCOSYSTÈMES ET LA RENATURALISATION : AU CŒUR DE LA VALLÉE DE LA MILLIÈRE

En 2020, le photographe Yann Arthus-Bertrand rachète un domaine extraordinaire de 30 hectares : la Vallée de la Millière, situé dans les Yvelines (78), en bordure de la forêt de Rambouillet qui fut le fief de plusieurs générations de la famille Guerlain. Véritable havre de biodiversité, ce lieu classé « zone naturelle d’intérêt écologique, faunistique et floristique » poursuit depuis sa transformation. Plus de 350 espèces animales et végétales y ont déjà été recensées.

Entièrement pensée autour d’un projet de renaturation et de protection des espèces sauvages, la Vallée de la Millière est un terrain privilégié d’étude, d’observation et d’expérimentation pour les cher-

cheurs travaillant sur la réduction de l’impact humain sur les écosystèmes, notamment grâce à ses partenariats avec l’Université de Paris Saclay et le Parc Naturel de la Haute Vallée de Chevreuse.

Le site se découpe en 3 secteurs :

- **La réserve** : une zone consacrée au rewild⁽¹⁾, à la nature en libre évolution qui s’étend sur 28 hectares de prairie humide ;
- **Le Jardin des Partages** : un jardin pédagogique de 1,4 hectares pour découvrir l’agriculture régénératrice ;
- **Les bâtiments situés sur le site** : les bureaux de l’Association et de futurs lieux d’accueil du public.

« REWILD », LE PRINCIPE FONDATEUR DE LA VALLÉE DE LA MILLIÈRE

Le « rewild » consiste à restaurer les écosystèmes naturels en excluant toute intervention humaine sur un écosystème dégradé, voire disparu, afin de permettre sa recolonisation spontanée par les espèces vivantes – animales et végétales. Encourageant la renaissance d’écosystèmes autonomes et résilients, le « rewild » consiste à redonner à la nature la place qu’elle n’aurait jamais dû perdre.

ET AU-DELÀ, UN LIEU DE PARTAGE ET DE TRANSMISSION

Mais ce lieu se doit également d’être un lieu d’inspiration pour les générations futures. C’est pourquoi le domaine a pour vocation d’être ouvert au grand public et au plus grand nombre. En 2024, l’association y accueillera différents publics (entreprises, étudiants, écoles…) et les formera aux enjeux de protection de la biodiversité ainsi qu’aux enjeux environnementaux liés au monde agricole, sous forme de programmes de sensibilisation, d’ateliers et de conférences.

Conçu comme un projet pilote, ce lieu d’échange entre les hommes et la biodiversité est porteur d’un espoir fort : inspirer, encourager et aider la mise en place d’autres projets de renaturation sur le territoire français.



(1) Ré-ensauvagement



2022, UNE ANNÉE DE STRUCTURATION 2023, UNE ANNÉE DE DÉPLOIEMENT

Depuis juin 2022, l’Association de la Vallée de la Millière fait partie des **Acteurs de la Décennie pour la restauration des écosystèmes**, un appel lancé par les Nations Unies à tous les pays du monde à s’unir pour protéger et restaurer les écosystèmes dans l’intérêt de la nature et des êtres humains.

Après cette étape importante, l’équipe a été renforcée pour entamer le développement important prévu en 2023 :

- **La Réserve** : une cartographie complète de la réserve a été initiée. Elle sera réalisée sur plusieurs mois et permettra d’établir zone par zone les différentes espèces végétales et animales présentes.
- **Gestion des espèces invasives** : une délimitation précise de la Renouée du Japon présente sur deux zones de la réserve a été effectuée afin d’observer son évolution. L’écrevisse américaine observée dans l’une des mares de la réserve a fait l’objet de recherches quant à la meilleure stratégie de gestion.

- Installation de pièges photographiques supplémentaires ainsi que de plaques reptiles de manière à pouvoir mieux observer la population animale.
- Mise en place et suivi des études scientifiques avec les étudiants de Saclay et de l’Institut Supérieur de l’Environnement.

De manière à préparer le meilleur accueil possible pour le public mais aussi les scientifiques, les anciens bâtiments ont été rénovés. Une première maison, « La Maison des Abeilles », est terminée. Elle abrite les bureaux de l’association et peut d’ores et déjà accueillir des séminaires.

Les autres bâtiments sont conçus de manière à créer un lieu de formation comprenant une salle de réunions et une salle de conférences ainsi qu’une grande cuisine professionnelle pédagogique.

En parallèle, d’autres maisons permettront de loger les personnes souhaitant effectuer des stages de formation et une salle spécifique sera aménagée pour les scientifiques.



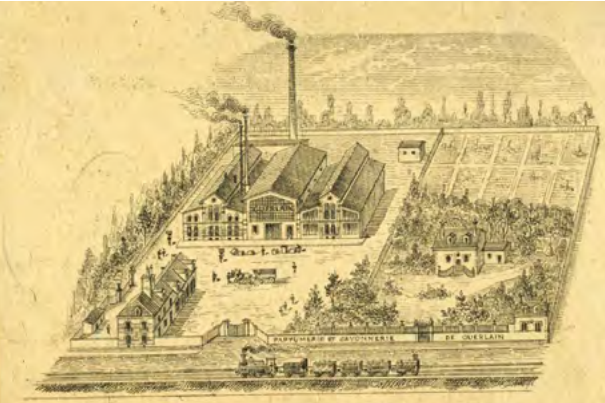
J’ai réussi à accomplir un rêve : acquérir un domaine extraordinaire de 30 hectares que je connais depuis que je suis tout petit. L’idée est de rendre la liberté à la nature, ne plus avoir aucune intervention humaine et étudier la manière dont la nature reprend ses droits. Il y a un côté utopique là-dedans mais également passionnant. Les insectes, les renards, les blaireaux, et autres animaux vont pouvoir se réapproprier leur propre habitat. Qu’est-ce que j’aimerais me promener en forêt et que les animaux n’aient pas peur de moi. Qu’ils retrouvent cette confiance naturelle qu’ils ont perdu en l’Homme.

Yann Arthus-Bertrand



Guerlain, mécène du Jardin des Partages

Le terme « Jardin » n'est pas étranger à la Maison, il est même au cœur de notre imaginaire et nous inspire dans chacune de nos créations, à l'instar de la collection des Aqua Allegoria. Dès le milieu du 19^{ème} siècle, Pierre-François-Pascal Guerlain accorde par ailleurs un soin tout particulier aux jardins qui entourent les premières usines de la Maison, à la Barrière de l'Étoile (près de l'Arc de Triomphe) et à Colombes. À l'ombre de somptueux arbres fruitiers et d'ornementation s'épanouit une impressionnante diversité de fleurs, et notamment de roses dont le fondateur de Guerlain fait planter quelques 85 espèces différentes. Amoureux de la nature et passionné de botanique, celui-ci fait même imprimer un catalogue descriptif des 500 variétés végétales recensées dans les jardins de Guerlain – une initiative qu'imiteront Aimé et Gabriel Guerlain en 1890.



LE SOUTIEN PARTICULIER AU JARDIN DES PARTAGES

Sur une parcelle de 1,4 hectares attenante à la Réserve naturelle, le Jardin des Partages a pour vocation de devenir un jardin pédagogique bâti sur les principes de l'agroforesterie et de la culture sur sol vivant.

Activement soutenue par Guerlain, ce jardin vise à réconcilier une production abondante et diversifiée avec une biodiversité luxuriante et omniprésente, et ainsi à expérimenter, avec le support de Thierry Wasser, Maître Parfumeur Guerlain, des techniques d'agriculture régénératrice respectueuses du vivant. Ces pratiques d'agriculture régénératrice pourront ensuite être partagées avec les producteurs de matières premières de la Maison afin d'étudier leur mise en œuvre à plus grande échelle et contribuer ainsi aux objectifs LIFE 360 du groupe LVMH.

Grâce au soutien de la Maison, principal mécène, le Jardin des Partages qui n'était qu'une simple prairie en début d'année 2022,

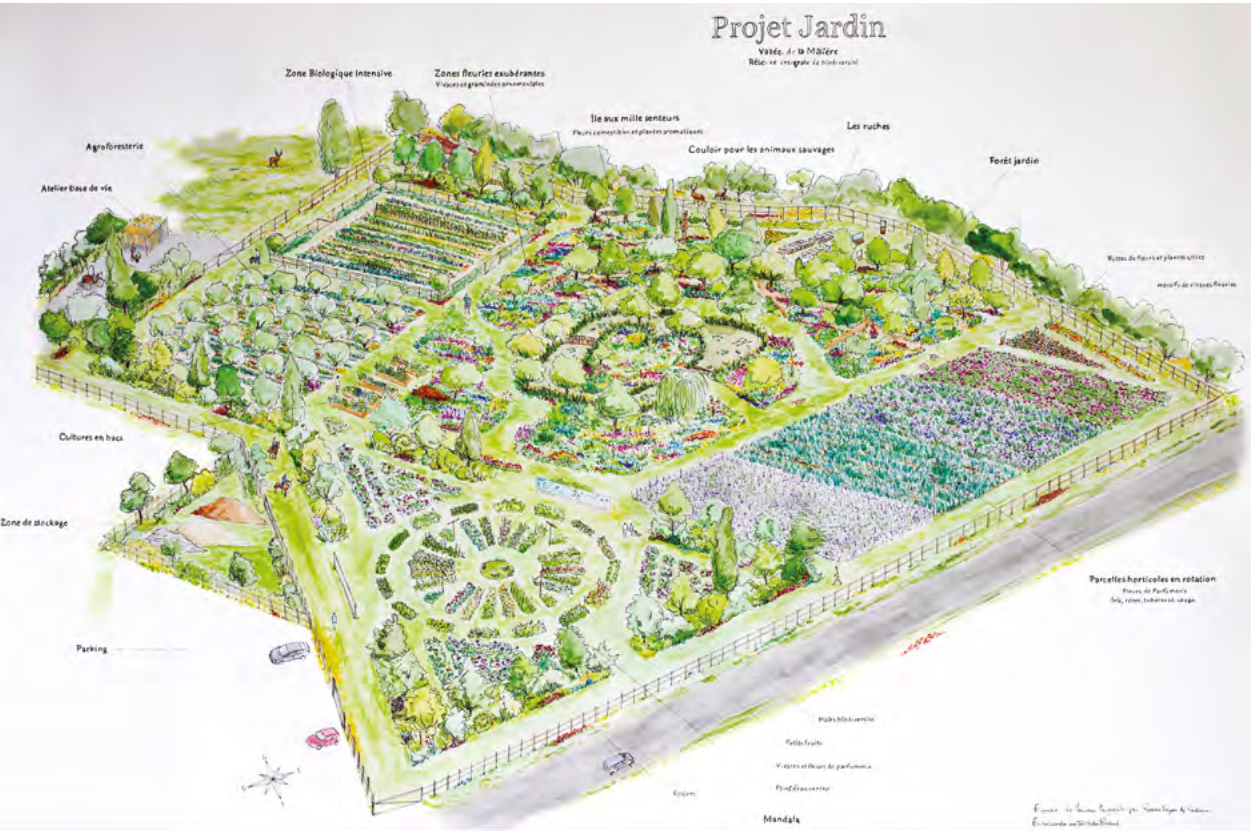
s'est développé de façon spectaculaire et a déjà pu offrir ses premières récoltes.

Par ailleurs, des analyses périodiques de sol sont réalisées avec Genesis (un outil de mesure et de notation de l'état de santé des sols exploités), dans le but d'évaluer et valoriser la performance environnementale des différentes pratiques régénératrices mises en place dans le Jardin. Un plan d'échantillonnage précis a été défini et permet de suivre directement sur la plateforme Genesis les indicateurs sur la biodiversité, le climat, l'eau et la fertilité des sols. Ceux-ci seront également corrélés avec d'autres facteurs externes (biodiversité hors sol, stress climatique, production...).

À travers cet accompagnement, Guerlain écrit une nouvelle page de son engagement et resserre les liens de longue date qui l'unissent à Yann Arthus-Bertrand.

Notre soutien à l'Association de la Vallée de la Millière offre une résonnance particulière avec les actions de Guerlain en faveur du Développement Durable et notamment la préservation de la biodiversité au travers des pratiques d'agriculture régénératrice. Ce projet conçu autour de la préservation de la biodiversité, résolument tourné vers l'avenir et la transmission aux générations futures, incarne les valeurs qui nous inspirent et véhicule un puissant message d'espoir. En tant que mécène, nous voulons l'aider à trouver le plus grand écho possible.

Cécile Lochard
Directrice du Développement Durable de Guerlain



GUERLAIN ET YANN ARTHUS-BERTRAND : UN ENGAGEMENT COMMUN POUR LA BIODIVERSITÉ

Les amitiés durables se fondent sur des valeurs communes. Des idéaux partagés. Une même façon de voir le monde et de le rêver. Il en va ainsi de la relation particulière qui unit Yann Arthus-Bertrand à la Maison Guerlain qui place depuis 16 ans la conservation de la Nature au cœur de ses actions. Une union vertueuse, à laquelle un heureux hasard n'est peut-être pas étranger : dans la commune des Mesnuls, où se situe la Vallée de la Millière, la famille Guerlain et celle de Yann Arthus-Bertrand ont longtemps été voisines...

Depuis 2020, Guerlain est partenaire de la **Fondation GoodPlanet** créée par Yann Arthus-Bertrand. Ce partenariat vise à sensibiliser les jeunes générations aux enjeux de la protection des abeilles via l'installation et l'animation d'un espace artistique et pédagogique consacré à la découverte du monde apicole.

Yann Arthus-Bertrand, Président d'honneur du « **Sustainable Board** » de Guerlain depuis sa création en 2021, accompagne quant à lui le déploiement des actions de la Maison et contribue activement à mettre en œuvre sa vision pionnière : la rencontre vertueuse du luxe et du Développement Durable.

En 2022, Guerlain dévoile une **nouvelle campagne Aqua Allegoria** réalisée par Yann Arthus-Bertrand. Ce voyage autour du monde sur les ailes de l'Abeille, conjugue une esthétique grandiose à une empreinte carbone réduite. Un film qui résonne comme un manifeste de l'engagement de Guerlain Au Nom de la Beauté : celui d'élever la Nature en Art et en transmettre ses prodiges aux générations futures, avec l'Abeille pour sentinelle.

Enfin en 2023, Yann Arthus-Bertrand réalise **VIVANT (VIBRANT dans sa version internationale)**, un film exceptionnel qui met en lumière la biodiversité française dans son incroyable variété et qui invite à l'émerveillement et à la reconnection avec la Nature. En s'associant à la réalisation du film, Guerlain réaffirme sa volonté de préserver la biodiversité. Une première historique pour la Maison qui ne s'était jamais engagée ainsi aux côtés d'un film.

Le « Guerlain For Bees Conservation Programme »

La préservation de l'Abeille est au cœur de l'engagement durable de la Maison depuis plus de 10 ans. Une urgence à agir qui fait écho aux réalités de la gardienne de la biodiversité. Près de 75 % des plantes cultivées et 90 % des plantes sauvages à fleurs dépendent des pollinisateurs, dont principalement les abeilles⁽¹⁾. En les protégeant d'une disparition qui s'accélère depuis quelques années, nous réussirons à maintenir cet équilibre naturel indispensable à la prospérité de la flore terrestre.

Il existe deux types d'abeilles, toutes garantes de la pollinisation : l'abeille sauvage et l'abeille domestique plus communément appelée abeille à miel. La plus connue est apis mellifera : l'Abeille à miel originaire d'Europe. Apis mellifera mesure moins de 1,5 cm mais peut butiner 15 fleurs par minute et polliniser près de 170 000 espèces différentes. Certaines des autres abeilles à miel sont endémiques de l'Amérique Centrale et du Sud, telles que l'Apis melipona. La plupart des autres sont natives d'Asie.

La Maison Guerlain a placé la préservation de l'Abeille au cœur de sa Raison d'Être et leur a dédié plusieurs partenariats et initiatives de sens pour les protéger.

Ainsi au Cambodge où deux espèces d'abeilles à miel natives – l'Abeille asiatique géante (Apis dorsata) et l'Abeille naine rouge (Apis florea) – sont essentielles à la survie de la forêt inondée qui borde le lac Tonlé Sap, le plus grand lac d'eau douce d'Asie du Sud-

Est, Guerlain œuvre à la sauvegarde de ce fabuleux écosystème à travers son programme « Women for Bees » qui vise notamment à protéger les espèces endémiques grâce à un programme de formation d'entrepreneuriat apicole au féminin.

Plus de 20 000 espèces d'abeilles sont connues dans le monde, dont la grande majorité est sauvage⁽¹⁾. Ces dernières sont d'une grande diversité, de tailles et de couleurs variables, la plupart sont solitaires et ne produisent pas de miel. Elles demeurent encore largement méconnues. À travers ses différents partenariats dont celui mis en place pour une durée de 3 ans avec le Comité français de l'UICN, organisation internationale chargée d'établir des états de santé sur l'ensemble de la biodiversité, Guerlain souhaite contribuer à l'identification des espèces d'abeilles sauvages menacées en France ce qui permettra d'alerter les pouvoirs publics, d'informer le grand public, et de proposer des actions concrètes pour les protéger.

UN RÉSEAU D'ALLIÉS MOBILISÉS POUR LA CAUSE DES ABEILLES

Pour incarner et faire rayonner notre engagement à travers le monde, nous avons créé le « Guerlain for Bees Conservation Programme » : un réseau d'alliés mobilisés pour la cause des abeilles qui réunit 15 partenariats et initiatives dédiés à l'Abeille.

PRÉSERVER & POLLINISER

Depuis 2011 : un mécénat de Développement Durable avec l'Association du Conservatoire de l'Abeille Noire Bretonne de l'Île d'Ouessant (ACANB) qui repose sur 2 soutiens : financier et en actions de recherche et de communication.

En 2021 : un partenariat avec le Shan Shui Conservation Center. L'ONG chinoise œuvre à la préservation des espèces et des écosystèmes pour favoriser l'harmonie entre l'homme et la Nature. Son attention se focalise sur la faune menacée en Chine, parmi lesquelles les abeilles à miel. Parallèlement, Guerlain partage avec Shan Shui son programme de la « Bee School », en collaboration avec le

département de l'Éducation nationale chinoise. Ce programme était déjà porté localement depuis deux ans par la filiale chinoise de la Maison.

Depuis 2022 : un partenariat avec l'association Réseau Biodiversité pour les Abeilles qui accompagne Guerlain dans l'inventaire des pollinisateurs sauvages et des ressources mellifères autour des ruchers de nos apiculteurs fournisseurs mais également dans le choix des semences que nous utilisons et distribuons. 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.

ÉDUIQUER

En 2018 : la création de la « Bee School », un programme de sensibilisation des enfants des écoles primaires. Cette sensibilisation est réalisée par les collaborateurs de la Maison Guerlain, afin de permettre aux plus jeunes de découvrir le rôle de l'Abeille et les inciter à les protéger. Après une phase pilote de 2 ans en France, la « Bee School » est lancée internationalement en 2021.

En 2020 : un mécénat avec la Fondation GoodPlanet créée par le photographe-réalisateur et écologiste mondialement reconnu, Yann Arthus-Bertrand. Ce partenariat a pour vocation de sensibiliser les jeunes générations aux enjeux de la protection des abeilles via l'installation et l'animation d'un espace artistique et pédagogique consacré à la découverte du monde apicole.

ÉMANCIPER

En 2020 : le lancement de « Women for Bees » en partenariat avec l'UNESCO. Ce programme d'entrepreneuriat apicole au féminin est destiné à former de nouvelles apicultrices, à créer de nouvelles exploitations apicoles dans le monde au sein de réserves de biosphère de l'UNESCO, et à mesurer les bénéfices de la pollinisation. En 2025, il aura permis la formation de 200 apicultrices.

En 2022, de nouveaux partenariats ont été signés :

- Avec Conapi en Italie, l'une des plus grandes coopératives d'apiculteurs italiens.
- Avec la Fundación Selva Maya (FSM) au Mexique, une organisation à but non lucratif engagée pour la protection de l'abeille Melipona.
- Avec des associations à but non lucratif au Japon : Umeda Mitsubachi à Osaka et Ginza Mitsubachi à Tokyo.
- Avec l'ONG El Rincón de la Abeja, en Espagne.

INNOVER

En 2021 : un mécénat de 3 ans 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. Identifier les menaces qui pèsent sur elles et mesurer les taux de déclin permettra d'informer le grand public et d'alerter les pouvoirs publics afin de déclencher des actions concrètes en faveur de leur protection. Créé en 1948, l'UICN s'est donné pour mission de contribuer à la conservation de la biodiversité et à une utilisation durable et équitable des ressources naturelles.

En 2021 : un mécénat de 3 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 utilisant l'intelligence artificielle. On constitue ainsi une précieuse base de données pour la communauté scientifique et un outil de sensibilisation du grand public à la biodiversité. Par son soutien financier, Guerlain permet aujourd'hui d'accélérer la performance et la portée de l'application.

En 2023 : Guerlain soutient l'association BeesforlifeAsso, ayant pour objet de promouvoir la Biodiversité et plus particulièrement de protéger les abeilles par la conception de méthodes visant à lutter contre le frelon asiatique en France, représentant une menace pour l'abeille.



LE « WORLD BEE DAY »

Notre engagement en faveur de la préservation des abeilles vit chaque jour à travers nos différentes initiatives et partenariats.

Mais, un jour en particulier nous donne l'opportunité de mettre en lumière et sensibiliser avec force et envergure nos publics sur les dangers encourus par les abeilles : le « World Bee Day » qui a lieu au mois de mai. Dans notre dynamique d'accélération sur l'ensemble de nos engagements, nous avons donné une ampleur toute particulière à cet événement en 2021. Il est depuis devenu un rendez-vous incontournable pour sensibiliser le grand public sur le rôle précieux des abeilles au cœur de la biodiversité. Pour la troisième année consécutive, Guerlain a à nouveau invité chacun à se mobiliser afin de lever 1 million d'euros au profit du « Guerlain for Bees Conservation Programme ». À cette occasion, la Maison a laissé carte blanche à l'artiste plasticienne Céline Cléron pour revisiter le flacon et le packaging de son produit phare, l'Huile-en-Eau Jeunesse Abeille Royale. 20 % des ventes* étaient reversés au « Guerlain for Bees Conservation Programme », y compris les ventes de l'édition limitée de l'Huile-en-Eau Jeunesse Abeille Royale. L'artiste a également créé des aquarelles illustrant les actions à mettre en œuvre afin de contribuer, depuis chez soi, à la sauvegarde des abeilles. Enfin, Guerlain invitait les Amies de la Maison (Angelina Jolie, Gina Alice, Karen Wazen, Mirei Kiritani, Lena Simonne et Camille Charrière) à animer des sessions « Bee School », afin de sensibiliser les jeunes générations à la protection des abeilles – car les unes comme les autres sont vitales pour l'avenir.



© Celine Cleron

* En Boutiques, chez une sélection de partenaires et sur Guerlain.com, toutes gammes confondues.

(1) Rapport d'Évaluation sur les Pollinisateurs, la Pollinisation et la Production Alimentaire de l'IPBES

De nouveaux alliés dans le cadre du « Guerlain for Bees Conservation Programme »

DEUX NOUVEAUX PARTENARIATS NOUÉS AVEC DES ONG JAPONAISES

Dans le cadre du Guerlain for Bees Conservation Programme, un partenariat a été initié avec Ginza Mitsubachi Project, à Tokyo, une des organisations pionnières dans l'apiculture urbaine au Japon, avec l'installation de nombreux ruchers sur les toits du quartier de Ginza depuis 2006. De nombreuses « Bee School » ont déjà été réalisées dans le cadre de ce partenariat dans différentes régions du Japon, et le programme « Women for Bees » a officiellement été lancé en avril 2023. Un second partenariat a été mis en place au Japon avec l'organisation Umeda Mitsubachi, basée à Osaka, et six femmes ont déjà été formées à l'apiculture depuis 2022.



UN NOUVEAU PARTENARIAT DÉDIÉ À LA PROTECTION DE L'APIS MELLIFERA IBÉRICA



Guerlain a intégré le projet Smart Green Bees, une initiative intégrant le programme Smart Green Movement, mené par LG Electronics, visant à augmenter la population d'abeilles ibériques dans toute la péninsule. En effet, l'Abeille ibérique est la seule espèce indigène capable de polliniser la plupart des arbres et plantes de l'écosystème de la péninsule, ce qui lui donne une valeur écologique extraordinaire pour multiplier la flore et avec elle, l'ab-

sorption du surplus de CO₂ de l'atmosphère, la principale cause du changement climatique. Ce programme s'accompagne également d'un partenariat avec l'ONG El Rincón de la Abeja en Espagne, afin de soutenir le développement démographique de l'Apis Mellifera ibérica, pour l'enrichissement de la biodiversité dans différentes parties de la péninsule ibérique. L'objectif est double : sensibiliser à l'importance des abeilles en tant que pollinisatrices, ainsi que construire une communauté d'une dizaine d'apicultrices solide, en les formant et les aidant à développer leur activité.

UN ENGAGEMENT RENOUVELÉ AVEC CONAPI ITALIE



Depuis 2021, Guerlain profite d'un partenariat avec Conapi Italie, l'une des plus grandes coopératives d'apiculteurs italiens et premier producteur de miel biologique dans le pays, pour mettre en place un nouveau projet local avec un double objectif : la sensibilisation aux menaces qui pèsent sur les abeilles et plus généralement sur le climat. À travers le programme « Bee School » et grâce aux connaissances de Conapi, plus de 1 000 enfants ont ainsi été formés à Milan, Rome et Bologne. La deuxième édition du programme « Women for Bees » Guerlain X Conapi a par ailleurs commencé

en novembre 2022 avec le recrutement de onze nouvelles femmes (11 déjà formées l'année précédente), venues de toute l'Italie, motivées à suivre ces cours théoriques et pratiques pour devenir apicultrices. La session s'est terminée par une journée de formation pratique au rucher d'un membre de la coopérative, situé dans les contreforts de Bologne, au cours de laquelle les femmes ont pu directement expérimenter la gestion d'une ruche et mettre en pratique les notions apprises.

À l'occasion du World Bee Day, ces onze femmes ont reçu un diplôme, certifiant leur participation au programme, et célébrant leur engagement dans la protection de la biodiversité et la sentinelle de l'environnement : l'Abeille.

La préservation de l'abeille Mélipone, un enjeu crucial pour la biodiversité

Espèce endémique d'Amérique centrale et plus particulièrement du Mexique, cette abeille sans dard est l'une des plus petites, des plus anciennes du monde mais figure parmi les plus menacées. En tant que l'un des principaux pollinisateurs de l'écosystème de la forêt maya, l'abeille Melipona beecheii, indigène est également cruciale pour l'équilibre de la biodiversité dans la région.

Au-delà de son rôle dans le monde naturel, cette abeille rare est un pilier du patrimoine écologique et culturel maya. Son miel, récolté à la seringue en raison de la délicatesse des ruches, est encore utilisé dans la région pour soigner les problèmes cutanés, oculaires, digestifs, immunologiques et respiratoires. L'élevage de l'abeille Melipona beecheii, qui a historiquement existé au sein des communautés mayas, est le résultat du savoir-faire unique et traditionnel des femmes mayas, transmis de génération en génération.

Aujourd'hui, ces abeilles indigènes sont gravement menacées. Plusieurs

facteurs sont responsables de cette disparition. D'une part, l'apiculture avec l'abeille européenne mellifère (Apis mellifera), plus productive et introduite en Amérique latine lors de la colonisation espagnole, a progressivement remplacé l'élevage des abeilles Melipona. D'autre part, la destruction de leur milieu naturel, les forêts tropicales de la péninsule du Yucatan, intensifiée par la pression des activités humaines. Par ailleurs, le changement climatique, qui perturbe les saisons, les températures, les précipitations et impacte la floraison, contribue également à l'affaiblissement de la biodiversité tropicale endémique.



GUERLAIN, PARTENAIRE DE LA FUNDACIÓN SELVA MAYA POUR PRÉSERVER L'ABEILLE MÉLIPONE



La Fundación Selva Maya (FSM) est une association mexicaine à but non lucratif dont le but est de « générer et mettre en œuvre un nouveau paradigme pour la conservation, la protection, la préservation, l'amélioration, l'équilibre et l'harmonie des paysages naturels et culturels ». C'est dans ce cadre qu'elle a lancé en

2013, le projet « Melipona » visant à préserver l'abeille Melipona.

Conformément à ses engagements, Guerlain a décidé de soutenir ce projet et de donner aux femmes mayas les moyens de devenir actrices du changement pour la préservation de cette abeille et des traditions qui en découlent.

Différents objectifs sont intégrés à ce programme :

- Préserver les connaissances écologiques traditionnelles et uniques qui permettent aux communautés mayas d'être protégées et de transmettre cette tradition aux futures générations.
- Réintégrer cette tradition au sein de la culture régionale, au sein d'authentiques familles mayas, principalement celles qui sont méliponiculteurs depuis des générations.

- Réintroduire les abeilles Melipona dans les villages mayas, multiplier leur population en favorisant leur retour dans la jungle et en créant également un programme fonctionnel qui permet la réintégration des ruches aux communautés marginalisées qui les ont vendues par nécessité.
- Les aider à générer des ressources et à devenir autosuffisants afin de les soutenir dans la construction d'un processus de production commerciale durable.
- Sensibiliser à la pertinence de cette espèce et à son rôle important dans les écosystèmes et la biodiversité qu'elle habite.
- Contribuer à la découverte de la pratique de la méliponiculture auprès de la communauté mexicaine.

Ce partenariat qui s'étend jusqu'à 2025, se déroulera principalement dans 4 lieux :

- Sur la réserve de la Fundación Selva Maya située dans la jungle de la région d'Akumal (région de Quintana Roo).
- Dans une petite communauté maya traditionnelle à Santa Clara dans le Yucatan.
- Dans une autre communauté rurale maya proche de la Laguna Bacalar.
- Dans un meliponario⁽¹⁾ urbain proche de Laguna Bacalar.

(1) Un meliponario est une installation conçue pour l'élevage des abeilles mélipones.

La biodiversité sur nos sites de production

Depuis 2015, les sites de production de la Maison Guerlain œuvrent pour la protection et l'enrichissement de la biodiversité locale en conciliant activité industrielle et actions en faveur de la biodiversité, avec en son cœur l'Abeille.

Ils disposent notamment de ruches, d'hôtels à Abeilles sauvages⁽¹⁾ conçus par l'OPIE⁽²⁾ et l'ONF⁽³⁾, ainsi que de surfaces de jachères mellifères sur leurs propres espaces mais également à proximité grâce à des CPSE⁽⁴⁾ afin d'augmenter le bol alimentaire des pollinisateurs et favoriser un couvert végétal favorable à la biodiversité. Une mare a également été créée par les collaborateurs du site de Chartres contribuant à la trame bleue, des nichoirs à mésanges et des abris à chauves-souris ont quant à eux été installés sur le site d'Orphin. Enfin la pratique de l'éco-pâturage avec des moutons d'Ouessant permet un entretien n'utilisant aucun engin thermique ou produit phytosanitaire.

Pour pousser cet engagement encore plus loin et mettre en exergue les actions menées depuis près de dix ans, les deux sites de pro-

duction Guerlain ont été reconnus comme « Oasis nature » par l'association française « Humanité et Biodiversité ». Ainsi ils participent activement à maintenir et accueillir la biodiversité environnante. Guerlain adhère de plus au programme « **Entreprise engagée pour la Nature** » qui a pour ambition d'engager les entreprises en faveur de la biodiversité en faisant émerger, reconnaître et valoriser leurs plans d'actions.

Pour aller toujours plus loin et honorer cet engagement, une feuille de route biodiversité a été définie pour chacun des sites. Celle-ci s'appuie sur l'outil Biodiversity Action Plan de l'UEBT qui permet de réaliser un diagnostic biodiversité, de définir les actions à mettre en œuvre et de suivre les indicateurs de biodiversité associés.



(1) Équipement de plein air qui condense les micro-habitats nécessaires à la vie d'un grand nombre d'abeilles sauvages (essentiellement pour abriter leurs pontes ou hiverner). Il est divisé ainsi en 8 compartiments représentant une série de micro-habitats. Il est susceptible d'être utilisé par la quasi-totalité des 864 espèces d'abeilles sauvages présentes sur le territoire métropolitain français
(2) Office pour les insectes et leur environnement
(3) Office national des forêts
(4) Contrat pour Prestation de Service Environnemental

L'interview de SANDRINE BÉLIER



Vous avez intégré le Sustainable Board Guerlain en 2021.

Quel regard portez-vous sur ce Conseil et quel est votre rôle ?

Ce conseil, c'est un véritable accélérateur de changement ! Grâce à l'éclairage de chacun des 13 membres reconnus pour leur expertise, Guerlain enrichit ses réflexions et amplifie sa stratégie d'engagement. Depuis mon arrivée, j'ai pu faire le constat des progrès réalisés.

J'accompagne la Maison sur les sujets liés à la biodiversité. Comment puiser la matière sans épuiser l'écosystème. Mon rôle au sein de ce Sustainable Board est d'apporter un regard critique, d'exprimer mes convictions en toute liberté, c'est tout l'intérêt de mon implication. Je suis très fière de faire partie de ce Conseil.

Vous êtes par ailleurs directrice de l'association Humanité & Biodiversité. Quelle est sa mission et les dispositifs proposés aux entreprises pour agir ?

Nous avons un crédo : placer la biodiversité au cœur de nos sociétés. Chacun peut et doit préserver et ménager la biodiversité pour pouvoir bénéficier des biens et services qu'elle nous procure. Nous mettons en place des actions de sensibilisation, de plaidoyer, de dialogue visant à mobiliser le plus grand nombre. C'est ensuite une dynamique volontaire qui s'appuie sur la confiance et la volonté des individus et des personnes morales (entreprise, écoles, mairie ...) à préserver un petit ou grand bout de terre pour favoriser l'installation, la gestion et la protection de la biodiversité. Ces espaces, s'ils respectent les critères de notre charte, peuvent alors être labellisés « Oasis Nature » et leurs propriétaires peuvent ainsi intégrer une communauté d'ambadrices et ambassadeurs de la nature. Cela crée une vraie dynamique.

La Maison Guerlain a fait labelliser ses deux sites de production en France. Pourriez-vous nous en parler ?

En effet, sur les sites d'Orphin et de Chartres, nous avons fait le constat qu'un certain nombre d'actions avaient été mises en place pour préserver la biodiversité (ruches, éco-pâturage, mare, surfaces de jachère mellifères et de luzerne...) et nous avons donc proposé d'intégrer ces espaces dans le réseau « Oasis Nature ». Depuis, nous réfléchissons ensemble à des solutions pour aller plus loin. Par exemple, laisser des tas de bois morts, veiller à ce que les berges soient en pente douce, planter des espèces aquatiques en plus des espèces oxygénantes au fond de l'eau... C'est assez passionnant de voir l'investissement des équipes Guerlain pour faire vivre ces espaces verts communs. La démarche permet une grande inclusivité, c'est très positif.

Quelles sont les autres initiatives que vous avez mises en place avec Guerlain ?

En tant que Première Vice-Présidente du conseil d'administration de l'Office Français de la Biodiversité (OFB), j'ai encouragé Guerlain à intégrer le programme « Entreprise Engagée pour la Nature » visant à faire émerger, reconnaître et valoriser des plans d'actions en faveur de la biodiversité portés par des entreprises. Ces structures ont, indirectement ou directement, un impact majeur sur la biodiversité tout en étant dépendantes d'un certain nombre de services rendus par la nature. C'est une démarche d'amélioration continue, une reconnaissance de la tenue des engagements de l'entreprise sur plusieurs années. Guerlain correspond tout à fait au profil d'entreprises pouvant prétendre à cette reconnaissance.

INNO VATION

Les enjeux climatiques actuels nécessitent plus que jamais une action collective. L'innovation des entreprises joue un rôle crucial dans cette quête. En tant que moteurs de l'économie mondiale, les entreprises ont la responsabilité d'adopter des pratiques durables, d'innover pour réduire leur empreinte carbone et leur impact sur la biodiversité.

Cela passe par la recherche et le Développement Durable, qui, bonne nouvelle, croît en moyenne de 8 % par an sur des sujets aussi divers que les nouvelles sources d'énergies renouvelables, l'amélioration de l'efficacité énergétique, l'adoption de pratiques de production plus propres ou encore la gestion plus intelligente des déchets et des ressources...

Réduire, réutiliser, recycler, réintégrer, réinventer : nombreuses sont les façons de transformer la fabrication des produits et services. Le but : tendre vers une meilleure circularité de la matière, de l'ingrédient jusqu'aux outils de communication. C'est en toute transparence que les entreprises doivent désormais rendre des comptes sur leurs efforts. C'est un cercle vertueux dans lequel l'entreprise est encouragée à prendre des mesures concrètes pour diminuer son impact négatif sur la planète.

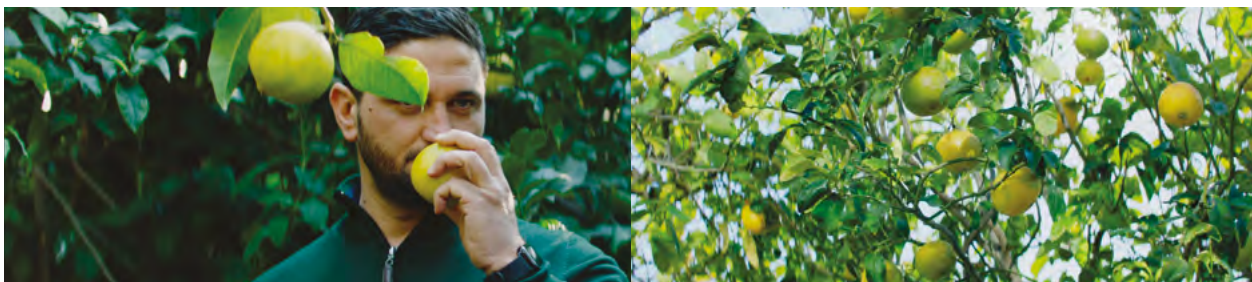


Innover durablement en toute transparence

CRÉER DES FORMULES PLUS NATURELLES ET PLUS SOUTENABLES, SANS INGRÉDIENT CONTROVERSÉ
ET SANS COMPROMIS SUR LEUR SENSORIALITÉ ET LEUR EFFICACITÉ.

CONCEVOIR DES PACKAGINGS DÉSIRABLES ET TOUJOURS PLUS ÉCO-CONÇUS
ET PLUS RESPECTUEUX DE NOTRE PLANÈTE.

PARTAGER LES COULISSES DES CYCLES DE VIE DE NOS CRÉATIONS VIA LA PLATEFORME DE TRANSPARENCE
ET DE TRAÇABILITÉ « BEE RESPECT ».



Depuis de nombreuses années, Guerlain s'engage dans une démarche d'éco-conception pour innover durablement. Cette démarche est à considérer de la fabrication à la mise sur le marché du produit en passant par son approvisionnement et son transport. Depuis 2018, une gouvernance interne, portée par nos comités Eco-Formulation et Eco-Design, décide de la feuille de route stratégique pour les années à venir et suit des indicateurs précis afin de mesurer nos progrès.

Notre ambition : être la référence de la beauté durable des cosmétiques de luxe. Pour l'atteindre, il faut savoir réinventer les codes traditionnels du marché et prendre des risques. Notre démarche d'éco-conception a débuté en 2017 avec un fort parti-pris sur la réduction de l'emballage comme le témoignait l'allègement du nouveau pot de la crème Orchidée Impériale (-60 % de poids en moins par rapport à la version précédente⁽¹⁾). Cette volonté de réduire le sur-emballage de nos produits est restée au cœur de notre stratégie d'éco-design, et elle s'accompagne d'une volonté très forte de diminuer l'utilisation de plastique vierge fossile et d'inscrire chaque nouveau projet dans une dynamique d'amélioration continue et d'économie circulaire.

Notre volonté d'innover durablement ne se limite pas à l'éco-conception packaging. Les formules sont bien évidemment au cœur de nos engagements. Nous avons notamment fait le choix de privilégier le taux de naturalité le plus élevé possible dans le développement de nos nouveaux produits. Dans cette quête d'une cosmétique toujours plus vertueuse, afin de nous passer de certains ingrédients que nous considérons comme controversés pour l'environnement nous avons amorcé la reformulation de nos produits existants, sans aucun compromis sur le niveau de qualité, de performance et de désirabilité.

Faire le choix de la naturalité, nous engage profondément dans la protection de la biodiversité. Recourir aux bienfaits de la nature pourrait entraîner des atteintes que nous nous devons de prévenir. Pour ce faire, d'une manière générale, le profil environnemental de nos produits est scrupuleusement analysé sur toute l'analyse de leur cycle de vie par un système de notation en interne, l'un sur la formule, l'autre sur le packaging, afin de nous permettre de piloter au mieux les évolutions souhaitables.

⁽¹⁾ Comparatif entre la crème Orchidée Impériale lancée en 2013 et la version relancée en 2017

100 %

des innovations de nos produits présenteront un profil
environnemental amélioré par rapport à leur version
antérieure d'ici fin 2025

100 %

des nouveaux pots ou flacons en verre intégreront
une part de recyclé d'ici fin 2023

100 %

de nos créations⁽¹⁾ seront tracées sur
« Bee Respect » d'ici fin 2023

100 %

de nos nouvelles formules de soin⁽²⁾ contiennent
un minimum de 90 % d'ingrédients d'origine
naturelle depuis 2021

⁽¹⁾ Hors éditions limitées

⁽²⁾ Hors soins ayant un indice de protection solaire
et hors gamme hair care

Aqua Allegoria, fer de lance de notre engagement pour une innovation durable

Depuis 2022, Aqua Allegoria s'est réinventé pour entrer en résonance avec la Raison d'Être de la Maison. Une collection emblématique de l'engagement de Guerlain qui se traduit à travers trois partis-pris :

Premier parti-pris : **des parfums contenant entre 90 % et 95 % d'ingrédients d'origine naturelle⁽¹⁾**. Les parfumeurs de la Maison ont su relever le défi de reformuler chaque concentré avec la plus grande part possible de matières premières d'origine naturelle et cela sans transiger sur leur qualité olfactive et leur sillage.

Deuxième parti-pris : **l'utilisation exclusive d'alcool de betterave issu de l'agriculture biologique, produit en France**. Un engagement voué à être étendu progressivement à toutes les autres fragrances de la Maison d'ici 2025..

Troisième parti-pris : **un nouveau flacon entièrement repensé dans une démarche d'éco-conception**. Rechargeable et fabriqué à partir de verre recyclé à 15 %, il a été imaginé dans un objectif de réduction d'impact et d'économie circulaire. La recharge a été éco-conçue dans une extrême simplicité – flacon en verre transparent avec une étiquette en papier et un bouchon blanc en plastique – afin de favoriser sa recyclabilité. Son empreinte carbone en kg eq CO₂ représente 17 %⁽²⁾ de celle du flacon vente 125 ml.

L'utilisation de la recharge permet de réduire les émissions de carbone de

60 %⁽³⁾

l'utilisation du verre de

24 %⁽³⁾

et celle du plastique de

44 %⁽³⁾



(1) *90 % à 95 % d'ingrédients d'origine naturelle, conformément à la norme ISO 16128, calcul incluant l'eau
(2) Comparatif des équivalents CO₂ apportés par l'emballage du produit et son transport dans le monde calculés par la méthode de l'analyse de cycle de vie, conformément à la norme ISO 14040/44 sur une analyse multi-indicateurs. L'évaluation prend en compte la nature des matériaux, l'origine et le procédé de fabrication des composants, leur transport, le transport du produit fini et sa fin de vie.
(3) Utilisation d'un flacon Aqua Allegoria 125 ml + une recharge 200 ml, par rapport à 2 flacons 125ml + 1 flacon 75ml. Comparatif des équivalents CO₂ apportés par l'emballage du produit et son transport dans le monde calculés par la méthode de l'analyse de cycle de vie, conformément à la norme ISO 14040/44 sur une analyse multi-indicateurs. L'évaluation prend en compte la nature des matériaux, l'origine et le procédé de fabrication des composants, leur transport, le transport du produit fini et sa fin de vie.

DE NOUVELLES EDITIONS

Fidèles à l'engagement si spécifique de cette franchise les éditions 2022 et 2023 des Aqua Allegoria explorent à leur manière l'éco formulation et l'éco conception.

En 2022, les fragrances Aqua Allegoria Forte relèvent le défi d'être plus intenses et pourtant de contenir au moins 90 % d'ingrédients d'origine naturelle⁽¹⁾.

En 2023, les fragrances Aqua Allegoria Harvest contiennent entre 91 et 95 % d'ingrédients d'origine naturelle⁽¹⁾ et se découvrent dans une coque en cellulose 100 % recyclable, créée à partir de fibre de bois naturelles vierges issues de forêts gérées de façon responsable⁽²⁾, qui épouse les contours du flacon pour se limiter à l'essentiel.



UN ÉCHANTILLON INNOVANT ET ÉCO-CONÇU

Pour la campagne d'échantillonnage presse du lancement de la collection des Aqua Allegoria, afin de faire découvrir les fragrances au plus grand nombre tout en essayant de limiter son impact au maximum, Guerlain a choisi un échantillon innovant et éco-conçu. Fabriqué en France, composé uniquement de papier FSC, sans plastique ni aluminium, celui-ci se recycle tout comme le magazine dans lequel il y est présenté. À l'abri dans son écrin de carton, le parfum peut s'appliquer directement sur la peau. L'échantillon se conserve comme une miniature parfumée pour être senti et réutilisé plusieurs fois. Une bonne pratique qui est depuis devenue le standard pour toutes les franchises.



(1) Calculs basés sur la norme ISO 16128 incluant l'eau
(2) Certifié FSC

Une communication responsable dont l'impact est mesuré

Dans le champ du Développement Durable, la communication responsable est un pilier majeur et pourtant encore peu reconnu et mesuré. Elle adresse un **enjeu important, accentué par une digitalisation croissante, celui des messages véhiculés et de l'impact social et environnemental de leur fabrication et de leur diffusion**. Plus en amont encore, elle promeut **l'influence des marques en matière de modes de vie durables**, le secteur de luxe occupant une position déterminante eu égard à son rôle prescripteur. En France, le programme FAIRe de l'UDM pour 2022-2024 atteste une montée des attentes de la société civile sur la diversité, la santé, l'environnement, l'éthique, et l'exigence accrue du législateur change déjà la donne pour les publicités automobiles (décret du 28 décembre 2021 en vigueur le 1er mars 2022).

Attentive à la diversité, à l'impact environnemental de sa création mais aussi à ne pas exercer de « pression commerciale » sur ses

clients tout en veillant au respect de leur vie privée, Guerlain a été désignée comme « Maison Pilote » en matière de communication responsable par le Groupe LVMH.

Les communications spécifiques postées sur LinkedIn et Instagram, les deux media de prédilection de la communication sur le Développement Durable de la marque, sont en constante accélération, couvrant ainsi autant la communication institutionnelle que produit. **Guerlain conçoit et diffuse tout au long de l'année des contenus riches de sens et d'engagement, « hors produits »**, autour de l'environnement, du patrimoine, des savoir-faire. Concomitamment, lors de ses lancements produits ou innovations, les caractéristiques durables des produits (recyclage, flacon rechargeable, taux d'ingrédients naturels) sont mises en avant.

AQUA ALLEGORIA, UNE CAMPAGNE MAJEURE À L'IMPACT RÉDUIT

Maîtriser l'empreinte carbone de ses productions publicitaires nécessite de la mesurer.

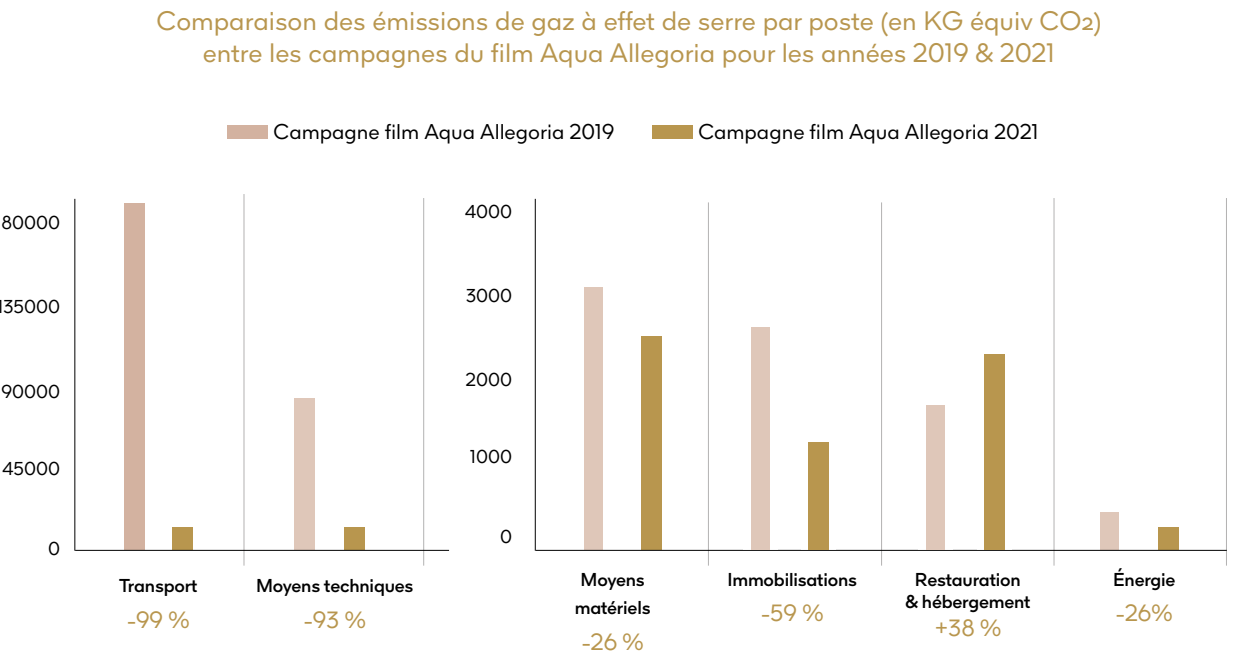
En prévision du lancement des nouveautés et de l'évolution de la collection Aqua Allegoria en mars 2022, Guerlain a mené en 2021 une réflexion à 360° en matière de **plan de communication qui a pour la première fois intégré la performance environnementale à chaque étape**.

S'engager pour une communication responsable a amené Guerlain à réaliser des estimations comparatives des émissions de gaz à effet de serre des films publicitaires Aqua Allegoria 2021 (tournage

réalisé en 2019) et 2022 (tournage réalisé en 2021) grâce à un outil créé par ECOPROD en partenariat avec l'ADEME. Ce calculateur en ligne, « Carbon'Clap », permet d'estimer les émissions de gaz à effet de serre d'un tournage grâce notamment aux données renseignées sur les kilomètres parcourus par l'équipe du tournage, les moyens logistiques utilisés ou encore le temps passé dans les salles de montage. Le bilan permet d'identifier facilement les postes les plus émetteurs afin d'en tirer des recommandations pertinentes pour faire baisser efficacement l'impact des campagnes à venir.



Cet exercice a permis de conclure factuellement que plus de 77 % de l'impact de la production du film Aqua Allegoria 2021 était dû au transport de personnes par avion. Ainsi, la nouvelle campagne engagée Aqua Allegoria de 2022 (tournage en France, transport ferroviaire et reprise des clichés existants de Yann Arthus-Bertrand), apparaît 20 fois moins impactante que la précédente, et nous aura convaincu de l'importance d'agir sur les bons leviers pour maîtriser nos impacts.



TOURNAGE PUBLICITAIRE :
« Le monde est notre jardin » éco-conçu : en France, avec un réalisateur engagé, Yann Arthus-Bertrand, une réutilisation d'images d'archives du réalisateur, une maximisation des déplacements en train, une exploitation de fleurs locales et de saison et un réemploi du décor, bilan Carbon'Clap d'Ecoprod...

PLAN MEDIA :
Échantillons diffusés via la presse produits en France, en papier et recyclable, Affiches publicitaires en papier recyclé (abris bus notamment)...

PLV :
Intégration d'éléments naturels (raphia)...

Fort de cette expérience, Guerlain est en train de développer un outil interne « d'éco-production » qui permet de simuler et de comparer très rapidement et surtout en amont, les impacts d'options de lieux de tournage, de dimensionnement de campagne, de taille des équipes de tournage à envoyer sur place... pour toutes les campagnes à venir, afin de faire des choix éclairés et mesurés.

GUERLAIN : MAISON PILOTE SUR LA COMMUNICATION RESPONSABLE AU SEIN DU GROUPE LVMH

Soucieux de l'empreinte environnementale de sa communication, le Groupe mène un projet inter-Maisons afin d'en réguler et maîtriser les impacts. Cette initiative s'inscrit dans le cadre de la loi Leroy-Bousquet qui prévoit, au cœur de la loi climat, la mise en place de code de bonne conduite en faveur de publicités plus vertueuses en matière d'environnement. Le vif intérêt et les actions déjà entreprises par notre Maison nous ont conduit à être choisis pour mener ce projet au sein du Groupe et emmener l'ensemble

des Maisons à parler d'une seule voix : plus responsable. Parmi les 5 champs d'action stipulés dans cette loi, Guerlain va travailler activement sur la définition de critères de mesures, sur le choix de ses supports de diffusion, les moyens de production et de création de ses contenus, de leur phase de conception à leur diffusion. Et cela en impliquant l'ensemble des prestataires dans une démarche mesurée d'amélioration continue.

LA MAISON GUERLAIN DEVIENT LA PREMIÈRE MAISON DE LUXE SIGNATAIRE DU PROGRAMME FAIRe DE L'UNION DES MARQUES

Dix ans après sa première initiative en 2007 pour favoriser l'émergence d'une communication plus responsable, l'Union des marques a lancé début 2018 le programme FAIRe. Structuré autour de 15 engagements ambitieux réévalués tous les 2 ans, il fédère aujourd'hui plus de 50 entreprises, de toute taille et de tout secteur d'activité. Chacune s'engage sur un chemin de progrès et publie à chaque fin de cycle un reporting sur ses avancées.

Pour rejoindre le programme FAIRe et poursuivre ses objectifs en matière de communication responsable aux côtés de l'UDM, la Maison Guerlain a amorcé fin 2021, un audit complet de ses

pratiques mené par une experte en la matière, Alice Audouin, pionnière et co-autrice de La Communication Responsable et membre du « Sustainable Board* » de Guerlain.

Cet audit a ensuite été soumis à la revue critique par l'Union des Marques, qui a confirmé des performances élevées, comparables à celles des organisations déjà signataires de la charte et reconnues comme exemplaires.

En mars 2022, Guerlain devient la première Maison du Groupe LVMH accréditée par le programme FAIRe.



Il est particulièrement significatif que le secteur du luxe s'engage dans le programme FAIRe et nous nous réjouissons qu'une Maison aussi emblématique que Guerlain, déjà engagée dans la communication responsable et pionnière du Développement Durable, nous rejoigne.



Sophie Roosen
Directrice Marque & Impact de l'UDM



*Comité de Développement Durable

LE PROGRAMME FAIRe,
15 ENGAGEMENTS AMBITIEUX

ÉLABORATION RESPONSABLE DU CONTENU
DES COMMUNICATIONS

- 1 Représentation inclusive de la société
- 2 Environnement et représentation des comportements éco-responsables

COMMUNICATION DES ENGAGEMENTS DE LA MARQUE

- 3 Alignement avec les engagements RSE de la marque
- 4 Communication des engagements et transparence
- 5 Éducation à l'usage responsable

ÉCO-SOCIO-CONCEPTION DES OUTILS DE COMMUNICATION

- 6 Critères environnementaux et sociaux
- 7 Production audiovisuelle raisonnée
- 8 Impacts environnementaux et sociaux du numérique

DIFFUSION MAÎTRISÉE DES COMMUNICATIONS

- 9 Univers de diffusion des publicités
- 10 Modalité de diffusion des publicités
- 11 Recours aux influenceurs
- 12 Prise en compte de l'ensemble de ses publics

MOBILISATION DES PARTENAIRES ET DES ÉQUIPES

- 13 Gouvernance de la communication responsable
- 14 Engagements environnementaux et sociaux des partenaires
- 15 Relation commerciale équilibrée et constructive

Nos enjeux d'eco-design : sur-emballage, plastique et circularité

Nos comités Eco-Design se réunissent tous les 6 mois pour lancer et suivre les projets qui nous permettent d’inventer les packagings du luxe de demain. Ceux-ci doivent très rapidement répondre à trois enjeux majeurs que nous avons clairement identifiés, également exprimés de plus en plus fortement par nos clients, et portés par les réglementations à travers le monde.

- **Lutter contre « l'excess packaging » ou le sur-emballage** est depuis plusieurs années au cœur de notre stratégie d'eco-design. Pour preuve l'allègement de nos pots et de nos flacons, l'ajustement progressif des écrins, les réductions du nombre de couches d'emballage que nous challengeons à chaque nouveau développement ou relancement.
- **Réduire notre consommation de plastiques vierges d'origine fossile.** Outre sa suppression pure lorsque cela est possible, nous cherchons à le substituer par des matériaux renouvelables, comme le papier ou le carton en priorité. Si un polymère reste nécessaire pour des raisons techniques, nous étudions alors systématiquement des alternatives en plastique recyclé mécani-

quement, chimiquement, ou en plastique bio-sourcé. Remplacer le plastique par du verre ou du métal est aussi une option, mais nous la réservons de préférence aux produits rechargeables pour rentabiliser le surplus d'impact ou les transferts de pollution que l'utilisation de ces matériaux peut générer.

- **Transiter vers une économie circulaire**, obligeant une redéfinition de notre modèle de production et de notre offre produit : économiser les ressources, réduire le gaspillage en réutilisant au maximum tout élément généré au cours du cycle de vie du produit. L'élargissement de notre offre rechargeable est évidemment fortement considéré.

UNE DÉMARCHE STRUCTURÉE, MESURÉE, CHALLENGÉE

Notre stratégie d'éco-design est rigoureusement intégrée au processus de décision et de développement des produits. L'atteinte de nos objectifs est permise aussi bien par la formation et l'implication de toutes les équipes, que par la mesure de l'impact environnemental des packagings.

Ceci est permis par un puissant outil du groupe : EDIBOX. Afin de mieux répondre aux ambitions d'éco-conception du programme LIFE 360 de LVMH, mais aussi pour être toujours plus exigeant, exhaustif et robuste, l'outil EDIBOX évolue en 2022.

Cet outil permet de déterminer l'Indice de Performance Environnementale (IPE). Cette note permet d'évaluer la bonne application des règles d'éco-conception : optimisation du rapport poids/volume par rapport à la quantité de formule conditionnée, nombre de couches d'emballage limité, séparabilité du packaging en fin de vie, recycla-

76 % de nos composants en verre achetés en 2022 intégreront une part de recyclé contre **47 %** en 2021 et **6 %** en 2019

Z É R O
plastique fossile d'ici 2026
(ambition LVMH LIFE 360)



RÉALISATION D'ANALYSES DE CYCLE DE VIE

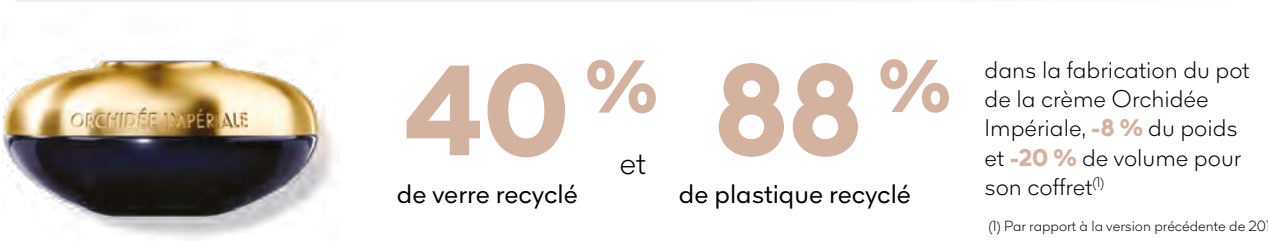
Afin d'orienter ses futurs choix en termes d'écoconception et de packaging, Guerlain s'appuie sur des résultats scientifiquement prouvés et réalise de plus en plus d'analyses de cycle de vie. Entre 2020 et 2023, 12 ACV comparatives ont été produites afin d'avoir un éclair-

rage précis et factuel sur les différences d'impacts des matériaux, sur les avantages et les impacts des nouvelles technologies de plastique recyclé chimiquement, ou sur les gains d'impact d'un passage vers un business modèle de rechargeabilité.

DES OBJECTIFS QUI IMPOSENT DES CHOIX

Outre ces instances éco-design, chaque étape du développement engendre des choix d'éco-conception à faire, dont les implications sont exposées chaque semaine lors de réunions créatives packaging réunissant le top management, les équipes marketing, développement packaging, achats, qualité, réglementaire et Développement Durable. 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'arbitrages discutés à chaque étape de développement.



Destination circularité

Face aux enjeux environnementaux croissants, la circularité a fait du chemin chez Guerlain pour aujourd'hui devenir une priorité absolue. Au-delà de devoir prendre en charge la fin de vie de nos produits, il s'agit de redéfinir notre business model en profondeur en maximisant le réemploi à toutes les étapes du cycle de vie de nos créations. Dès le concept, en démocratisant la rechargeabilité par exemple, lors du développement en intégrant de la matière recyclée ou biosourcée issue d'une filière de déchets, ou pour la fin de vie via le recyclage a minima ou en prévoyant une seconde et nouvelle vie.

UNE RECHERCHE PERMANENTE DE RÉUTILISATION DES MATÉRIAUX

- Le champ des possibles est infini, mais demande de nombreux tests 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 de rupture sur le marché du luxe en 2019. C'est aujourd'hui devenu un standard pour Guerlain. Nous intégrons de manière systématique entre 10 et 40 % de verre recyclé dans chaque nouveau moule en verre, avec un objectif d'augmenter significativement ce taux dans les années à venir avec nos fournisseurs.
 - **Le plastique recyclé.** Substituer le plastique fossile par du plastique recyclé est une priorité mais représente un défi majeur pour la Maison. Esthétiquement en deçà des exigences du marché du luxe, le plastique recyclé mécaniquement représente avant tout un sujet de sécurité consommateur pour l'ensemble du secteur cosmétique. Pour éviter tout risque d'impuretés pouvant migrer dans les formules, un niveau de qualité de grade alimentaire est nécessaire pour tout plastique en contact direct avec la formule. Cette exigence nous met en concurrence avec les filières d'approvisionnement de l'agro-alimentaire, rendant un tel matériau plus rare à trouver pour Guerlain. Afin de pallier ce manque d'offre, le plastique recyclé chimiquement représente un intérêt réel pour accélérer la substitution sur l'ensemble de nos éléments utilisant des résines en contact avec nos formules. Pour les autres composants ou articles qui ne sont pas en contact avec les formules (éléments de merchandising, articles promotionnels...), le recours au plastique recyclé mécaniquement est réellement systématisé dès que possible.
 - **Les nouveaux éco-matériaux.** Ce sont des alternatives qui nous intéressent, tant pour leur caractère innovant que pour notre volonté de soutenir les start-up qui les inventent. Ils utilisent par exemple des résidus de nos productions de formules ou de packaging par exemple, pour créer de nouveaux matériaux aussi esthétiques qu'écologiques.

LA RECHARGEABILITÉ, TESTÉE SUR L'ULTRA-PREMIUM, DÉSORMAIS ÉTENDUE À D'AUTRES GAMMES

SOINS

Abeille Royale
Crème de jour

Abeille Royale
Crème de nuit

Orchidée Impériale
Crème de jour

Orchidée Impériale
Crème légère

Orchidée Impériale
Crème Yeux

Orchidée Impériale Black

Orchidée Impériale Black
Contour des yeux

Orchidée Impériale Black
Symbiosérum

PARFUMS

Aqua Allegoria

Flacon aux Abeilles

L'Art du Geste
Lait corps

L'Art du Geste
Savon

L'Art & La Matière
Bougie

MAQUILLAGE

Rouge G

Parure Gold
Fond de Teint poudre
compacte

Parure Gold
Foundation Cushion

Depuis 4 ans, la Maison Guerlain teste sa démarche de rechargeabilité sur son offre premium tri-axe en vue d'un élargissement du modèle à moyen terme. La ligne ultra-premium Orchidée Impériale Black dont les pots des crèmes visage et contour yeux et lèvres réalisés en porcelaine de Limoges par la Maison Bernardaud sont rechargeables depuis 2018, est venue s'enrichir d'une nouvelle référence sérum rechargeable elle aussi. Désormais, c'est au tour de la nouvelle génération de crème de la ligne premium Orchidée Impériale de bénéficier d'une **recharge aussi ingénieuse que simplissime dont l'empreinte carbone est divisée par deux par rapport au produit complet⁽¹⁾**.



En maquillage, la personnalisation et la rechargeabilité du rouge à lèvres premium de la Maison reste un asset fort qui ne cesse de se réinventer au fil des collections.

Depuis 2018, toutes nos fragrances étaient ressourçables dans les points de vente « Guerlain Parfumeur⁽²⁾ », avec notre historique Flacon aux Abeilles et grâce à nos fontaines à parfum. En 2021 nous avons étendu le concept au nouveau flacon de L'Art & La Matière fabriqué désormais à partir de verre recyclé⁽³⁾, et re-remplissable à l'infini en boutique Guerlain⁽²⁾. À chaque nouveau remplissage, le flacon est rafraîchi, pour repartir comme neuf. En 2022, c'est la gamme Aqua Allegoria qui a été relancée dans un flacon rechargeable chez soi, fabriqué lui aussi à partir de verre recyclé à 15 %.

(1) Comparatif entre la crème Orchidée Impériale lancée et sa recharge. Les comparatifs des équivalents CO2 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.
(2) Service proposé dans les pays où la réglementation le permet
(3) 10% de verre recyclé dont 1 % de verre recyclé post-consommation et 9 % de verre recyclé post-industriel interne

DES EMBALLAGES D'EXPEDITION ÉCO-CONÇUS

Depuis 2021, Guerlain repense ses emballages cadeau et d'expédition.

Pour les clients qui souhaitent recevoir leurs achats dans un écrin cadeau, nous avons repensé ce dernier dans une approche d'éco-conception. Fabriqué exclusivement à partir de papier et carton FSC, sa construction a été réalisée avec un système d'accroche mécanique qui limite l'utilisation de la colle, et ne nécessite pas d'aimant. Ajusté autant que possible au format de la commande, l'écrin luxueux a été pensé pour être réutilisé comme un coffret. À l'intérieur, le papier de soie à 100 % d'origine France est maintenu par un sticker enduit d'une colle à l'eau et sans solvant, totalement recyclables.

En 2022, Guerlain lance son emballage e-commerce éco-conçu. Un sujet plus que stratégique quand on sait qu'au début de la crise sanitaire, les ventes d'e-commerce ont augmenté partout dans le monde de l'équivalent de 10 ans en seulement 8 semaines et que cette tendance s'est ensuite durablement installée. Désormais, les clients peuvent opter pour un mode d'expédition encore moins impactant et recevoir leur produit directement placé dans une boîte d'envoi, ajustée autant que possible à la taille de l'objet, et fabriquée exclusivement avec du papier et du carton recyclés afin d'en faciliter le recyclage en fin de vie. Un nouveau concept innovant et éco-conçu mis au point avec notre fournisseur DS Smith dont l'innovation repose sur un système ingénieux de cale en papier « auto-celant » qui protège et maintient les produits pendant le transport, minimise la quantité d'emballage et privilégie l'utilisation de matériaux recyclés et recyclables.



UN GIFTING EN PLEINE RÉINVENTION

- Convaincu que nous devons travailler sur l'ensemble de nos productions mais également que nous devons passer un message de sensibilisation à nos clients par tous les moyens, nous avons entamé depuis 2022 une démarche de rationalisation et de réinvention des cadeaux que nous offrons pour diminuer et maîtriser leurs impacts. Par exemple, cela nous a ainsi d'ores et déjà conduit à bannir l'utilisation d'aimants et à diminuer de 40 % l'utilisation de fermetures métalliques zippées. Cette démarche ambitieuse nous conduira en 2024 à :
- N'utiliser que du coton certifié GOTS*
 - Tous les textiles utilisés seront biosourcés ou recyclés (y compris les doublures).
 - Nous n'aurons plus aucun polyester, polyuréthane et viscose vierges.
 - N'utiliser que du papier et carton certifiés FSC** pour l'emballage de nos cadeaux

* 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. ** 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.

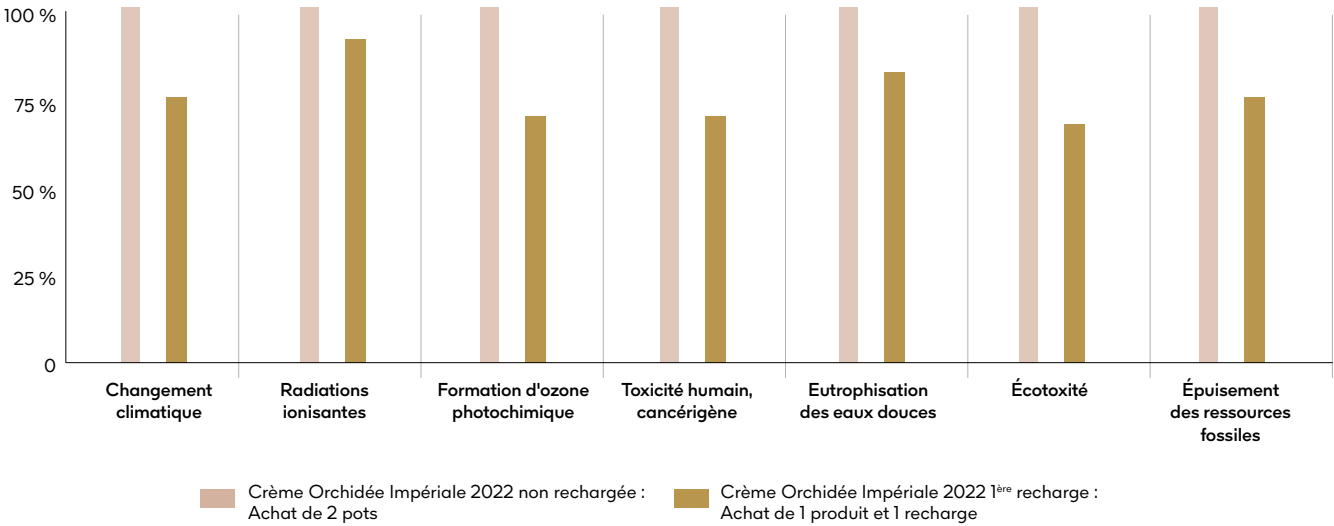
DERNIÈRE GÉNÉRATION DE L'ORCHIDÉE IMPÉRIALE : AU-DELÀ DE LA FORMULE, UN PACKAGING ECO-CONÇU

Conformément à son engagement d'innover durablement, Guerlain relance sa crème iconique Orchidée Impériale en challengeant toujours plus l'éco-conception du packaging, mais aussi de la formule. La redéfinition du luxe : épuré et responsable.

Entre la génération 3 lancée en 2013 et la génération 4 lancée en 2017, la crème Orchidée Impériale avait déjà allégé son pot de 60 %⁽¹⁾ et réduit le volume de son écrin de 40 %⁽¹⁾ pour diviser l'empreinte carbone de son packaging par deux⁽¹⁾. En 2022, Guerlain incorpore désormais 40 % de verre recyclé et 88 % de plastique recyclé dans la fabrication de son pot, dont la silhouette slim demeure inchangée, et réussit le pari d'ajuster encore davantage le coffret qui perd encore 8 %⁽¹⁾ de son poids, et 20 %⁽¹⁾ de volume mais rien de sa valeur perçue. L'avancée majeure en termes d'éco-conception tient à la proposition d'un nouveau concept de rechargeabilité aussi simple qu'ingénieux. À la fin de la première utilisation, la cliente conserve sa coiffe et ne rachète que le pot en verre, permettant ainsi une économie de 25 %⁽²⁾ de CO₂.



Analyse du cycle de vie (ACV) de la Crème Orchidée Impériale 2022 - Comparaison de deux scénarios d'usage



(1) Comparatif entre la crème Orchidée Impériale lancée en 2013 et la version relancée en 2017
(2) Utilisation d'un pot de crème Orchidée Impériale 50ml + une recharge 50 ml, par rapport à 2 crèmes Orchidée Impériale 50 ml. Résultats obtenu grâce à une ACV réalisée par la Coopérative MU, agence d'éco-conception
Les comparatifs des équivalents CO₂ apportés par l'emballage du produit et son transport dans le monde sont 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.

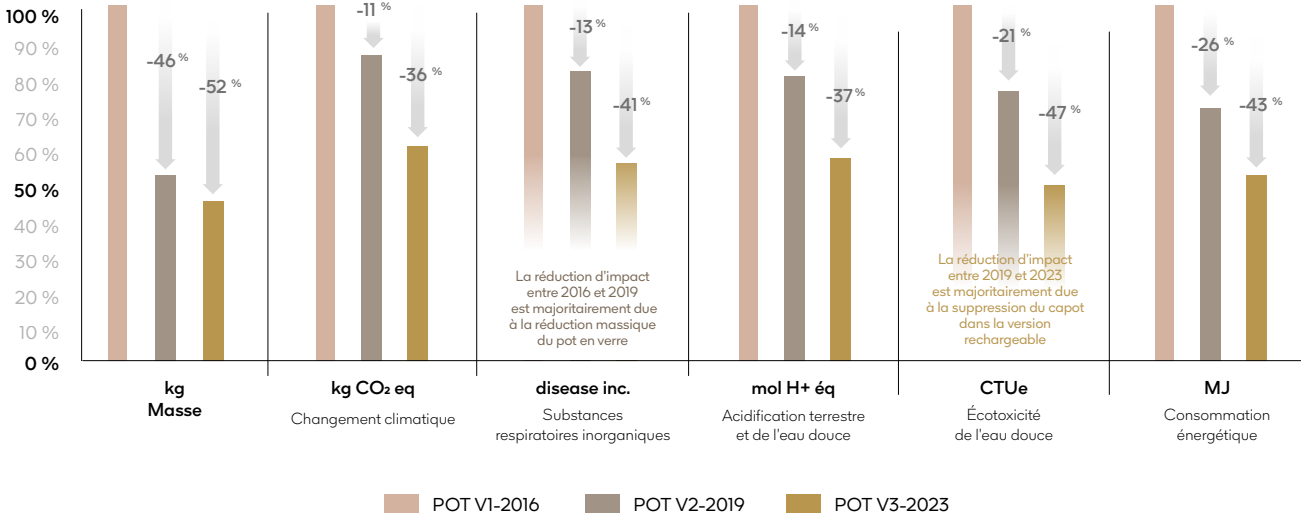
DERNIÈRE GÉNÉRATION DES CRÈMES ABEILLE ROYALE DÉSORMAIS RECHARGEABLES



Depuis 2016, les pots des Crèmes Abeille Royale sont pensés comme des écrins précieux. Dans une volonté de démarche toujours plus vertueuse, Guerlain repousse encore en 2023 les frontières de la sophistication et de sa démarche d'éco-conception pour encapsuler les soins Honey Treatment, soigneusement pensés sous un prisme de durabilité et d'éco-responsabilité.

Pour la première fois, chacun des écrins du duo Haute Réparation est rechargeable. Conçus en verre, les pots sont constitués à minima de

20 % et jusqu'à 40 % de verre recyclé. Cette approche environnementale se traduit également par une quantité de verre réduite de 50 % par rapport à la génération des crèmes de 2016, véritable prouesse technologique garantissant la solidité du verre malgré un poids réduit et un matériau toujours plus fin. Et le volume des coffrets est ajusté de façon optimale pour ne garder que l'essentiel de l'emballage. Ces actions d'éco-conception permettent une réduction de l'empreinte carbone des crèmes de 36 % comparé à leur première génération⁽¹⁾.



Les impacts environnementaux potentiels du **scénario V3 + recharge (40 % PCR)** en cycle de vie sont réduits de 36 % à 47 % par rapport au **scénario V1** sur les 5 indicateurs d'impacts observés.

(1) Comparatif des équivalents CO₂ apportés par le nouvel emballage 2023 et sa recharge par rapport à deux emballages première génération 2016, 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.

Retail : vers un bee-concept éco-conçu

Notre démarche d'éco-conception ne se limite pas à nos formules et à nos emballages, mais s'applique également à nos points de distribution. Nous déployons progressivement nos nouveaux concepts de boutique, appelés « Bee-concept », en intégrant dès la première installation, des critères stricts pour alléger leur empreinte, et ce dans les moindres détails : **équipements 100 % LED, bois certifié PEFC ou FSC, fournisseurs locaux privilégiés pour contretyper sur place et éviter le transport, notamment des matériaux les plus lourds** – comme par exemple la pierre véritable en Chine... jusqu'aux décors papier réalisés à la main par des artisans et aux placages bois envoyés en rouleaux pour limiter les émissions CO2 liées au transport...

Afin d'aller plus loin dans l'éco-conception de notre Bee-concept, sans pour autant remettre en cause l'attractivité et les valeurs de luxe qui le constituent, nous avons réalisé une ACV de 3 éléments du mobilier présents dans la boutique du Bon Marché, un des premiers points de vente à bénéficier de l'installation de ce nouveau concept. Celle-ci nous a permis d'identifier les principaux contributeurs de l'empreinte environnementale pour nous aider à éco-concevoir les points qui bénéficieront à l'avenir de l'installation

de ce concept. Les étapes « matières premières », et « utilisation », représentant plus de 85 % des impacts pour les 3 éléments, nous savons que nous devons orienter nos efforts sur la maîtrise de la consommation énergétique (luminaires en particulier), ainsi que sur la substitution des matériaux les plus impactants. Une analyse poussée des matières premières nous conforte dans notre choix d'avoir érigé en codes majeurs de notre concept des **matériaux naturels relativement vertueux et durables**, comme le bois et le marbre (s'il est sourcé localement et prévu pour une durée de 5 ans minimum). En effet, s'ils représentent plus de 80 %⁽¹⁾ en poids pour nos « wall » dédiés à la franchise Abeille Royale par exemple, ils contribuent à moins de 20 %⁽¹⁾ des impacts. À l'inverse, les matériaux utilisés pour dorer certains éléments architecturaux sont très contributeurs malgré une présence relativement minime. C'est le cas du laiton pour lequel nous cherchons des substitutions moins impactantes à base d'acier et avec un parachèvement qui aurait un aspect similaire à celui du laiton doré.

L'éco-conception de nos boutiques dans le monde demeure assurément un des axes sur lesquels nous devons concentrer nos efforts dans les années à venir.



(1) Réalisation d'une analyse de cycle de vie par le groupe DIAM, sur 3 éléments merchandising de la boutique Guerlain du Bon Marché à Paris. Wall Abeille Royale, Colonne Lumineuse, Bar. Hypothèse de durée de vie, 10 heures par jour, 360 jours par an pendant 5 ans.



RECYCLING BAR

Dès 2009, Guerlain proposait à ses clients, en France, de retourner leurs emballages vides en boutique pour les recycler via Cèdre, la plateforme de tri et de recyclage créée en partenariat avec le Groupe LVMH. Une communication accrue sur cet engagement en 2021 nous a donné la preuve de l'intérêt croissant de nos clients pour cette initiative.

En 2022, Guerlain décide de matérialiser ses « recycling bar » en point de vente afin d'élargir sa communication et d'**inciter les clients à rapporter leur emballages vides en magasin**. Un premier pilote verra le jour en 2023, dans la boutique parisienne du BHV, à vocation de test et d'apprentissage avant de déployer ce concept plus largement en France puis dans le reste du monde pour les années à venir.

ENGAGER LA PUBLICITÉ SUR LE LIEU DE VENTE (PLV)

Pour les éléments de PLV pérennes, différentes actions ont été lancées, depuis plusieurs années, par les équipes achats : **la diminution des épaisseurs** des modules de soin ou de maquillage, **l'injection en mono-matière** ou **l'utilisation de plastique recyclé** sont des réflexes adoptés depuis plus de 5 ans.

Outre le merchandising pérenne, Guerlain a également récemment engagé une taskforce d'éco-conception sur la PLV éphémère liée aux périodes de lancements. Conçue dans une logique de courte durée, celle-ci devra en particulier répondre à des critères de légèreté et de recyclabilité en fin de vie, en minimisant la colle et le nombre de matériaux différents, afin de minimiser son empreinte environnementale.

Le challenge prioritaire pour les années à venir sera de co-construire avec les autres acteurs de l'industrie, et dans le plus de pays possible, une filière de collecte de ces PLV pour les trier et les recycler. Guerlain, membre d'un groupe de travail dédié à ce sujet mis en place par l'institut du commerce en France, participe activement à la recherche de solutions et à leur expérimentation sur le terrain, afin d'avancer collectivement sur la résolution de cette problématique, aussi complexe que stratégique.

98 %
des éléments de PLV
éphémère sont
fabriqués en PMMA
(polyméthacrylate
de méthyle)
recyclé en 2022.
L'objectif est d'atteindre
100 % en 2023.

100 %
des emballages des éléments merchandising
en plastique seront d'origine recyclée ou biosourcée,
recyclables ou réutilisables d'ici 2030 (LIFE 360).



L'ART ENGAGÉ

OASHE est un projet créé par 5 étudiantes de l'école de commerce IPAG qui a remporté en 2019 le « Sustainable Beauty Challenge » 2019 organisé par Cosmetic 360 et sponsorisé par LVMH, et dont le thème était « la beauté responsable ». Leur idée : **recréer des parfums à partir de parfums destinés à la destruction**. Séduit par le projet, Guerlain a accompagné ces étudiantes dans un programme de mentoring, pour donner vie à leur projet et ainsi démontrer sa faisabilité. Le parfum unique et singulier obtenu grâce au savoir-faire exceptionnel des parfumeurs Guerlain et l'implication des équipes opérationnelles et de notre partenaire Cèdre, abouti à une audacieuse fragrance 100 % « upcyclée ». Assemblage harmonieux de différentes fragrances, ce parfum exclusif entrelace notes de rhubarbe, jasmin et bois de santal, en un accord lumineux.



Intégrée en 2023 à une Pièce d'Exception spécifiquement développée pour Bee Garden en collaboration avec l'artiste Céline Cléron autour du Flacon aux Abeilles. Artiste plasticienne pluridisciplinaire, Céline Cléron s'inspire du vivant dans ses créations de pièces aussi délicates que sculpturales, et métamorphose de son regard poétique un objet en œuvre d'art. Elle imagine pour cette édition d'artisanat d'art un jardin enchanteur et aérien rempli de fleurs et de pollinisateurs, réalisés à la main en biscuit de porcelaine rehaussé d'or, et porté par de gracieuses tiges dorées à l'or 24 carats, chacune s'élançant comme une célébration lyrique de la nature.



LES FLEURS, LE BEE GARDEN & L'UPCYCLING

Depuis 2020, le « Bee Garden » anime nos boutiques d'un jardin merveilleux, inspiré par l'Abeille et orné de fleurs stabilisées. Imaginées comme un rendez-vous onirique et enchanté, ces magnifiques créations ne pouvaient qu'être réutilisées : les fleurs sont réintroduites en décoration de nos boutiques parisiennes ou ont été offertes à différentes associations ou organisations, les alvéoles qui composent la structure ont été reprises pour l'édition 2022 et pour d'autres événements comme Noël...

Autre événement, autres fleurs : les somptueuses scénographies créées par Stéphane Chapelle pour Orchidée Impériale pour nos boutiques parisiennes étaient composées d'orchidées fraîches, changées tous les 15 jours. Les orchidées sortantes, encore en bon état, ont été données à l'École Du Brevil et utilisées pour des travaux pratiques des élèves en ce début d'année.



L'éco-formulation au cœur de nos priorités

Fruits d'un long travail de recherche et développement, les formules de nos créations constituent l'une de notre plus grande priorité. Il s'agit pour notre Maison de développer des produits éco-formulés, toujours plus vertueux prenant en compte les évolutions scientifiques, sociétales et réglementaires sans jamais rien sacrifier à la sécurité, l'efficacité et la sensorialité.

Haut lieu de notre engagement à l'image de notre Comité Eco-Design, 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 la rigueur scientifique et la recherche permanente d'innovation notamment en biotechnologie et en chimie verte de l'équipe de R&D. La mission du Comité est ambitieuse : offrir une beauté naturelle, durable, rare et précieuse dans le respect des signatures historiques de la Maison.

NOTRE DÉMARCHE D'ÉCO-FORMULATION S'ARTICULE AUTOUR DE 3 GRANDS AXES :

Une charte de formulation exigeante

Développer des produits avec les ingrédients les plus vertueux possible en offrant une sécurité irréprochable, une efficacité inégalée et une sensorialité hors norme est un engagement fort de notre Maison. Si la sélection scrupuleuse des matières premières qui composent nos créations a toujours fait l'objet d'un travail rigoureux de nos équipes de R&D, nous avons fait le choix depuis la mise en place de nos comités éco-formulation de renforcer davantage et de manière continue les exigences de notre charte pour en faire l'une des plus strictes de l'industrie du luxe, bien au-delà des attentes réglementaires. Ce sont ainsi plus de 100 ingrédients controversés que nous avons décidés d'exclure de toutes nos nouvelles créations depuis 2021, soins et maquillage. L'ensemble de notre portefeuille produits est lui aussi en cours de reformulation de manière progressive pour répondre à nos nouvelles exigences.

La naturalité et soutenabilité des filières

Notre Maison est inspirée par la Nature depuis presque 200 ans. Fidèle à notre ADN, dès lors que cela est possible, nous cherchons à substituer les ingrédients de synthèse par des matières premières naturelles. Faire le choix de la naturalité dans le développement de nos produits nous oblige à une gestion très rigoureuse et durable des matières premières. Nous ne pouvons puiser de manière inconsidérée au risque de contribuer à détruire 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 entamons une démarche pionnière en matière de transparence dans le monde du luxe avec le lancement de la plateforme Bee Respect, permettant à nos clients de tracer entièrement les produits sur toute leurs composantes. Après les soins, nous avons intégré le maquillage dès 2020, puis progressivement le parfum depuis 2021, dont le catalogue est intégralement disponible sur la plateforme depuis fin 2022.

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'éco-toxicité, 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...), 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.



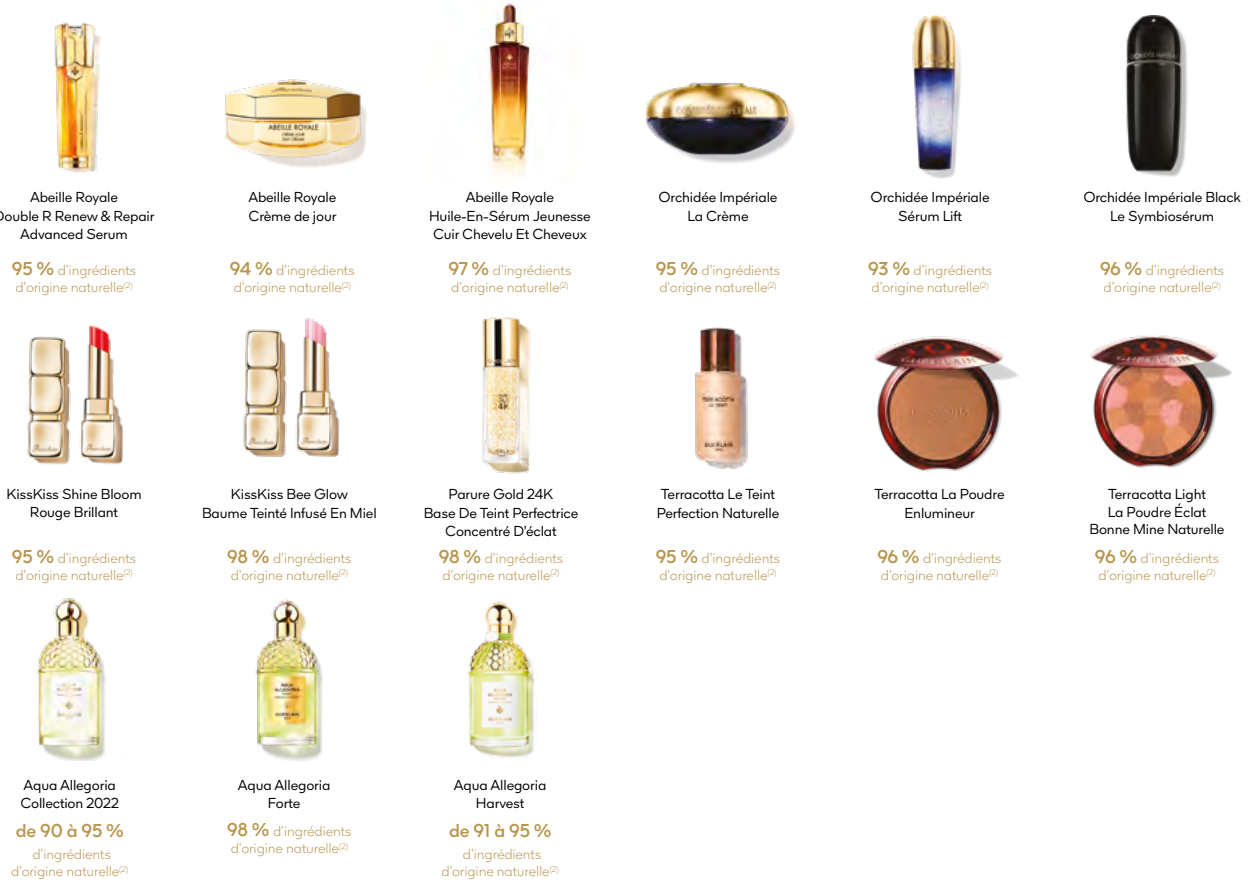
(1) Sur la base de la définition proposée par l'ECHA en Janvier 2019, en cours de discussion avant adoption définitive
(2) Hors produits contenant un SPF et hors gamme Hair Care

90 % de naturalité : un objectif mesuré, pas une course effrénée

Si pour nos formules de soin, nous affichons un taux minimum de 90 % pour l'intégralité de nos innovations depuis 2021⁽¹⁾, le défi s'avère plus difficile pour les formules de maquillage, qui recherchent avant tout des effets et des couleurs vibrantes, traditionnellement associées à des ingrédients de synthèse. Nous fixons donc ce même objectif de 90 % de naturalité pour nos innovations maquillage, dès que cela est possible, mais nous savons que pour certaines textures, comme les fards à paupières par exemple, il faudra plus de temps pour l'atteindre. Pour les catégories du teint et celles des lèvres, nos équipes R&D ont su depuis 2019 relever le défi avec des taux d'ingrédients d'origine naturelle parmi les plus élevés du marché. Ré-inventer la mythique poudre de soleil Terracotta, puis sa version « light » dans une formule plus naturelle avec un résultat maquillage toujours aussi naturel s'est avéré être un exercice particulièrement difficile. Leur nouvelle version formulée avec un taux d'ingrédients d'origine naturelle de 96 % a ainsi nécessité **des années de recherche** et de criblage pour trouver les bonnes poudres naturelles permettant le juste effet voile.

Pour les parfums, cibler 90 % d'ingrédients d'origine naturelle ne nous semble pas pertinent pour l'ensemble de nos gammes. Cela demande une attention particulière pour limiter l'exposition au risque allergène et ne pas détériorer la soutenabilité de la formule. Maximiser les ingrédients naturels et limiter les ingrédients synthétiques dans un concentré parfumé réduit aussi la palette créative olfactive de nos parfumeurs. Alchimistes de génération en génération, ils ont aussi recours à la synthèse depuis 1889, comme avec la création de Jicky, le premier parfum unisexe de synthèse. Essentiels pour reproduire les notes de certaines fleurs « muettes », les ingrédients de synthèse s'associent aussi formidablement à des ingrédients naturels pour intensifier leur note ou pour créer de nouveaux accords qui émerveillent les sens.

Afin d'être cohérent avec un positionnement fortement inspiré de la nature, nous avons reformulé la gamme Aqua Allegoria et nos Allégories de la Nature, en y intégrant la plus grande part possible de matières premières d'origine naturelle (entre 90 % et 95 %) sans transiger sur la qualité olfactive et son sillage.



(1) Hors produits contenant un SPF et hors gamme Hair Care
(2) Calculs basés sur la norme ISO 16128 incluant l'eau

« Bee Respect » : l'éco-innovation en toute transparence

Depuis plus de 4 ans, la Maison Guerlain s'est engagée dans un processus long et rigoureux de cartographie du cycle de vie de ses produits. En 2019, nous avons lancé « Bee Respect », notre plateforme de transparence et de traçabilité conçue en partenariat avec la société Product DNA (architectes de la traçabilité). Accessible à tous via notre site guerlain.com, c'est également, pour les équipes internes, un outil précieux d'amélioration continue (notamment de l'impact environnemental), du champ de fleurs jusqu'à nos clients.

Cette plateforme digitale de transparence et traçabilité permet de rassembler **les informations sur les ingrédients et leur provenance, les composants de packaging, les lieux de production, les fournisseurs...**

C'est l'outil parmi les plus complets du marché de la Beauté, offrant une **visibilité complète sur l'ensemble du cycle du vie du produit** et répondant à une demande forte de nos clientes et clients, particulièrement après la crise sanitaire que le monde a connue. Le trafic sur « Bee Respect » augmente chaque mois davantage.



NOS AMBITIONS À VENIR

Partager les coulisses de nos produits toujours plus largement et facilement.

- Une intégration progressive de toutes nos références (gammes soin en 2019, maquillage en 2020, parfum en 2021-2022).

Objectif : 100 % de nos créations tracées d'ici fin 2023⁽¹⁾.

- Un lancement international (Europe en 2021, Asie et US en 2023), et ce dans les langues de chaque pays.



670
ingrédients tracés
(2023)

250
collaborateurs & partenaires
mobilisés pour le faire vivre

40
fournisseurs &
partenaires valorisés

(1) hors éditions limitées, bougies et dérivés parfumés

Ces tiers de confiance synonymes d'exigence

Guerlain suit ses règles très strictes en matière d'éco-conception et d'éco-formulation. Ces standards peuvent être félicités, challengés, jugés pour apporter une caution supplémentaire auprès du grand public par des tiers de confiance. Nous y sommes très attentifs, et restons à l'écoute des débats sociétaux en cours pour mieux répondre à l'aspiration croissante de nos clientes et clients, à plus de naturalité notamment, ou au retrait de certains ingrédients qui font débat.

LA VITRINE VERTE DES PROGRAMMES DISTRIBUTEURS

De plus en plus de programmes de beauté responsable voient le jour dans le monde de la distribution (grands magasins et enseignes spécialisées en particulier). Nous en avons répertorié une quinzaine à travers le monde, tous ambitieux et de plus en plus exigeants, qui permettent d'installer en magasin ou sur les sites de e-commerce des balises estampillées « Good », « Clean », « Green » ou « Responsable ». Cette nouvelle exigence du retail, érigée en vitrine et fortement plébiscitée par nos clients car gage de confiance, devient la nouvelle norme.

Si chaque initiative établit son propre cahier des charges, il n'est pas rare de retrouver des critères communs. Ainsi, pour respecter les référentiels, les formules doivent être « formulées sans » - une liste d'ingrédients déterminée par l'enseigne et souvent nourrie par les controverses - mais aussi de plus en plus souvent en Europe - « naturelles » (taux minimum d'ingrédients d'origine naturelle requis de 90 ou 95 %). **La traçabilité des ingrédients, l'éthique du sourcing ou l'opposition d'un label** sont également de mise. De plus en plus, des critères relatifs à l'éco-conception viennent par ailleurs compléter ce référentiel : **la rechargeabilité, le recyclabilité, le « sans plastique » ou le taux de matière recyclée contenu dans les emballages** sont les exemples les plus répandus. Ces exigences

font partie intégrante de notre stratégie d'innovation durable, nos dernières innovations sont donc éligibles à ces programmes. Ainsi, de nombreuses nouveautés soin, les derniers lancements Kisskiss et Terracotta, et plus récemment la collection Aqua Allegoria ont intégré une ou plusieurs de ces initiatives, comme le programme « Good For Sephora » qui met en avant entre autres, les formules naturelles, les packagings rechargeables ou les filières responsables. Succès notable outre-Atlantique, **Guerlain est la première marque soin de luxe à faire partie du programme américain le plus médiatisé de Sephora : « Clean At »**. Celui-ci fait la part belle aux formules respectant une longue « No List » d'ingrédients non autorisés, permettant de gagner le macaron vert.



GO  GOOD
POUR UNE MODE PLUS RESPONSABLE



L'EXIGENCE DES LABELS : MAIS PAS TOUS

Il existe de nombreux labels autour du bio, de la naturalité, du safe, du clean... qui font tous appel à des critères différents. Très peu d'entre eux relèvent d'une réglementation.

Nous accordons de l'importance à ce qui est démontrable et qui a de l'intérêt pour nos consommateurs :

- la norme ISO pour le taux de naturalité
- l'UEBT pour qualifier les améliorations sociales et environnementales de nos filières
- la plateforme « Bee Respect » pour la traçabilité
- la charte achats responsables Parfums & Cosmétiques du Groupe LVMH pour l'engagement sociétal
- l'analyse de cycle de vie de nos créations pour l'engagement environnemental

CLIMAT

L'ère industrielle est marquée par un réchauffement du climat terriblement accéléré, lié à une augmentation considérable des gaz à effet de serre. Nous pourrions franchir un seuil de 2 °C dès 2030 et atteindre une augmentation bien plus importante avant 2100. Les conséquences en seraient nombreuses et souvent dramatiques : canicules extrêmes, montée du niveau de la mer, sécheresses, inondations ... Entre 3,3 et 3,6 milliards d'habitants pourraient alors se retrouver fortement fragilisés, avec un accès limité à l'eau et à l'alimentation.

Face à ce lourd constat, l'espoir peut néanmoins se frayer un chemin. Car, les scientifiques le disent, l'objectif de limiter le réchauffement climatique à 2 degrés n'est pas utopiste.

Les États tentent de faire consensus en signant des accords internationaux. De leur côté, les entreprises agissent plus librement car plus agiles. En s'appuyant sur des dispositifs existants ou sur leurs engagements volontaires, elles adoptent des solutions concrètes et n'hésitent pas à mutualiser leurs efforts pour réduire significativement l'impact de leurs activités. Sur toute la chaîne de valeur, les acteurs économiques transforment positivement leurs pratiques. Objectif : moins émettre de gaz à effet de serre tout en respectant la biodiversité, puisque les deux sont très liés. Justement, de nombreuses solutions de protection de la biodiversité favorisent des espaces naturels qui absorbent du CO₂.

En 2022, parmi les 147 entreprises européennes passées à la loupe du CDP*, 24 entreprises françaises arrivent en tête de liste et trois grands groupes obtiennent un triple « A » attestant leur leadership en matière de protection du climat, des forêts et de l'eau. Le Groupe LVMH est de ceux-là. Cette reconnaissance récompense les efforts fournis par ces acteurs et ouvre la voie à d'autres en montrant qu'une trajectoire plus durable est possible.

* CDP, Carbon Disclosure Project (ONG qui mesure et évalue les engagements environnementaux des entreprises)

GUERLAIN
PARIS

TheGood.fr



CLIMAT

Agir pour le climat et alléger notre empreinte



La Maison Guerlain et ses partenaires ont la ferme volonté de relever le défi climatique, lequel implique aussi les infrastructures disponibles, locales et internationales. Pour sa part, Guerlain réalise chaque année le bilan de ses émissions de gaz à effet de serre (méthodologies Bilan Carbone® et GHG Protocol) qui a permis de définir des objectifs de réduction conformes à l'accord de Paris et d'identifier le poste des transports comme principale contribution de ses activités à l'effet de serre. Nous nous organisons ainsi pour réduire cet impact.

Nous nous sommes fixés comme objectif de contribuer d'ici 2030 à la neutralité carbone globale (mondiale) sur tous nos scopes (1,2 et 3). Pour cela nous avons d'une part fait valider nos objectifs de réduction d'émissions d'ici à 2030 par la SBTi et contribuons d'autre part à des projets d'évitement et de séquestration de gaz à effet de serre (augmentation des puits de carbone) à hauteur de nos émissions résiduelles avec une priorité sur notre chaîne de valeur.

100 %

**D'ÉNERGIE RENOUVELABLE
EN FRANCE**

(électricité verte & biométhane)

depuis le

1^{ER} JUILLET 2021.

80 %

**DE NOS SITES
MONDIAUX CERTIFIÉS**

ISO 14001 EN 2022

72 %

**DE RÉDUCTION
DES ÉMISSIONS DE GES**

SUR NOS SCOPES 1 & 2

EN 2022 (VS 2019)

NOTRE STRATÉGIE CLIMAT
EN 10 POINTS CLEFS

01 Validation par la SBTi des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (scope 1, 2 et 3) dans notre chaîne d'approvisionnement étendue	06 100 % d'énergie renouvelable en France
02 Objectif 2030 : -47 % d'émissions sur les scopes 1 et 2 par rapport à 2019	04 80 % des sites Guerlain dans le monde certifiés ISO 14001
03 Objectif 2030 : -57 % d'émissions liées à l'achat de biens et services, au transport et à la distribution (scope 3) par rapport à 2019	08 100 % des collaborateurs sensibilisés et formés aux enjeux climatiques d'ici 2025 (ateliers Fresque du Climat)
04 Objectif 2025 : 45 % des achats de biens et services auprès de fournisseurs engagés dans une trajectoire SBTi	09 3 certifications ambitieuses pour nos bâtiments (Rivoli et Pont Neuf) : HQE, BREEAM et LEED
05 -60 % d'émissions sur nos scopes 1 & 2 grâce à l'amélioration de l'efficacité énergétique et au passage à des d'énergies renouvelables	10 Premier en France, dès 2013, à utiliser un camion de 16 tonnes 100 % électrique pour ses approvisionnements parisiens siège et boutiques

Une démarche mesurée,
encadrée, contrôlée
selon les principes de la SBTi
(Science-Based Targets Initiative)

En septembre 2021, l'initiative Science-Based Targets (SBTi) a validé l'engagement de la Maison à réduire ses émissions de gaz à effet de serre. Ces objectifs, fondés sur la science, constituent l'un des volets de notre engagement : Au Nom de la Beauté. En effet, Guerlain souhaite contribuer à la neutralité carbone mondiale. Désormais, les objectifs de la Maison s'alignent officiellement avec ceux de l'accord de Paris, qui vise à limiter le réchauffement climatique à 1,5 °C au-dessus des niveaux préindustriels par rapport à 2019.

- D'ici 2030, Guerlain s'engage à réduire ses émissions de gaz à effet de serre de **47 %** par rapport à 2019 sur les scopes 1 et 2.
- D'ici 2030, Guerlain s'engage également à diminuer de **57 %** les émissions liées à l'achat de biens et de services, au transport et à la distribution (par tonne de produits fabriqués par rapport à 2019).
- D'ici 2025, Guerlain s'engage enfin à ce que **45 %** des dépenses pour l'achat de biens et de services seront effectuées auprès de fournisseurs également engagés dans une trajectoire encadrée par la SBTi.

La 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.



LA TRANSPARENCE DE NOS ENGAGEMENTS AU TRAVERS DE LA PLATEFORME OPENCLIMAT

La Maison Guerlain a toujours considéré la transparence comme un gage de sincérité et une preuve solide et vérifiable de ses engagements et de ses déclarations. C'est ainsi que nous avons été pionniers en 2015 avec la publication de notre Rapport Développement Durable, en 2019 avec la mise en ligne de « Bee Respect » (première plateforme qui recense les principaux fournisseurs d'une marque dans le secteur du luxe). En 2021, nous avons fait valider nos objectifs de réduction d'émissions de GES par un tiers indépendants : l'initiative Science Based Targets (SBTi).

C'est dans cette continuité que fin 2022, la Maison Guerlain a fait partie du lancement de la plateforme OpenClimat, devenant ainsi la première Maison de Luxe à détailler ses actions climat de façon complète et harmonisée, pour venir nourrir cette culture de transparence et de partage avec nos publics.

OpenClimat est aujourd'hui la plateforme de référence de l'action climatique des entreprises.

Contribuer à la neutralité carbone globale sur nos 3 scopes

Cette contribution à la neutralité carbone globale (mondiale) repose sur trois piliers : réduire significativement nos émissions de gaz à effet de serre (GES) selon nos objectifs validés par la SBTi et conformes à l'accord de Paris. Contribuer à des projets d'évitement d'émissions sur notre chaîne de valeur. Et enfin, contribuer à des projets permettant l'augmentation des puits de carbone.

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

Le total de nos émissions de gaz à effet de serre sur les scopes 1 et 2 était de 1559 tonnes eqCO₂ en 2019. Pour atteindre son objectif de réduction et contribuer à la neutralité mondiale, Guerlain actionne 3 leviers, dans cet ordre de priorité.

- Depuis juillet 2021, **notre site de La Ruche a cessé de s'approvisionner en gaz naturel pour passer à 100 % de biométhane**. Obtenu par épuration du biogaz, lui-même issu de la fermentation de déchets organiques, le biométhane est une source d'énergie entièrement renouvelable et non-fossile. Ce passage à un « gaz vert », qui plus est produit en France, permet à Guerlain de réduire son empreinte carbone de 1000 tonnes d'équivalent CO₂ par an. Restent 559 tonnes eqCO₂ sur les 1559 totales qui seront gérées par deux autres leviers.
- **Des audits énergétiques périodiques et des actions de réduction des consommations d'énergie menées** sur nos sites les plus consommateurs.
- **Des projets de séquestration et d'évitement de CO₂ pour les émissions restantes**. Notre priorité est de réduire nos émissions mais certaines sont incompressibles pour des raisons techniques. En 2022 nous avons décidé de soutenir des projets agricoles de réduction d'émissions de GES avec France Carbon Agri Association (FCAA). Deux projets situés dans le département de notre site de production de La Ruche ont été identifiés pour une réduction de 1243 tonnes eqCO₂ (résultat des pré-audits réalisés sur les exploitations). Ces projets font l'objet d'une labellisation Bas Carbone afin de vérifier la mise en œuvre des plans d'actions sur une durée de 5 ans. En parallèle nous travaillons également avec la société Epiterre afin de développer, sur le même secteur géographique, des surfaces de jachères mellifères et de luzerne afin d'augmenter le bol alimentaire des pollinisateurs et de favoriser un couvert végétal favorable à la biodiversité.

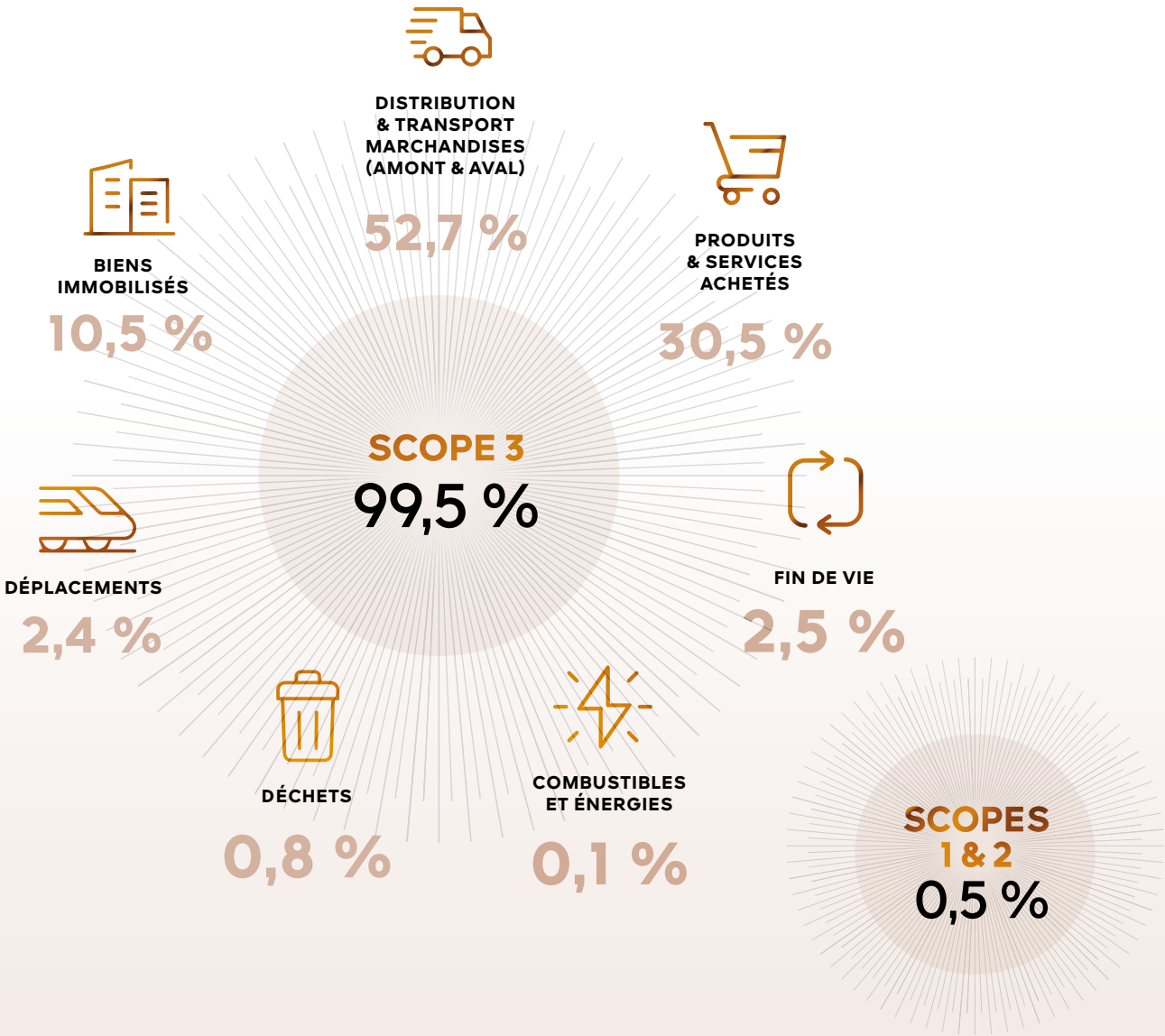
SCOPE 3 : D'ICI 2030

Le scope 3 représente la part la plus importante des émissions GES de Guerlain. Parmi elles, les transports représentent un levier de progrès très important : nous y travaillons en déployant de nombreuses initiatives et mesures. Plus de la moitié de nos émissions sont dues à l'avion. Sur l'ensemble des scopes la logistique aval pèse 54 %, dont 99 % sont dues à l'avion. D'où la volonté partagée avec nos filiales de **privilégier le mode maritime**, pour continuer à satisfaire nos clients les plus éloignés, autant que la Maison le peut. **L'éco-conception** des packagings, diminuant le ratio poids/volume, est également un axe fort de notre politique d'allègement carbone (voir p.54/55) de même que **la gestion prévisionnelle de nos lancements produits** qui intègre un délai d'anticipation nous permettant un transport maritime. En outre, nous accompagnons nos équipes avec des indicateurs et des **outils de calcul CO₂**. Nous réalisons également des tests de transport par rail entre l'Europe et l'Asie, solution intermédiaire en termes de délais et d'émissions de CO₂ comparée aux modes de transport aérien.

Le bourdon

Guerlain a été le premier à utiliser en France un camion de 16 tonnes 100 % électrique. Le Bourdon roule de nuit, silencieusement, sans émissions de particules fines à l'échappement et avec de faibles émissions de CO₂, il approvisionne depuis 2013 notre siège et nos 8 boutiques parisiennes. Cette expérimentation a permis de récolter et de transmettre des retours d'expériences précieux à Renault Truck et de créer un véhicule de série, le ZE, que nous utilisons depuis février 2022.

Plus de 60 tonnes de CO₂ ont été économisées par rapport à l'utilisation d'un véhicule Diesel équivalent depuis le début de son utilisation.



Entre 2019 et 2022, nous avons réduit de **72 %** en valeur absolue nos émissions de gaz à effet de serre sur nos scopes 1 & 2. Sur la même période les émissions de notre scope 3 ont augmenté de 13 % en valeur absolue. Sur ce même scope 3 les émissions associées au transport amont et aval ainsi qu'aux achats ont diminué de **7 %** en intensité (par tonne de produits fabriqués).

MOBILITÉS DOUCES

Dans le cadre de la réduction des émissions de son scope 3, Guerlain travaille également sur les actions de mobilité douce. Ainsi, l'arrivée en 2021 sur notre nouveau siège situé au cœur de Paris à la Samaritaine a permis de réduire l'usage de la voiture pour les déplacements domicile / travail. Les deux bâtiments disposent en effet d'une forte desserte par les transports en commun ainsi que de locaux abrités et sécurisés pouvant accueillir jusqu'à 100 vélos et une vingtaine de trottinettes.

En complément des moyens de transport durables et des bornes de recharge électriques disponibles sur nos sites de production, une application de covoiturage a été lancée en janvier 2023 et est utilisée par plus de 10 % des effectifs, ce qui a permis d'éviter plus de 800 Kg de CO₂ lors des deux premiers mois d'utilisation.

En France une prime de 0,25 cts par kilomètre parcouru, 55 euros maximum par mois, à l'utilisation du vélo est également proposée aux collaborateurs.

Certification ISO 14001 : un process d'amélioration continue



UNE MISE EN ŒUVRE MINUTIEUSE, AU CAS PAR CAS

Chaque filiale est auditée par nos soins en suivant une check-list d'une centaine d'items, adaptés aux différents types de site et d'activité, pour définir ensuite le plan d'actions à mener selon les contextes. Son pilotage est réalisé conjointement, avec des points de contrôle, d'échange, de réorientation. Certaines filiales nécessitent des mises à jour plus conséquentes, notamment pour des raisons de réglementations nationales différentes.

UN PROCESSUS D'AMÉLIORATION CONTINUE, DANS TOUS LES CAS

Les résultats de la check-list nous permettent de définir les actions prioritaires à mettre en place. Cette grille peut évoluer selon les nouvelles techniques disponibles et les évolutions réglementaires : il y a 20 ans, ne pas avoir de LED aurait été acceptable. Aujourd'hui, c'est un standard.

UN MOUVEMENT VERTUEUX, CONTAGIEUX

Une fois partagée, cette check-list se transforme en un outil précieux comme lors de déménagements ou de rénovations pour les filiales qui la suivent attentivement. 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.

UN AUDIT ANNUEL PAR UN ORGANISME DE CERTIFICATION ACCRÉDITÉ

Les audits tierce partie permettent de s'assurer de notre conformité aux exigences de la norme ISO 14001 mais également de souligner nos points forts et de les partager pour l'ensemble de nos sites. Cette année ont notamment été mis en avant :

- Les engagements de réduction des émissions de gaz à effet de serre ;
- Le niveau de connaissance des engagements de la Maison par l'ensemble des collaborateurs ;
- La quantification et le suivi des réductions énergétiques sur nos sites de production ;
- Les nombreux Prix de Développement Durable reçus en 2022 ;
- La mesure d'impact environnemental réalisée lors du processus de conception pour chaque nouveau produit ;
- L'implication des ambassadeurs Développement Durable internes.

Une accélération de l'implication des équipes sur le sujet

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** permettant à chacun une meilleure appréhension du sujet : une formation aux enjeux globaux, un e-learning sur le climat, un autre sur la biodiversité, un dernier sur l'abeille (projet « Bee School », p.94/95) 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 du siège à La Samaritaine, Paris, et animée par les étudiants de l'université UniLaSalle en France. En 2023, les équipes des sites de production et de nos boutiques en France vont également participer à cet atelier suivies de nos filiales à l'international. Guerlain s'est fixé comme **objectif de former 100 % de ses collaborateurs d'ici à 2025**.



La Fresque du Climat est une association loi de 1901 fondée en décembre 2018 dont l'objectif est de sensibiliser au changement climatique au moyen d'un jeu sérieux collaboratif. Cette animation est devenue l'outil de référence pour permettre aux individus et organisations de s'approprier le défi du changement climatique. À travers une compréhension partagée des mécanismes à l'œuvre, elle permet de créer une discussion collective sereine et positive sur les leviers d'action.

Des bâtiments durablement conçus

NOTRE SITE DE PRODUCTION LA RUCHE

Nous avons imaginé notre site de production La Ruche, comme un laboratoire et un exemple d'innovation durable. Inauguré en 2015 à Chartres, certifié HQE (niveau Excellent), La Ruche a en outre su réduire de **93 % ses émissions CO2 en 3 ans**. L'approvi-

sionnement en énergies renouvelables (électricité verte et biométhane) couplé à des actions de réduction des consommations ont permis d'atteindre ce résultat.



LE GROUPE LVMH DÉVOILE SES ENGAGEMENTS D'APPROVISIONNEMENT EN ÉNERGIE BIOMÉTHANE AVEC SON PARTENAIRE SAVE ENERGIES

Les pays qui participaient à la COP 26 ont débattu à Glasgow du 31 octobre au 12 novembre 2021 des solutions pour limiter le réchauffement de la planète sous la barre des + 1,5°. Dans ce cadre, et conscient de l'urgence, LVMH a poursuivi ses efforts de réduction des émissions de gaz à effet de serre, en accord avec sa stratégie environnementale Life 360 (LVMH initiatives for the environment). Parmi les engagements Climat du Groupe figurent notamment la décarbonation, avec pour ambition la réduction de 50 % des émissions GES liées à la consommation énergétique et de l'ensemble de ses sites et boutiques d'ici 2026 (bases 2019), grâce notamment à une politique de 100 % d'énergies renouvelables. C'est dans cette perspective que LVMH a choisi SAVE Energies (Société d'Approvisionnement et de Vente d'Energies) pour fournir à l'ensemble de ses usines et sites français du gaz vert, en remplacement de ses

consommations de gaz conventionnel, à compter de 2023 pour une durée de trois ans. Autrement appelé biométhane, ce gaz renouvelable s'impose comme le meilleur levier de verdissement des usages chaleur et carburant réduisant de 81 % les émissions de CO2 sur la consommation de gaz. Deuxième acheteur de biométhane en France, SAVE Energies le produit au sein d'unités de méthanisation dans l'hexagone à partir de déchets organiques (agricoles et ménagers issus de l'industrie agro-alimentaire, de la restauration collective ou encore des boues de stations d'épuration). Certaines Maisons du Groupe utilisent déjà du biométhane. C'est le cas de Guerlain qui s'est engagée auprès de SAVE Energies depuis juillet 2021 pour réduire ses émissions liées à ses processus de fabrication.



NOUVEAU SIÈGE SAMARITAINE

Le déménagement du Siège (fin septembre 2021) et l'ouverture d'une nouvelle boutique Guerlain (janvier 2022) dans les locaux de la Samaritaine nous ont permis de déployer de nombreuses initiatives pour soutenir nos objectifs de réduction d'émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030. Ce chantier complexe, tout à la fois de rénovation et de neuf, a suivi un **cahier des charges ambitieux** porté par les démarches responsables respectives de Guerlain & de La Samaritaine, et nous a **engagé réciproquement**. Nos aménagements se sont inscrits dans la continuité de la démarche engagée par la Samaritaine, qui a porté un soin particulier au respect de nos nombreuses exigences environnementales. Concrètement ? **La mise en place d'une stratégie de réduction des émissions de GES** (sources d'énergies renouvelable prioritaires telles que la géothermie, réhabilitation thermique...), **la gestion des**

déchets (réutilisation ou collecte pour revalorisation) pendant et après l'exploitation du chantier, **le choix de matériaux et d'équipements** vertueux et sains (peinture éco-labellisée à faible émissions COV, éclairage LED avec extinction automatique des lumières en fin de journée, matériaux nobles aussi locaux que possible...), **des aménagements** optimisant confort de travail et sobriété énergétique (luminosité naturelle optimisée, parking à vélo...). Nous avons limité le débit des équipements sanitaires et prévu des électrovannes en cas de fuite d'eau. Ces mêmes sanitaires sont alimentés par un système de récupération des eaux pluviales. Quant à l'isolation et au confort thermique, ils sont assurés par le traitement en triple peau des façades. Évidemment, le tri sélectif est très fortement encouragé avec une zone d'apport volontaire sur chaque plateau permettant de recycler au maximum les déchets que nous ne pouvons éviter.

POUR NOTRE BÂTIMENT RIVOLI :

- BREEAM 2009 Europe Commercial 2009 : Offices Niveau Excellent
- HQE « Bâtiments tertiaires » niveau Exceptionnel avec un label Effinergie + pour les bureaux neufs (Rivoli) et Effinergie Rénovation pour les bureaux rénovés (Jourdain).

En parallèle, Guerlain vise pour ses aménagements Rivoli la certification BREEAM International Non-Domestic Refurbishment 2015 Part 4 – Interior Design.

POUR NOTRE BÂTIMENT PONT NEUF (MAGASIN 3) :

- LEED « Core & Shell » Niveau Gold attendu

SOCIAL CIE TAL

Les ressources humaines sont une clé de voûte de l'efficacité d'une entreprise. Elles gèrent au quotidien la complexité à la fois de l'humain, du talent, du collaborateur, de la relation : car chaque collaborateur est tout cela en même temps. Ensemble, ils constituent la force vive et vivante de l'entreprise. Leurs défis sont immenses et n'ont cessé d'évoluer vers plus d'égalité, de valorisation et de bien-être.

De leur côté, 86 % des dirigeants estiment que leur organisation doit devenir plus agile pour réussir dans un environnement complexe. En effet, les entreprises doivent intégrer à la fois la diversité, l'insertion et offrir un cadre favorable à l'évolution de leurs collaborateurs. Sans oublier l'enjeu clé aujourd'hui d'impliquer les collaborateurs dans les engagements environnementaux & sociaux de l'entreprise.

Pour relever tous ces challenges, il est essentiel de développer la force du collectif. Cette solidarité trouve ses racines dans une culture d'entreprise solide, bienveillante et motivante. Cette dernière se construit et se consolide grâce à : l'épanouissement des talents, l'inclusivité, où les différences sont valorisées et respectées, ou encore un environnement de travail sain, tant sur le plan émotionnel et physique. Derrière le mot « ressources » se cache ceux de « richesses humaines ».



Créer un impact sociétal positif et transmettre les prodiges de la Nature



Depuis toujours, Guerlain s'attache à partager et transmettre les prodiges de la Nature pour créer du beau mais aussi du bien. C'est là le fil conducteur de l'ensemble de nos actions menées en faveur d'une société qui vit en harmonie avec la biodiversité.

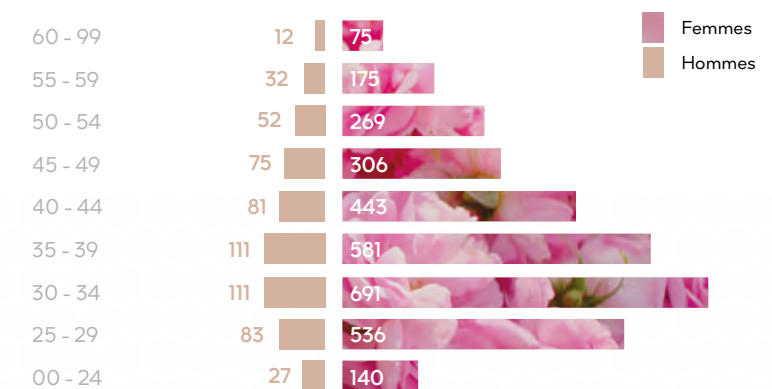
Nous agissons dans le monde, là où il est nécessaire de soutenir l'émancipation des femmes qui préservent les abeilles car cet incroyable pollinisateur nous offre les prodiges que nous partageons au travers de nos créations.

Transmettre les prodiges de la Nature au travers de produits d'exception comme ceux de notre Maison, repose sur les femmes et les hommes qui, au quotidien, et à travers le monde, exercent nos différents métiers parfois ancestraux, souvent artisanaux et toujours à la pointe de l'excellence.

Nous agissons auprès de nos 3 700 collaborateurs.trices pour leur offrir un cadre de travail bienveillant, égalitaire et pérenne.

Et, nous agissons également auprès des femmes qui subissent la maladie ou des jeunes à qui nous souhaitons proposer des opportunités de s'épanouir dans nos métiers.

RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR TRANCHES D'ÂGE AU NIVEAU MONDIAL



79 %

DE FEMMES CADRES

dans les effectifs au niveau mondial

50 %

DE COLLABORATEURS FORMÉS

dans le monde en 2022

27 %

DES POSTES POURVUS

grâce à la mobilité interne en 2022

125

« BEE SCHOOL »

ont été menées en 2022 au niveau mondial

+ de 20 000

ENFANTS SENSIBILISÉS

depuis la création de la « Bee School »

Faire évoluer la place et la perception du handicap

Fermeement engagée pour l'égalité des chances et l'équité d'accès à l'emploi pour les personnes en situation de handicap, la Maison Guerlain mène une politique active et volontariste sur le sujet. Adhérente à la Mission Handicap de LVMH, Guerlain s'est également fixé l'objectif de compter **5 % de personnes en situation de handicap d'ici à 2025** au sein de ses effectifs monde en signant en 2021 la charte du Réseau Mondial Entreprises et Handicap de l'Organisation Internationale du Travail (OIT). Une attention particulière est portée depuis 4 ans aux personnes atteintes d'autisme, avec le lancement **du programme « HUMAN »** : une initiative pilote et pionnière au sein du Groupe, dont les résultats très inspirants encouragent son déploiement dans d'autres Maisons.

LE PROGRAMME HUMAN ET L'AUTISME

Ce dispositif a vu le jour grâce au partenariat noué avec l'association **Vivre Et Travailler Autrement (VETA)** qui œuvre depuis plus de 10 ans à déconstruire les idées reçues autour de l'autisme en aidant de jeunes adultes à s'insérer dans la vie active. Grâce à une organisation adaptée et cadrée, les équipes du site de la Ruche, à Chartres, ont ainsi accueilli Mavryck en mars 2021. La réussite de son intégration a consolidé notre projet, et trois autres recrues ont rejoint l'équipe depuis : Emile en septembre 2021, Kylian fin février 2022 puis Antoine en octobre. Les équipes touchées par leurs progrès au quotidien portent aujourd'hui un autre regard sur le handicap. La Maison est fière de pouvoir poursuivre le développement de ce dispositif en intégrant deux autres jeunes d'ici 2025 mais également en étudiant la possibilité de l'étendre prochainement au site d'Orphin.

Une semaine de sensibilisation à l'autisme a été organisée partout dans le monde pour contribuer plus encore à faire évoluer la compréhension et le regard sur l'autisme.

À l'occasion de la Journée mondiale de sensibilisation à l'autisme, le 2 avril, la couleur bleue est à l'honneur. Les collaborateurs ont massivement relayé l'opération « Tous en bleu » en portant un ruban, une charlotte ou un vêtement de cette couleur.

Des sessions de conférences ont permis de mieux comprendre et déconstruire les idées reçues sur ce handicap, avec notamment Lali Dugelay, conférencière et auteure du livre « L'autisme est mon super-pouvoir ».



Pourquoi le bleu ?

A l'origine, c'est l'association américaine « Autism speaks » qui a lancé l'opération « Light it up blue » (en français « Eclairez en bleu »). Plusieurs explications ! La première c'est que les troubles du spectre autistique sont presque 5 fois plus fréquents chez les garçons (1 sur 54) que chez les filles (1 sur 252). La seconde, c'est que cette couleur symbolise le rêve et la vie mais également parce que, douce et apaisante, elle semble appréciée des personnes autistes et permet de calmer leurs angoisses.

Depuis, cette initiative s'est largement répandue, incitant le monde entier à illuminer, chaque année, durant la nuit du 1^{er} au 2 avril, des monuments symboliques, des hôtels, des complexes sportifs, des salles de concerts, des musées, des ponts, des commerces, des maisons...

En clôture de cette semaine, les jeunes du dispositif HUMAN ont imaginé une mini saynète de théâtre, jouée en direct devant les équipes de Chartres. À la suite de ce jeu de rôle, un court-métrage « surprise », également réalisé par les jeunes, a été diffusé et a ému les salariés présents. L'association Vivre et Travailler Autrement, partenaire privilégiée du projet, était également présente sur le site afin de répondre aux questions des salariés et renseigner les intéressés sur la meilleure manière d'agir et de s'engager en faveur de l'inclusion.

FAIRE DÉCOUVRIR NOS MÉTIERS AVEC ARPEJEH

Le vendredi 17 mars 2023, dans le cadre de la Semaine des Métiers LVMH, la Maison Guerlain a accueilli au sein de son siège parisien 20 jeunes parrainé(e)s par l'association ARPEJEH, engagée dans une politique active en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap, de l'égalité des chances et de la diversité. Tout

au long de la matinée, les participants ont assisté à une présentation de nos métiers, suivie de deux interventions sur les métiers du Retail et du Développement Durable au cours desquelles nos collaborateurs ont pu expliciter leurs parcours professionnels et leurs missions au quotidien.



SEMAINE EUROPÉENNE POUR L'EMPLOI DES PERSONNES HANDICAPÉES

Du 14 au 18 novembre 2022, la Maison s'est mobilisée à l'occasion de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées en invitant les collaborateurs à participer à de nombreuses activités de sensibilisation. Un quiz a permis de tester le niveau d'engagement sur le sujet du handicap en entreprise. Des ateliers de massages par des praticiens aveugles ou malvoyants ont été organisés en partenariat avec l'association Assamma. Des conférences ont permis d'aller plus loin sur le sujet, comme sur notre programme « Human » ou « L'impossible est un bon début » où Salim Ejnaini, premier cavalier non-voyant qui a perdu la vue à 16 ans à la suite d'un cancer des yeux, a témoigné de son expérience.

Soutenir les femmes aux moments importants de leur vie

La Maison Guerlain s'engage auprès de nombreuses associations qui œuvrent aux côtés de femmes aux moments où elles en ont le plus besoin : maladie, précarité, éloignement de l'emploi ou au contraire projets d'entrepreneuriat. Chaque année, nous témoignons d'un soutien indéfectible à la cause des femmes.

WOMEN'S MONTH : PROMOUVOIR LES TALENTS AU FÉMININ

Avec 50 % de femmes nommées à des postes clés et un Comité Exécutif composé à 60 % de femmes, Guerlain croit fermement en l'importance de continuer à sensibiliser à l'égalité des sexes. La Maison s'est ainsi engagée en faveur de l'égalité des chances et a célébré l'émancipation des femmes pendant tout le mois de mars 2023 : **le Women's month***. Un cycle de conférences a particulièrement marqué ce mois, portées par 4 intervenantes exceptionnelles : **Oriane Martin** et **Lorène Mouchet** (promotion 2021 de « Women for Bees »), **Virginie Delalande** (première femme sourde de nais-

sance à être devenue avocate en France) sur le combat contre les stéréotypes et les barrières qu'elle a pu rencontrer puis **Fanny Auger**, (fondatrice et directrice de « The School of Life ») pour valoriser la confiance en soi.

Tout au long de ce mois, la Maison a également organisé des ateliers dédiés à l'esprit d'entreprise autour du dernier module de la **SHERO Academy**, un programme de coaching créé par le Groupe LVMH et disponible pour tous les employés, afin d'aider nos talents féminins à atteindre leur plein potentiel.



*Le mois des femmes



OCTOBRE ROSE : TOUS MOBILISÉS CONTRE LE CANCER

Depuis plusieurs années, Guerlain participe à la campagne **Octobre Rose** qui sensibilise les femmes au dépistage du cancer du sein. Les actions se sont multipliées pour soutenir cette cause qui touche 1 femme sur 12. Sur le site d'Orphin, la vitrine collaborateur a mis en avant des produits dont les recettes ont été reversées

à des associations de lutte contre le cancer du sein. À La Ruche Rivoli, des ateliers ont réuni une vingtaine de collaborateurs pour composer des bouquets de fleurs pour les patientes de **l'institut Gustave Roussy**, spécialisé dans la recherche contre le cancer du sein.

COUPS DE POUCE À LA VIE PROFESSIONNELLE & PERSONNELLE

Fin avril 2022, 7 lits de massage ont été donnés à « J'entreprends au féminin », association qui met en avant l'entrepreneuriat féminin et permet de créer un réseau d'entraide et de solidarité entre femmes. L'accueil reçu a été tel que la Maison a renouvelé les dons à trois associations en octobre, dont l'Association Miladi Bien-être Beauté (AMBB), qui démocratise les soins de bien-être et de beauté à faveur de personnes en difficulté (précarité, maladie, isolement, chômage,

vieillesse...). Nous savons que l'estime de soi est une arme précieuse pour redonner confiance et affronter les aléas de la vie : voilà pourquoi Guerlain offre régulièrement des produits aux associations qui en ont besoin. Ainsi, 300 fonds de teint Essentiel ont été offerts à J'entreprends au féminin, 1750 poudriers Terracotta à l'AMBB, et 3 000 poudriers Terracotta à l'association Belle & Bien.

Faire émerger les (jeunes) talents

Convaincue que les talents et les vocations sont partout, quels que soient l'âge, l'origine, le milieu ou le parcours de vie, la Maison Guerlain redouble d'initiatives pour ouvrir son univers professionnel à tous.

Nous avons à cœur d'être une Maison de destination pour les jeunes, de les soutenir dans leur entrée dans la vie active.

La Maison a ainsi dévoilé en début d'année son premier Graduate Program, **REVEAL**, qui révèle et développe les talents de demain grâce à notre expertise Maison dans des domaines clés. Ce dispositif, fer de lance du développement de nos jeunes talents, renforce les ambitions de la Maison Guerlain à apparaître comme un employeur recherché par une nouvelle génération de candidats désireux d'intégrer une entreprise engagée et partageant leurs valeurs.

Guerlain participe par ailleurs activement à la sélection et à l'intégration des talents sélectionnés dans le cadre des Graduate Programs du Groupe : Spring (LVMH) et Beauty Bloom (LVMH Beauty).

Dans la continuité de cette politique, Guerlain a déployé son programme **« Rising Talents »** à destination de la communauté des stagiaires et apprentis de la Maison. L'ambition de notre Maison s'inscrit également dans notre volonté de développer notre attractivité auprès de nos candidats et futurs talents potentiels. Plus d'une quarantaine d'actions écoles auront ainsi été menées d'ici la fin de l'année 2023 avec pour objectif d'accroître la visibilité et la désirabilité de Guerlain.



RISING TALENTS : UN PARCOURS À DESTINATION DE NOS STAGIAIRES ET ALTERNANTS

À la suite d'une journée d'intégration leur ayant permis de plonger au cœur de notre ADN et de nos valeurs, notre communauté de jeunes talents a pu découvrir nos engagements en matière de R.S.E. grâce à une conférence présentée par l'équipe Développement Durable. Le 18 avril 2023, la Maison a également eu le plaisir de convier Karim Hechmi, CEO de Findyourway, conférencier et consultant RH et Marque employeur à l'animation d'un workshop sur le thème : "Tool, Tips et Hacks pour ta recherche d'emploi". Cet événement a été suivi d'un moment d'échange et de conseils avec l'équipe Ressources Humaines. Ce parcours s'est poursuivi en mai avec une présentation des Opérations portée par Stéphanie Rott, Directrice Opérations de la Maison et prendra fin pour cette première cohorte en juin 2023 avec un coaching LinkedIn, dans le cadre du partenariat avec Karim Hechmi.

VIENS VOIR MON TAF : DES STAGES POUR OUVRIR DES VOCATIONS

Après 2 années d'expériences stimulantes, à la fois pour nos équipes et pour les étudiants, Guerlain a renouvelé son partenariat avec « Viens Voir Mon Taf », association visant à promouvoir l'égalité des chances via l'intégration en entreprise de stagiaires de 3^{ème} issus de zones d'éducation prioritaire. 20 collégiens ont ainsi rejoint nos équipes le temps d'une semaine. Cette dernière, orientée sur la découverte de l'univers de la Beauté, a été

marquée par la transmission des valeurs et de l'ADN de la Maison via des présentations métier, une visite à la découverte de notre savoir-faire sur nos sites de production, avant de se conclure par la visite de la boutique iconique du 68 Champs-Élysées. Les jeunes ont eu l'opportunité de personnaliser un flacon de parfum et de partager un dernier moment de convivialité autour d'un cocktail avec leurs tuteurs.

INSTITUT DES MÉTIERS D'EXCELLENCE

Incontournable rendez-vous annuel dédié à l'orientation et au recrutement dans les Métiers d'Excellence LVMH, le salon annuel "You and ME", se déplace au plus près de ses futurs talents (collégiens, lycéens, étudiants et personnes en reconversion) au cours d'une tournée dans 5 villes de France sous le parrainage de Tony Parker, et en collaboration avec la TPA (Tony Parker Adéquat Academy).

L'événement permet de faire connaître au plus grand nombre toutes les formations et opportunités de carrière dans les métiers de la Création, de l'Artisanat et de l'Expérience Client au sein des Maisons du groupe LVMH, de rencontrer des apprentis et experts qui les exercent au quotidien, de se faire accompagner dans la préparation de sa candidature et d'échanger avec des recruteurs RH sur les postes à pourvoir. C'est grâce à sa participation à cet événement que Guerlain en 2022 a recruté des alternants des filières « Client Advisor » et « Master Design Mode et Industries Créatives ».



DÉFILÉ CULTURE ET CRÉATION 2022 : RÉVÉLONS LES TALENTS



Depuis maintenant 13 ans, Guerlain a l'honneur de soutenir le défilé de mode **« Cultures et Création »**, partenariat entre les villes de Montfermeil, Clichy-Sous-Bois et le Groupe LVMH. Depuis 2005, ce défilé réunit 300 créateurs et mannequins non professionnels afin de faire émerger la créativité et la diversité de leurs talents : une occasion pour les jeunes passionnés, mais éloignés de l'univers de la mode, de se faire connaître des plus grands professionnels du secteur. L'édition 2022 s'est déroulée le 14 mai sous l'œil d'un jury expert et attentif : Olivier Théophile, Directeur de la Responsabilité Sociale de LVMH, Isabelle Faggianelli, Directrice de la Responsabilité Sociale de la Maison Christian Dior Couture, Maurizio Liotti, Directeur industriel prêt-à-porter de la Maison Christian Dior Couture et Cécile Lochard, Directrice du Développement Durable de Guerlain. Celle-ci a pu remettre le prix « Mise en beauté », dédié au talent du maquillage, à Céline Khamadj du lycée professionnel Alfred Nobel à Clichy-Sous-Bois. La jeune Céline a continué l'aventure pendant 1 an au sein de notre Boutique historique des Champs-Élysées.

À un niveau mondial :

30 % de nos stagiaires/alternants ont été recrutés en CDI/CDD au sein de la Maison ou du Groupe LVMH

41 % des recrutements externes sont des collaborateurs de moins de 30 ans

188 stages/alternances en 2022 en France

50 % des recrutements des alternants du retail sont issus de l'IME, l'Institut des Métiers d'Excellence

Contribuer à l'épanouissement de nos talents

Chez Guerlain, nous croyons que chacun peut devenir exceptionnel. Nos équipes ne viennent pas seulement travailler : elles imaginent, inventent, créent, fabriquent et apprennent. À travers sa politique de développement des compétences, la Maison Guerlain se positionne comme un accélérateur de talents et a pour ambition de révéler les leaders de demain.

MOBILITÉ : LA FORCE D'UN GROUPE

Grâce à sa bonne connaissance des talents, les équipes Ressources Humaines de proximité peuvent proposer des parcours sur-mesure. L'ensemble des postes à pourvoir au sein du groupe LVMH sont publiés sur l'intranet LVMH «Voices». Dans ce cadre, la Maison a déployé en 2022 la philosophie «RISE» qui a amené à entièrement repenser l'approche du management de la performance au sein du groupe LVMH.

FORMATION : UNE APPROCHE SUR-MESURE

Plus de 6 152 heures de formation ont été réalisées en 2022 sur les sujets d'expertises de notre Maison. Outre nos formations collectives, nous proposons également des formations individuelles sur des thématiques plus ciblées : Métiers (savoir-faire techniques), Santé et Sécurité, Management, Développement personnel. Pour exemple, le programme «Start Tech», a permis à 30 collaborateurs des équipes techniques de renforcer leurs compétences pour être plus polyvalents.

Enfin, pour enrichir l'expérience professionnelle de nos collaborateurs et les ouvrir sur des sujets en résonnance avec les valeurs de la Maison, nous organisons des cycles de conférences inspirantes, comme avec Meriem Bouamrane de l'UNESCO, Philippe Gabilliet (Eloge de l'inattendu), Virginie Guyot (Excellence & Performance).

Les leaders de la Maison sont accompagnés via des programmes dispensés au sein de la LVMH House, assurant qualité et pertinence des formations pour nos dirigeants de demain.

4 modules permettent d'affiner et préparer son parcours : «My Objectives» pour le suivi en temps réel des objectifs individuels et collectifs, «My Impact» pour l'entretien annuel, «My Development» pour identifier les actions à mettre en place nécessaires à leur réussite professionnelle et «My Journey» pour formaliser ses souhaits d'évolution et aspirations de carrière.



L'AVENIR & LA BLOCKCHAIN

Conscient du potentiel gigantesque des nouvelles technologies et de son adoption par les marques, Guerlain investit de plus en plus le champ de la Blockchain et des mondes virtuels. C'est dans ce contexte que la Maison a souhaité former ses équipes Marketing et Digital. Le 23 septembre 2022, dans le cadre de notre programme d'upskilling #DigitalAddict, ces équipes se sont rendues dans le plus grand campus de startups au monde, Station F, afin de suivre des conférences inspirantes sur la blockchain, les NFT, le metaverse et le Web 3.0.

L'objectif : permettre aux collaborateurs de comprendre le Web 3.0, comment il est possible de l'activer dans notre industrie et quelles sont les initiatives intéressantes déjà déployées chez Guerlain et dans d'autres Maisons du Groupe LVMH. Les participants ont ainsi pu se développer sur les sujets du Metaverse, des initiatives du programme «LVMH Open innovation» et les NFTs avant de participer à une expérience immersive !

UPSKILLING DIGITAL ASIA

Après le lancement de Digital Addict, une plateforme de formation et d'acculturation au Digital destinée à l'ensemble de nos collaborateurs, nous avons développé en mai dernier un programme dédié aux experts métiers de la Maison. Avec notre partenaire «With», les équipes Marketing et Digital – du siège et de nos marchés – ont débuté une série de webinaires centrés sur le Digital en Asie (110 personnes au marketing, leaders régionaux et équipes digitales).



GUERLAIN SUSTAINABILITY ACADEMY

En créant la **Guerlain Sustainability Academy**, Guerlain a pour ambition d'enrichir les connaissances des collaborateurs de Guerlain sur les grands enjeux du Développement Durable (climat, biodiversité, économie circulaire) pour approfondir leur information et les rendre acteurs des enjeux et de la trajectoire de Guerlain en matière de Développement Durable. Le programme est co-construit par les équipes Ressources Humaines, Développement Durable et Retail.

Ce programme a deux missions principales :

- **Sensibiliser l'ensemble des équipes Guerlain**, en partageant les informations relatives au Développement Durable, créant ainsi un signal d'alarme sur le sujet
- **Développer une formation continue**, adaptée à la diversité des métiers dans notre Maison, avec des programmes faits sur mesure pour développer de nouvelles compétences qui feront évoluer les pratiques et les comportements professionnels de tous nos collaborateurs.

Concrètement, le programme se décline en webinaires, conférences ou encore films de nos partenaires, afin de proposer une gamme complète de modules et de formats de formation et de sensibilisation, pour faire de nos équipes des ambassadeurs et contributeurs de notre engagement.

Diversité & Inclusion : faire de ces valeurs une réalité

Au-delà de nos convictions éthiques, nous savons que la diversité et l'inclusion sont des vecteurs de bien-être, d'ouverture d'esprit, de créativité et de performance pour chaque équipe. Nous nous engageons ainsi à construire une culture de l'inclusion, respectant la singularité de chaque collaborateur, et à recruter sans discrimination d'âge, de genre, d'opinion ou de toute autre caractéristique personnelle : nous considérons le talent avant tout, car c'est lui qui fait toute la différence.

DIVERSITÉ : DES PARCOURS, DES PROFILS, DES TALENTS

Notre politique Diversité et Inclusion s'applique à tous les domaines, et nous engage à travers plusieurs initiatives et chartes : la feuille de route du Groupe, le Code de Conduite de LVMH, le Code de Conduite Fournisseurs et le Code de Conduite Recrutement définissent nos engagements en la matière, que nous suivons avec attention. Ils rappellent notamment l'impératif de lutter contre toutes les discriminations, telles que celles fondées sur l'origine ethnique, l'expression et l'identité de genre, la religion, l'orientation sexuelle ou à toute autre dimension de la diversité.

Pour asseoir cette culture de la diversité, une formation « Recruter et Manager sans discriminer », prévue pour être renouvelée tous les 3 ans, intégrera en 2023 des modules pour former les encadrants de stagiaires et alternants à ces sujets.

Pour en vérifier la bonne application, des organismes indépendants sont missionnés pour mener des tests anti-discrimination auprès des équipes Ressources Humaines (depuis 2008), en parallèle d'audits, réalisés par l'association ISM Corum. Ces tests, déployés mondialement dès 2014, permettent d'évaluer l'efficacité de ces accompagnements.

Début décembre 2022, la Présidente de la Maison Guerlain a signé la Charte d'engagement LGBT+ de « L'Autre Cercle » aux côtés de Chantal Gaemperle, Directeur des Ressources Humaines et Synergies du Groupe LVMH, et de Vanessa Moun-gar, Group Chief Diversity & Inclusion Officer de LVMH.

Par cette signature, la Maison Guerlain est fière de réaffirmer son engagement pour un environnement de travail inclusif, la promotion de la diversité et la lutte contre les discriminations : il est porté par la signature en 2019 des Normes de conduite des Nations Unies pour les entreprises afin de lutter contre les discriminations envers les personnes LGBT+.

Guerlain a également relayé le lancement de l'ERG (« Employee Resource Group ») ALL LVMH Pride. Ce groupe, initié en juin 2022, est composé de collaboratrices et collaborateurs LGBTQI+ et alliée de différentes Maisons. En regroupant des personnes de Maisons, métiers, genre et orientation affective différentes, ce programme vise à créer un environnement de bienveillance et de connaissance où chacun et chacune a la liberté d'être soi.



85 %
des collaborateurs
Guerlain
à l'échelle mondiale
sont des femmes

Plus d'une
soixantaine
de nationalités
représentées
dans le monde.

FORMATION « BIAIS INCONSCIENTS »

Les biais inconscients ou implicites sont des croyances et mécanismes de pensée qui agissent sur notre perception, notre jugement et nos opinions. Afin de sensibiliser nos équipes à ce sujet et soutenir une communication toujours plus inclusive, l'intégralité des équipes du 68 Champs Élysées (boutique & institut) ont suivi cette formation.

Garantir bien-être, santé et sécurité

Attentive à construire un environnement de travail le plus juste, agréable et épanouissant possible, la Maison Guerlain a depuis toujours entretenu un dialogue social fluide et de proximité avec l'ensemble de ses collaborateurs.

MIEUX TRAVAILLER ENSEMBLE

Afin de proposer à nos collaborateurs un cadre de travail plus agréable, nous enrichissons chaque année notre politique Ressources Humaines d'avantages répondant aux usages et attentes de nos collaborateurs. Pour exemple, l'accord télétravail signé en 2022 devient plus flexible. Un jour de congé supplémentaire a été

octroyé ; une salle de Yoga a été inaugurée sur le site de la Ruche Rivoli et un accord a été signé sur le temps partiel en fin de carrière. Nous sommes extrêmement attentifs au confort de toutes et tous : nous savons que ces attentions contribuent à favoriser un climat de travail plus serein et une solide fierté d'appartenance à notre Maison.

THE WELLNESS* : UN PROGRAMME DÉDIÉ AU BIEN-ÊTRE ET AU SPORT

En mars 2022, nous avons lancé notre nouveau programme bien-être et sport, « THE WELLNESS », dédié à tous les collaborateurs de la Maison Guerlain, grâce à l'application United Heroes. De nouvelles fonctionnalités sont venues enrichir le programme tels que du contenu vidéo pour se ressourcer et des récompenses pour se motiver. Depuis 2023, l'application est disponible dans tous

nos pays. 25 Champions, engagés et inspirants, ont été désignés dans les différentes régions : ils forment ainsi notre toute première communauté d'ambassadeurs du programme à l'international. A la mi-année, déjà plus de 430 collaborateurs Guerlain à travers le monde avaient créé leur compte.

AIDER NOS ÉQUIPES À PRENDRE SOIN D'ELLES

Dans le cadre de notre cycle de conférences 2022, nous avons eu le plaisir de proposer à nos équipes du siège une conférence coanimée par les équipes TEALE, solution de santé mentale holistique. Animée par Larissa Kalisch, psychologue clinicienne spécialisée en TCC (Thérapies Cognitives et Comportementales) et en psychologie positive, ainsi que Morgane Suignard, membre de l'équipe TEALE, la conférence portait sur : « Nos forces : Apprenons à les identifier pour mieux s'en servir. ». Les participants ont ainsi pu reconnaître l'importance d'une bonne connaissance de ses forces et à poursuivre les discussions autour de ce sujet.



SANTÉ ET SÉCURITÉ : UNE EXIGENCE D'EXCELLENCE

La Maison Guerlain considère que sa responsabilité, en tant qu'employeur, est d'offrir un environnement de travail sûr et épanouissant à l'ensemble de ses équipes en associant qualité de vie au travail et recherche de la performance. Voilà pourquoi nous nous engageons à viser et satisfaire aux plus hautes exigences en matière de santé, de sécurité et de bien-être au travail en intégrant des standards élevés de responsabilité et de respect vis-à-vis des personnes. Cette conviction impose de mettre en œuvre une démarche complète sur l'ensemble de ses opérations pour développer une culture du « zéro accident ». Par ailleurs, nous investissons dans des moyens de production plus modernes pour améliorer les conditions de travail. Cette ligne de conduite s'aligne avec la charte Santé-Sécurité de LVMH, dont nous sommes signataires.

LVMH HEART FUND : FONDS MONDIAL D'URGENCE ET DE SOLIDARITÉ

Notre Groupe place la solidarité et l'inclusion au cœur de sa politique Ressources Humaines et sa démarche de Responsabilité Sociale. Ce dispositif est destiné à l'ensemble des collaborateurs du Groupe. Sa vocation est ainsi de les aider à faire face aussi bien à des situations personnelles critiques qu'à des problématiques plus quotidiennes.

Cette aide peut notamment se matérialiser via une aide financière d'urgence et/ou un accompagnement social et psychologique dédié, tel que par exemple : reprise après un congés maternité / paternité, catastrophes naturelles, violences domestiques...

Aujourd'hui, près de 4 300 collaborateurs au sein du Groupe ont bénéficié du dispositif de manière gratuite, anonyme et confidentielle.

*Le Bien-Être

« Women for Bees », un programme ambitieux

Les femmes résident au cœur de toutes les initiatives de Guerlain. La Maison s'efforce continuellement de sensibiliser l'opinion à l'émancipation des femmes et à la protection des abeilles, ainsi qu'à l'environnement au sens large, car il s'agit d'éléments fondamentaux pour construire un monde plus durable. Cet axe constitue la pierre angulaire du programme « **Women for Bees** », une initiative de pointe sur l'entrepreneuriat apicole au féminin lancée par Guerlain en 2021, mise en œuvre dans des réserves de biosphère désignées par l'UNESCO à travers le monde et, plus récemment, avec des ONG locales.

UN DÉPLOIEMENT INITIAL AU SEIN DES RÉSERVES DE BIOSPHERE

Le programme « Women for Bees » a été officiellement lancé début 2021. Il est mené en partenariat avec UNESCO-MAB (Man and the Biosphere), programme scientifique intergouvernemental dont le groupe LVMH est partenaire.

Les objectifs du programme « Women for Bees » sont de conserver la biodiversité et promouvoir les pratiques durables en associant **les dimensions écologiques, sociales et économiques**. Pour ce faire, nous soutenons le développement d'exploitations apicoles de référence, au sein des Réserves de Biosphère de l'UNESCO, dont certaines accueillent des filières d'approvisionnement éthique de la Maison.

Nous avons choisi de nous concentrer sur les abeilles, emblème de notre Maison, qui sont des pollinisateurs indispensables à la sécurité alimentaire mondiale.

Le programme vise à favoriser l'autonomisation des femmes en leur permettant de développer une activité professionnelle durable axée sur leur expertise. Il vise également à sensibiliser à l'importance de toutes les espèces d'abeilles en tant que pollinisateurs, sachant que ces insectes jouent un rôle majeur dans la pollinisation de 90 % des fleurs sauvages de la planète et contribuent à hauteur de 30 % à la sécurité alimentaire mondiale.

Biosphère ?

Une réserve de biosphère est un site désigné par les gouvernements nationaux et reconnu par l'UNESCO. Il a pour mission de :

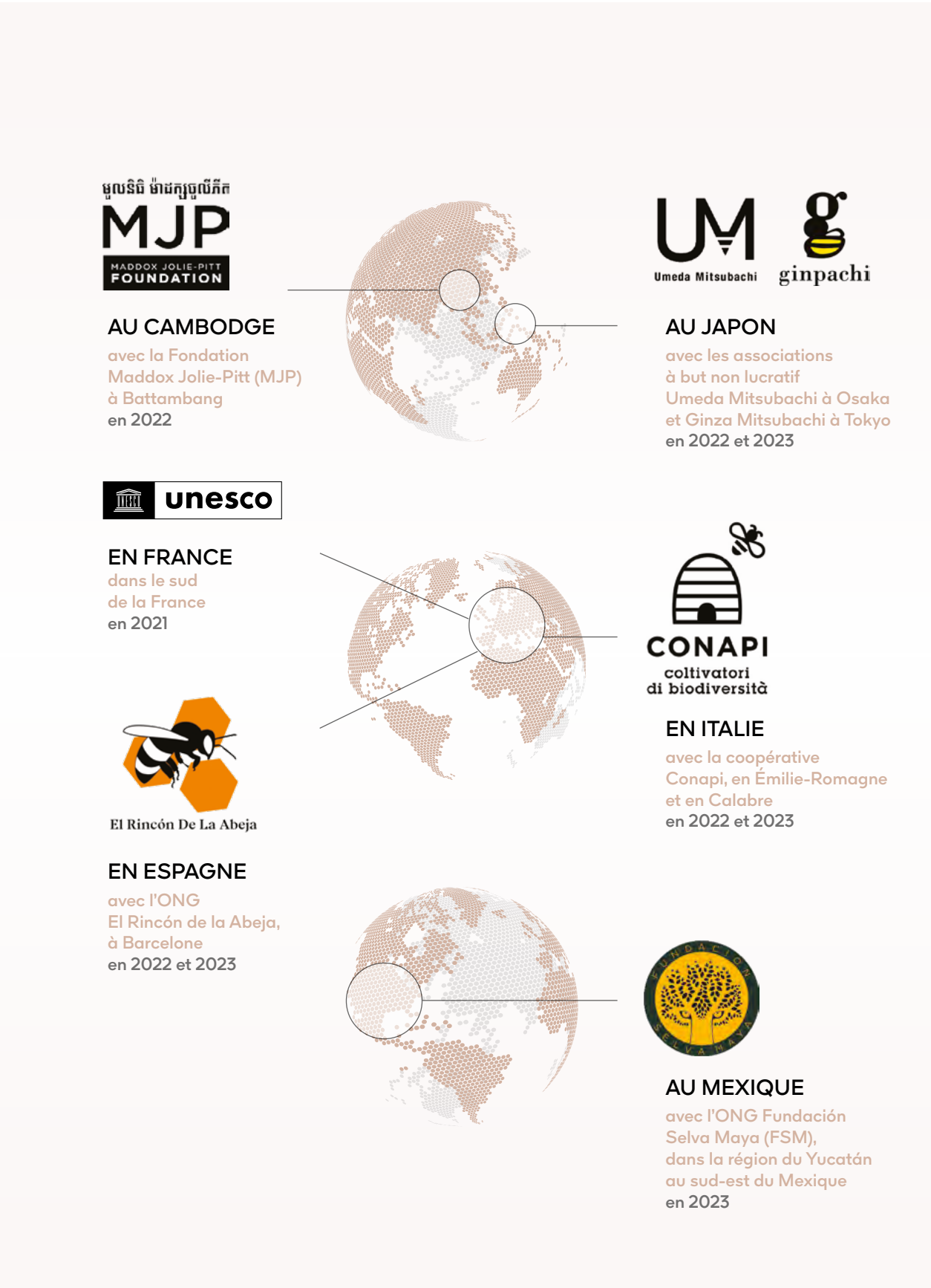
- Concilier conservation de la diversité naturelle et culturelle et développement économique et social
- Tester et développer des approches novatrices de Développement Durable du niveau local au niveau international.

L'ÉVOLUTION DU PROGRAMME POUR TOUJOURS PLUS D'ÉMANCIPATION DES FEMMES

Depuis peu, Guerlain gère indépendamment du partenariat avec l'UNESCO, une série d'initiatives « Women for Bees » avec des ONG locales de référence, notamment : la coopérative Conapi à Bologne et en Calabre, en Italie ; l'ONG El Rincón de la Abeja à Barcelone, en Espagne ; les ONG Umeda Mitsubachi et Finza Mitsubachi au Japon ; et plus récemment l'ONG Fundación Maya Selva (FSM), dans la région du Yucatán, au sud-est du Mexique.

En se concentrant sur les abeilles locales et indigènes, leur bien-être, leur entretien et leur repeuplement, ainsi que sur la formation, Guerlain accompagne les populations locales à préserver leurs ressources naturelles et à développer leurs communautés, à promouvoir la diversité et à protéger la biodiversité tout en inspirant les nouvelles générations

200 FEMMES FORMÉES D'ICI 2025
déjà **100 FEMMES FORMÉES** À FIN 2023



Une nouvelle initiative pluriannuelle de formation « Women for Bees » au Mexique

Angelina Jolie, Muse Guerlain depuis 2017 et ambassadrice du programme « Women for Bees » s'est rendue dans la péninsule du Yucatán pour lancer une nouvelle initiative pluriannuelle de formation et de préservation en collaboration avec la Fundación Selva Maya (FSM), une organisation à but non lucratif engagée pour la protection des *Melipona beecheii*, une espèce d'abeilles sacrées dans l'ancienne civilisation maya.

Au cours des 3 prochaines années, le programme vise à réintroduire les abeilles *Melipona beecheii* dans les villages mayas, et dans l'écosystème au sens large, et à aider les femmes mayas à générer des ressources et à devenir indépendantes pour développer une activité professionnelle durable fondée sur leur expertise. Simultanément, le programme s'efforcera de sensibiliser le public à l'importance de cette espèce et à son rôle majeur dans les écosystèmes et la biodiversité, ainsi que de protéger le patrimoine naturel et culturel de la société maya.

Ce projet d'envergure réaffirme l'engagement de Guerlain pour la préservation des abeilles endémiques. En effet, la Maison avait déjà lancé des programmes de protection, entre autres, de l'*Apis dorsata* et de l'*Apis cerana* (respectivement l'abeille géante et l'abeille asiatique de l'Asie du Sud-Est), de l'*Apis mellifera* (abeille européenne) et de l'*Apis mellifera mellifera* (abeille noire d'Europe du Nord) qui prolifère sur l'île d'Ouessant. Cet engagement en faveur de l'autonomisation des femmes à travers le programme « Women for Bees », se poursuivra en 2023 et dans les années à venir avec d'autres formations apicoles destinées aux femmes au Rwanda, en Chine et au-delà.



« Bee School » : sensibiliser la nouvelle génération

Dans le cadre de notre engagement pour l'Abeille, la situation, plus que préoccupante, nous pousse à imaginer de nouveaux dispositifs pour informer, sensibiliser, mobiliser. Nous avons la conviction qu'en nous adressant aux nouvelles générations, un changement profond et durable pourra avoir lieu. C'est dans cet esprit qu'a été déployée, dès 2018, la « Bee School » : un vaste programme de sensibilisation des élèves en classes de primaire, dont le succès a fait grandir l'ampleur et l'ambition ces 3 dernières années. D'ici 2025, nous avons pour objectif que 100 000 enfants aient participé à une « Bee School ».

UN DISPOSITIF QUI ENGAGE LES COLLABORATEURS

La « Bee School » invite chacun des 3 700 collaborateurs Guerlain 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 sont accompagnés d'un kit pédagogique complet, permettant d'animer une session de 2h pour des enfants de 8 à 10 ans. Échanges, questions-réponses et ateliers ludiques pour tester les connaissances autour de différents jeux se terminent par la remise d'un diplôme de la « Bee School ». Bien entendu, ce programme de sensibilisation est anonyme et ne fait pas mention de la marque Guerlain dans les classes.

UN SUCCÈS FRANÇAIS, UN DÉPLOIEMENT INTERNATIONAL

La « Bee School » est devenue internationale et le kit a été traduit en une dizaine de langues pour permettre aux collaborateurs Guerlain d'intervenir dans le monde entier. Une plateforme digitale a été également créée pour faciliter l'organisation, enregistrer leurs interventions, se former en ligne, retrouver tous les supports du kit ou encore partager des retours d'expérience.

Près de 20 000 enfants dans plus de 10 pays ont été ainsi sensibilisés aux enjeux liés aux abeilles et à la préservation globale de la biodiversité depuis la création de la « Bee School ».

UN CONTENU ÉLARGI AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX GLOBAUX

Après 3 années de succès et grâce au retour d'expérience de nos collaborateurs, nous avons pu faire évoluer le kit pédagogique et le perfectionner notamment en développant 5 versions adaptées à différentes tranches d'âge : de 5 à 12 ans.

Son contenu est le fruit d'un partenariat entre l'UNESCO, avec l'appui scientifique du Comité Français de l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN). L'objectif est d'aller au-delà du sujet de l'Abeille (domestique et sauvage) et d'aborder désormais les enjeux de biodiversité, de pollinisation, de changement climatique...

UN FORMIDABLE OUTIL DE COHÉSION & DE SENSIBILISATION INTERNE

Le projet, pilote au début, a rapidement convaincu non seulement les jeunes élèves, mais aussi les collaborateurs. C'est une opportunité ludique et gratifiante pour chacun de se sentir utile en transmettant un message engageant aux jeunes générations, mais également de sensibiliser et souvent d'en apprendre toujours plus sur notre engagement historique qu'est la préservation de l'Abeille. Pour renforcer l'effet d'émulation et l'esprit d'équipe, les sessions se font désormais en duo.

OBJECTIF

D'ici 2025, 100 % des collaborateurs Guerlain auront animé au moins une session « Bee School » dans le monde, 100 000 enfants auront assisté à un atelier « Bee School », que ce soit dans des écoles primaires, des centres de loisirs ou encore des hôpitaux.

« BEE SCHOOL » TAIWAN

Fin octobre 2022, Guerlain Taiwan a eu l'opportunité de réaliser sa première « Bee School » devant un groupe de 25 enfants de maternelle. À travers la lecture de contes et des animations ludiques, les enfants ont été sensibilisés à la protection de l'Abeille et de l'environnement. Durant cette journée, ils ont pu découvrir les différents types d'abeilles, le fonctionnement d'une ruche, le rôle de chacun des membres « d'une famille d'abeilles », la manière dont les abeilles consomment nectar et pollen pour le transformer en miel. Chaque enfant est reparti avec une fleur en pot afin qu'il puisse à son tour prendre soin de ces précieux pollinisateurs.



Difficile de décrire la joie et l'excitation que l'on ressent lorsque l'on parle d'abeilles à des enfants de 5 ans. À notre grande surprise, ils ont déjà certaines connaissances sur le sujet ! À l'aide de jeux et d'outils, nous leur avons expliqué comment nous pouvions agir pour protéger cette espèce si précieuse. Ce fut une expérience réellement enrichissante !

Joséphine Tsai

Responsable de formation chez Guerlain Taiwan

« BEE SCHOOL » CANADA

Les collaborateurs Guerlain basés à Montréal ont partagé un moment unique avec les 30 enfants d'une école primaire. C'est au sein de l'Insectarium, le plus grand musée d'histoire naturelle éducatif, culturel et scientifique d'Amérique, que les équipes de la Maison ont eu la chance d'organiser une « Bee School ». En plus de la visite, les enfants ont pu assister à deux sessions éducatives : « De fleur en fleur », un quiz visant à sensibiliser les participants à l'importance des pollinisateurs et aux moyens de leur offrir un habitat riche ; « Les insectes m'inspirent », la création par les enfants d'une œuvre d'art autour de l'insecte (réel ou imaginaire) à partir d'éléments entièrement naturels (brindilles, feuillage, tiges sèches, fruits secs...).



ANGELINA JOLIE À CLICHY-SOUS-BOIS POUR UNE « BEE SCHOOL » EXCEPTIONNELLE

Le 30 janvier 2023, la Maison Guerlain a eu l'honneur d'accueillir à Paris Angelina Jolie pour une « Bee School » et poursuivre ainsi sa collaboration de longue date avec la Maison. Cet atelier de sensibilisation était également animé par Lorène Mouchet, apicultrice de la première promotion « Women for Bees » de 2021 en collaboration avec l'UNESCO, et Cécile Lochar, Directrice du Développement Durable de Guerlain. Cette « Bee School » particulière s'est déroulée à l'école primaire Henri Barbusse à Clichy-sous-Bois, ville partenaire de LVMH, dans le cadre d'un vaste programme pédagogique. L'objectif était d'enseigner aux élèves le rôle fondamental de la pollinisation des abeilles dans la production agroalimentaire et la préservation de la biodiversité. Par ailleurs, Guerlain et l'école organiseront de nouvelles sessions « Bee School » en 2023.



© Ian Gavan, Courtesy of Guerlain

ART ET DÉVELOPPEMENT DURABLE : L'ALLIANCE NATURELLE

Face au séisme écologique que nous vivons et à l'angoisse qu'il provoque, il est nécessaire d'opérer une mutation de nos imaginaires pour transformer notre manière d'habiter le monde.

Par son incroyable pouvoir de susciter des émotions, l'Art joue un rôle singulier essentiel pour à la fois alerter, éveiller et mobiliser les consciences, créer des imaginaires positifs et des futurs désirables, stimuler l'imagination et inviter à la réflexion pour construire ensemble un monde meilleur.

Ce rôle est clef à un moment de notre histoire où nous devons retrouver notre lien avec le Vivant. Les récits et histoires des œuvres sont de vivifiants chemins capables de créer une connexion émotionnelle personnelle et donc universelle puissante.

De nombreux artistes ont mis leur créativité au service de la cause écologique planétaire en produisant des œuvres qui nous aident à réinventer notre rapport à la Nature.

C'est pour les soutenir et les faire rayonner que le secteur du luxe se mobilise pour rendre cet art engagé plus accessible et plus visible. Car, il est conscient de s'adresser, dans ses activités, à une population restreinte, mais aussi d'avoir la responsabilité d'inspirer le plus grand nombre.

TheGood.fr

Chère Eugénie, « le Flacon aux Abeilles » vu par 11 femmes photographes internationales

Depuis sa création, la Maison Guerlain tisse des liens intimes avec les arts. Cette volonté, perpétuée depuis bientôt 200 ans, a amené la Maison à se rapprocher de centaines d'artistes, artisans d'art et designers, formant une généalogie de créateurs uniques. Sous la signature « Bee Art by Guerlain », qui englobe et dynamise toutes nos actions dans l'art, nous avons démarré un nouveau chapitre de l'histoire, en unissant notre engagement dans l'art et notre engagement dans la défense de la planète, symbolisé par l'Abeille qui marque la Maison depuis ses origines. Convaincus que les artistes ont un rôle à jouer dans la transition écologique, nous accompagnons les actions de sensibilisation artistique que ce soit au travers de partenariats, de mécénat ou encore d'un programme riche et diversifié d'expositions.

Partageant une même sensibilité au soutien et à la transmission artistique, ainsi qu'un même engagement pour l'art et l'environnement, Maison Guerlain lance cette année avec « Lee Ufan Arles x Guerlain Art & Environment Prize »*. Ce prix vise à encourager des productions artistiques résolument sensibles et responsables, ouvrant de nouveaux dialogues avec la nature.

La mise en lumière plus particulière d'une scène artistique féminine reconnue ou émergente s'inscrit dans notre vision inclusive portée depuis toujours. L'exposition « Chère Eugénie » incarne cette célébration aux femmes et à leur créativité.

Plus que jamais, la Maison Guerlain poursuit ses engagements autour des femmes, de l'art et de l'environnement.



© Audrey Tautou
Un trésor dans ma maison



© Delfina Carmona
Le Rêve du magicien

Pour célébrer le 170ème anniversaire de L'Eau de Cologne impériale et de l'iconique « Flacon aux Abeilles », tous deux créés pour l'Impératrice Eugénie en 1853, Guerlain a donné carte blanche à onze artistes femmes afin qu'elles réinterprètent le fleuron de la Maison au travers du médium photographique. Onze artistes internationales : Jane Evelyn Atwood, Valérie Belin, Delfina Carmona, Delphine Diallo, Su Kui, ORLAN, Charlotte Rampling, Myriam Roehri, Almudena Romero, Christine Spengler et Audrey Tautou, ont rendu un hommage-chorale au pouvoir évocateur du grand classique de la Maison, à l'Impératrice qui l'a inspirée et à l'engagement de la Maison Guerlain pour les Arts, les femmes et la nature.

Réunie en une exposition à la Maison Guerlain, « Chère Eugénie » est l'occasion pour Guerlain

de réaffirmer son amour de la photographie et sa fidélité auprès d'artistes comme Valérie Belin ou Charlotte Rampling, dont les œuvres font déjà partie de la collection de la Maison. C'est aussi l'occasion de nouer de nouvelles relations et de mettre en lumière les travaux de photographes émergentes. Toutes les générations sont représentées et les voix, chorales dans ce chœur de femmes, tissent une ode à la créativité, à la sororité et à la liberté.

L'abeille d'or créée pour ce flacon devenu iconique qui n'a eu de cesse d'inspirer les créations de Guerlain, est aujourd'hui devenue, plus que le symbole de son identité et de la pérennité de la Maison, un guide pour son engagement durable, Au Nom de la Beauté.

*Le Prix Art & Environnement Lee Ufan Arles x Guerlain

Guerlain et Lee Ufan Arles lancent un nouveau programme d'art contemporain : « Lee Ufan Arles x Guerlain Art & Environment Prize ».

En 2023, Lee Ufan Arles et la Maison Guerlain s'associent en créant le « Lee Ufan Arles x Guerlain Art & Environment Prize » qui récompensera, chaque année, un projet mettant au cœur de ses préoccupations les rapports féconds et multiples entre la création artistique et l'environnement.

Le « Lee Ufan Arles x Guerlain Art & Environment Prize » prend racine dans les philosophies complémentaires qui animent le travail de Lee Ufan et les engagements de la Maison Guerlain, en proposant un espace de réflexion fondé sur le dialogue, la création et l'ouverture au monde. Le prix se développera dans la durée et donnera lieu, chaque année, à une résidence à Arles,

suivie par une exposition personnelle à l'été 2024 à Lee Ufan Arles afin d'offrir à l'artiste-lauréat un espace et un temps de création uniques. Accompagné et soutenu, le travail de l'artiste bénéficiera également d'une visibilité et d'un rayonnement international.



Guerlain dans le Cercle « Art & Écologie » du Palais de Tokyo

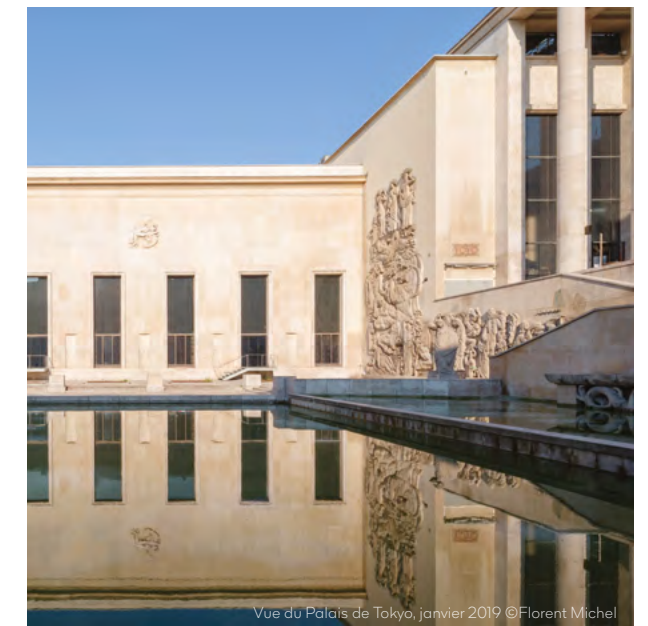
Avec le programme inédit de mécénat « Palais Durable », le Palais de Tokyo crée un véritable laboratoire de solutions pour une culture durable, qui s'inscrit sur une durée de 2 ans. Au sein du Cercle « Art & Écologie » dans lequel Guerlain s'est engagé, les partenaires d'une part ont soutenu financièrement la saison d'expositions « Réclamer la Terre » qui présentait au printemps 2022 le travail d'artistes invitant à penser nos liens avec la nature, le vivant et l'environnement et d'autre part, apporté leur expertise pour accompagner la transition écologique du Palais de Tokyo, par le biais d'un mécénat de compétences. L'avancée majeure de la

Maison Guerlain en matière de Développement Durable a pu être mise à profit au travers d'initiatives concrètes : de nombreuses actions sur l'environnement ont été menées sur le site, mais également des activations plus holistiques, comme des ateliers et expériences immersives liées aux sens, au cycle des saisons et de la nature.

En s'unissant au plus grand centre de création contemporaine d'Europe autour de l'art et du Développement Durable, Guerlain contribue à la promotion d'un art plus engagé dans les grands enjeux de son époque et au développement d'une scène artistique plus féminine et inclusive.

C'est une chance de collaborer avec un lieu qui se place en pionnier et leader du lien entre l'art et l'environnement, ce lien est absolument essentiel. Il n'y aura pas de transition écologique sans transition culturelle. Les artistes ont un rôle majeur à jouer, ils sont des accélérateurs de changement, ils portent une vision du monde de demain, une manière d'agir qui bouscule les habitudes, autant de leviers indispensables vers un futur plus durable.

Ann-Caroline Prazan
Directrice Art, Culture et Patrimoine de la Maison Guerlain



Guerlain, mécène du Prix « Art Éco-Conception »

Le 10 janvier 2023 se tenait la cérémonie du Prix « Art Éco-Conception » organisée par Art of Change 21 dont l'objectif consiste à récompenser les artistes ayant une vraie démarche dans leur impact environnemental. Elle utilise une méthode multicritères, l'éco-conception, qui démarre à la conception et la production des œuvres, en intégrant tout le cycle de vie de l'œuvre jusqu'à son éventuelle fin de vie. Il s'agit ici d'apporter une véritable dimension scientifique et technique au secteur de l'art et de dépasser le stade des « bonnes pratiques », portant la conviction que les artistes sont au cœur de la transition écologique du secteur culturel. Matériaux, techniques de production, transports et systèmes de monstration, conservation, ont été explorés afin d'identifier des alternatives innovantes et moins impactantes.

La récompense consistait en un accompagnement en éco-conception par des professionnels et experts reconnus et investis dans le secteur de l'art. Deux artistes parmi les 12 lauréats ont pu bénéficier de plus d'une analyse de cycle de vie (ACV). Cette récompense correspond à une valeur de 40 000 euros.

L'objectif, au-delà de ce prix, est d'impulser un mouvement beaucoup plus global. Parmi les suites de cette initiative, des journées d'échange, la publication d'un guide, des modules de sensibilisation pour les écoles d'art ainsi qu'un outil de calcul seront explorés. Guerlain est fière de soutenir cette initiative, première étape d'une dynamique qui vise à doter les artistes français d'une excellence environnementale.

Les Journées Particulières, un moment unique où Guerlain dévoile son excellence artisanale et son patrimoine artistique

Maison au riche héritage, classée « Entreprise du Patrimoine Vivant », Guerlain fabrique en France, au sein de ses propres ateliers, depuis toujours. Les Journées Particulières, créées en 2011 par LVMH, visent à mettre en lumière ce savoir-faire exceptionnel et cet artisanat unique qui font de la Maison un fleuron du luxe à la française depuis 1828.



Au cours de cette 5ème édition, baptisée « Guerlain Crafted from Nature » et pensée intégralement de façon responsable, les visiteurs ont été accueillis dans notre boutique emblématique du 68 Champs-Élysées où une découverte de la Maison leur était proposée. À travers un parcours immersif et enchanteur, Guerlain a levé le voile sur ses coulisses de fabrication et l'expertise inimitable de ses artisans. Les visiteurs ont eu l'occasion de découvrir les gestes et les techniques des artisans et des Dames de Table, tout droit venus des sites de production, au sein d'un lieu chargé d'histoire qui a vu passer les plus grands artistes. Les Dames de Table perpétuent un savoir-faire séculaire d'habillage des Parfums d'exception. Elles ne sont que six à maîtriser ces gestes rares et délicats. Avec dextérité et minutie, elles hissent les flacons les plus précieux au rang d'œuvres d'art et leur donnent un supplément d'âme.

Nous avons également eu le plaisir de recevoir Pochet du Courval, fabricant de son Flacon aux Abeilles depuis 1853. Un flacon ressuscité à l'infini, qui célèbre la rencontre du Luxe et du Développement Durable. Thierry Wasser, Maître Parfumeur, et Delphine Jelk, Parfumeuse Guerlain, étaient également invités afin de dévoiler les secrets de l'élaboration de nos parfums et le processus de sélection des matières premières issues de filières d'exception. L'occasion de mettre en lumière la démarche d'innovation durable menée par la Maison devenue membre de l'Union for Ethical BioTrade (UEBT) en 2021 et notre ambition de certifier 50 de nos filières les plus emblématiques selon le référentiel UEBT d'ici à 2026.

Guerlain porte depuis sa création l'audace créative pour signature. Ann-Caroline Prazan, Directrice Art, Culture et Patrimoine et son équipe ont pu présenter aux visiteurs les créations mythiques et pièces d'exception réalisées en collaboration exclusive avec des artistes du monde entier qui incarnent notre inclination pour l'art et le souhait continu de la renouveler.

L'exposition « Piquées » de la photographe Charlotte Abramow, dédiée au programme d'entrepreneuriat apicole « Women for Bees » clôturait la visite. Ce programme, en partenariat avec l'UNESCO, conjugue women empowerment* et protection des abeilles et illustre parfaitement l'engagement de la Maison pour la Nature et les femmes. Notre Directrice du Département Développement Durable, Cécile Lochard et son équipe ont pu partager avec les visiteurs les piliers de l'engagement Guerlain pour un monde plus responsable, avec l'Abeille pour sentinelle.

Près de 1200 personnes ont participé à l'évènement organisé sur 3 jours et pour lequel 104 collaborateurs avaient été mobilisés. La réussite de ces journées confirme l'intérêt porté à l'histoire de notre marque et à l'excellence de ses savoir-faire.

*autonomisation des femmes



Paulo Dinis, Virtuose Guerlain 2022

Artisan assembleur pour la Maison depuis 30 ans, Paulo Dinis a reçu le prix Virtuose 2022 au cours l'évènement SHOW ME et rejoint sur les bancs des récompensés Sylvie Romet, Dame de Table à Orphin, Virtuose 2021. Avec cet événement Show Me, LVMH retrace un an d'actions concrètes pour fédérer toutes les générations autour de la transmission, de la valorisation et de la pérennisation de ses Métiers d'Excellence.



VIVANT, un film de Yann Arthus-Bertrand, réalisé en association avec Guerlain

Pour la première fois dans son histoire, la Maison Guerlain s'est engagée aux côtés d'un film, Vivant, véritable inventaire amoureux de la biodiversité française.

En soutenant ce vibrant plaidoyer pour la sauvegarde de la Nature, Guerlain poursuit son engagement pionnier pour la préservation de la biodiversité, au cœur de sa Raison d'Être. Au travers d'images sublimes, VIVANT célèbre la beauté et l'incroyable variété de la biodiversité en France métropolitaine, la plus riche d'Europe. Le film s'appuie sur le travail d'un collectif de 200 vidéastes répartis dans toute la France pour transporter le spectateur au cœur de l'extraordinaire aventure du vivant dans ses territoires.

De l'infiniment petit au superprédateur, de l'abeille à la baleine, du brin d'herbe à l'arbre géant, VIVANT emmène à la découverte de la biodiversité française dans son incroyable variété. En dévoilant l'époustouflante pyramide du vivant qu'abrite la France, le film invite à se reconnecter à la nature, à s'émerveiller devant ces espèces capables de mille prouesses et subtilement reliées les unes aux autres.

VIVANT est également une invitation à la réflexion. Le film encourage à repenser la place de l'être humain avec humilité dans ce vaste édifice naturel fait d'interdépendances et de fragiles équilibres, et à prendre conscience de son impact.

Pour montrer l'étendue des exploits dont le vivant fait preuve partout dans l'Hexagone, une équipe technique classique ne suffisait pas. VIVANT a mobilisé le concours d'un collectif de 200 naturalistes - amateurs et professionnels - afin de regrouper des images d'une grande diversité pour faire un film qu'aucune équipe technique classique n'aurait pu réaliser, car le spectacle du vivant ne s'organise pas. Capturer ces instants précieux demande un savoir-faire et une patience hors normes. Grâce à cette collaboration unique, VIVANT est un film d'une richesse incroyable et unique qui aide le spectateur à prendre conscience de l'extraordinaire aventure du vivant dans nos territoires, pour que nous ayons envie plus encore de préserver les espèces qui les peuplent.

Yann Arthus-Bertrand et son co-réalisateur Jeremy Frey sont allés à la rencontre de cinq de ces vidéastes qui ont partagé leurs images pour donner naissance à VIVANT. Ils en ont tiré un second film, RENOUER AVEC LE VIVANT, à la fois plongée dans les coulisses de la réalisation de VIVANT et vibrant hommage à tous ces réalisateurs passionnés par les merveilles de la nature.

Chez Guerlain, nous sommes persuadés que les amitiés durables se fondent sur des valeurs communes, des idéaux partagés, et aussi, une même façon de voir le monde et de le rêver. Aujourd'hui c'est notre engagement pour la conservation pour la nature qui nous réunit de nouveau aux côtés de Yann Arthus-Bertrand. Après le succès mondial de la campagne Aqua Allegoria, Guerlain a eu la chance de pouvoir soutenir ce film exceptionnel, une première dans l'histoire de la Maison.

Gabrielle Saint-Genis Rodriguez
Présidente de la Maison Guerlain

VIVANT et RENOUER AVEC LE VIVANT ont été diffusés le mardi 23 mai 2023 sur France 2, et également disponibles en replay sur la Plateforme de France TV.

INDICATEURS DE DÉVE- LOPPEMENT DURABLE ET MATRICE DE MATÉRIALITÉ



INDICATEURS
DE DÉVELOPPEMENT DURABLE
ET MATRICE DE MATÉRIALITÉ

INDICATEURS CLÉS							
Objectif de Développement Durable	Thématique	Indicateur ⁽¹⁾	2019	2020	2021	2022	
Indicateurs sociaux							
	Santé et sécurité au travail	Taux total de maladies professionnelles		0 %	0 %	0 %	
		Dépenses pour améliorer la santé et la sécurité des collaborateurs (en milliers d'euros)			913	1 359	
		Pourcentage de collaborateurs ayant suivi une formation sécurité sur la période de référence			68 %	28,5 %	
	Accès à des services de santé essentiels de qualité	Pourcentage de collaborateurs ayant accès à des services de santé mis à disposition ou pris en charge par l'entreprise			100 %	100 %	
	Conditions de travail	Dépenses pour améliorer les conditions de travail (hors dépenses sur la santé et sécurité au travail) des collaborateurs (qualité de la ventilation, de la température, de la lumière, l'aménagement des espaces de travail...) (en milliers d'euros)		152	646	989	
	Formation et éducation des employés	Pourcentage de collaborateurs ayant suivi une formation sur la période de référence		40 %	52 %	34 %	
		Nombre moyen d'heures de formation suivies par les collaborateurs pendant la période de référence (sur l'effectif total)			8 h	14,5 h	
	Diversité	Pourcentage de femmes dans les effectifs		74 %	74 %	74 %	
		Pourcentage de femmes cadres dans les effectifs		78 %	79 %	79,6 %	
		Effectif par tranche d'âge (en France)					
		25 ans et moins		4 %	4 %	6 %	
		Entre 25 et 34 ans		33 %	33 %	35 %	
		Entre 35 et 44 ans		29 %	28 %	25 %	
		Entre 45 et 54 ans		22 %	23 %	22 %	
55 ans et plus		12 %	12 %	12 %			
	Handicap	Nombre de personnes en situation de handicap dans les effectifs			37	39	
Indicateurs environnementaux							
	Consommation d'énergie	Consommation totale d'énergie provenant de sources d'énergies non renouvelables (MWh)	5 928	5 214	3 518	40	
		Consommation totale de combustibles provenant de sources non renouvelables (MWh)	19	18	97	40	
		Consommation totale d'électricité provenant de sources non renouvelables (MWh)	0	0	0	0	
		Consommation totale de gaz naturel (MWh)	5 909	5 196	3 421	0	
		Consommation totale d'énergie provenant de sources renouvelables (MWh)	10 183	8 475	11 919	13 855	
		Consommation totale de combustibles provenant de sources d'énergies renouvelables (litres)	0	0	0	0	
		Consommation totale d'électricité provenant de sources d'énergies renouvelables (MWh)	10 183	8 475	9 494	8 707	
		Consommation totale de biogaz (MWh)		2 424	5 148		
		Pourcentage de l'énergie totale provenant de sources renouvelables	63,21 %	61,91 %	77,21 %	99,71 %	
	Dépenses et investissements (en milliers d'euros)	Dépenses de protection de l'environnement consacrées à prévenir, réduire ou éliminer la pollution ou toute autre dégradation de l'environnement	892	843	1 712	2 385	
	Prélèvement d'eau (m3)	Total du prélèvement d'eau	44 279	42 126	42 928	44 004	
	Déversement d'eau (m3)	Total du déversement d'eau	42 647	39 753	41 357	41 973	
	Consommation d'eau (m3)	Consommation totale d'eau (total du prélèvement d'eau - total du déversement total d'eau)	1 632	2 373	1 571	2 031	
	Gestion des déchets (en tonnes)	Poids total des déchets dangereux	430	260	250	327	
		Poids total des déchets non dangereux	1 550	1 508	1 524	1 948	
		Poids des déchets selon les différentes méthodes d'élimination :					
		Réutilisation	0	0	0	0	
		Recyclage	1 230	1 215	1 282	1 487	
		Compostage	0	0	0	0	
		Récupération, y compris la récupération d'énergie	730	532	439	461	
		Incinération (brûlage en masse)	0	0	0	0	
		Mise en décharge	3	0	3	0	
		Autres	0	0	0	0	
	Émissions de gaz à effet de serre (GES) (en tonnes eqCO ₂)	Émissions directes brutes de GES (scope 1) en tonnes métriques d'équivalent CO ₂	1 441	1 331	1 066	365	
		Émissions brutes directes (Scope 2) de GES en tonnes métriques d'équivalent CO ₂	118	74	75	78	
		Émissions brutes directes (scope 3) de GES en tonnes d'équivalent CO ₂	86 916	66 742	75 444	97 922	
	Atteinte des objectifs du SBTi à partir de l'année de référence 2019 (en % de réussite)	Réduction de 47 % des émissions de GES des scopes 1 et 2 d'ici 2030 (par rapport à 2019)	NA	-10 %	-27 %	-72 %	
	Réduction de 57 % des émissions de GES dues aux achats de biens et services, au transport et à la distribution en aval, par tonne de produits fabriqués, d'ici 2030	NA	-9 %	- 19 %	- 7 %		
	Protection et restauration des habitats (en Ha)	Surface des zones d'habitat protégées ou restaurées	24	27	30	58	

(1) Périmètre des indicateurs sociaux et environnementaux : France (siège social, sites de production, boutiques parisiennes)

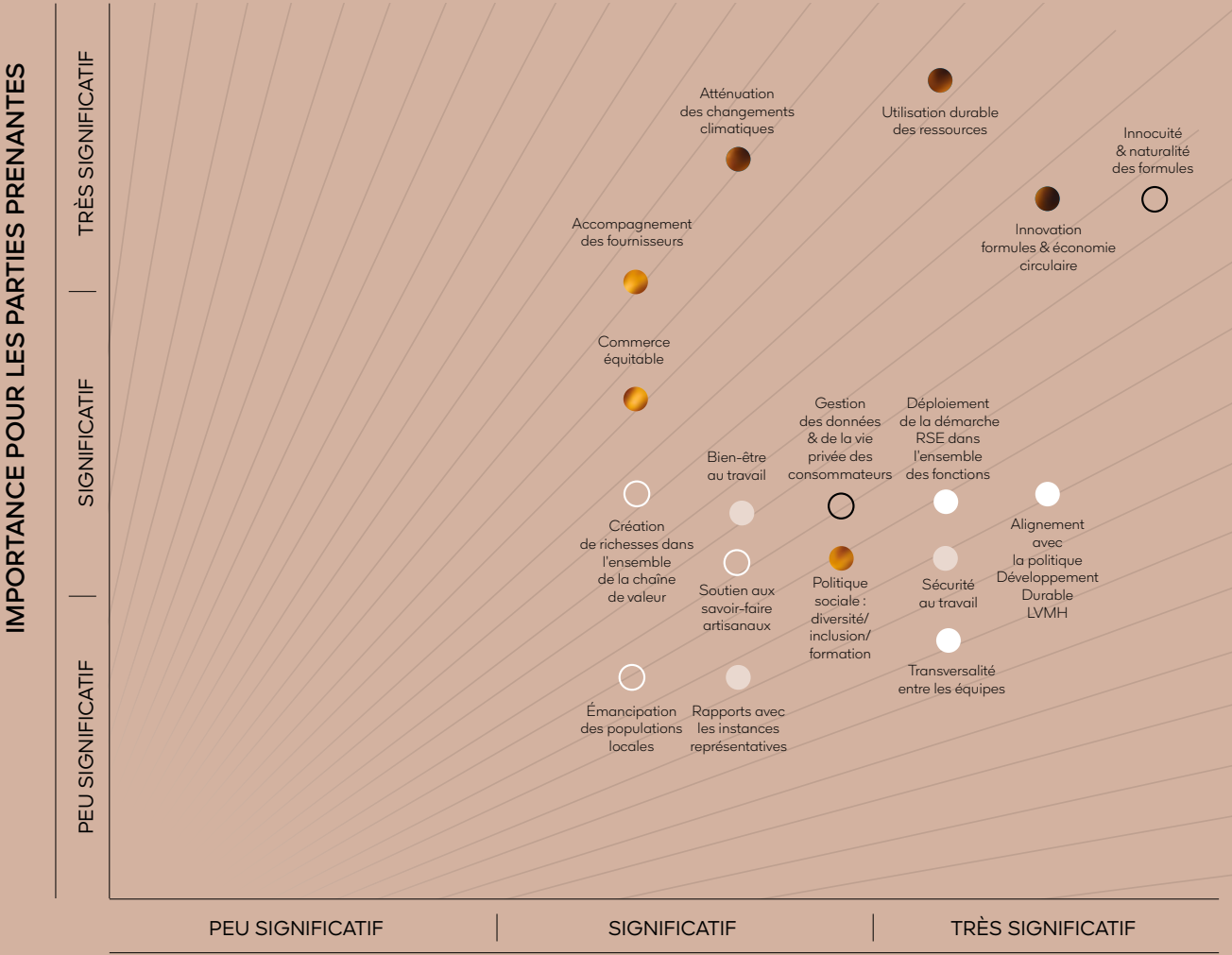
MATRICE DE MATÉRIALITÉ

La Maison Guerlain a réalisé lors de son exercice 2020 une mise à jour de son analyse de matérialité afin de réévaluer les enjeux auxquels elle doit faire face et les attentes de ses parties prenantes internes et externes.

Cette réévaluation a permis d'ajuster, au cours des exercices 2020-2021 et 2021-2022, sa politique RSE.

Les enjeux identifiés comme très prioritaires sont les suivants :

- GOUVERNANCE DE L'ORGANISATION
- DROITS DE L'HOMME
- RELATIONS ET CONDITIONS TRAVAIL
- ENVIRONNEMENT
- QUESTIONS RELATIVES AUX CONSOMMATEURS
- ENGAGEMENT SOCIÉTAL



IMPORTANCE POUR LA MAISON

REMERCIEMENTS

Dans un souci de réduction de l'impact environnemental, ce document a été conçu pour une utilisation digitale avant tout. Il n'a été imprimé qu'en 100 exemplaires au total.

Pour cette édition, le papier de couverture, du Curious Matter apporte un toucher qu'il doit à une technique innovante de valorisation de l'amidon. Le papier des pages intérieures, du Cocoon silk mat, est 100 % recyclé.

De plus, ces papiers sont labellisés FSC pour garantir la bonne gestion de la forêt dont provient le bois utilisé pour leur fabrication.

Merci à Hélène Valade, Gabrielle Saint-Genis Rodriguez, Sandrine Béliet et Karol Villena qui se sont rendues disponibles pour les interviews.

Merci également aux partenaires qui ont conçu et réalisé ce rapport. Conception, Design & Rédaction : Hyssop. Rédaction des entrées de chapitre : The Good. Impression : Handiprint, entreprise adaptée.

Merci à l'ensemble de l'équipe Développement Durable de Guerlain impliquée dans la réalisation du rapport : Cécile Lochard, Clément Renaudet, Jérémy Alonso, Célia Pons, Maureen Nauton, Nadège Faure mais aussi Claire Martinat, Léa Cabanes, Agathe Barcelo Coll, Agnès Pinel, Angélique Portefaix, Alexandra Couzin.

Enfin, un merci tout particulier à l'ensemble des partenaires de la Maison avec qui nous travaillons chaque jour à construire un monde plus vertueux. Merci notamment à Cèdre, à la Fédération des Entreprises de la Beauté, à l'Institut du Commerce, à LVMH Recherche et LVMH Environnement qui nous accompagnent dans notre démarche d'innovation durable.



GUERLAIN
PARIS