



LA PHOCÉENNE  
DE COSMÉTIQUE

SALON-DE-PROVENCE DEPUIS 1996

*Démarche  
RSE 2023*



## S'APPUYER SUR NOS RACINES FRANÇAISES POUR S'ADAPTER AU MONDE QUI NOUS ENTOURE

**L'année 2023 est marquée par deux événements pour le Groupe La Phocéenne de Cosmétique – les 20 ans du Petit Olivier et le rachat des Laboratoires Vendôme. C'est également l'année où nous avons formalisé nos engagements de réduction de notre empreinte carbone. Cela nous permet de regarder le chemin parcouru – avec fierté et responsabilité – pour construire ensemble l'avenir dans un environnement en perpétuel changement.**

En 2003, la marque Le Petit Olivier est née d'un désir d'aventure : nous avons travaillé avec passion pour construire une marque sincère et reconnue qui développe des produits sains et pionnière sur la naturalité. Cet anniversaire nous rappelle les défis surmontés et les réussites d'être un « petit parmi les grands » et notre volonté d'être le partenaire nature de la Grande Distribution.

Nous sommes fiers de la relation de confiance créé avec nos clients et consommateurs depuis 20 ans. Nous affirmons plus fort notre attachement au fabriqué en France: nos produits sont conçus à Salon-de-Provence et fabriqués en France dans le respect de notre charte de formulation à l'exigence maximale en matière de qualité et d'éthique. Une stratégie revendiquée à l'heure où la provenance des produits est devenue une préoccupation majeure pour les consommateurs.

DÉMARCHE RSE 2023 LA PHOCÉENNE DE COSMÉTIQUE



Développer des produits français de qualité, avec un fort pourcentage de naturalité et accessibles est un vrai défi. Depuis 2017, notre charte de formulation anticipe la réglementation sur les ingrédients que nous nous autorisons et les processus de fabrication. Nous devons dans les mois à venir encore mieux tracer nos ingrédients en amont de la chaîne de valeur, et réduire l'empreinte environnementale de nos produits. En 2023 nous avons ainsi formulé l'engagement de réduire notre empreinte CO2e d'ici à 2027.

En 2023, nous avons relevé un autre défi économique cette fois en entrant dans le marché de la dermo-cosmétique : les Laboratoires Vendôme rejoignent le Groupe La Phocéenne de Cosmétique. Nous reformulons complètement la gamme et relocalisons la production en France pour réveiller cette marque historique qui a appartenu au Groupe italien Bolton ces 10 dernières années.

Malgré les défis économiques persistants (inflation, tensions sur les prix de vente, coûts des matières premières) et le coût de la décarbonation, nous restons fermement engagés à maintenir l'intégrité de nos marques et l'excellence du service client. Notre service logistique a ainsi obtenu la certification ISO 9001 cette année.

Eric Renard, fondateur et Sophie Dartois, responsable RSE & Communication Groupe

## SOMMAIRE

### 4 FAIRE TOUJOURS MIEUX POUR LA BEAUTÉ & LE BIEN-ÊTRE

- Une PME française engagée pour une production et consommation responsable
- Les Objectifs de Développement Durable adressés
- Relocalisation en France des Laboratoires Vendôme

### 14 NOTRE TRAJECTOIRE CLIMAT 2023 - 2033

- Réalisation de notre Bilan Carbone
- Plan de réduction de l'empreinte carbone
- Résultats à date

### 21 DÉMARCHÉ D'ÉCOCONCEPTION DE NOS EMBALLAGES

- Réduction du plastique vierge et démarche 3R
- Recyclabilité et qualités environnementales de nos produits
- Recyclé, Réemploi : enjeux d'accélérer l'écoconception

### 29 MESURE D'EMPREINTE & PRÉSERVATION DE LA BIODIVERSITÉ

- Mesure d'empreinte biodiversité
- Démarche d'amélioration de la traçabilité des filières
- Partenariat renforcé pour la protection des cétacées avec Océania et Lovea
- Bien-être animal : Zoo-Refuge La Tanière

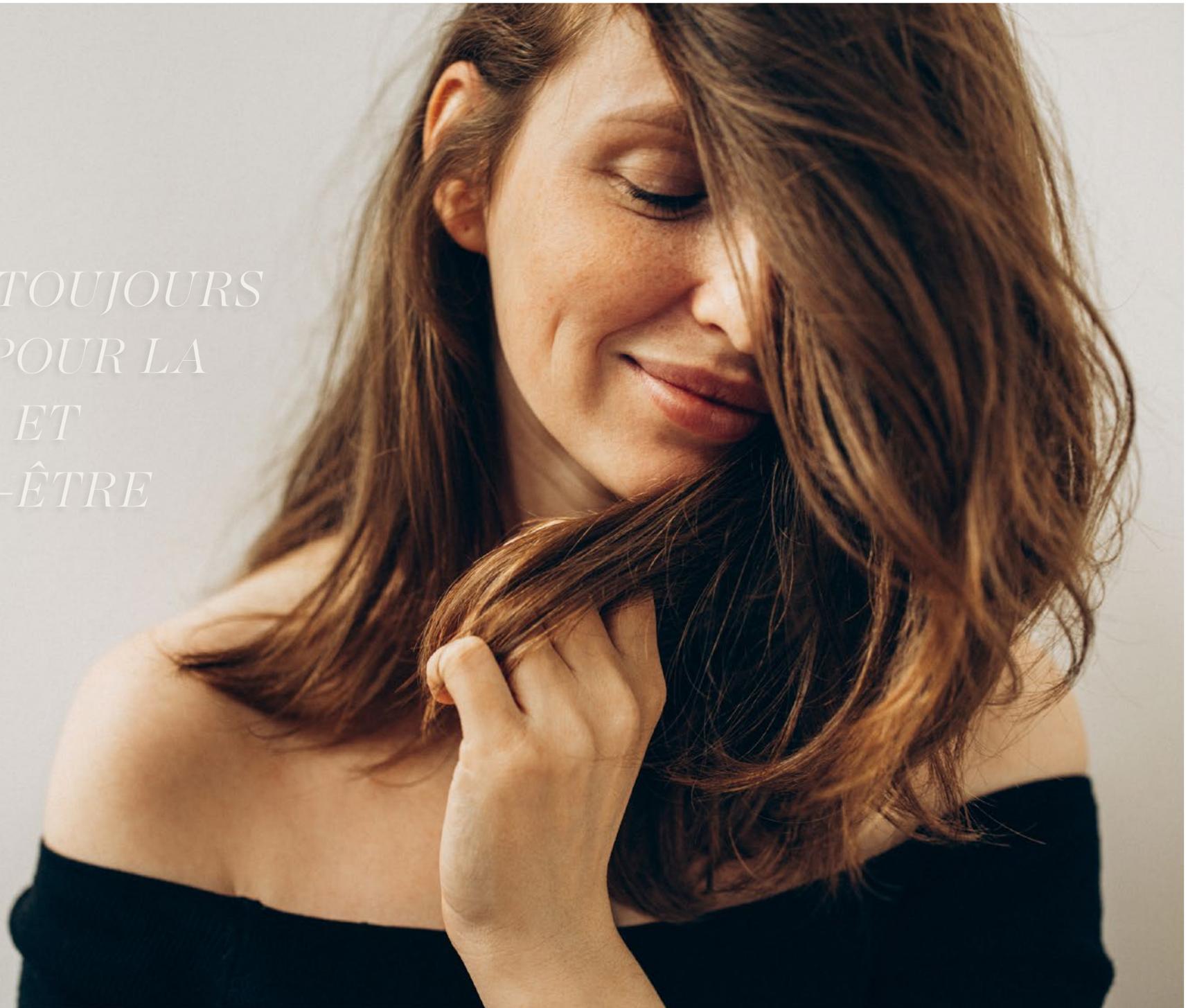
### 35 VALORISER L'HUMAIN AU CŒUR DU PROJET

- Célébration des 20 ans du Petit Olivier au Moulin Cante-Perdrix
- Valorisation des savoir-faire locaux et de l'argan au Village Solaire
- Sensibilisation des salariés avec le programme PHOCHANGER

### 43 SYNTHÈSE



*1. FAIRE TOUJOURS  
MIEUX POUR LA  
BEAUTÉ ET  
LE BIEN-ÊTRE*



## 1.1. UNE PME FRANÇAISE ENGAGÉE POUR UNE PRODUCTION ET CONSOMMATION RESPONSABLE

**Depuis l'origine La Phocéenne de Cosmétique travaille avec des partenaires français historiques pour fabriquer des produits cosmétique sains et pionnière sur la naturalité. Fière d'être une PME française, la Phocéenne s'attache à:**

Limitier nos impacts négatifs sur le climat : nous nous engageons à réduire notre empreinte carbone en adaptant nos pratiques (découpler notre empreinte par rapport à la croissance économique du Groupe). En 2023 nous avons formalisé ces objectifs à horizon 5 ans et 10 ans.

Une démarche de progrès en cours de conception pour mieux préserver la biodiversité : nous avons priorisé nos actions sur la vie terrestre chez Le Petit Olivier (ODD 15) et sur la vie aquatique pour Lovea (ODD 14). La traçabilité de nos filières d'ingrédients est essentielle au niveau Groupe: l'implication sur la filière argan en est un exemple unique & emblématique.

Valoriser la relation avec nos partenaires: collaborateurs & partenaires travaillent chaque jour pour concevoir de nouveaux produits, transformer nos gammes actuelles, tout en assurant l'excellence du service client et des produits accessibles: un défi de taille à l'échelle de notre PME.

Continuer notre engagement pour le bien-être animal : nous croyons en l'importance de sensibiliser au respect de la nature et du bien-être animal. Nous continuons à œuvrer pour des projets qui nous tiennent à cœur comme le soutien au Zoo-Refuge la Tanière.



**“ C’est en 1996, que nous avons créé la Phocéenne de Cosmétique, d’un vrai désir d’aventure. Nous voulions mettre en avant notre propre vision de la beauté : Celle qui répond à des engagements profonds, à des valeurs sincères en fabriquant des produits vrais, authentiques et respectueux de notre environnement. ”**

Eric Renard et Xavier Padovani, fondateurs

FAIRE TOUJOURS MIEUX POUR LA BEAUTÉ ET LE BIEN-ÊTRE

## 1.1 UNE PME FRANÇAISE ENGAGÉE POUR UNE PRODUCTION ET CONSOMMATION RESPONSABLE

### PME française née à Salon-de-Provence en 1996:

- 109 salariés répartis sur deux sites - Salon-de-Provence et Epône - et sur le territoire français
- Un Moulin d'Olives à Saint Bonnet du Gard dont l'huile d'olive rentre dans la gamme de Soin Olive le Petit Olivier
- Une équipe export qui travaille dans + de 67 pays, avec une implantation en Belgique, au Portugal, en Suisse.

Pôle Logistique, comptabilité  
et communication  
Restaurant La Table du Petit  
Olivier



**1. TRANSPARENCE.**  
Qualité des produits



**2. RESPECT.**  
Engagement social



**3. RESPONSABILITÉ.**  
Engagement environnemental



**4. EXEMPLARITÉ.**  
Engagement social

## 1.1 UNE PME FRANÇAISE ENGAGÉE POUR UNE PRODUCTION ET CONSOMMATION RESPONSABLE

**A l'occasion des 20 ans de la marque Le Petit Olivier, nous réaffirmons l'importance et la pertinence de cette charte écrite il y a plus de 10 ans : elle guide nos décisions et demeure un pilier de notre culture d'entreprise.**

Cet engagement envers nos valeurs fondamentales est partagé et renouvelé avec nos collaborateurs :

Lors de la définition de la trajectoire carbone en avril 2023 ; un groupe de travail représentatif de l'ensemble des métiers de la Phocéenne de Cosmétique s'est réuni pour partager leur vision du groupe avant de plancher sur nos forces, faiblesses, les opportunités et menaces et nos engagements envers le Climat, la Biodiversité et la réduction de notre impact carbone.

Voici la vision qui est ressortie des échanges :

**“Des femmes et des hommes visionnaires, engagés, créatifs qui partagent les mêmes valeurs humaines et écologiques pour concevoir des produits incontournables – de qualité et accessibles – avec nos parties-prenantes, en évoluant et nous adaptant à l'environnement qui nous entoure.”**



### parlons-en !

#### bien née,

NOTRE ENTREPRISE EST NÉE D'UN VRAI DÉSIR D'AVENTURE. IL FALLAIT SIMPLEMENT OSER VOULOIR DEVENIR LE « PARTENAIRE NATURE » DE LA GRANDE DISTRIBUTION, S'AFFIRMER COMME LE RÉFÉRENT EN LA MATIÈRE À UNE ÉPOQUE OÙ LE BIO N'ÉTAIT PAS UN MOTIVAIT PERSONNEL...

NOTRE COURAGE ET NOTRE JEUNESSE INSOUCIANTE ONT PAYÉ : LE PETIT OLIVIER EST DÉSORMAIS UNE MARQUE EMBLÉMATIQUE, APPRÉCIÉE POUR SON AUTHENTICITÉ, SES VERTUS COSMÉTIQUES, SA CAPACITÉ D'INNOVER, SON RESPECT DE L'HOMME ET DE L'ENVIRONNEMENT.

IL NOUS A FALLU SUBLIMER LES RESSOURCES DE LA NATURE PAR LE TALENT DES HOMMES : NOS RÉSULTATS NOUS CONFIRMENT QUE NOUS AVONS BIEN FAIT DE PRENDRE NOS DÉSIRS POUR DES RÉALITÉS.

#### passionnée,

COMME TOUTE ENTREPRISE, NOUS OBEÏSSONS AUX RÈGLES INCONTOURNABLES DE L'EFFICACITÉ. PLUS ENCORE, LE CLIENT EST AU CENTRE DE TOUTES NOS ACTIONS, DE TOUTES NOS PENSÉES. TOUTE ÉNERGIE QUI N'EST PAS CONSACRÉE À SATISFAIRE NOS CLIENTS EST UNE ÉNERGIE GASPILLÉE.

ALORS, TOUTS LES JOURS, NOUS NOUS INGÉNIONS À OPTIMISER NOS PRODUITS, À LES RENDRE ACCESSIBLES À UN BON PRIX, ET LEUR ASSURER UNE BONNE PLACE ET UNE LARGE PROMOTION.

À CES QUATRE P, LES PILIERS DU MARKETING, NOUS AVONS RAJOUTÉ LA PASSION, CELLE QUI PERMET À CHACUN D'ENTRE NOUS DE DÉPASSER LES COMPORTEMENTS ORDINAIRES D'UNE ENTREPRISE SANS GÉNIE. NOTRE RAISON NE VAUT QUE PAR CETTE PASSION.

#### notre entreprise progresse

PLUTÔT QUE D'AVOIR TOUJOURS PLUS, NOUS CHOISISSONS D'ÊTRE SANS CESSER MIEUX.

TRAVAILLONS-NOUS DAVANTAGE ? CE N'EST PAS CERTAIN, MAIS NOUS TRAVAILLONS EN STIMULANT LA SOLIDARITÉ, L'EMPATHIE, LA SINCÉRITÉ, LE PLAISIR. NOUS ÉCOUTONS, NOUS RÉAGISSONS, NOUS NOUS ADAPTONS, NOUS ÉVOLUONS. NOUS PRODUISONS DES PRODUITS VRAIS, ET ON Y RETROUVE LA PREUVE DE NOS ENGAGEMENTS, LA VÉRITÉ DE NOS ACTES.

NOTRE ENTREPRISE A L'AMBITION D'ÊTRE DURABLE. POUR CELA, NOUS RASSEMBLONS DES FEMMES ET DES HOMMES CAPABLES DE DÉVELOPPER LEURS CAPACITÉS INDIVIDUELLES POUR MAÎTRISER NOTRE AVENIR COLLECTIF.

#### avec une salubre liberté

AUJOURD'HUI, CES DÉSIRS, CES RÈGLES ET CES CHOIX DE FONCTIONNEMENT CONFIRMENT NOS EXIGENCES DE DÉPART. TOUTEFOIS, LA PERSPECTIVE EST PLUS LARGE : AFFIRMER UNE IMAGE MODERNE, EXPRIMER UNE VÉRITÉ NOVATRICE, ASSURER UNE ACTIVITÉ PÉRENNE, OFFRIR À NOS MARQUES UN TERRITOIRE CONVAINCANT.

NOUS ALLONS VERS UN DÉVELOPPEMENT SÉRÈNE ET UNE NOTORIÉTÉ ACCRUE. COMMENT ABORDER CES ENJEUX ? AVEC LA PLUS GRANDE LIBERTÉ POSSIBLE, CELLE DE PENSER, D'AGIR, DE CONVAINCRE. LIBERTÉ DE JOUER AUSSI, AVEC LE BONHEUR RARE D'ÊTRE SÉRIEUX SANS SE PRENDRE AU SÉRIEUX. LIBERTÉ DE CEUX QUI ONT DE LA CHANCE ET QUI SAVENT QUE CETTE CHANCE SE MÉRITE.

## 1.2. LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ADRESSÉS

Les Objectifs de Développement Durable ont été définis par l'Organisation des Nations Unis dès 2015, au nombre de 17 Objectifs pour donner une marche à suivre au niveau mondial afin de construire un avenir durable pour tous – porté par l'Agenda 2030. Ces objectifs répondent aux défis mondiaux et sont interconnectés entre eux.

Au sein de la Phocéenne de Cosmétique nous étions déjà engagés depuis 2021 sur la réalisation de l'**Objectif de Développement Durable (ODD) 12** axé sur une **Consommation et une Production Responsable** dans le cadre du suivi ESG (critères environnementaux, sociaux et de gouvernance) réalisé pour notre partenaire AZULIS (fond d'investissement minoritaire).

Dans le cadre de la rédaction de la feuille de route RSE 2023-2027 nous avons fait un état des lieux des mesures déjà prises et des priorités environnementales et sociales sur chacun des Objectif de Développement. Nous avons priorisé 5 objectifs de développement durable:

- Deux ODD transverses au Groupe La Phocéenne:
  - ODD 12 - Consommation et Production Responsables
  - ODD 13 - Mesure relative à la lutte contre les changements climatiques
- Trois ODD spécifiques à chaque marque



LA PHOCÉENNE  
DE COSMÉTIQUE  
SALON-DE-PROVENCE DEPUIS 1996



# ODD 12 - CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



Critère	Mesures prises sur cet ODD	KPIs choisis	Objectifs fixés dans le temps	Réalisation de l'objectif % atteint par rapport à vos objectifs ?
<p><b>ODD 12.2</b> : Gestion durable et utilisation rationnelle des ressources naturelles</p> <p><b>ODD 12.4</b> :Gestion écologiquement rationnelle des produits chimiques et de tous les déchets tout au long de leur cycle de vie.</p> <p><b>ODD 12.5</b> : Réduire considérablement la production de déchets par la prévention, la réduction, le recyclage et la réutilisation.</p>	<p><b>Depuis 2017 : Charte de formulation exigeante</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fort % d'ingrédients d'origine naturelle</li> <li>• Parmi les premiers à s'interdire des produits issus de la pétrochimie (paraffine, vaseline, huiles minérales)</li> <li>• Listes des conservateurs autorisés réduite</li> <li>• Listes de filtres solaires autorisés réduite à 5 sur 20.</li> </ul> <p><b>Suivi de la consommation de déchets valorisés</b> : dans notre laboratoire et dans les usines de nos sous-traitants</p> <p><b>Packaging</b> : Signature du plan de prévention à l'écoconception commun au secteur hygiène-beauté proposé par CITEO.</p>	<p>Conformité des nouvelles formulations vis-à-vis de la charte de formulation Evaluation des produits via le Green Impact Index sur les critères environnementaux et sociaux (emballage, formule, fabrication, matières première...)</p> <p>Conformité des fournisseurs et sous-traitants vis à vis de la politique d'achat responsable</p> <p>Réalisation du bilan carbone tous les 2 ans</p> <p>Mesurer la quantité et l'évolution :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Usage du plastique vierge, recyclé, réemployé (UVC et kg)</li> <li>- Usage du carton, aluminium (UVC et kg)</li> </ul>	<p>Amélioration de la traçabilité de nos ingrédients principaux sur le tiers 1 et 2</p> <p>Evaluation de 20/80 de nos produits avant 2027</p> <p>D'ici à 2027:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% de nos emballages recyclables</li> <li>• Réduction de 20% de l'usage du plastique vierge</li> <li>• Atteindre 25% de plastique recyclé dans les emballages</li> <li>• Atteindre 10% d'emballages réemployés</li> </ul>	<p>Traçabilité des actifs phares de chaque gamme (olive, argan, karité, monoï)</p> <p>Mesure prises par nos fournisseurs et sous-traitants en matière de consommations énergie / eau / climat / biodiversité</p> <p>Partenariat Clickeco pour le recyclage des déchets liquides du laboratoires</p> <p>En 2023 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60% de nos produits sont aujourd'hui majoritairement recyclables</li> <li>• Croissance de l'usage du plastique vierge,</li> <li>• 6% d'intégration de plastique recyclé dans nos emballages</li> </ul>

## 1.2. LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ADRESSÉS

# CHAQUE MARQUE ADRESSE UN OBJECTIF DE DÉVELOPPEMENT DURABLE SPÉCIFIQUE

Depuis sa création en 2003, Le Petit Olivier est convaincu que « la beauté est plus belle quand elle est bien faite » : la marque s'est donc donnée pour objectif de s'engager davantage pour une beauté naturelle. Cela passe par la préservation du patrimoine



local, des actions de préservation de l'usage des sols sur les filières d'ingrédients, l'engagement pour le bien-être animal. C'est dans cette optique que nous avons choisi de répondre à l'ODD 15, centré sur la Vie Terrestre.

Parmi les actions déjà initiées:

- 2003 : interdiction des tests sur les animaux
- 2009 : achat du Moulin de Cante Perdrix pour assurer un sourcing d'huile d'olive durable pour sa gamme de

Soin Olive et la préservation de la biodiversité locale.

- 2017 : création du Village Solaire Id Mjahdi au Maroc, visant à soutenir une filière argan durable : reboisement d'arganier et développement de l'apiculture.
- 2018 : partenariat avec l'Office National des Forêts (ONF) pour un reboisement d'oliviers dans la forêt du Lubéron.



Lovea, marque reconnue sur les produits solaires fondée en 1994 et acquise en 2019, a pour mission de promouvoir la « Beauté naturellement positive ». La marque s'engage pour la protection de la biodiversité marine; C'est tout naturellement que nous avons choisi de répondre à l'ODD 14, axé sur la Vie Aquatique.

Lovea a déjà mène une série d'actions concrètes :

- 2019 : partenariat avec l'association Oceania, spécialisée dans l'étude et la conservation des cétacés et baleines à bosse en Polynésie Française
- 2023 : opération de ramassage des déchets en mer et sur une plage de Toulon.

**Nous avons fait notre entrée sur le marché**



**de la dermo-cosmétique grâce à l'acquisition des Laboratoires Vendôme.** Fondés en 1981 et intégrés à notre groupe en 2023, ces laboratoires incarnent une mission claire axée sur « Le pouvoir actif du végétal ».

Guidés par cette vision, notre objectif est d'agir sur l'ODD 3 « Bonne santé et bien-être » en proposant des solutions dermo-cosmétiques efficaces, accessibles et rassurantes pour les consommateurs

L'ensemble de nos marques sont en démarche de progrès pour adresser ces Objectifs de Développement Durable et mettre en cohérence les enjeux court terme, moyen et long terme.

FAIRE TOUJOURS MIEUX POUR LA BEAUTÉ ET LE BIEN-ÊTRE

## 1.3. RELOCALISATION EN FRANCE DES LABORATOIRES VENDÔME

### 2023 - 2024 : Acquisition majeure d'une marque dermo-cosmétique et relocalisation stratégique en France

Forts de cette nouvelle alliance, nous nous engageons à insuffler un vent de modernité à la marque et à repenser intégralement ses gammes de produits et formules, afin de répondre à nos exigences en termes de qualité et offrir une solution efficace et rassurante pour nos consommateurs.

Dans le cadre de notre stratégie, nous avons également initié une relocalisation stratégique en France en collaboration étroite avec nos partenaires historiques. Cette démarche incarne notre engagement pour le « Fabriqué en France » et de perpétuer l'héritage des Laboratoires Vendôme.

En valorisant le savoir-faire français, nous contribuons à réduire notre impact énergétique, mais également à la préservation et à la création d'emplois locaux. Le fabriqué en France incarne :

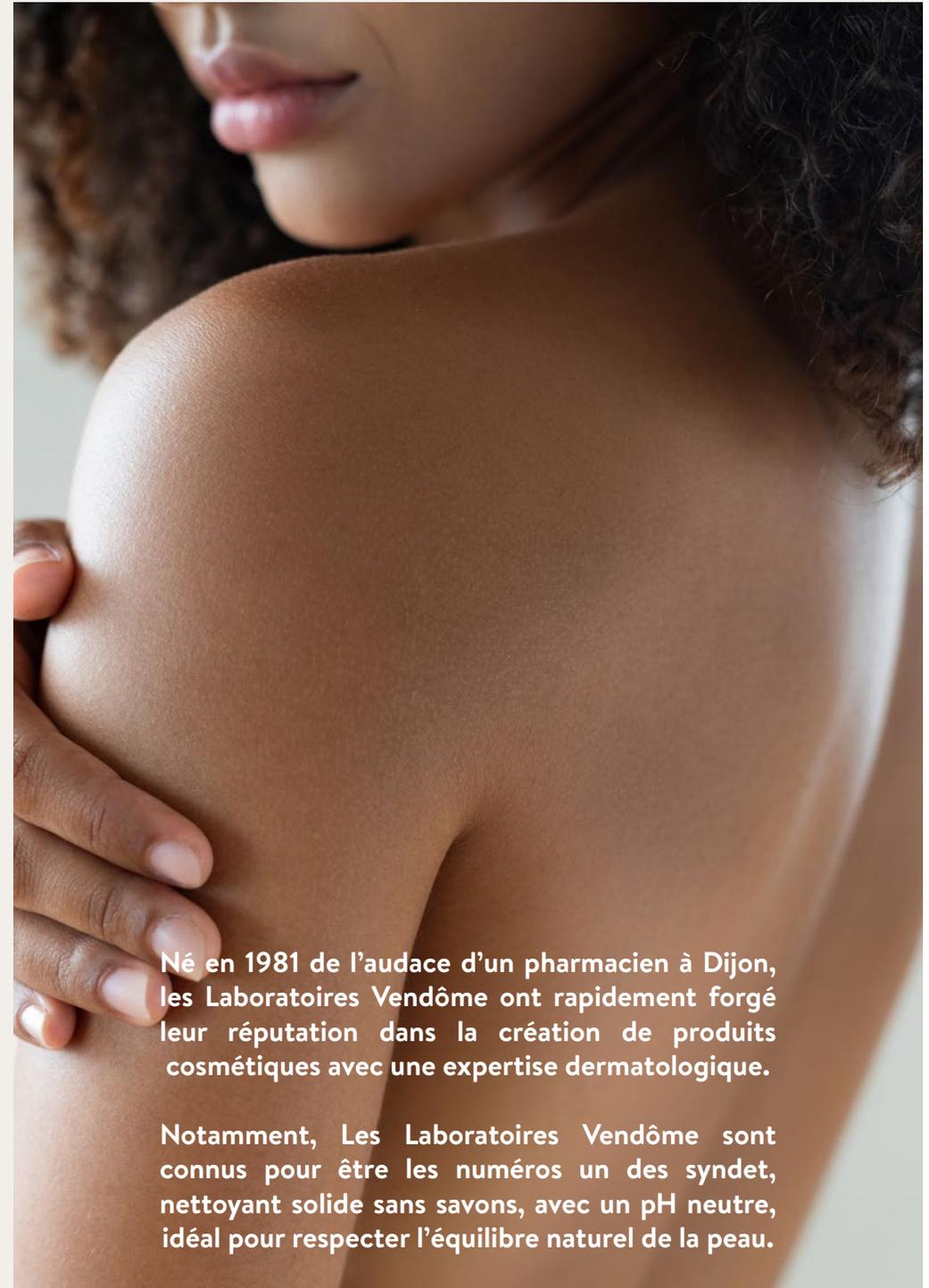
- notre attachement à l'expertise cosmétique française
- notre engagement envers la qualité et notre contribution à l'économie nationale.

**En choisissant La Phocéenne, nos clients soutiennent une démarche responsable et participent à la préservation du patrimoine industriel français tout en bénéficiant de produits de qualité.**



  
[ FABRIQUÉ EN FRANCE ]

DÉMARCHE RSE 2023 LA PHOCÉENNE DE COSMÉTIQUE



Né en 1981 de l'audace d'un pharmacien à Dijon, les Laboratoires Vendôme ont rapidement forgé leur réputation dans la création de produits cosmétiques avec une expertise dermatologique.

Notamment, Les Laboratoires Vendôme sont connus pour être les numéros un des syndet, nettoyant solide sans savons, avec un pH neutre, idéal pour respecter l'équilibre naturel de la peau.

FAIRE TOUJOURS MIEUX POUR LA BEAUTÉ ET LE BIEN-ÊTRE

## UN PRODUIT FABRIQUÉ EN FRANCE ÉMET MOINS DE CO<sup>2</sup>e

La relocalisation de la production des Laboratoires Vendôme en France vient soutenir notre stratégie de décarbonation. Nous avons réalisé une étude avec SCIOLOG CONSEIL qui montre que **la production française de nos produits cosmétiques permet de réduire les émissions de gaz à effet de serre de 10% par rapport à une production européenne.**

Ces résultats s'expliquent par la part importante d'énergie nucléaire dans le mix énergétique français, ainsi que dans les normes environnementales strictes du pays: en effet la consommation de gaz à effet de serre (CO<sub>2</sub>e) de l'énergie pour fabriquer un produit cosmétique est entre 7 et 20 fois plus élevée dans certains pays européens par rapport à une usine française. Cette étude conforte nos choix de production et souligne les avantages écologiques du Fabriqué en France.

Nous poursuivons nos recherches et innovation pour réduire notre empreinte sur tous les autres aspects d'empreinte environnementale d'un produit :



[ IMPACT ENVIRONNEMENTAL N°1 & 2  
MATIÈRE PREMIÈRE ET FABRICATION ]

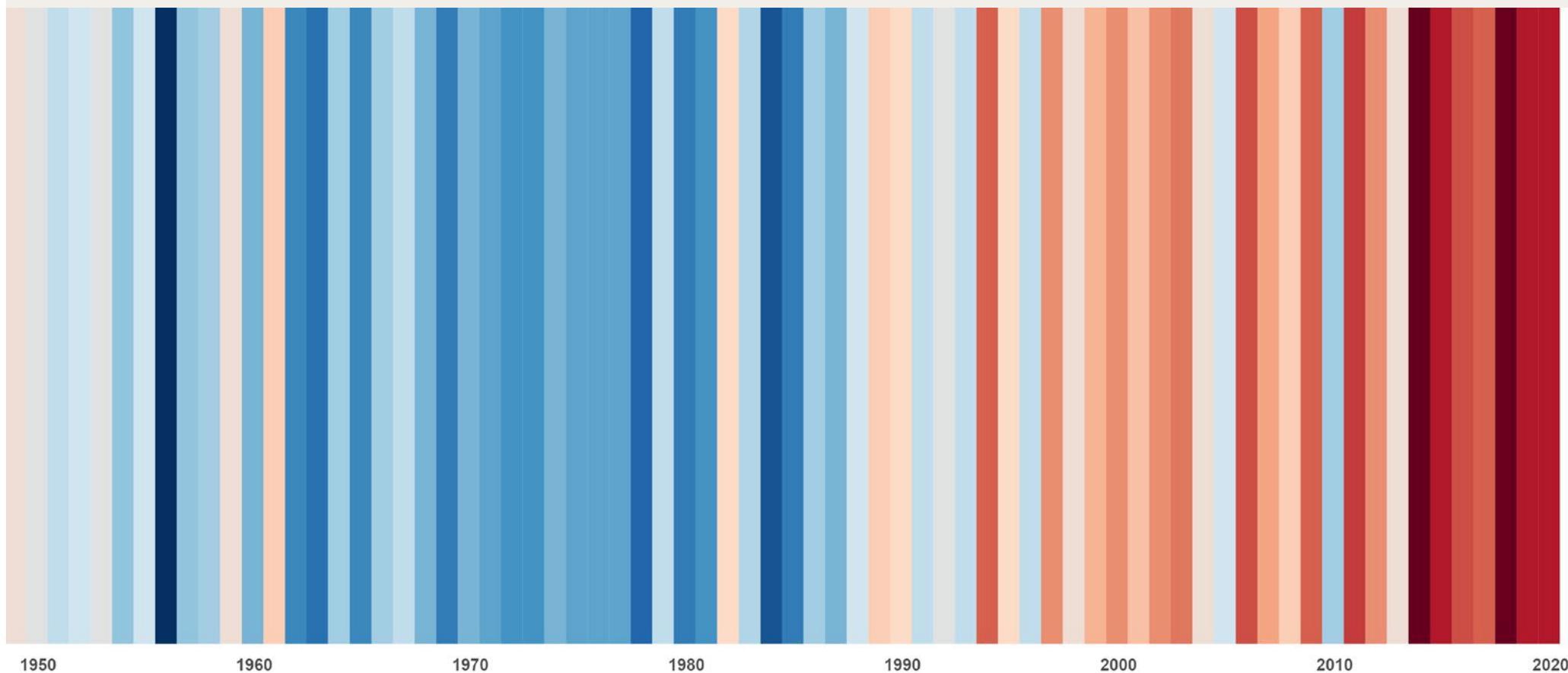
[ IMPACT ENVIRONNEMENTAL N°3  
EMBALLAGE PRIMAIRE ET SECONDAIRE ]

[ IMPACT ENVIRONNEMENTAL N°4  
TRANSPORT DES MARCHANDISES ]



[ FABRIQUÉ EN FRANCE ]

## *2. NOTRE TRAJECTOIRE CLIMAT 2023 - 2033*



Evolution de la température par année depuis 1948 - Salon-de-Provence (13) : de 12,7°C à 15,8°C

# RÉALISATION DE NOTRE BILAN CARBONE

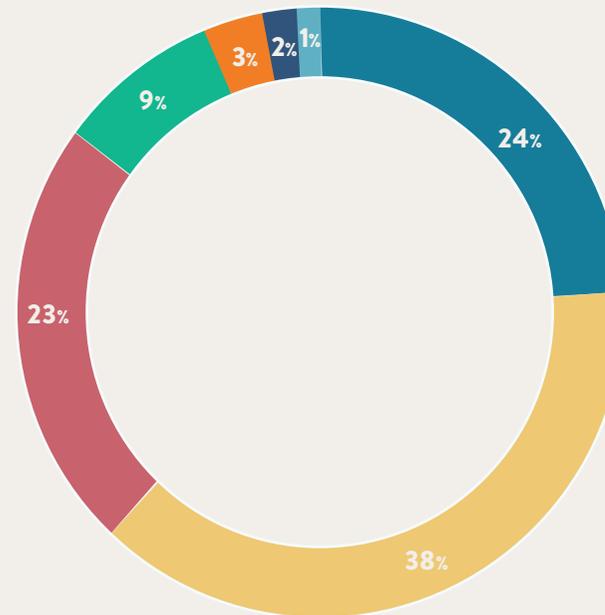
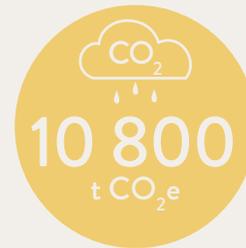
**En 2023, sur année de référence 2022 nous avons évalué notre bilan carbone avec l'accompagnement Diagnostic Décarbon'Action proposé par Bpifrance, en partenariat avec l'ADEME et en collaboration avec SCIOLOG CONSEIL.**

Le bilan carbone du groupe est de 10 800 t CO<sub>2</sub>e (ou Gaz à Effet de Serre - GES) sur l'ensemble des scopes 1, 2 et 3 (émissions directes et indirectes) ce qui équivaut à 2.4 kg CO<sub>2</sub>e/unité produite.

Nous avons pu identifier nos principales sources d'émissions et ainsi définir des objectifs de réduction. La Base Carbone de l'ADEME nous a fourni des données qualifiées du marché pour évaluer nos performances environnementales.

Elles sont principalement générées par nos achats de matières premières, d'emballages et de sous-traitance de production ainsi que leur transport. Nous avons choisi d'exclure de l'analyse l'utilisation de nos produits dans la salle-de-bain – données peu/pas accessibles. Celle-ci représente la quantité et chauffage de l'eau pour les produits rincés (notamment) qui peut atteindre jusqu'à 40% de l'empreinte carbone d'un produit du secteur cosmétique.

## BILAN GES DE LA PHOCÉENNE DE COSMÉTIQUE POUR L'ANNÉE FISCALE 2022



● Emballages ● Matières premières ● Sous traitance  
● Transport ● Déplacements ● Fin de vie  
● Immobilisations

Methodologie adoptée:

● Poste 1 : 23% - Matières premières : facteurs d'émission fournis par Eco Invent, une base de données bien établie dans le domaine de l'analyse de cycle de vie. Analyse ciblée sur les matières premières qui contribuent le plus aux émissions, tous en excluant l'eau pour la clarté des résultats.

● Poste 2 : 38% - Fabrication de nos produits en usine

● Poste 3 : 24% Emballages des packagings et du transport, classés en fonction de leur composition. La majorité sont en plastique (80%), suivis par les cartons (14%), les métaux (5%), et une petite proportion de verre (<1%).

# RÉALISATION DE NOTRE BILAN CARBONE

Nos émissions directes scope 1-2, liées à nos activités de bureau et logistique, ne représentent que 0,01% de notre activité totale. Au regard de notre organisation, nos émissions indirectes de fabrication et de transport de produits (le scope 3 amont et aval de nos opérations) représentent plus de 90% de notre bilan carbone global.

**90% eq CO2 = fabrication et transport produits**



- Déplacements domicile-travail
- Déplacements des visiteurs



- Achats de biens et services  
(matières premières, produits intermédiaires, consommables, services...)
- Sous-traitance



- Transport entrant

- Amortissements  
(bâtiments, véhicules, matériel informatique, ...)



## Scope 1-2

= CO2 directs

~0,01%

Pour chacun des sites



Consommations des bâtiments  
(énergies, froid)

Gaz de procédés  
Changement d'usage des sols  
Fret entre les sites

## Scope 3

= Empreinte carbone globale



- Déplacements professionnels



- Collecte et traitement des déchets produits



- Distribution des produits

Utilisation des produits



Fin de vie des produits

# PLAN DE RÉDUCTION DE L'EMPREINTE CARBONE



ENGAGEMENT DE RÉDUCTION DE L'EMPREINTE CARBONE -5% CO<sub>2</sub>e D'ICI À 2027 ET -20% D'ICI À 2033\*

BILAN CARBONE → CO-CONSTRUCTION DE LA STRATÉGIE → LANCEMENT DES COMITÉS → MISE EN TRANSITION

**Nous avons défini des objectifs ambitieux: -5% par an d'ici à 2027, et -20% d'ici à 2033. Cet objectif est fixé à l'année de référence 2022 du bilan carbone et calculé en fonction de la croissance du groupe, notamment externe.**

Pour pouvoir répondre à nos objectifs de réduction de notre empreinte carbone, nous avons élaboré un plan de transformation climat 2023-2027, axé sur la réduction de nos principales émissions.

10 actions prioritaires ont été travaillées avec un groupe de travail représentatif de l'entreprise et selon la méthodologie ADEME:

Eco-conception, Sous-Traitance, Déplacements, Logistique, Exemplarité.

\* Découplage par rapport à la croissance

# PLAN DE RÉDUCTION DE L'EMPREINTE CARBONE

## Objectifs à 5 ans



### [ ECOCONCEPTION PACK & MATIÈRES PREMIÈRES ]

- Démarche 3R de réduction du plastique vierge « Recycler, Réincorporer, Réemployer »
- Traçabilité des ingrédients
- Valorisation des déchets de production



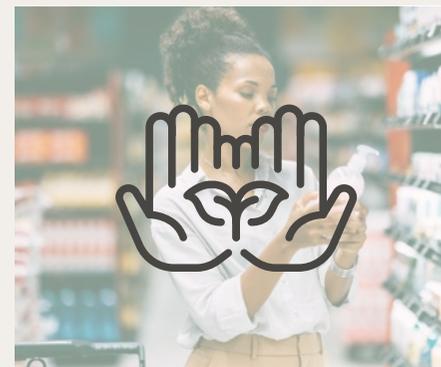
### [ SOUS-TRAITANCE ]

- Politique Achat Responsable
- Fabrication en France
- Suivre les consommations & process de fabrication



### [ OPTIMISER LES FLUX LOGISTIQUES ]

- Rationnaliser les commandes clients



### [ EXEMPLARITÉ ]

- Intégrer une filière palme responsable
- Engager les consomm'acteurs

# PLAN DE RÉDUCTION DE L'EMPREINTE CARBONE

En poursuivant la méthode ADEME, le groupe de travail Climat a défini des actions prioritaires pour mener à bien notre transformation. L'impact carbone de chaque action devra être calculé en réalisant le prochain bilan carbone de l'année 2024

THÉMATIQUES	PRINCIPALES ACTIONS	POTENTIEL DE RÉDUCTION CARBONE	PRIORITÉ ET ÉTAT D'AVANCEMENT
PACKAGING	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>RÉDUIRE</b> -20% de plastique vierge Développer les recharges et nouveaux usages Alléger les packs plastiques et/ou supprimer les étuis</li> <li>✓ <b>RECYCLER</b> : 100% recyclable d'ici 2027, 25% de plastique recyclé</li> </ul>	<b>FORT</b> lié à l'emballage	<b>ELEVÉE</b> En cours de mise en œuvre, En 2023, 6% de plastique recyclé
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Développer des nouvelles offres:</b> Gamme solide, Développer la consigne grâce à des partenariats</li> </ul>	<b>MOYEN</b> lié à l'emballage	<b>MOYEN TERME</b> Problématique de maturité du marché GMS sur les nouveaux usages; collectif consigne à venir
MATIÈRES PRE-MIÈRES	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Traçabilité des matières premières</b> pour garantir des formules zéro déforestation et limiter l'impact sur la biodiversité</li> </ul>	<b>FORT</b> lié à l'emballage	<b>ELEVÉE</b> Questionnaire fournisseurs Notation de l'impact environnemental et sociétal des produits
SOUS-TRAITANCE ET ACHATS	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Production en France</b></li> </ul>	<b>FORT</b> lié à l'emballage	<b>ELEVÉE</b> Relocalisation des Laboratoires Vendôme en 2024
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Piloter une Politique d'Achat Responsable</b> pour mesurer et suivre l'évolution des actions environnementales des fournisseurs</li> </ul>		<b>ELEVÉE</b> Mise en œuvre progressive auprès des fournisseurs principaux en 2024, étendue en 2025
LOGISTIQUE	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Supprimer les retours des solaires</li> <li>✓ Rationaliser les commandes des clients</li> <li>✓ Réduire nos emballages clients (distributeurs / e-commerce)</li> </ul>	<b>MOYEN</b> lié à l'emballage	<b>MOYEN TERME</b> Co-construction avec les distributeurs
EXEMPLARITÉ	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mise en place d'un index produit</li> <li>✓ Rendre les consommateurs acteurs</li> </ul>	<b>FAIBLE</b> lié à l'emballage	<b>MOYEN TERME</b> Lancement du Green Impact Index Rôle à jouer dans la consommation responsable

## RÉSULTATS À DATE

		2022	2023	%	OBJECTIFS 2024-2027
ENERGIEKWH (ÉLECTRICITÉ / GAZ)	Scope 1-2	<b>Elec : 92 555 KWh</b>	<b>89 527 KWh</b>	<b>-3%</b>	
	Scope 3	<b>Environ -5% en 2022 sur l'ensemble des usines</b>			Entre -5 et -10% d'ici 2025 selon les usines En cours: étude d'impact à l'unité produite (UVC ou kg)
EAU	Scope 1-2	<b>446 m3</b>	<b>654 m3</b>	<b>+32%</b>	
	Scope 3				Environ : -5% par tonne de produit fini par an d'ici 2025
DÉCHETS VALORISÉS	Scope 1-2	<b>14,39 t</b>	<b>20,15 t</b>	<b>+29%</b>	
	Scope 3				Réduction au minimum de -3% des déchets et +50% de valorisation des déchets

Constatant que plus de 90% de notre bilan carbone global est attribuable au scope 3, englobant nos émissions indirectes provenant des activités de notre chaîne de valeur, nous suivons l'évolution et les objectifs relatifs à la consommation d'énergie, d'eau et de déchets des usines fabriquant nos produits.

Des audits énergétiques sont réalisés sur les différents sites, et 50% des sites de fabrication de nos produits adoptent la méthodologie ACT « Pas à Pas » de l'ADEME pour définir leur stratégie de décarbonation et réduire les émissions de Gaz à effet de serre.

Nous suivons également notre scope 1 et 2 et

constatons que la sensibilisation à l'usage de l'énergie au niveau de nos bureaux a permis de réduire la consommation de -3%. En revanche une hausse est constatée sur l'usage de l'eau et des déchets de notre centre logistique lié à l'augmentation de notre activité: cette évolution est à surveiller attentivement et renforcer la sensibilisation interne sur ces impacts.

De plus, nous suivons l'engagement de performance en matière de RSE de nos sous-traitant et notamment via leur certification Ecovadis. Cette certification est un outil intéressant de mesure d'amélioration de notre chaîne d'approvisionnement.

EN 2023, LES USINES QUI FABRIQUENT PLUS DE 90% LES PRODUITS DU GROUPE LA PHOCÉENNE DE COSMÉTIQUE SONT CERTIFIÉES ECOVADIS (SILVER OU GOLD)



*3. DÉMARCHE  
D'ÉCOCONCEPTION  
DE NOS  
EMBALLAGES*



# RÉDUCTION DU PLASTIQUE VIERGE ET DÉMARCHE "4R"

RÉDUIRE, RECYCLER, RÉINCORPORER, RÉUTILISER

## Depuis 2020

Le groupe est impliqué dans une démarche d'écoconception

## 2023

Signature du Plan commun de prévention à l'**écoconception** du secteur Hygiène Beauté proposé par CITEO

## 2025

Cap donné par la loi AGECE -20% de plastique vierge en 2025 par rapport à 2018 dont 50% via le réemploi / réutilisation

## 2040

Cap donné par la loi Loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGECE) Fin du plastique vierge à usage unique

### LA PHOCÉENNE S'ENGAGE À :

- **-20% D'USAGE DU PLASTIQUE VIERGE (2027)**
- **GARANTIR QUE 100% DE NOS PRODUITS SOIENT RECYCLABLES (DÈS 2025\*)**
- **INTÉGRER 25 % DE PLASTIQUE RECYCLÉ DANS SES PACKAGINGS (2027)**
- **DÉVELOPPER DES RECHARGES (DÈS 2023)**

### [ SITUATION 2023 ]

Notre empreinte plastique vierge a diminué de 44 à 43g/UVC en 2023 par rapport à 2022 soit une diminution de 6g/UVC\*\*depuis 2018

+0.7% d'usage du plastique vierge vs 2022 avec un chiffre d'affaires qui augmente de 5%

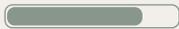
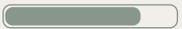
# RECYCLABILITÉ ET QUALITÉS ENVIRONNEMENTALES DE NOS PRODUITS

## OBJECTIF 2025

rendre **100%** des emballages majoritairement recyclables

2023

**78%** de nos produits sont majoritairement recyclables



Conformément à la mise en œuvre de la loi AGEC nous avons créé des «**Fiches Produits Relative aux Qualités et Caractéristiques Environnementales**». Ces informations environnementales sont accessibles sur nos sites e-commerce Le Petit Olivier et Lovea offrant ainsi à nos consommateurs des informations sur les aspects environnementaux de nos produits sur les périmètres suivants :

CARACTÉRISTIQUES EMBALLAGES	PÉRIMÈTRE EMBALLAGES	CARACTÉRISTIQUES FORMULE
L'emballage est-il recyclable L'emballage intègre-t-il la matière recyclée (%) L'emballage est-il rechargeable L'emballage contient-elle des substances préoccupantes ou dangereuses	<p><b>Emballages plastiques à usage unique</b></p> <p><b>Emballages primaires</b> en contact direct avec le produit (Ex: pots)</p> <p><b>Emballages secondaires</b> regroupant les primaires pour former une unité de vente (Ex: étui ou films de suremballage)</p>	<p>La formule contient-elle des substances préoccupantes ou dangereuses</p>

**100% de nos emballages et formules sont exempts de substances préoccupantes ou dangereuses (d'après la liste Loi AGEC – Article 13-1).**

Notre objectif d'ici 2025 : assurer que 100 % de nos emballages soient majoritairement recyclables - c.a.d compatibles avec les centres de tri du territoire national suivant l'indicateur TREE de CITEO).

**Aujourd'hui nous avons atteint 78% de cet objectif.**



# MATIÈRE RECYCLÉE, RÉEMPLOI : UNE ACCÉLÉRATION DE NOS INNOVATIONS/ RÉNOVATIONS PACKAGING

Nous accordons une grande importance à l'écoconception : innover pour développer de nouveaux usages qui encouragent la diminution du plastique vierge et à moyen terme trouver des alternatives au plastique.

## En créant de la valeur : RÉDUCTION

- ✓ Par de nouveaux usages: Gammes de cosmétique solide
- ✓ Par le multi-usage qui simplifie la routine de soin pour moins de packaging dans la salle-de-bain

## Et en récupérant la valeur :

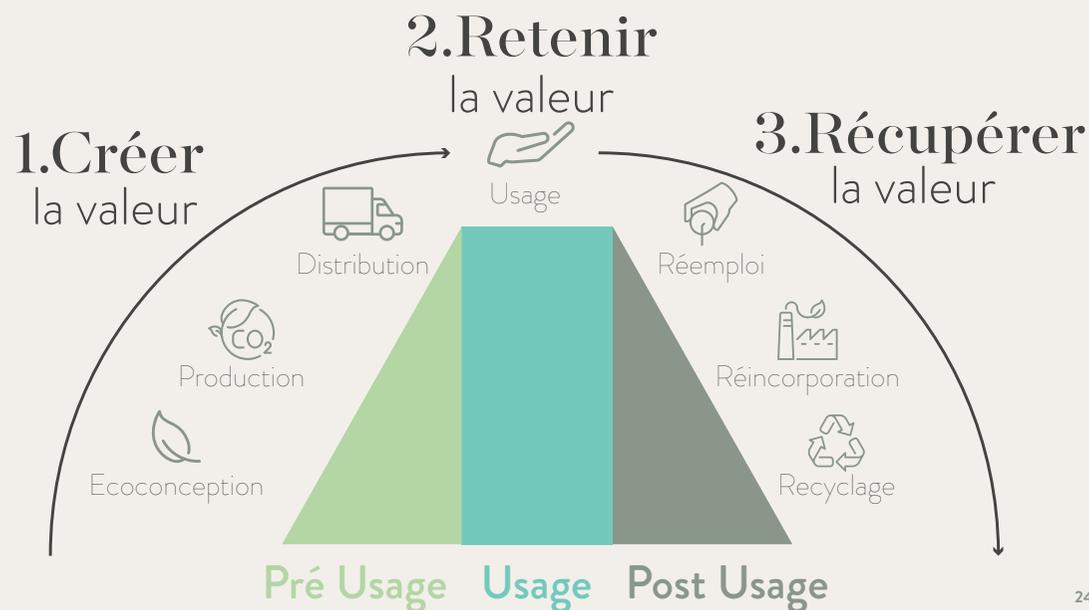
- ✓ **RÉEMPLOI**: à travers nos offres de recharges
- ✓ **RÉINCORPORATION** : intégration de plastique recyclé dans les packagings
- ✓ **RECYCLAGE** : en bout de chaîne de valeur

## INFORMATIONS MARCHÉ:

Les consommateurs font évoluer leurs habitudes et pour certains cela devient leur mode de vie, pour d'autres ce le sera dans l'avenir (Source NielsenQ 2023 Sustainability Report). En GMS, où nos marques sont commercialisées en France, les freins aux nouveaux usages comme le solide restent élevés (praticité d'usage, sensorialité, routine, rationalisation de l'offre, prix). Les recharges également peinent à trouver une place en linéaire.

Un travail collectif avec nos distributeurs pour référencer, rendre visible et communiquer sur ces offres durables est nécessaire. En 2024, nous rejoignons le collectif « La Conso s'engage » porté par LSA pour travailler sur ces enjeux.

DÉMARCHE RSE 2023 LA PHOCÉENNE DE COSMÉTIQUE



# MATIÈRE RECYCLÉE, RÉEMPLOI : UNE ACCÉLÉRATION DE NOS INNOVATIONS/ RÉNOVATIONS PACKAGING

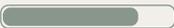
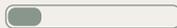
**OBJECTIF 2027**  
25% du poids de nos emballages intègrent de la matière recyclée

**AVANCEMENT 2023 VS 2022**

5,9% de plastique recyclé intégré dans nos produits



Lovea



**Le résultat de 5.9% d'intégration de plastique recyclé dans les packaging du Groupe est surtout atteint grâce à la refonte des gammes LOVEA qui a démarré dès 2019.**

La transformation des gammes du Petit Olivier va s'accélérer sur 2024-2025 pour réussir à réduire notre empreinte de plastique vierge.



# MATIÈRE RECYCLÉE, RÉEMPLOI : UNE ACCÉLÉRATION DE NOS INNOVATIONS/ RÉNOVATIONS PACKAGING

INNOVATIONS LE PETIT OLIVIER



- ✓ Des flacons en matière biosourcée\*, issus d'huiles végétales recyclées. Par l'achat de certificats ISCC PLUS nous contribuons au développement de cette filière
- ✓ Des lingettes en fibres d'origine végétale
- ✓ Des gros formats 750g pour limiter l'usage de plastique



FLACON D'ORIGINE VÉGÉTALE



- ✓ Des packagings recyclables
- ✓ Des flacons de recharges avec 25% de plastique recyclé
- ✓ Des roll-on rechargeables permettant de :
  - Réduire le nombre de roll-on achetés et donc les déchets plastiques
  - Réutiliser les roll-on grâce aux recharges
  - Recycler les emballages



DÉODORANT RECHARGEABLE



- ✓ Un nouvel usage qui réduit presque entièrement le plastique
- ✓ Des étuis en carton issu de forêts gérées durablement
- ✓ Des produits qui contiennent moins d'eau dans leurs formules et sans savon



\*flacon plastique issu d'une filière intégrant notamment le recyclage d'huiles végétales. Les flacons en PEHD, sont considérées d'origine végétale par l'approche mass balance : Cela signifie que la quantité de PEHD avec une origine végétale équivalente à celle nécessaire à fabriquer ces flacons est achetée. Cette quantité peut rentrer dans la fabrication de la gamme bébé ou d'une autre gamme.

# MATIÈRE RECYCLÉE, RÉEMPLOI : UNE ACCÉLÉRATION DE NOS INNOVATIONS/ RÉNOVATIONS PACKAGING

## INNOVATIONS LOVEA



- ✓ Etuis en carton issus de forêts gérées de façon responsable et majoritairement recyclable
- ✓ Formule sans silicone, pour un impact environnemental limité



- ✓ Stick recyclable
- ✓ Un format économique en plastique : 1 stick ≈ 2 roll on
- ✓ Formules, sans alcool, ni eau ajoutée



- ✓ Sachet recyclable
- ✓ Autant d'utilisations qu'un format conventionnel : 1 solide environ 1 flacon 200ml



# COMMUNIQUER AUPRÈS DES CONSOS SUR LES NOUVELLES PRATIQUES

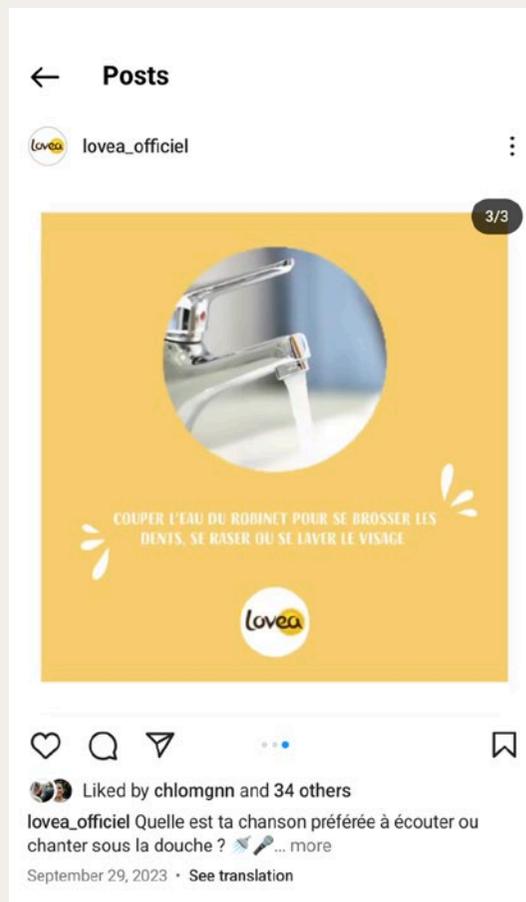
Nous avons un rôle important à jouer dans la sensibilisation et l'éducation des consommateurs sur les enjeux environnementaux: nous avons mis en place sur nos réseaux sociaux des communications d'information aux économies d'énergie visant à réaliser des économies d'énergie.

## [ LES SAVIEZ-VOUS ? ]

L'usage d'un produit cosmétique dans la salle de bain peut représenter jusqu'à 40% de son empreinte carbone : notamment la quantité et le chauffage de l'eau nécessaire pour les produits rincés.

L'analyse de cycle de vie du produit permet d'évaluer ses émissions de GES (gaz à effet de serre ou carbone équivalent)

Source : It's Time to Make up the Future, Quantis, 2020



*4. MESURE D'EMPREINTE  
BIODIVERSITÉ*



# MESURE D'EMPREINTE BIODIVERSITÉ

## CDC BIODIVERSITÉ

**Nous avons mesuré les impacts de nos activités sur la biodiversité avec le Global Biodiversity Score.**



### PRINCIPAUX RÉSULTATS :

- 80 % de l'impact lié à l'approvisionnement des matières premières / 20 % sont liés au packaging.
- L'impact des huiles végétales est majoritaire, surtout lié à l'usage des sols et de l'eau.

### NOS ACTIONS HISTORIQUES QUI PRÉSERVENT LA BIODIVERSITÉ :

- ✓ Charte de formulation exigeante
- ✓ Des produits rassurants anticipant la réglementation
- ✓ Conception d'une charte de formulation exigeante : parmi les premiers à sortir des produits issus de la pétrochimie (paraffine, vaseline, huiles minérales)
- ✓ Des projets concrets de préservation les écosystèmes terrestres et aquatiques



### DÉMARCHE DE PROGRÈS

- ✓ Tracer les filières d'ingrédients principales en engageant les fournisseurs.
- ✓ Garantir des filières zéro déforestation
- ✓ Diversifier l'offre de produits pour privilégier les formules nécessitant les intrants aux plus faibles impacts.

L'impact de l'huile de coco est plus important que sa part dans les achats, ce qui est notamment lié au rendement et à l'absence de coproduits (utilisation de déchets). Cet impact important est lié à la quantité de noix de coco nécessaire pour produire de l'huile de coco.

# PROTECTION DES CÉTACÉES AVEC OCEANIA

**Oceania est une association environnementale fondée en 2017, basée à Moorea.**

## [ MISSION ]

“Etudier et protéger les cétacés du sanctuaire polynésien (zone de reproduction) pour proposer des mesures de conservation plus adaptées et assurer l’avenir de ces populations”

## [ LES OBJECTIFS D'OCEANIA ]

- RECHERCHE ET CONSERVATION à travers des études scientifiques sur les cétacés de Polynésie française.
- FORMATION ET INSERTION PROFESSIONNELLE avec des sessions gratuites et ouvertes à tous en cétologie.
- SENSIBILISATION et protection via des événements environnementaux et des interventions scolaires, du premier cycle au cursus universitaire.

En 2023, nous avons contribué spécifiquement au développement du VIGIE SANCTUAIRE pour la 4<sup>ème</sup> année.

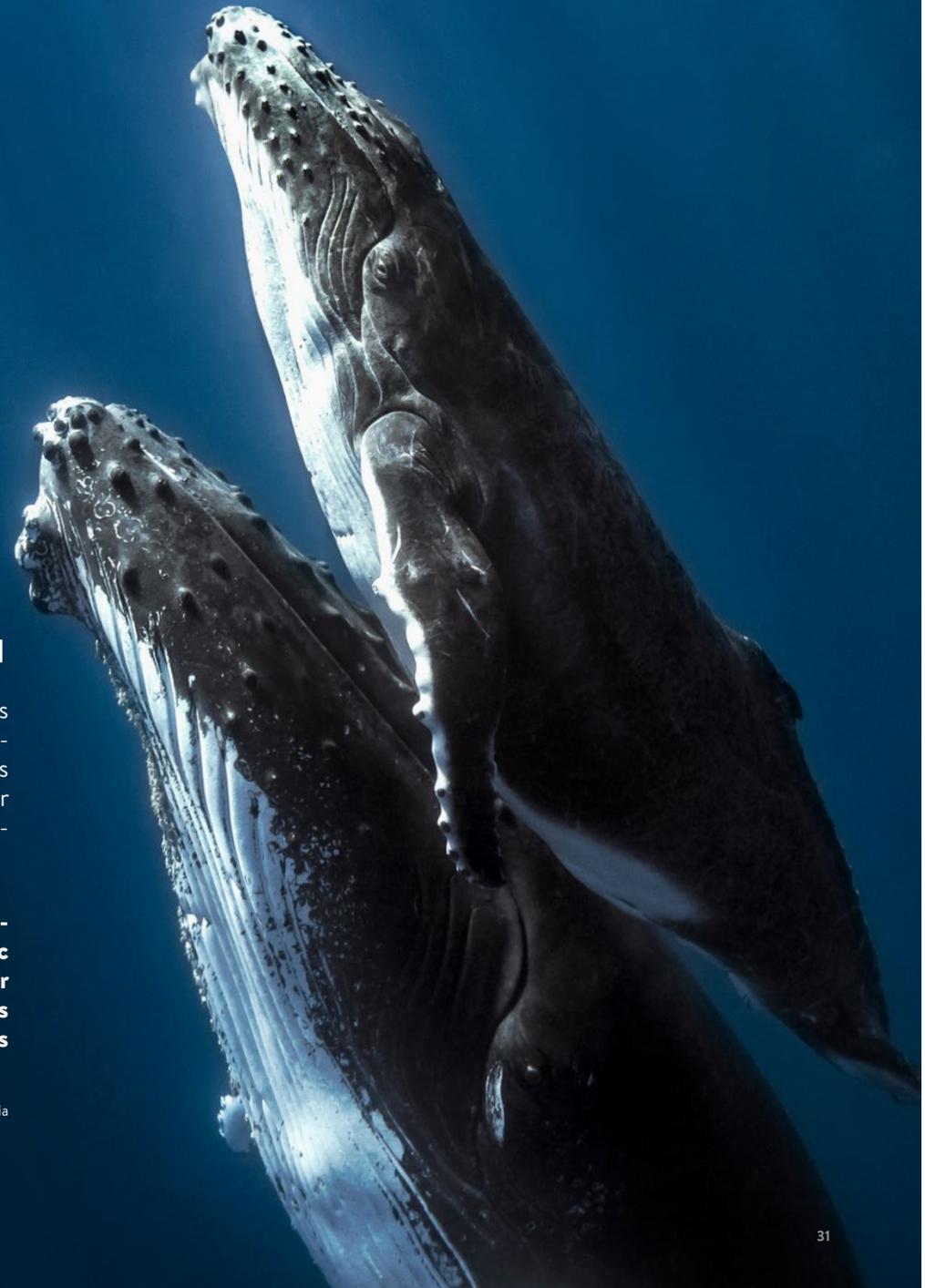


## [ QU'EST-CE QUE VIGI SANCTUAIRE ? ]

Observer et alerter du passage des baleines pour limiter le risque de collision des cétacés avec les ferries : Les jeunes polynésiens s’engagent sur les bateaux pour surveiller l’axe maritime Tahiti-Moorea. Soit 805 collisions évitées en 6 ans !

**“Oceania se veut une courroie de transmission entre la science et le grand public pour inciter les observateurs à s’impliquer activement dans la protection des cétacés de Polynésie française et ainsi devenir des acteurs de la biodiversité”**

Charlotte Esposito - Fondatrice et Directrice de l’Association Océania



## BILAN 2023: RÉSULTATS



L'unique programme d'étude polynésien ayant pour objectif de mieux comprendre et de limiter le risque de collision :

- **286 collisions potentielles évitées** sur les 3 mois de saison grâce nos observateurs embarqués sur la route maritime entre Tahiti et Moorea.
- **731 baleines identifiées sur le sanctuaire polynésien.**
- **Plus de 3500 personnes sensibilisées** à la protection des cétacés
- **Ramassage des déchets** : 105kg de déchets récoltés avec Océania



1. Les baleines à bosse de Polynésie française sont toujours en danger selon l'UICN (Population Pacifique Sud)

2. Les baleines sont des puits à carbone unique : elles sont la solution naturelle dans l'atténuation des impacts du réchauffement climatique

3. Le sanctuaire polynésien créé en 2022 est l'un des plus grands sanctuaires au monde pour les mammifères marins ! Plus de 5 millions de km

4. Océania est la 1ère association qui recense les baleines à bosse à cette échelle

# FOCUS JOURNÉE MONDIALE DE L'OcéAN 2023

## UN ÉvÈNEMENT PHARE

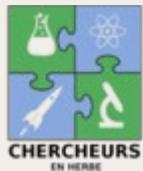
Lors d'un évènement co-organisé par Lovea, Yacht Club de Toulon, Chercheurs en Herbe dans le cadre du Réseau ReMed Zéro Plastique et pour le première fois Lovea a organisé une journée dédiée à la sensibilisation des plus jeunes à l'environnement:

Les participants ont été sensibilisés aux projets de l'association Oceania et participés à l'opération de ramassage des déchets en mer. La championne de kite surf, Héloïse Pégourié, a également participé à cet évènement, mettant en lumière l'importance de la protection de notre environnement marin.

Bilan :

- ✓ 50 jeunes sensibilisés
- ✓ 11,5 kg de déchets sur les plages du mourillon dont 2000 mégots revalorisés en énergie, des morceaux de métal, bouchons, plastiques...

PARTENAIRES LOCAUX :



## BIEN-ÊTRE ANIMAL : ZOO-REFUGE LA TANIÈRE



**Créée par Francine et Patrick Violas, La Tanière est un refuge dont la principale mission est d'accueillir et de protéger les animaux abandonnés, en détresse ou sans solution, provenant de divers milieux tels que les zoos, les cirques, les laboratoires ou faisant l'objet de saisies.**

Entre 2022 et 2023, La Tanière a accueilli 300 ânes grâce à une collaboration avec l'association Starting Over Sanctuary, leur offrant ainsi une vie plus sereine.

La Phocéenne de Cosmétique héberge 15 ânes d'Israël dans son pré adjacent aux bureaux d'Épône en Île-de-France, en cohérence totale avec son engagement de longue date en faveur du bien-être animal.

Les salariés ont pu découvrir le Zoo-Refuge La Tanière lors des lancements produits marketing en mars 2023. Cela a résonné particulièrement puisqu'à cette occasion a été réalisé une sensibilisation sur la biodiversité et restitution de notre empreinte biodiversité .

“Je suis heureuse de constater qu'en France, il existe des endroits comme celui-ci pour les animaux, et je suis fière que La Phocéenne soit partenaire d'un tel sanctuaire.”

Alexandra Wecxsteen - Chef de secteur Côte d'Azur

“J'ai trouvé agréable que nous nous soyons retrouvés dans cet endroit, car nous avons rencontré les fondateurs de cette belle initiative. Nous avons effectué la visite en compagnie de bénévoles et soigneurs et avons pu constater les différents animaux recueillis ainsi que l'ampleur des structures nécessaires pour répondre à leurs besoins. [...]”

Laetitia Godefroy - Chef de secteur Centre Ouest



*5. VALORISER L'HUMAIN  
AU CŒUR DU PROJET*



VALORISER L'HUMAIN AU CŒUR DU PROJET

## LE PETIT OLIVIER FÊTE SES 20 ANS AU MOULIN DU PETIT OLIVIER

**Meryll et Cédric De Batz gèrent le Domaine Cante Perdrix et son Moulin en transmettant leur passion et savoir-faire**

Pour célébrer les 20 ans de la marque, toute l'entreprise a été conviée au Domaine de Cante Perdrix, pour découvrir l'olivieraie de 1500 pieds, ainsi que la production d'huile d'olive. Trois salariés -qui fêtaient leurs 20 ans dans l'entreprise - ont reçu un olivier de 20 ans pour les remercier de leur investissement à la réussite de ce projet commun !

Symbole de longévité, de force et de croissance, l'olivier incarne les valeurs et l'esprit du Petit Olivier.



- Zéro phyto intrant chimique et tailles modérées.
- Des haies autour du domaine

- Le grignon (déchet de production) nourrit le sol
- Zéro irrigation pour que l'arbre se régule dans son cycle naturel

- Nouveau produit olive en conception dans un projet d'économie circulaire

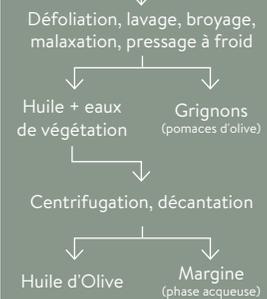
### PROJET D'ÉCO-CIRCULARITÉ 2022 - 2026

Afin de valoriser davantage les déchets de production d'huile d'olive, la margine et les grignons issus de la production sont récupérés dans notre laboratoire R&D pour concevoir un nouvel actif pour nos produits cosmétiques.

La margine désigne les eaux de végétation issues des végétaux et celles utilisées pour extraire l'huile d'olive, tandis que le grignon est le résidu restant des olives après le pressage (composé de noyaux, de chair et de peau).



#### [ OLIVES ]



VALORISER L'HUMAIN AU CŒUR DU PROJET

# UN VILLAGE SOLAIRE QUI VALORISE L'ARGANIER ET SES ENTREPRENEURS RURAUX



**En seulement 6 ans, le projet est passé de 20 à +300 familles impliquées:**

A l'origine en 2017, le Village Solaire est un projet d'électrification rurale à l'énergie solaire dans le village d'Id Mjahdi soutenu par Le Petit Olivier et Intermarché. Reconnu « 1er village solaire d'Afrique » il se transforme aujourd'hui en véritable tiers-lieu autour des savoir-faire de l'arganier pour l'autonomisation des femmes et leurs familles.

## [ OFFRES ]

ateliers, vente sur place, restaurant.

## [ ATELIER ]

Découverte de la transformation d'argan, apiculture, création d'hydrolats.

Aujourd'hui le Village Solaire propose des produits issus du savoir-faire de ces femmes : hydrolats, savons, tissages, broderies...



Coopérative d'argan de 24 femmes créé en 2018



Coopérative agricole créé en 2023



Coopérative d'écotourisme et artisanat créé en 2023



Atelier de production d'hydrolats



Deux personnes ont été recrutées en 2023 pour gérer le projet localement, accompagnés par We Speak Citizen avec un programme complet de formations pour les coopératives.



Un terrain de jeux a complété les espaces pour l'école des enfants et un programme d'alphabétisation pour les femmes a été lancé également.

"J'ai rejoint la coopérative d'argan quand j'emmenais mon fils à l'école préscolaire. Après quelques semaines à faire les trajets, j'ai décidé d'être parmi les femmes : cela m'a beaucoup aidé, car nous luttons contre la fragilité – pour notre bénéfice et celui de nos enfants. Aujourd'hui j'ai appris à fabriquer des hydrolats de fleurs avec les produits du jardin "

Fatima Sabek – membre de la coopérative d'argan et trésorière filière d'écotourisme

# OBJECTIF : UN VILLAGE SOLAIRE 100% AUTONOME



**Vision 2025 : Un lieu de préservation et valorisation de l'argan qui contribue au développement économique et social des femmes et leurs familles**



## 1. PRÉSERVER ET REBOISER L'ARGANIER

- Réintroduire la biodiversité (pépinière d'arbres, reboisement, apiculture) : les habitants du Village Solaire sont formés à la permaculture et à l'élevage durable
- Repousser le désert en replantant 4000 arganiers



## 2. DÉVELOPPER L'ÉCOTOURISME

- Vente de produits du terroir, ateliers de fabrication et restauration
- Des activités culturelles en partenariat avec l'Association Essaouira Mogador
  - Hébergement chez l'habitant
  - Visites touristiques



## 3. PÉRENNISER LA GESTION DU SITE

- Remise aux normes des infrastructures solaires et hydrauliques
- Caisse collective entre les coopératives pour gérer leurs investissements
- 20 formations-actions réalisées en 2023 pour le réseau d'expert We Speak Citizen

VALORISER L'HUMAIN AU CŒUR DU PROJET

# UN VILLAGE SOLAIRE QUI VALORISE L'ARGANIER ET SES ENTREPRENEURS RURAUX

## Découverte de l'arganier au cœur du patrimoine culturel

Une expérience client exceptionnelle qui valorise les engagements du Village Solaire pour le développement durable et la préservation de la culture locale:

- ✓ Explorer les évolutions remarquables du village depuis son lancement il y a 7 ans
- ✓ S'immerger dans cet écrin de nature qui remplace un lieu désertique grâce au jardin en permaculture et à la pépinière d'arbres
- ✓ Découvrir les lieux emblématiques autour du lieu comme la plus ancienne sucrerie du Maroc
- ✓ Assistez aux ateliers des savoir-faire locaux
- ✓ Vibrez au rythme du concassage de l'argan

## [ OUTILS DE COMMUNICATION ]

- site web : [villagesolaire-essaouira.org](http://villagesolaire-essaouira.org)
- mini-documentaire immersif



# UN VILLAGE SOLAIRE QUI VALORISE L'ARGANIER ET SES ENTREPRENEURS RURAUX

## POUR LES CONSOMMATEURS

Depuis l'origine du projet, notre partenaire Groupement Les Mousquetaires et Intermarché cofinancent le Village Solaire. Le partenariat s'est renouvelé pour 2023-2025 pour lancer une pépinière d'arbres et démarrer une activité d'écotourisme.

Le projet est valorisé en magasin offrant aux consommateurs.trices l'opportunité de soutenir le projet avec l'opération 1€ reversé au Village Solaire pour l'achat de produits Gamme Argan du Petit Olivier.



## POUR LES SALARIÉS

Notre partenaire local du projet Village Solaire, a fait découvrir les activités des femmes du Village Solaire aux salariés

"Nous avons obtenu une vue d'ensemble sur les activités en cours au Village Solaire et les progrès réalisés depuis le début de notre partenariat. J'ai particulièrement apprécié sa mise en valeur de son expertise ; cela a été une après-midi enrichissante de partage. »

Témoignage de notre chargée de communication junior, Léa De Oliveira.



## PRISE DE PAROLE PUBLIQUE

Réalisation de l'atelier « Faire émerger les potentiels des territoires en partant des femmes : exemple du tiers-lieu d'argan, de l'arbre au produit cosmétique » lors du Forum CONVERGENCES

Retrouvez la conférence sur notre page YouTube Le Petit Olivier.



# SENSIBILISATION ET FORMATIONS DES SALARIÉS AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET TRANSFORMATION DE NOS MÉTIERS

## [ PHOCHANGER ]

**Notre programme PHOCHANGER, lancé en 2022, a pour objectif d'adopter des comportements plus durables dans nos métiers :**

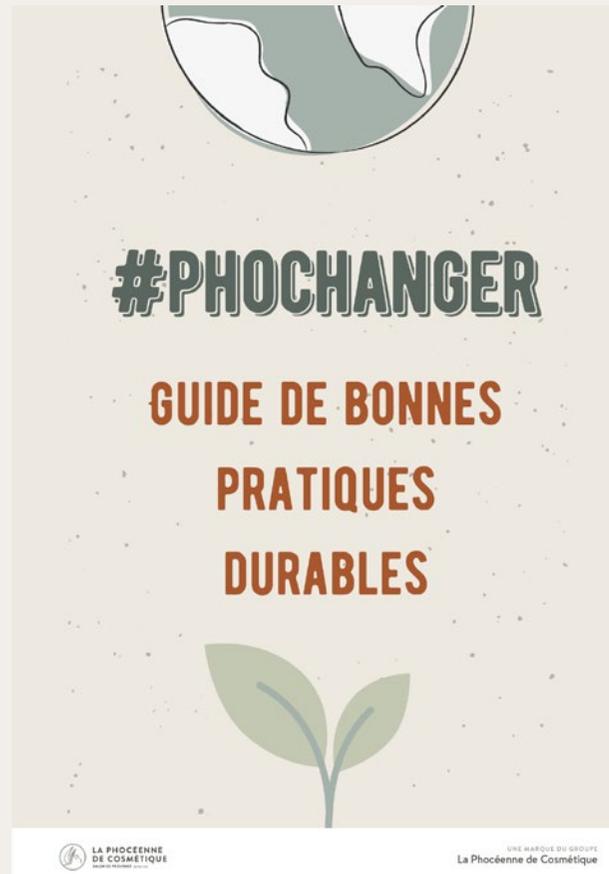
- ✓ Sensibiliser et former les collaborateurs aux enjeux du développement durable
- ✓ Encourager à passer à l'action
- ✓ Valoriser les réussites de chacun

## [ PROGRAMME D'ATELIER SUR LES GESTES DURABLES EN ENTREPRISE ]

Un groupe d'ambassadeur représente chaque équipe- métier pour coconstruire le programme d'animations dans une participation volontaire. Un guide de bonnes pratiques durables a été coécrit avec ces ambassadeurs et mis à disposition de l'ensemble des salariés et nouveaux arrivants.

Nous avons mis en place des ateliers ludiques pour impliquer les collaborateurs :

- ✓ gestion des déchets
- ✓ consommation d'énergie
- ✓ covoiturage - mobilité douce - écoconduite



## SENSIBILISATION ET FORMATIONS DES SALARIÉS AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET TRANSFORMATION DE NOS MÉTIERS

### FORMATIONS / ATELIERS :

10 salariés, dont le métier est lié à la transformation de nos packagings a pu visiter un centre de tri et une usine de recyclage de PET et ainsi identifier des axes d'amélioration pour renforcer l'écoconception de nos produits cosmétiques.

**L'un des apprentissages : "Être triable est la précondition pour être recyclable !"**



"[...]Cela m'a permis de mieux comprendre le rôle de chaque acteur dans le cycle de vie d'un produit cosmétique et de mettre en place les bonnes pratiques de recyclage "

Laurie Charrier - Chef de produit marketing

"Cela permet de me mieux comprendre les contraintes des centres de tri et donc de mieux analyser les emballages en amont, pendant la phase de développement produit[...]"

Jade Clarisse Chargée d'Affaires - Réglementaires et Qualité

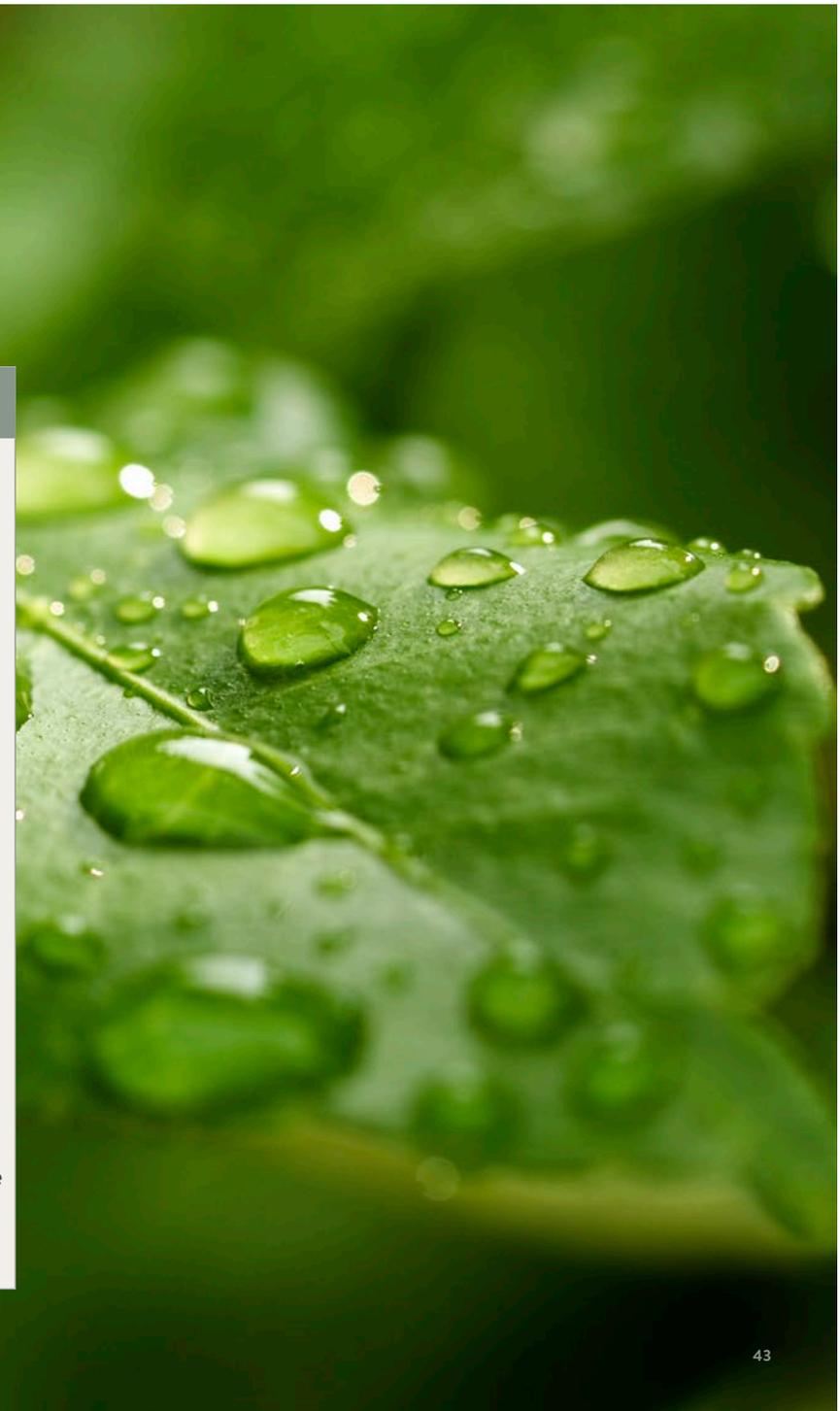
Chaque salarié nouvellement recruté au sein de la Phocéenne suit une formation Fresque du Climat.

En 2023, notre Responsable RSE a également animé une session de la Fresque du Climat à l'intention de notre fonds d'investissement Azulis.



# RÉSULTATS PRINCIPAUX ATTEINTS ET DÉMARCHE DE PROGRÈS

PRINCIPAUX RÉSULTATS 2023	DÉMARCHE DE PROGRÈS 2024
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Relocalisation de la production</b> de la marque Laboratoires Vendôme en France.</li> <li>• Engagement de <b>réduire notre empreinte carbone de 5 % d'ici à 2027</b> (découplage par rapport à la croissance).</li> <li>• <b>Ecoconception:</b> 78% de nos packagings sont majoritairement recyclables et nous intégrons 5.9% de plastique recyclé dans nos packagings.</li> <li>• <b>Mesure de l'impact de nos activités sur la biodiversité</b> avec le Global Biodiversity Score, 80% lié à l'approvisionnement de matières premières.</li> <li>• Etape majeure franchie pour autonomiser le Village Solaire et notre <b>filière d'argan durable</b> avec le démarrage d'activités écotouristiques (produits du terroir, pépinière d'arganiers...).</li> <li>• Chaque salarié est sensibilisé aux dérèglements climatiques en suivant l'atelier de la Fresque du Climat et des ateliers thématiques (PHOCHANGER).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Renouveler le bilan carbone</b> (tous les 2 ans) et mesurer les avancées.</li> <li>• <b>Publier un rapport de durabilité consolidé</b> selon la norme volontaire pour les PME de la CSRD européenne.</li> <li>• <b>Adopter le GREEN IMPACT INDEX:</b> notation de l'impact environnemental et sociétal de nos produits principaux (publication 2026).</li> <li>• <b>Déployer la politique d'achat responsable</b> auprès de nos fournisseurs pour améliorer la traçabilité de nos ingrédients.</li> <li>• Transformer nos références phares pour atteindre notre objectif de diminuer de 20% l'usage du plastique vierge en 2027 et doubler la part de plastique recyclé pour la marque Le Petit Olivier dès 2025.</li> <li>• <b>Lancer le programme d'éducation «Observateur Mammifères Marins» avec notre partenaire Océania</b> pour les écoles primaires en France et Polynésie Française.</li> </ul>



“  
*FAIRE TOUJOURS  
MIEUX POUR  
LA BEAUTÉ ET LE  
BIEN-ÊTRE*”



LA PHOCÉENNE  
DE COSMÉTIQUE

SALON-DE-PROVENCE DEPUIS 1996

**CONTACT**

**Sophie Dartois**

Responsable RSE et Communication Entreprise

sophie.dartois@lepetitolivier.fr

06 70 32 95 14

ZA Les Roquassiers  
174 Rue de la Forge  
13300 Salon-de-Provence  
04 90 56 91 20